

ABSTRAK

Evaluasi pengelolaan strategi komunikasi pemasaran merupakan salah satu upaya dalam memaksimalkan pengelolaan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Website merupakan sebuah inovasi yang dapat dilakukan perusahaan dalam upayanya melaksanakan strategi komunikasi pemasaran yang sesuai dengan perkembangan jaman saat ini. Tanpa adanya evaluasi pada strategi komunikasi pemasaran, perusahaan kurang bisa menilai apakah strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan telah sesuai dengan tujuan awal pengadaan strategi komunikasi pemasaran tersebut atau terjadi penyesuaian pelaksanaan dengan tujuan baru. Skripsi ini mengenai bagaimana evaluasi yang dilakukan perusahaan terhadap pengelolaan strategi komunikasi pemasaran serta kesesuaian pencapaian tujuan dari program e-commerce jogjakonveksi.com yang dijalankan oleh CV. Creative Kingdom. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisa, mengetahui, dan melakukan evaluasi pengelolaan strategi pemasaran komunikasi CV. Creative Kingdom melalui website jogjakonveksi.com. Penelitian ini merupakan penelitian evaluasi dengan pendekatan kualitatif studi kasus. Secara kualitatif, peneliti memotret apa yang terjadi dalam bentuk laporan secara lugas dan apa adanya. Studi kasus yaitu memahami situasi secara mendalam terkait pengelolaan program e-commerce yang dilakukan CV. Creative Kingdom melalui website jogjakonveksi.com. Teknik pengumpulan data penelitian menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara perencanaan, penggerakan, dan evaluasi yang dilakukan oleh CV. Creative Kingdom dalam website jogjakonveksi.com sudah sesuai dengan tujuan. Dilihat dari strategi pengembangan jogjakonveksi.com dapat dikatakan sudah menuju ke arah pengembangan yang jelas. Jogjakonveksi.com sudah mulai melepaskan beban pada fokus produksi dan akan lebih fokus dalam menciptakan peluang kerjasama yang baru dengan berbagai pihak untuk menuju ke sharing ekonomi. Tujuan sharing ekonomi sudah mulai bisa diterapkan terbukti dengan beberapa perusahaan supplier sudah mulai bergabung dengan jogjakonveksi.com, seperti perusahaan mesin bordir, perusahaan kain, dan benang. Beberapa konveksi dan supplier yang sudah bekerja sama mulai masuk dan ada beberapa perusahaan akan melakukan kontrak dalam waktu dekat.

Kata kunci: Evaluasi, pengelolaan, strategi komunikasi, komunikasi pemasaran, website, sharing ekonomi, konveksi.

ABTRACT

Evaluation of management of marketing communication strategy is an effort to maximize the marketing communication strategy undertaken by a company. The website is an innovation that the company can do in the way of implementing marketing communication strategy in accordance with the development of the current era. Without the evaluation of management of marketing communication strategy, the company can not assess the management of marketing communication strategy in accordance with the original purpose of the marketing communications strategy or adjustment of the implementation of with new goal. This thesis is about how the evaluation by the company to the marketing communication strategy as well as the appropriateness of the objectives of e-commerce activities through jogjakonveksi.com which is run by CV. Creative Kingdom. The purpose of this study was to analyze, determine and evaluate marketing strategies of communication's CV. Creative Kingdom using a website called jogjakonveksi.com. This research is a qualitative evaluation of with the case study approach. Qualitatively, the researchers took all that happens on the field when the research is done in the form of a report in a straightforward and candid. The case study is to understand the situation in depth according to the e-commerce program conducted by CV.Creative Kingdom through the website jogjakonveksi.com. Research data collection techniques are observation, interviews, documentation and triangulation. The results showed that the planning, implementation, and evaluation by CV. Creative Kingdom using jogjakonveksi.com website are in accordance with the objectives. Judging from the development strategy jogjakonveksi.com was headed toward a clear development. Jogjakonveksi.com already started releasing the load on the production focus and begin to focus more on creating new opportunities for cooperation with various parties to get to the sharing of economy. The purpose of the sharing of economy has begun to be implemented as evidenced by some of the company's suppliers have already started joining jogjakonveksi.com, such as embroidery machine company, firm fabric and yarn company. Some garment and suppliers who already work together started to join and some companies will perform the contract in the near future.

Keywords: Evaluation, management, marketing strategy, communication strategy, website, sharing of economy, garment.