

ABSTRACT

Increased economic necessity in this era of globalization makes competition and expanding opportunities for companies to generate profits. With the rapid development of technology, businesses are directly or indirectly created an intense competition with the application of technology and information such as the application of Internet technology in conducting business by promoting the goods and services produced by the company, to determine a strategy to make consumers have a positively to the products and services produced by the company that customers choose and use products.

Strategy adopted by PT.GEOMIN SERVICES INDONESIA is E-Marketing Strategy based framework SOSTAC ® by using SWOT analysis and SWOT matrix to identify strategies that can be applied in solving the problems faced by the company. The resulting strategy is a design strategy E-Marketing and website company that provides a variety of information such as the company's profile and services company for the client.

Keywords : *E-Marketing Strategy, SOSTAC ®, E-Marketing, SWOT, SWOT Matrix, internet, PT.GEOMIN SERVICES INDONESIA.*

ABSTRAK

Meningkatnya kebutuhan ekonomi di era globalisasi saat ini membuat persaingan dan kesempatan semakin luas bagi perusahaan-perusahaan besar untuk menghasilkan keuntungan. Dengan berkembangnya teknologi yang semakin pesat, pelaku bisnis secara langsung maupun tidak langsung menciptakan suatu persaingan yang ketat dengan adanya penerapan teknologi dan informasi seperti penerapan teknologi internet di dalam menjalankan bisnisnya dengan mempromosikan barang maupun jasa yang dihasilkan perusahaan tersebut, menentukan strategi untuk membuat konsumen memiliki pandangan yang positif terhadap produk maupun jasa yang dihasilkan perusahaan agar pelanggan memilih dan menggunakan produknya.

Strategi yang diterapkan oleh PT.GEOMIN SERVICES INDONESIA adalah Strategy E-Marketing berdasarkan kerangka SOSTAC® dengan menggunakan analisis SWOT dan matrix SWOT untuk mengidentifikasi strategi yang dapat diterapkan dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan. Strategi yang dihasilkan adalah suatu rancangan strategi E-Marketing dan website perusahaan yang menyediakan berbagai macam informasi perusahaan seperti profil dan layanan perusahaan untuk kepada client.

Kata kunci : *Strategy E-Marketing, SOSTAC®, E-Marketing, SWOT, Matrix SWOT, internet, PT. GEOMIN SERVICES INDONESIA.*