

ABSTRACT

Evaluation Process Product Sales Through E-Commerce In PT. Panatrade Caraka To Increase Sales Method Using TOWS (*Threat, Weakness, Opportunity, Strength*)

Currently the world trade is no longer limited space and time. Human mobility is high and the technology that is currently growing rapidly demanding commercial world are able to provide services and goods quickly according to customer demand. Internet users are growing in Indonesia, making the *E-Commerce* into the fields of business is right for the company, and to continue to develop its business activities. To re-implement *E-Commerce* in support of the organization's business needs to consider five main components namely; *product development, promotion, online transactions, product delivery and after sales support*. to 5 components will mutually support one another to obtain revenue and better profit better. to have the *E-Commerce* site, Owner PT Panatrade Caraka feel not maximal utilization of E-Commerce that exist in the company, and therefore the author of a report called "Proposed Sale of Products Through *E-Commerce* In PT. Panatrade Caraka To Increase Sales Method Using tows "among other things how to improve the effectiveness of the use of web / internet (now) to the *E-Commerce* intact and how to create the alignment with existing partners through *E-Commerce*.

Keywords: E-Commerce, E-Commerce Proposed Strategy, tows E-Commerce

ABSTRAK

Evaluasi Proses Penjualan Produk Melalui E-Commerce Di PT. Panatrade Caraka Untuk Meningkatkan Penjualan Dengan Menggunakan Metode TOWS (*Threat, Weakness, Opportunity, Strength*)

Saat ini dunia perdagangan tidak lagi dibatasi ruang dan waktu. Mobilitas manusia yang tinggi dan teknologi yang saat ini berkembang pesat menuntut dunia perdagangan mampu menyediakan layanan jasa dan barang dengan cepat sesuai dengan permintaan konsumen. Transaksi melalui internet ini lebih dikenal dengan nama *E-Commerce* yang menghubungkan antara produsen dengan produsen, produsen dengan konsumen, konsumen dengan produsen dan konsumen dengan konsumen. Pengguna internet yang terus bertambah di indonesia, membuat *E-Commerce* menjadi ladang bisnis yang tepat bagi perusahaan, dan untuk terus mengembangkan kegiatan bisnisnya. Untuk meng-implementasikan *E-Commerce* dalam mendukung bisnis organisasi perlu di perhatikan 5 komponen utama yaitu ; *pengembangan produk, promosi, transaksi online, product delivery* dan *after sales support*. ke 5 komponen tersebut akan saling mendukung satu dengan lainnya untuk memperoleh *revenue* dan *profit* yang lebih baik. dengan memiliki situs *E-Commerce*, Owner PT Panatrade Caraka merasakan belum maksimalnya pemanfaatan *E-Commerce* yang ada pada perusahaannya, maka dari itu penulis membuat laporan yaitu “Usulan Penjualan Produk Melalui E-Commerce Di PT. Panatrade Caraka Untuk Meningkatkan Penjualan Dengan Menggunakan Metode TOWS” antara lain bagaimana meningkatkan efektifitas dari pemanfaatan web/internet (sekarang) menuju *E-Commerce* yang utuh dan bagaimana menciptakan keterpaduan dengan mitra yang ada melalui *E-Commerce*.

Kata Kunci : *E-Commerce, Usulan StrategI E-Commerce, TOWS E-Commerce*