

ABSTRAK

NIRMALA, Tahun 2018 *Analisis Implementasi E-Marketing Terhadap Pemasaran Produk Songkok Guru Pada KUB Angin Mamiri Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Andi Mappatombo dan Pembimbing II Irwan Abdullah.*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Implementasi E-Marketing terhadap pemasaran produk Songkok Guru pada KUB Angin Mamiri Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil yang dicapai dari penulisan skripsi ini adalah dengan adanya implementasi e-marketing, efektif mampu menjangkau berbagai elemen masyarakat sehingga akan mendapatkan lebih banyak konsumen guna untuk meningkatkan penjualan produk, dan membantu perluasan bisnis dari pasar lokal menuju pasar internasional dengan lebih cepat, dengan kata lain dapat memperluas pangsa pasar sesuai dengan tujuan pemasaran. Berdasarkan hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa dengan adanya Implementasi E-Marketing sebagai strategi pemasaran efektif terhadap pemasaran produk Songkok Guru untuk meningkatkan penjualan produk dan memperluas pangsa pasar.

Kata kunci : E-Marketing, Implementasi, Media Sosial, Pemasaran, Songkok Guru.

ABSTRACT

NIRMALA, 2018. *Analysis Implementation E-Marketing Againts Marketing Development Products Songkok Guru at KUB Angin Mamiri District Galesong Selatan of the county Takalar*, The thesis Program Studies Management of the Faculty of Economics and Business the University of the Muhammadiyah Makassar. Mentored by counselors I Andi Mappatombo and counselors II Irwan Abdullah.

This study aims to analyze Implementation E-Marketing againts the marketing of the product Songkok Guru at KUB Angin Mamiridistrict Galesong Selatan of the county Takalar. The kind of research used in this study is the research case study with the approach descriptive Kualitatif. Collecting data technique used in this study is observations, the interview, and the documentation.The results of reached of writing thesis is with the implementation e-marketing, effective able to reach a variety of elements of society so that will get more consumers in order to boost sales product, and help business expansion of the market local to the market international more quickly, in other words can expanding its share of the market in accordance with the goal of marketing. Based on the results of the research can be concluded that with the Implementation E-Marketing as marketing strategy effective againts the marketing of the product Songkok Guru to increase the sale products and expanding it's share of the market.

Keywords: E-Marketing, Implementation, Social Media, Marketing, Songkok Guru.