

ABSTRAK

Nurhaida, PENGEMBANGAN APLIKASI MARKETPLACE DENGAN STRATEGI E-MARKETING LOCAL BRAND DISTRO SUMATERA BARAT BERBASIS WEB

Perkembangan teknologi, dunia digital dan internet berdampak kuat pada dunia pemasaran. Diciptakannya teknologi *e-marketing* sebagai salah satu strategi pemasaran yang mampu menjangkau jaringan masyarakat luas. Perancangan *e-marketing* dalam penelitian ini ditujukan kepada Local Brand distro yang ada di Sumatera Barat. Permasalahan yang dihadapi oleh Local Brand Distro Sumatera Barat adalah minimnya strategi pengembangan usaha, masih menggunakan sistem traditional marketing. Jangkauan pasar sempit, Keterbatasan media promosi. Metode penelitian yang dilakukan dengan menganalisa kebutuhan yang dapat menghasilkan pemodelan sistem pemasaran digital dengan menggunakan perancangan sistem UML. Penelitian ini menghasilkan sebuah analisa dan pengembangan *e-marketing* berbasis marketplace untuk Local Brand Distro Sumatera Barat yang diharapkan mampu menjangkau pasar yang lebih luas, jumlah konsumen meningkat serta dapat menjalin hubungan interaksi penjual dan pembeli tanpa dibatasi ruang dan waktu yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan Local Brand Distro Sumatera Barat . Sistem yang dibangun menghasilkan aplikasi website untuk pemasaran produk yang di produksi oleh pihak Local Brand Distro Sumatera Barat.

Kata Kunci : strategi pemasaran, *e-marketing*, marketplace.