

ABSTRAK

OPTIMALISASI E-COMMERCE DENGAN DIGITAL MARKETING DI PT.SAMSONITE INDONESIA

Perkembangan e-Commerce di Indonesia yang semakin cepat dan juga didukung era pemasaran digital, serta hadirnya metode pembayaran digital membuat PT.Samsonite Indonesia ingin melihat lebih dalam lagi apa yang sudah dilakukan di bisnis e-commerce selama ini dengan pemasaran digitalnya sudah berjalan optimal atau belum. Dengan metode kuantitatif deskriptif didukung dengan penggunaan tabel analisa dari hasil TOWS Matrix yang didiskusikan dengan manajemen perusahaan didapatkan perlunya intensifikasi lokasi area penjualan online untuk meningkatkan pangsa pasar, diversifikasi barang jual untuk menambah keuntungan penjualan serta bersaing dengan kompetitor di lokasi penjualan online, maksimalisasi metode pembayaran digital untuk menambah penjualan dikarenakan penggunaannya semakin bertambah, serta extensifikasi media komunikasi baik offline maupun online sehingga strategi e-commerce yang sudah berjalan bisa lebih optimal.

Kata Kunci: *e-commerce*, online, pembayaran digital, produk, dompet digital, media komunikasi