

**STRATEGI *UP-SELLING* DAN *CROSS-SELLING* PADA PROSES  
PENJUALAN PENGRAJIN SONGKET HJ. CEK ONAH PALEMBANG**

**SKRIPSI**

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi  
di Program Studi Sistem Informasi Profesional S1



Oleh

**Muhammad Ihsan  
NIM. 09031481619035**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI PROFESIONAL  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
JANUARI 2018**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI *UP-SELLING* DAN *CROSS-SELLING* PADA PROSES  
PENJUALAN PENGRAJIN SONGKET HJ. CEK ONAH PALEMBANG**

Sebagai salah satu syarat untuk penyelesaian studi  
di Program Studi Sistem Informasi Profesional S1

Oleh

**Muhammad Ihsan 09031481619035**


**Palembang, Januari 2018**

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sistem Informasi,**



**Endang Lestari Ruskan, M.T.**  
NIP. 197811172006042001

**Pembimbing,**



**Fathoni, S.T., MMSI.**  
NIP. 197210182008121001

## HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Ihsan  
NIM : 09031481619035  
Program Studi : Sistem Informasi Profesional  
Judul Skripsi : Strategi *Up-Selling* dan *Cross-Selling* Pada Proses Penjualan Hj. Cek Onah Palembang

Hasil Pengecekan *Software iThenticate/Turnitin* : 10 %

Menyatakan bahwa laporan tugas akhir saya merupakan hasil karya sendiri dan bukan hasil penjiplakan / plagiat. Apabila ditemukan unsur penjiplakan / plagiat dalam laporan tugas akhir ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan oleh siapapun.



Palembang, Januari 2018



**Muhammad Ihsan**  
**NIM. 09031481619035**


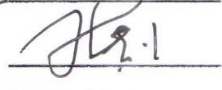
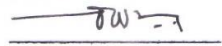
## HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Senin

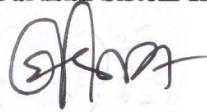
Tanggal : 18 Desember 2017

Tim Penguji:

- |                       |                        |   |
|-----------------------|------------------------|---|
| 1. Ketua (Pembimbing) | : Fathoni, S.T., MMSI. |     |
| 2. Anggota I          | : Ahmad Rifai, M.T.    |   |
| 3. Anggota II         | : Dwi Rosa Indah, M.T. |  |

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Sistem Informasi,**



**Endang Lestari Ruskan, M.T.**  
**NIP. 197811172006042001**

## KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat, rahmat dan hidayah-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“STRATEGI UP-SELLING DAN CROSS-SELLING PADA PROSES PENJUALAN PENGRAJIN SONGKET HJ. CEK ONAH PALEMBANG”** dalam rangka menyelesaikan pendidikan Sarjana pada Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, pengarahan serta semangat dari berbagai pihak dan menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Jaidan Jauhari, S.Pd, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
2. Ibu Endang Lestari Ruskan, M.T. selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Fathoni, S.T., MMSI. selaku dosen Pembimbing yang telah memberikan bantuan dan bimbingan hingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Kedua Orang Tuaku Tercinta almarhum ayah Ir. H. Hasan Basri, dan ibunda Hj. Umayyah, S.Pd, M.M. yang selalu mendoakan, memotivasi, dukungan, dan kasih sayang kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Ibu Hj. Umayyah, S.Pd, M.M. selaku Pemilik Pengrajin Songket Hj. Cek Onah Palembang yang telah memberikan kesempatan penelitian.

6. Seluruh Pimpinan, Staf pengajar, Administrasi dan Karyawan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya
7. Teman- teman dan Sahabat seperjuangan di Sistem Informasi Profesional 2016 yang selalu memberikan saran, kritik, support dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
8. Untuk saudara-saudaraku yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan motivasi, semangat, saran, dan kritiknya.

Penulis menyadari akan banyaknya kekurangan dalam Skripsi ini. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan agar di masa-masa yang akan datang bisa lebih baik lagi. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, Januari 2018

Penulis

## ABSTRAK

### STRATEGI *UP-SELLING* DAN *CROSS-SELLING* PADA PROSES PENJUALAN PENGRAJIN SONGKET HJ. CEK ONAH PALEMBANG

Oleh

**Muhammad Ihsan**  
**09031481619035**

Pengrajin Songket Hj. Cek Onah Palembang merupakan salah satu tempat kerajinan tangan tenun songket yang belum menerapkan strategi pada proses penjualan dan pemasaran produk sehingga mengalami penurunan daya saing antar pengrajin songket. Guna meningkatkan daya saing antar pengusaha songket maka dibuatlah Strategi *Up-Selling* dan *Cross-Selling* Pada Proses Penjualan Pengrajin Songket Hj. Cek Onah Palembang. Strategi ini dibangun berdasarkan metode pengembangan sistem waterfall menurut Sommerville (2011) dengan notasi Diagram Konteks, *DFD*, *ERD*, dan bahasa pemrogramannya adalah *PHP* serta *MySQL* sebagai *DBMS*. Hasil dari analisis yang dilakukan, Sistem Penjualan dengan Strategi *Up-Selling* dan *Cross-Selling* memiliki beberapa kelebihan, diantaranya adalah mendukung proses penjualan secara online, memberikan penawaran produk *Cross-Selling* dan *Up-Selling*, memberikan informasi produk terbaru melalui email serta pemberian dan penukaran poin kepada pelanggan yang telah melakukan pembelian. Selain itu sistem ini juga menghasilkan beberapa laporan diantaranya adalah laporan transaksi, laporan produk, dan laporan pelanggan sehingga memudahkan pemilik dalam melakukan evaluasi untuk menerapkan strategi penjualan ke bulan berikutnya.

## **ABSTRACT**

### **UP-SELLING AND CROSS-SELLING STRATEGIES ON SELLING PROCESS FOR HJ. CEK ONAH SONGKET CRAFTSMEN PALEMBANG**

**By**

**Muhammad Ihsan  
09031481619035**

Craftsmen Songket Hj. Cek Onah Palembang is one of the handicraft of songket weaving which has not applied the strategy in the process of selling and marketing the product so that decreasing the power of daylight between songket craftsmen. In order to improve competitiveness among entrepreneurs songket then made Up-Selling and Cross-Selling strategy on selling process Songket Hj. Cek Onah Palembang. This strategy was built based on the method of waterfall system development according to Sommerville (2011) with the notation of Context Diagram, DFD, ERD, and programming languages are PHP and MySQL as DBMS. The results of the analysis, Selling System with Up-Selling and Cross-Selling Strategy have some bennefits, such as supporting the online selling process, offering Cross-Selling and Up-Selling products, providing latest product information via email and granting and also exchange points to customers who have made a purchase. In addition, this system also produces several reports including transaction reports, product reports, and customer reports that facilitate owner on doing evaluation to apply selling strategy to the following months.



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan Penelitian .....	4
1.3 Manfaat Penelitian .....	4
1.4 Batasan Masalah .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
2.1 Strategi .....	6
2.2 Penjualan .....	7
2.2.1 Tujuan Penjualan .....	8
2.2.2 Jenis dan Bentuk Penjualan.....	8
2.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan .....	10
2.3 CRM.....	12
2.3.1 Tujuan CRM.....	13
2.3.2 Tahapan-tahapan CRM.....	13
2.4 <i>Up-Selling</i> dan <i>Cross-Selling</i> .....	14
2.5 Songket .....	16
2.6 Sejarah Singkat Pengrajin Songket Hj, Cek Onah .....	16

2.7	Struktur Organisasi Pengrajin Songket Hj, Cek Onah .....	17
2.8	Perancangan Sistem .....	18
2.8.1	Diagram Konteks .....	18
2.8.2	DFD .....	19
2.8.3	ERD .....	21
2.8.4	<i>PHP</i> .....	21
2.8.5	Mysql .....	22
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1	Metode Pengumpulan Data .....	23
3.1.1	Jenis Data .....	23
3.1.2	Sumber Data .....	24
3.1.3	Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.2	Metode Pengembangan Sistem .....	26
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM .....</b>	<b>31</b>
4.1	Definisi Kebutuhan .....	31
4.1.1	Analisis Sistem yang Digunakan .....	32
4.1.2	Evaluasi Sistem yang Digunakan .....	33
4.1.3	Tabel Pernyataan Masalah .....	34
4.1.4	Kendala Pengembangan Sistem.....	35
4.1.5	Domain Permasalahan .....	35
4.1.6	Ishikawa Diagram.....	37
4.1.7	<i>Cause Effect Analysis</i> .....	39
4.1.8	Fase CRM .....	42
4.1.9	Kebutuhan Sistem.....	43
4.1.10	Kebutuhan Perangkat Lunak .....	44
4.2	Desain Sistem dan Perangkat Lunak .....	31
4.2.1	Desain model .....	47
4.2.2	Desain Database .....	55
4.2.3	Desain Tabel dan Relasi Antar Tabel.....	55
4.2.4	Desain Antarmuka .....	63
4.2.4.1	Seluruh <i>User</i> .....	63

4.2.4.2	<i>User Admin</i> .....	67
4.2.4.3	<i>User Pemilik</i> .....	83
4.2.4.4	<i>User Pelanggan</i> .....	90
4.2.5	<i>Desain Input</i> .....	100
4.2.6	<i>Desain Output</i> .....	101
4.2.7	<i>Desain Kontrol</i> .....	102
<b>BAB V</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	103
5.1	Hasil .....	103
5.1.1	Hak Akses Seluruh <i>User</i> .....	103
5.1.2	Hak Akses <i>User Admin</i> .....	106
5.1.3	Hak Akses <i>User Pemilik</i> .....	117
5.1.4	Hak Akses <i>User Pelanggan</i> .....	121
5.2	Pembahasan .....	129
5.2.1	Implementasi dan Pengujian Unit.....	129
5.2.2	Integrasi dan Pengujian Sistem.....	130
5.2.3	Operasi dan Pemeliharaan .....	134
<b>BAB VI</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	135
6.1	Kesimpulan.....	135
6.2	Saran .....	136
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	137

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1	Struktur Organisasi Pengrajin Songket Hj. Cek Onah ..... 17
Gambar 2.2	Diagram Konteks ..... 19
Gambar 3.1	Metode Pengembangan Sistem Waterfall ..... 26
Gambar 4.1	Flowchart Proses Penjualan yang Sedang Digunakan ..... 32
Gambar 4.2	Ishikawa Diagram (1)..... 37
Gambar 4.3	Ishikawa Diagram (1)..... 38
Gambar 4.4	Ishikawa Diagram (1)..... 38
Gambar 4.5	Diagram Konteks ..... 48
Gambar 4.6	DFD Level 1 ..... 51
Gambar 4.7	DFD Level 2 Proses 1 ..... 52
Gambar 4.8	DFD Level 2 Proses 2 ..... 53
Gambar 4.9	DFD Level 2 Proses 4 ..... 53
Gambar 4.10	DFD Level 2 Proses 7 ..... 54
Gambar 4.11	Database Sistem yang Diusulkan..... 55
Gambar 4.12	ERD Sistem yang Diusulkan..... 55
Gambar 4.13	Rancangan tampilan halaman <i>home</i> ..... 63
Gambar 4.14	Rancangan tampilan halaman profil perusahaan..... 64
Gambar 4.15	Rancangan tampilan halaman semua produk ..... 65
Gambar 4.16	Rancangan tampilan halaman cara pembelian ..... 66
Gambar 4.17	Rancangan tampilan halaman hubungi kami ..... 67
Gambar 4.18	Rancangan tampilan halaman <i>login</i> admin ..... 68
Gambar 4.19	Rancangan tampilan halaman <i>home</i> admin..... 69
Gambar 4.20	Rancangan tampilan halaman kelola cara pembelian ..... 70
Gambar 4.21	Rancangan tampilan halaman kelola profil perusahaan..... 71
Gambar 4.22	Rancangan tampilan halaman kelola produk ..... 72
Gambar 4.23	Rancangan tampilan halaman kelola katogori produk..... 73
Gambar 4.24	Rancangan tampilan halaman kelola order masuk..... 74
Gambar 4.25	Rancangan tampilan halaman lihat pesan masuk..... 75
Gambar 4.26	Rancangan tampilan halaman kelola ongkos kirim ..... 76

Gambar 4.27	Rancangan tampilan halaman laporan produk .....	77
Gambar 4.28	Rancangan tampilan halaman laporan transaksi .....	78
Gambar 4.29	Rancangan tampilan halaman kelola <i>up-selling</i> .....	79
Gambar 4.30	Rancangan tampilan halaman kelola <i>cross-selling</i> .....	80
Gambar 4.31	Rancangan tampilan halaman data pelanggan .....	81
Gambar 4.32	Rancangan tampilan halaman kirim email .....	82
Gambar 4.33	Rancangan tampilan halaman ganti password admin .....	83
Gambar 4.34	Rancangan tampilan halaman login pemilik .....	84
Gambar 4.35	Rancangan tampilan halaman <i>home</i> pemilik.....	85
Gambar 4.36	Rancangan tampilan halaman laporan produk .....	86
Gambar 4.37	Rancangan tampilan halaman laporan order .....	87
Gambar 4.38	Rancangan tampilan halaman laporan pesan masuk.....	88
Gambar 4.39	Rancangan tampilan halaman laporan transaksi .....	89
Gambar 4.40	Rancangan tampilan halaman ganti password .....	90
Gambar 4.41	Rancangan tampilan halaman home pelanggan .....	91
Gambar 4.42	Rancangan tampilan halaman registrasi.....	92
Gambar 4.43	Rancangan tampilan halaman detail produk .....	93
Gambar 4.44	Rancangan tampilan halaman keranjang belanja .....	94
Gambar 4.45	Rancangan tampilan halaman penawaran <i>up-selling</i> dan <i>cross-selling</i> .....	95
Gambar 4.46	Rancangan tampilan halaman order produk.....	96
Gambar 4.47	Rancangan tampilan halaman upload pembayaran .....	97
Gambar 4.48	Rancangan tampilan halaman profil pelanggan .....	98
Gambar 4.49	Rancangan tampilan halaman riwayat transaksi .....	99
Gambar 4.50	Rancangan tampilan halaman tukar poin .....	100
Gambar 5.1	Halaman Home.....	103
Gambar 5.2	Halaman Profil perusahaan .....	104
Gambar 5.3	Halaman Semua Produk.....	104
Gambar 5.4	Halaman Cara Pembelian .....	105
Gambar 5.5	Halaman Hubungi Kami .....	106
Gambar 5.6	Halaman <i>Login</i> Admin.....	107
Gambar 5.7	Halaman <i>Home</i> Admin.....	107

Gambar 5.8	Halaman Kelola Cara Pembelian .....	108
Gambar 5.9	Halaman Kelola Cara Profil Perusahaan.....	109
Gambar 5.10	Halaman Kelola Produk .....	109
Gambar 5.11	Halaman Kelola Kategori Produk .....	110
Gambar 5.12	Halaman Kelola Order Masuk .....	111
Gambar 5.13	Halaman Lihat Pesan Masuk.....	111
Gambar 5.14	Halaman Kelola Ongkos Kirim.....	112
Gambar 5.15	Halaman Kelola <i>Up-Selling</i> .....	113
Gambar 5.16	Halaman Kelola <i>Cross-Selling</i> .....	113
Gambar 5.17	Halaman Kelola Data Pelanggan .....	114
Gambar 5.18	Halaman Kirim Email .....	115
Gambar 5.19	Halaman Laporan Produk .....	115
Gambar 5.20	Halaman Laporan Transaksi .....	116
Gambar 5.21	Halaman Ganti Password Admin.....	117
Gambar 5.22	Halaman Login Pemilik .....	118
Gambar 5.23	Halaman Laporan Produk .....	118
Gambar 5.24	Halaman Laporan Order.....	119
Gambar 5.25	Halaman Laporan Pesan Masuk.....	120
Gambar 5.26	Halaman Laporan Transaksi .....	120
Gambar 5.27	Halaman Ganti Password Pemilik.....	121
Gambar 5.28	Halaman Home Pelanggan.....	122
Gambar 5.29	Halaman Registrasi .....	122
Gambar 5.30	Halaman Detail Produk.....	123
Gambar 5.31	Halaman Keranjang Belanja .....	124
Gambar 5.32	Halaman Penawaran <i>Up-Selling</i> dan <i>Cross-Selling</i> .....	124
Gambar 5.33	Halaman Order Produk .....	125
Gambar 5.34	Halaman Upload Pembayaran.....	126
Gambar 5.35	Halaman Profil Pelanggan.....	126
Gambar 5.36	Halaman Riwayat Transaksi .....	127
Gambar 5.37	Halaman Detail Order .....	128
Gambar 5.38	Halaman Tukar Poin .....	128

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1	Simbol DFD ..... 20
Tabel 2.2	Simbol ERD ..... 21
Tabel 4.1	Pernyataan Masalah ..... 34
Tabel 4.2	<i>Cause-Effect Analysis &amp; System Improvement Objective</i> ..... 39
Tabel 4.3	Fase CRM ..... 42
Tabel 4.4	Kebutuhan Sistem ..... 44
Tabel 4.5	Kebutuhan Perangkat Lunak ..... 45
Tabel 4.6	<i>Cross-Selling</i> ..... 56
Tabel 4.7	Hubungi..... 56
Tabel 4.8	Kategori..... 57
Tabel 4.9	Kota..... 57
Tabel 4.10	Orders..... 58
Tabel 4.11	Orders Detail ..... 58
Tabel 4.12	Orders Temp..... 59
Tabel 4.13	Produk ..... 59
Tabel 4.14	Shop Pengiriman ..... 60
Tabel 4.15	<i>Up-Selling</i> ..... 60
Tabel 4.16	User ..... 61
Tabel 5.1	Black Box Testing..... 131

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Form Perbaikan Ujian Komprehensif
Lampiran 2	Kartu Konsultasi
Lampiran 3	Surat Keputusan Tugas Akhir
Lampiran 4	Surat Pengantar Pengumpulan Data
Lampiran 5	Form Wawancara
Lampiran 6	Surat Telah Melakukan Penelitian
Lampiran 7	Sertifikat Nilai Toefl
Lampiran 8	Lembar Rekomendasi Ujian Komprehensif
Lampiran 9	Lembar Hasil Cek Plagiat



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Penggunaan teknologi informasi saat ini di Indonesia khususnya internet berkembang dengan cepat. Menurut O'Brien (2003) internet adalah jaringan komputer yang berkembang pesat dari jutaan bisnis, jaringan pemerintahan maupun pendidikan yang saling berhubungan dengan jumlah penggunanya lebih dari 200 negara. Penggunaan internet memberikan kontribusi yang besar dalam dunia bisnis. Selain itu, penggunaan internet disektor bisnis merupakan langkah yang baik untuk meningkatkan perkembangan suatu bisnis yang baru maupun yang sudah lama. Jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat pesat dari tahun ke tahun, seperti pada tahun 2002 jumlah pengguna internet sebanyak 4,5 juta jiwa (Qomariyah, 2010) dan pada tahun 2011 jumlahnya meningkat menjadi 45 juta jiwa (Wulandari, 2013). Transaksi jual beli online atau *e-commerce* merupakan salah satu penerapan penggunaan internet.

Jumlah pengguna internet yang terus meningkat menunjukkan bahwa bisnis online memiliki peluang untuk berkembang dan akan terus berlanjut selama lima tahun ke depan. Seiring meningkatnya jumlah pengguna internet, banyak pebisnis Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mulai beralih ke dunia bisnis online. Menurut Rudjito (2003) Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia yang memiliki peranan yang penting dalam perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha maupun dari segi penciptaan lapangan kerja.

Salah satu UKM yang berpeluang mengembangkan bisnisnya beralih ke bisnis online adalah pengrajin songket Hj. Cek Onah Palembang.

Pengrajin Songket Hj. Cek Onah Palembang yang terletak di Jalan Ki Gede Ing Suro No.240 Palembang, Sumatera Selatan adalah salah satu tempat kerajinan tangan tenun songket yang memproduksi dan menjual berbagai macam kerajinan tradisional khas Palembang seperti songket, tajung, jumputan, souvenir, dan kerajinan tangan lainnya.

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan, proses pemasaran produk di pengrajin songket Hj. Cek Onah Palembang masih menggunakan cara biasa yaitu dari mulut ke mulut antar kerabat sehingga informasi tentang produk yang dijual belum mencakup secara luas. Selanjutnya ketika barang telah terjual, transaksi dicatat pada nota penjualan. Seiring dengan bertambahnya permintaan pelanggan dan kerjasama mitra songket, data penjualan songket pada pengrajin songket Hj. Cek Onah semakin banyak. Selain itu, tingkat persaingan bisnis dari pengrajin songket yang semakin meningkat dikarenakan adanya beberapa acara tahunan yang diselenggarakan di Palembang. Beberapa pesaing bisnis songket telah menggunakan strategi masing-masing untuk meningkat penjualan produknya.

Proses pemasaran produk tersebut menyebabkan pelanggan mengalami kesulitan tentang produk yang akan dibeli. Proses tersebut juga menyebabkan pemilik mengalami kesulitan ketika ingin mengetahui jumlah keseluruhan transaksi dari tiap produknya. Selain itu untuk meningkatkan daya saing antar pengrajin songket, pengrajin songket Hj. Cek Onah perlu menggunakan strategi

penjualan agar dapat meningkatkan penjualan dan membantu pelanggan dalam proses pemilihan produk sehingga memudahkan pelanggan.

Menurut Adreani (2007) salah satu hal penting dan wajib diperhatikan pada era bisnis sekarang ini yaitu fokus terhadap pelanggan, karena untuk mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan dalam persaingan bisnis faktor tersebut merupakan kunci dari keunggulan kompetitif. Berdasarkan pernyataan diatas, dibutuhkan suatu konsep yang dapat meningkatkan penjualan, pemesanan, dan pelayanan terhadap pelanggan. Manajemen hubungan pelanggan (*Customer Relationship Management* atau disingkat “CRM”) merupakan konsep yang tepat untuk meningkatkan penjualan dan memudahkan pelanggan pengrajin songket Hj. Cek Onah Palembang. Menurut Buttle (2004) CRM merupakan strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan dan mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara menguntungkan. Strategi *Up-Selling* dan *Cross-selling* merupakan strategi CRM yang berpotensi meningkatkan omset penjualan.

Salah satu strategi untuk meningkatkan penjualan dan mengubah pembeli satu produk menjadi pembeli banyak produk yaitu *cross-selling* (Kamakura, 2007). *Cross-selling* melakukan penjualan produk tambahan yang berkaitan maupun tidak berkaitan dengan produk yang telah dibeli sebelumnya, sedangkan *up-selling* melibatkan peningkatan volume penjualan, misalnya pembeli membeli ulang produk yang sama ataupun menambah produk dengan harga yang lebih mahal dan fitur yang lebih kompleks (Kamakura, 2007). Dua strategi CRM

ini memiliki tujuan yang sama, yaitu berusaha meyakinkan pembeli agar membeli produk lebih banyak.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis menarik kesimpulan untuk membuat sebuah sistem yang dapat menyelesaikan permasalahan pada pengrajin songket Hj. Cek Onah Palembang dengan judul **“STRATEGI *UP-SELLING* DAN *CROSS-SELLING* PADA PROSES PENJUALAN PENGRAJIN SONGKET HJ. CEK ONAH PALEMBANG”**

### **1.2. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu menerapkan strategi *up-selling* dan *cross-selling* pada proses penjualan pengrajin songket Hj. Cek Onah Palembang untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan terhadap pelanggan.

### **1.3. Manfaat penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Meningkatkan penjualan produk pada pengrajin songket Hj. Cek Onah Palembang
2. Memudahkan pegawai pengrajin songket Hj. Cek Onah Palembang dalam membuat laporan penjualan produk.
3. Mengurangi kesalahan dalam pendataan transaksi penjualan.
4. Membantu pemilik pengrajin songket Hj. Cek Onah Palembang untuk melihat laporan penjualan produk.

5. Memudahkan pelanggan dalam pembelian dan pencarian informasi dari produk yang ditawarkan sehingga dapat mengurangi biaya operasional pelanggan.

#### **1.4. Batasan Masalah**

Berikut ini merupakan batasan masalah dari penelitian ini :

1. Strategi yang digunakan yaitu *up-selling* dan *cross-selling* untuk meningkatkan penjualan produk.
2. Pengrajin songket Hj. Cek Onah merupakan objek penelitian dari tugas akhir ini.
3. Data yang didapatkan hanya data produk dan proses penjualan produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adreani, F. 2007. *Customer Relationship Management (CRM) dan Aplikasinya dalam Industri Manufaktur dan Jasa Manajemen Pemasaran*, Vol.2, 59-65
- Anhar. 2010. *Panduan Menguasai PHP dan MySQL Secara Otodidak*. Jakarta: Penerbit Mediakita
- Basu Swastha dan Irawan, 1999, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 2. Yogyakarta : Liberty.
- Basu Swastha dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 3. Yogyakarta: BPFE.
- Basu Swastha, dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 4. Yogyakarta: Liberty
- Berry, M. J., & Linoff, G. S. (2004). *Data Mining Techniques: For Marketing, Sales, and Customer Relationship Management 2nd Edition*. Jhon Wiley and Sons.
- Boyd, Walker, dan Larrenche, 2000, *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Edisi Kedua Erlangga, Jakarta.
- Buttle, Francis. 2007. *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan) : Concept and Tools*. Bayumedia Publishing, Malang.
- C.J. Date. 2004. *Pengenalan Sistem Basis Data*. Indeks. Jakarta.
- Chasin, J. R. (2003). *Implementation of A Cross-Selling Strategy for A Large Midwestern Healthcare Equipment Company (Ph.D Dissertation)*. Department of Psychology, Southern Illinois University at Carbandole.
- Cohen, M. 2004. *Exploiting response models—optimizing cross-sell and up-sell opportunities in banking*. Information Systems, 39, 327–341.
- Dirgantoro, Crown, 2002, *Strategi Bersaing dalam Bisnis*, buku kedua, Erlangga, Jakarta.
- Imbar, Deny G. 2013. *Aplikasi Penjualan Komputer dengan Metode Crossselling dan Upselling Dilengkapi Algoritma Greedy Dalam Pengambilan Keputusan*. Bandung. Jurnal Sistem Informasi Vol. 8 No. 1. Maret 2013: 95-111
- Jogiyanto, H.M. 2005. *Analisa Dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset

- Kalakota, R. dan Robinson, M. 2001. *E - Business 2.0 Roadmap for Success*. Massachusetts: Addison Wesley Longman.
- Kamakura, A.Wagner. 2007. "Cross Selling: Offering the Right Product to the Right Customer at the Right Time." *Journal of Relationship Marketing* 6 (3/4) : 41-58.
- Kaplan, Robert S. dan Norton, David P., 1996, *Balanced Scorecard, Menerjemahkan Strategi Menjadi Aksi*, Alih Bahasa : Peter R. Yosi Pasla, 2000, Jakarta : Erlangga.
- Kim HS, Kim YG. 2007. A Study on Developing CRM Scorecard. *Proceeding of the 40th Hawaii International Conference System Sciences*. Hawaii.
- Morisawa T. 2002. Building Performance Measurement System with the Balanced Scorecard Approach. *NRI Papers* 45.
- Nadlifatin R, Mudjahidin, Mahendrawathi Er. 2009. Pengukuran Performansi Praktik Pengelolaan Hubungan Pelanggan Dengan Menggunakan Kerangka CRM Scorecard (Studi Kasus : PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk). *Institut Teknologi Sepuluh November*
- Nugroho, Bunafit. 2005. *Aplikasi Pemrograman Web Dinamis dengan PHP dan MySQL*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media
- O'Brien, James A. 2003. *Introduction to Information System : Essentials for the E-business Enterprise*. (11th edition). McGraw Hill Inc, New York.
- Pressman, Roger S. 2012. *Rekayasa Perangkat Lunak – Buku Satu, Pendekatan Praktisi (Edisi 7)*. Yogyakarta: Andi.
- Qomariyah, Astutik Nur. 2010. "Perilaku Penggunaan Internet pada Kalangan Remaja di Perkotaan". 1-2.
- Rudianto. 2009. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Grasindo.
- Rudjito. 2003. *Peran Lembaga Keuangan Mikro dalam Otonomi Daerah Guna Menggerakkan Ekonomi Rakyat dan Menanggulangi Kemiskinan*. *Jurnal Ekonomi Rakyat*
- Sanayei & Sadidi. 2011. *Investigation of customer knowledge management (CKM) dimensions*. Kanada: Canadian Center of Science and Education.
- Srimindarti Ceacilia. 2004. *Balanced Scorecard Sebagai Alternatif untuk Mengukur Kinerja*. Fokus Ekonomi, Vol 3 No 1.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke-17. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Supardi, M.d. 2008. *Metodologi Penelitian..* Mataram:Yayasan Cerdas Press.
- Wilde, Silvio. 2011. *Customer Knowledge Management: Improving Customer Relationship through Knowledge Application*. United States of America: Springer.
- Wulandari, Theresia D. 2013. “*The Needs of Internet Literacy in An Ongoing Process of Economic Stability*”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 10(1). 49-62.