

## UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

---

*School of Business Management*  
Jurusan Manajemen dan Sistem Informasi  
Skripsi Sarjana Strata 1  
Semester Genap tahun 2014/2015

**PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI CRM BERBASIS WEB PADA PT.  
INOVASI SUKSES SENTOSA**

Frederycy Indra Julio Husain 1401118056

**Abstract**

PT. Inovasi Sukses Sentosa (Indotrading.com) is an online site e-marketplace for B2B company. The difficulty in closing with new customer also customers who do not extend using indotrading.com impact on firm profitability, and without loyalty program and customer data processing will driver a neccessity of a e-CRM System for indotrading.com. The purpose of this research is to increase customer services and help firm to plan strategies through e-CRM. E-CRM development will concern on customer data processing to gather useful information for internal in strategy planning and increase customer satisfaction through loyalty program and customer services. Research method used are consists of 3 method : Data Collection Method (interview, observation, and literature view), Analysis Method (Porter Five Forces, SWOT Analysis IFE & EFE Matrix, IE Matrix, Grand Strategy Matrix, QSPM Matix ), and Design Method will using OOAD Methods(Activity Diagram, Use case Diagram, Class Diagram, Sequence Diagram, User Interface, Software Architecture). (FH)

**Keywords** : e-marketplace, B2B Company, e-CRM, OOAD Methods

## Abstrak

PT. Inovasi Sukses Sentosa (Indotrading.com) sebuah perusahaan jasa berupa situs online *e-marketplace for B2B Company*. Kesulitan dalam *closing* dengan pelanggan baru serta pelanggan yang berhenti berlangganan dengan indotrading.com mempengaruhi profitabilitas indotrading.com serta belum adanya program loyalitas dan pengolahan data pelanggan memicu diperlukannya sebuah sistem e-CRM yang tepat bagi indotrading.com. Penelitian ini bertujuan untuk dapat meningkatkan pelayanan pelanggan dan membantu perusahaan untuk perencanaan strategis melalui e-CRM. Pengembangan e-CRM akan berfokus pada pengolahan data pelanggan untuk mendapatkan informasi yang berguna untuk internal perusahaan dalam perencanaan strategis dan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan program loyalitas dan layanan pelanggan. Metode penelitian dibagi menjadi 3 yaitu : Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan Wawancara, Studi Kepustakaan, dan Observasi. Kemudian metode analisis dilakukan dengan Analisis Kekuatan Porter, SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat), matriks IFE (Internal Factor Evaluation) – EFE (Eksternal Factor Evaluation), matriks IE (Internal-Eksternal), Matriks *Grand Strategy*, dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Metode perancangan dilakukan dengan metode OOAD (*activity diagram, usecase diagram, class diagram, sequence diagram, dan user interface*). (FH)

**Kata kunci** : *e-marketplace*, Perusahaan B2B , *e-CRM*, metode OOAD

