

## ABSTRAK

### RANCANG BANGUN APLIKASI E-MARKETING BERBASIS WEB MENGUNAKAN METODE SOSTAC (STUDI KASUS : PT. DIMITRA ADI WIJAYA BANDAR LAMPUNG)

Oleh  
STEVAN CORRY POLANCO  
14311300

Penelitian ini bertujuan untuk membangun *website* yang sesuai digunakan di Perusahaan Dimitra Property. Manfaat penelitian ini dapat memberikan informasi kepada para calon *consumer* mengenai informasi terbaru dari apa yang di tawarkan Perusahaan. Metode SOSTAC (*Situation, Objective, Strategy, Tactic, Action, and Control*) merupakan sebuah pendekatan untuk melihat apakah strategi pemasaran yang terlaksana sudah sistematis, terarah, efisien, dan efektif.

Pembuatan aplikasi *e-marketing* berbasis *web* ini menggunakan UML (*Unified Model Language*), *Use Case Diagram*, *Activity Diagram*, spesifikasi antar tabel, relasi antar table menggunakan data *modeller*, serta menggunakan aplikasi PHP (*Personal Hypertext Preprocessor*) dan *MySQL* sebagai *database* dengan menggunakan metode wawancara, dokumentasi, dan tinjauan pustaka dalam pengumpulan data. hasil *aplikasi e-marketing* Berbasis *web* dapat membantu Perusahaan dalam memperoleh umpan balik (*outcome*) berupa informasi terbaru kepada *consumer* sehingga memudahkan untuk mengetahui produk property yang di tawarkan.

Kata Kunci : Website, SOSTAC, *e-marketing*

This research aims to build an appropriate website use in Dimitra property company. The benefits of this research can provide information to potential consumers regarding the latest information on what the company has to offer. SOSTAC Method (*Situation, Objective, Strategy, Tactic, Action, and Control*) is an approach to see whether the implemented marketing strategy is systematic, directed, efficient, and effective.

Making this web-based *e-marketing* application using the UML (*Unified Model Language*), *Use Case Diagram*, *Activity Diagram*, specifications between tables, relations between tables using the data off *modeller*, and use the app PHP (*Personal Hypertext Preprocessor*) and *MySQL* as *database* using with interview method, documentation, and literature review in data collection. The existence of a web-based *e-marketing* application can help companies in obtaining feedback (*outcome*) in the form of the latest information to consumers making it easier to find out the property products on offer.

Key Words : Website, SOSTAC, *e-marketing*