

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Jurusan Sistem Informasi

Skripsi Sarjana Komputer

Semester Ganjil Tahun 2009/2010

ANALISIS DAN PERANCANGAN E-MARKETING PADA BUTIK AVENUE

SYAFRIANTO (0900813642)

TASMAN (0900816682)

SANTO (0900816695)

Abstrak

Strategi pemasaran merupakan faktor penting dalam upaya perusahaan untuk memasarkan produk perusahaan kepada pelanggan. *Butik AVENUE* merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan garment seperti baju, accessories, sweater, rok, celana, dan tas. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis proses bisnis dan strategi pemasaran yang sedang berjalan pada *Butik AVENUE*, serta merancang sistem pemasaran berupa aplikasi yang berbasis *web* yang digunakan untuk mendukung kegiatan pemasaran baik produk dan *brand image* pada *Butik AVENUE*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis dan metode perancangan. Metode analisis meliputi wawancara, *questioner* dan *survey* langsung keperusahaan, serta empat tahap awal dari tujuh tahap *e-marketing*. Sedangkan metode perancangan meliputi tiga tahap akhir dari tujuh tahap *e-marketing*. Simpulan dari hasil yang dicapai dalam penelitian yaitu suatu aplikasi *e-marketing* yang dapat membantu *Butik AVENUE* dalam menyebarkan informasi seputar perusahaan dan *brand image*, serta meningkatkan komunikasi dengan pelanggan. Penerapan aplikasi *e-marketing* pada *Butik AVENUE* dimaksudkan untuk menjangkau area pemasaran yang lebih luas dan pada akhirnya diharapkan dapat membawa keuntungan bagi perusahaan.

Kata kunci: *Butik AVENUE*, analisis, perancangan, *e-marketing*.