

**IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) PADA
TOKO KULINER LEMAKRASO KOTA PALEMBANG BERBASIS WEBSITE
DENGAN MENGGUNAKAN STRATEGI *UP-SELLING* DAN *CROSS-SELLING***

SKRIPSI

Program Studi Sistem Informasi

Jenjang Sarjana



Oleh:

Rachmi Muti'ah Fadillah

NIM 09031281924060

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2023

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)
PADA TOKO KULINER LEMAKRASO KOTA PALEMBANG BERBASIS
WEBSITE DENGAN MENGGUNAKAN STRATEGI UP-SELLING DAN
CROSS-SELLING**

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Penyelesaian Studi Di

Program Studi Sistem Informasi SI

Oleh:

Rachmi Muti'ah Fadillah

09031281924060

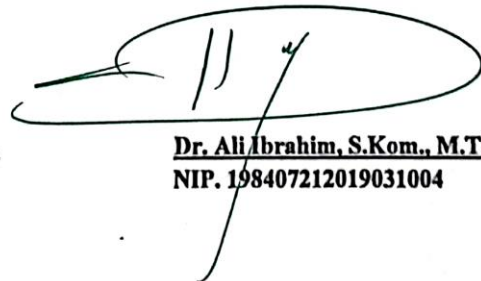
Palembang, 02 Agustus 2023

Mengetahui,
Ketua Jurusan Sistem Informasi,



Endang Lestari Ruskan, M.T.
NIP. 197811172006042001

Pembimbing,



Dr. Ali Ibrahim, S.Kom., M.T.
NIP. 198407212019031004

HALAMAN PERSETUJUAN

Telah accepted jurnal di Jurnal Of Information System and Information (JOISIE)
(Sinta 4)

Hari : Rabu

Tanggal : 13 Juli 2023

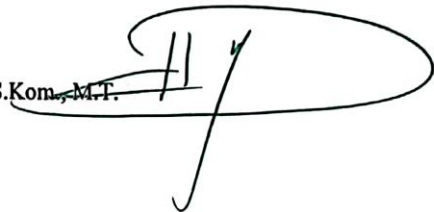
Nama : Rachmi Muti'ah Fadillah

NIM : 09031281924060

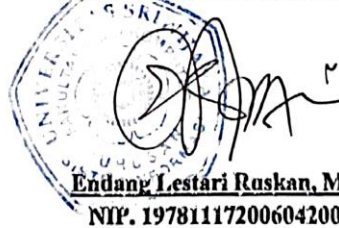
Judul Jurnal : Implementasi *Customer Relationship Management (CRM)*
Berbasis *Website* dengan Menggunakan Strategi *Up-selling*
dan *Cross-selling*

Tim Pembimbing:

1. Pembimbing : Dr. Ali Ibrahim, S.Kom., M.T.



Mengetahui,
Ketua Jurusan Sistem Informasi,



Endang Lestari Ruskan, M.T.
NIP. 197811172006042001

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rachmi Muti'ah Fadillah
NIM : 09031281924060
Prodi : Sistem Informasi
Judul Skripsi : Implementasi *Customer Relationship Management (CRM)*
pada Toko Kuliner Lemakraso Kota Palembang Berbasis
Website dengan Menggunakan Strategi *Up-selling* dan
Cross-selling

Hasil Pengecekan *Software iThenticate /Turnitin: 7%*

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

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



Palembang, 02 Agustus 2023

Pennulis,



Rachmi Muti'ah Fadillah

NIM. 09031281924060

HALAMAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Never be sorry for being late to learn something; the longer you dwell on it, the longer your path to success will be.”

**Dengan segala puji syukur kepada Allah Swt.,
skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua, saudara, teman, dan kerabat
yang telah berperan penting dalam pembuatan tugas akhir ini.
Terima kasih banyak atas segala doa dan dukungan yang
selalu menyertai dalam setiap langkah saya.**

KATA PENGANTAR

Puji beserta syukur Penulis panjatkan kepada Allah Swt. Karena telah melimpahkan rahmat, rezeki, dan pertolongan-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang bertajuk “Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) pada Toko Kuliner Lemakraso Kota Palembang Berbasis *Website* dengan Menggunakan Strategi *Up-selling* dan *Cross-selling*” ini. Tugas akhir ini adalah salah satu syarat yang wajib dipenuhi oleh mahasiswa/i Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak terkait. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Swt. yang telah memberikan rahmat, rezeki, anugerah, dan pertolongan-Nya kepada penulis sehingga Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Jaidan Jauhari, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
3. Ibu Endang Ruskan Lestari, M.T. selaku kepala jurusan Studi Sistem Informasi Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Dr. Ali Ibrahim, S.Kom., M.T. yang telah bersedia membantu memberikan bimbingan serta masukkan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Seluruh Staff dan Dosen yang telah mendidik, membimbing serta mengarahkan penulis selama ini dalam proses belajar mengajar di Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
6. Admin Program Studi Sistem Informasi yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam segala urusan administrasi.

7. Seluruh teman seperjuangan kelas Sistem Informasi Reguler C angkatan 2019, terima kasih telah kebersamai selama 4 tahun ini.
8. Ibu Rahmi Hidayati selaku pemilik Toko Kuliner Lemakraso Kota Palembang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam melakukan wawancara dan membimbing selama proses penelitian berlangsung.
9. Seluruh kucing peliharaan penulis yang telah menjadi penyemangat penulis mulai dari kegiatan perkuliahan hingga tahap pembuatan tugas akhir ini
10. Dino SEVENTEEN yang secara tidak langsung telah menjadi penyemangat penulis dari awal perkuliahan hingga tahap pembuatan tugas akhir ini.
11. Teman-teman penulis dari komunitas *Conan Fans Club* yang telah menemani penulis sampai di tahap ini.
12. Diri penulis sendiri yang telah berjuang dan tetap bertahan hingga detik ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Penulis berharap tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

Palembang, 02 Agustus 2023
Penulis,



Rachmi Muti'ah Fadillah
NIM 09031281924060

**IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)
PADA TOKO KULINER LEMAKRASO KOTA PALEMBANG BERBASIS
WEBSITE DENGAN MENGGUNAKAN STRATEGI *UP-SELLING* DAN
*CROSS-SELLING***

Oleh

Rachmi Muti'ah Fadillah

09031281924060

ABSTRAK

Toko Kuliner Lemakraso adalah usaha kuliner berbasis makanan dan olahan beku (*frozen food*) yang beroperasi di Kota Palembang, Sumatera Selatan. Saat ini, proses pemasaran toko masih dilakukan secara manual, sehingga hasil promosi masih belum optimal. Terdapat juga masalah dalam melakukan rekapitulasi data transaksi dan data pelanggan yang masih menggunakan cara manual. Selain itu, tidak ada strategi khusus yang diimplementasikan untuk meningkatkan omset penjualan. Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) pada sistem informasi penjualan pada Toko Kuliner Lemakraso dapat mengatasi berbagai permasalahan yang ada. Terdapat juga strategi *Up-selling* dan *Cross-selling* yang diterapkan pada sistem informasi penjualan berbasis *website* untuk meningkatkan omset penjualan toko. Metode pengembangan sistem yang digunakan adalah metode *Waterfall*. Implementasi CRM akan memudahkan toko dalam melakukan promosi produk secara *online* dan *real-time*, menyimpan keseluruhan data secara terintegrasi dengan *database*, serta mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi tanpa harus datang ke toko secara langsung.

Kata Kunci: CRM, *Up-Selling*, *Cross-Selling*, Toko Kuliner, Penjualan, *Waterfall*

**THE IMPLEMENTATION OF CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT (CRM) FOR LEMAKRASO CULINARY STORE IN
PALEMBANG CITY UTILIZING WEBSITE-BASED UP-SELLING AND
CROSS-SELLING STRATEGIES**

By

Rachmi Muti'ah Fadillah

09031281924060

ABSTRACT

Lemakraso Culinary Store is a frozen food-based culinary business operating in Palembang, South Sumatra. Currently, the store's marketing process is still manually conducted, resulting in suboptimal promotion results. There are also issues with manually summarizing transaction and customer data. Furthermore, there is no specific strategy implemented to increase sales revenue. The application of Customer Relationship Management (CRM) to Lemakraso Culinary Store's information system can solve various existing problems. Up-selling and cross-selling strategies are also applied to the website-based information system to increase the store's sales revenue. The Waterfall method is used for system development. The implementation of CRM will facilitate the store in promoting products online and in real-time, integrate all data with the database, and enable customers to transact without having to physically visit the store.

Keywords: CRM, Up-Selling, Cross-Selling, Culinary Store, Sales, Waterfall

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Sistem Informasi	9
2.2.2 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	12
2.2.2.1 Pengertian <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	12
2.2.2.2 Manfaat <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	13
2.2.2.3 Tahapan <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	14

2.2.3 <i>Up-Selling</i> dan <i>Cross-Selling</i>	15
2.2.3.1 <i>Up-Selling</i>	15
2.2.3.2 <i>Cross-Selling</i>	17
2.2.4 PHP	19
2.2.5 MySQL	19
2.2.6 Bagan Alir (<i>flowchart</i>)	20
2.2.7 <i>Data Flow Diagram</i> (DFD)	22
2.2.8 <i>Entity Relationship Diagram</i> (ERD)	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Objek Penelitian	25
3.2 Teknik Pengumpulan Data	25
3.2.1 Jenis Data	25
3.2.2 Sumber Data	25
3.2.3 Metode Pengumpulan Data	25
3.3 Metode Pengembangan Sistem Informasi	26
3.4 Domain Permasalahan	28
3.5 Analisis Masalah	30
3.6 Perancangan Logika	31
3.6.1 <i>Data Flow Diagram</i> (DFD)	31
3.6.1.1 Diagram Konteks (<i>Context Diagram</i>)	31
3.6.1.2 DFD Level 1	33
3.6.1.3 DFD Level 2 Proses 1	36
3.6.1.4 DFD Level 2 Proses 3	37
3.6.1.5 DFD Level 2 Proses 6	37
3.6.1.6 DFD Level 2 Proses 7	38
3.6.2 <i>Entity Relationship Diagram</i> (ERD)	39

3.7 Perancangan Fisik	40
3.7.1 Skema Database	40
3.7.2 Perancangan Antarmuka	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Hasil	56
4.2 Pembahasan	56
4.2.1 Halaman Pelanggan.....	56
4.2.1.1 Halaman Home.....	56
4.2.1.2 Halaman Register	57
4.2.1.3 Halaman Login	58
4.2.1.4 Halaman Cart	59
4.2.1.5 Halaman Checkout	61
4.2.1.6 Halaman Checkout Success	61
4.2.1.7 Halaman Order Detail	62
4.2.1.8 Halaman Order Confirm	63
4.2.1.9 Halaman Profile	64
4.2.1.10 Halaman Update Profile	64
4.2.1.11 Halaman My Order	65
4.2.1.12 Halaman Gallery	66
4.2.1.13 Halaman Testimonial	67
4.2.2 Halaman Admin	67
4.2.2.1 Halaman Login (Admin)	67
4.2.2.2 Halaman Category	68
4.2.2.3 Halaman Add Category	68
4.2.2.4 Halaman Product	69
4.2.2.5 Halaman Add Product	70

4.2.2.6 Halaman Order	70
4.2.2.7 Halaman User	71
4.2.2.8 Halaman Add User	72
4.2.3 Halaman Owner	72
4.2.3.1 Halaman Login (Owner)	72
4.2.3.2 Halaman Transaction	73
4.3 Pengujian Sistem	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Simbol Flowchart	20
Tabel 2.2 Simbol DFD	22
Tabel 2.3 Simbol ERD	24
Tabel 4.1 Tabel Pengujian Sistem	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Flowchart Metode Up-selling	16
Gambar 2.2 Flowchart Metode Cross-selling	18
Gambar 3.1 Metode Pengembangan <i>Waterfall</i>	26
Gambar 3.2 Diagram Ishikawa Permasalahan I	30
Gambar 3.3 Diagram Ishikawa Permasalahan II	30
Gambar 3.4 Diagram Ishikawa Permasalahan III	31
Gambar 3.5 Diagram Konteks (<i>Context Diagram</i>)	32
Gambar 3.6 DFD Level 1	33
Gambar 3.7 DFD Level 2 Proses 1	36
Gambar 3.8 DFD Level 2 Proses 3	37
Gambar 3.9 DFD Level 2 Proses 6	37
Gambar 3.10 DFD Level 2 Proses 7	38
Gambar 3.11 Entity Relationship Diagram	39
Gambar 3.12 Skema Database	40
Gambar 3.13 Desain Halaman Home	42
Gambar 3.14 Desain Halaman Register	43
Gambar 3.15 Desain Halaman Login	43
Gambar 3.16 Desain Halaman Cart	44
Gambar 3.17 Desain Halaman Checkout	45
Gambar 3.18 Desain Halaman Checkout Success	45
Gambar 3.19 Desain Halaman Order Detail	46
Gambar 3.20 Desain Halaman Order Confirm	47
Gambar 3.21 Desain Halaman Profile	47
Gambar 3.22 Desain Halaman Update Profile	48

Gambar 3.23 Desain Halaman My Order	48
Gambar 3.24 Desain Halaman Category	49
Gambar 3.25 Desain Halaman Add Category	49
Gambar 3.26 Desain Halaman Product	50
Gambar 3.27 Desain Halaman Add Product	51
Gambar 3.28 Desain Halaman Order	52
Gambar 3.29 Desain Halaman User	52
Gambar 3.30 Desain Halaman Add User	53
Gambar 3.31 Desain Halaman Transaction	54
Gambar 3.32 Desain Halaman Gallery	54
Gambar 3.33 Desain Halaman Testimonial	55
Gambar 4.1 Halaman Home	57
Gambar 4.2 Halaman Register	58
Gambar 4.3 Halaman Login	59
Gambar 4.4 Halaman Cart	60
Gambar 4.5 Halaman Checkout	61
Gambar 4.6 Halaman Checkout Success	62
Gambar 4.7 Halaman Order Detail	63
Gambar 4.8 Halaman Order Confirm	64
Gambar 4.9 Halaman Profile	64
Gambar 4.10 Halaman Update Profile	65
Gambar 4.11 Halaman My Order	66
Gambar 4.12 Halaman Gallery	66
Gambar 4.13 Halaman Testimonial	67
Gambar 4.14 Halaman Login (Admin)	68
Gambar 4.15 Halaman Category	68

Gambar 4.16 Halaman Add Category	69
Gambar 4.17 Halaman Product	69
Gambar 4.18 Halaman Add Product	70
Gambar 4.19 Halaman Order	71
Gambar 4.20 Halaman User	72
Gambar 4.21 Halaman Add User	72
Gambar 4.22 Halaman Login (Owner)	73
Gambar 4.23 Halaman Transaction	74

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia pemasaran atau penjualan dan persaingan bisnis di Indonesia menjadi semakin ketat disebabkan oleh perkembangan teknologi informasi pada era industri 4.0 saat ini yang juga melaju semakin pesat. Keuntungan dari kemajuan teknologi informasi bagi perusahaan adalah para pelanggan diberi kemudahan dalam mengakses informasi mengenai perusahaan seperti detail mengenai produk maupun jasa, harga, kualitas, lokasi, pelayanan, dan informasi terkait lainnya secara cepat. Berkat teknologi informasi yang semakin maju mengikuti perkembangan zaman, perusahaan dapat dengan mudah mempromosikan produk maupun jasa yang mereka tawarkan melalui dunia maya atau internet. Di samping itu, persaingan bisnis yang semakin ketat ini membuat sebagian perusahaan lebih mengutamakan usaha mereka dalam mempertahankan dan meningkatkan kesetiaan pelanggan lama dibandingkan melakukan promosi hanya untuk mencari pelanggan baru. Hal tersebut terjadi dikarenakan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memperoleh pelanggan baru menjadi lebih mahal dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk mempertahankan pelanggan lama (Putra, 2018).

Suatu hal yang harus diperhatikan oleh pihak perusahaan pada era persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini adalah fokus terhadap para pelanggan agar mampu mencapai keunggulan kompetitif dalam jangka waktu panjang dalam persaingan bisnis. Sesuai dengan pernyataan di atas, maka dibutuhkanlah sebuah konsep guna

meningkatkan keuntungan penjualan dan pelayanan dari perusahaan terhadap pelanggan. *Customer Relationship Management* (CRM) berperan sebagai suatu konsep atau strategi bisnis yang digunakan oleh perusahaan untuk mendapatkan pelanggan baru dan meningkatkan loyalitas pelanggan lama serta membuat mereka selalu ingin menggunakan jasa dan membeli produk yang perusahaan tersebut tawarkan.

Salah satu contoh penerapan CRM adalah strategi *Up-selling* dan *Cross-selling*. Strategi *Up-selling* dilakukan dengan cara menawarkan produk atau layanan yang lebih mahal atau lebih canggih kepada pelanggan saat sedang melakukan pembelian. Sedangkan strategi *Cross-selling* dilakukan dengan cara menawarkan produk atau layanan tambahan yang relevan kepada pelanggan saat sedang melakukan pembelian.

Toko Kuliner Lemakraso merupakan salah satu usaha atau bisnis di Kota Palembang yang bergerak di bidang industri kuliner berbasis makanan dan olahan (*frozen food*). Toko Kuliner Lemakraso berlokasi di Jl. Slamet Riady Lr. Kemas I Gg. Majapahit No. 1844 RT. 24 Kel. Kuto Batu, Kec. Ilir Timur II Kota Palembang Prov. Sumatera Selatan. Toko Kuliner Lemakraso menjual berbagai macam makanan khas Kota Palembang dan telah memiliki layanan pengantaran ke berbagai kota. Namun, sejauh ini Toko Kuliner Lemakraso masih melakukan promosi dan pemesanan produk melalui aplikasi *WhatsApp* yang mana cara tersebut kurang efektif dalam memberikan informasi mengenai detail produk dan harga dengan cepat. Toko Kuliner Lemakraso hingga saat ini belum memiliki *website* pribadi untuk mendukung mereka dalam mempromosikan produk dan menyimpan seluruh transaksi penjualan. Tidak adanya *website* pada Toko Kuliner Lemakraso berimplikasi pada kesulitan dan

ketidakefektifan dalam menyimpan dan mencari data pelanggan. Tingkat kemungkinan terjadinya *human error* saat rekapitulasi data juga terhitung tinggi dikarenakan belum tersedianya *website* di Toko Kuliner Lemakraso hingga saat ini.

Maka dari itu, sesuai dengan kesulitan yang saat ini tengah dihadapi oleh pihak Toko Kuliner Lemakraso yang telah dijelaskan di atas, penulis menyimpulkan bahwa Toko Kuliner Lemakraso membutuhkan adanya *website* yang menerapkan CRM dan strategi *Up-selling* dan *Cross-selling* untuk memberikan kemudahan dalam mempromosikan produk dan sebagai media penyimpanan data transaksi.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penulis tertarik dalam pembuatan sebuah penelitian untuk tugas akhir yang diberi judul **“Implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* pada Toko Kuliner Lemakraso Kota Palembang Berbasis Website dengan Menggunakan Strategi *Up-Selling* dan *Cross-Selling*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah pada penelitian kali ini adalah:

1. Bagaimana cara merancang sistem informasi penjualan berbasis *website* untuk Toko Kuliner Lemakraso Kota Palembang dan menerapkan strategi *Up-selling* dan *Cross-selling* sebagai salah satu penerapan CRM sebagai upaya dalam mempromosikan produk?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Menerapkan CRM dan strategi *Up-selling* dan *Cross-selling* pada sistem informasi penjualan berbasis *website* Toko Kuliner Lemakraso Kota Palembang dalam penataan tata letak produk, promosi produk, dan peningkatan penjualan produk.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang bisa diperoleh dari penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini bisa digunakan untuk mempermudah pihak Toko Kuliner Lemakraso Kota Palembang dalam mempromosikan produk secara *online*, cepat, dan efisien, menata tampilan atau tata letak produk, serta meningkatkan penjualan

1.5 Batasan Masalah

Terdapat berbagai batasan masalah yang ada pada penelitian kali ini, antara lain ialah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menghasilkan sebuah sistem informasi penjualan berbasis *website* dengan penerapan CRM dan strategi *Up-selling* serta *Cross-selling* yang membantu pihak Toko Kuliner Lemakraso Kota Palembang dalam penataan tata letak produk, mempromosikan produk dengan lebih efisien, dan meningkatkan penjualan

2. Penelitian ini tidak menerapkan *Service Quality* (ServQual) untuk menganalisis kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap sistem informasi penjualan berbasis *website* yang telah dihasilkan

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiwinaya, I. S., Andreswari, R., & Gumilang, S. F. S. (2020). Implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* pada Aplikasi Manawa. *eProceedings of Engineering*, 7(2).
- Albert, M. (2022). Perancangan Sistem Informasi CRM pada Car Wash Auto 74 Cabang Rajabasa Berbasis Web. *Jurnal Teknologi Terkini*, 2(3).
- Andah, B. D. (2020). Penerapan *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)* dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Penjualan pada PT. Cipta Aneka Buah. *IDEALIS: Indonesia Journal Information System*, 3(1), 20-25. <https://doi.org/10.36080/idealism.v3i1.1467>
- Anggara, N. A. A., Hutahaean, J., & Iqbal, M. (2022). Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* dalam Sistem Informasi Penjualan Kosmetik Berbasis Web. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 3(4), 480-488. <https://doi.org/10.47065/bits.v3i4.1440>
- Apriyan, M., & Kurniawan, K. (2020). Penerapan Metode *Cross Selling* pada Sistem Informasi Penjualan Toko 212 Mart Palembang. In *Bina Darma Conference on Computer Science (BDCCS)* (Vol. 2, No. 1, pp. 129-138).
- Ayu, E. M., & Asbari, M. (2022). Rancang Bangun Sistem Informasi *Customer Relationship Management (CRM)* Berbasis Web pada Ifa Interior. *Insan Pembangunan Sistem Informasi dan Komputer (IPSIKOM)*, 9(2).
- Budiman, I., Saori, S., Anwar, R. N., Fitriani, F., & Pangestu, M. Y. (2021). Analisis Pengendalian Mutu di Bidang Industri Makanan (Studi Kasus: UMKM Mochi Kaswari Lampion Kota Sukabumi). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 2185-2190. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i10.419>
- Effendy, E., & Mulyono, H. (2020). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Pemesanan dan Penjualan Pakaian Muslim Berbasis Web pada Toko Hidayatullah Jambi. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 5(4), 526-538.
- Effendy, I. (2019). Penerapan Metode *Cross Selling* pada Aplikasi Web Crawler E-Commerce. *Informanika*, 5(2). <https://doi.org/10.52233/informanika.v5i2.98>
- Eliyaser, S., & Seabtian, D. T. (2021). Pengembangan Teknologi Tepat Guna Toko Bunga dengan Penerapan Metode CRM Toko Risky Flower Sampit. *KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer*, 2(1), 43-48.
- Febriantho, F., Samidi, S., Mikael, G., & Saputra, E. (2022). Sistem Penentuan Paket Penjualan dengan Algoritma FP-Growth Serta Metode Up dan Cross Selling. *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, 6(4), 2269-2278.

Gautama, I. (2005). *Relationship Marketing dan Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Customer Relationship Management untuk Memenangkan Persaingan Bisnis. In Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi.*

Hartono, M. A. (2021). Peran Waiter dan Waitress dalam Penerapan Strategi *Up Selling* pada Masa COVID-19 di Branche Restaurant Golden Tulip Holland Hotel Resort Batu (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER).

Herliyanto, F. D., & Ramadhan, F. (2021). Perancangan Sistem Informasi Penjualan *Up Selling* dan *Cross Selling* dengan Metode Prototyping. *FTI.*

Irsandi, J. S., Fitri, I., & Nathasia, N. D. (2021). Sistem Informasi Pemasaran dengan Penerapan CRM (*Customer Relationship Management*) Berbasis Website Menggunakan Metode Waterfall dan Agile. *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 5(4), 346-353.

Kholil, I. (2017). *Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web untuk Meningkatkan Daya Saing Toko Online. Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 13(1), 43-48.

Kuswayati, S., & Damayanti, S. E. (2019). Perancangan Skema Penjualan Barang Ritel Secara *Cross Selling* Menggunakan Market Basket Analysis. *Naratif: Jurnal Nasional Riset, Aplikasi dan Teknik Informatika*, 1(2), 23-28. <https://doi.org/10.53580/naratif.v1i2.65>

Larasati, I., Rajagukguk, E., Dumayanti, I. S., & Silalahi, A. P. (2021). Penerapan CRM (*Customer Relationship Management*) Untuk Mengukur Loyalitas Pelanggan Menggunakan Metode *Service Quality* (Studi Kasus Cleo Photo Studio). *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi METHOSISFO*, 1(2).

Lestari, N. S., & Murti, D. S. R. (2020). Perancangan Aplikasi Pembuatan Kartu Keluarga Berbasis Web Menggunakan PHP dan MySQL. *Jurnal Online Sekolah Tinggi Teknologi Mandala*, 15(2), 1-13.

Noviana, R. (2022). Pembuatan Aplikasi Penjualan Berbasis Web Monja Store Menggunakan PHP dan MySQL. *Jurnal Teknik dan Science*, 1(2), 112-124. <https://doi.org/10.56127/jts.v1i2.128>

Nugraha, I. A., & Rosalina, V. (2022). Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* pada Sistem Informasi Pelayanan Jasa Meteorologi Berbasis Web. *JSiI (Jurnal Sistem Informasi)*, 9(1), 36-44.

Nugraha, R. (2022). Rancang Bangun Sistem CRM (*Customer Relationship Management*) Berbasis Web dengan Pola MVC. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, 9(1), 70-85.

Priambodo, M. A., & Prehanto, D. R. (2022). Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Toserba Menggunakan Metode *Cross-selling* dan *Up-selling* Berbasis Website (Studi

Kasus: CV FCH Kema Pole Indonesia). *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 3(2), 18-28.

Putra, K. A. (2018). Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* pada Sistem Informasi Penjualan Alat Olahraga Berbasis Web (Studi Kasus: Dian Sport Bandar Lampung).

Rahayu, D., Suryanto, A. A., Nurlifa, A., & Muqtadir, A. (2022, February). Implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* di Toko Handphone Rejo Cell Tuban. In *STAINS (SEMINAR NASIONAL TEKNOLOGI & SAINS)* (Vol. 1, No. 1, pp. 161-166).

Rahmawati, I., Sukma, I., & Henny, H. (2022). Pembuatan Aplikasi *Customer Relationship Management* Berbasis Website pada CV. Perdana Mobil Kendari. *SIMTEK: Jurnal Sistem Informasi dan Teknik Komputer*, 7(2), 152-156.

Rajagukguk, E., Tampubolon, A. P. H., & Gea, A. (2022). Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* pada Toko Urban Traffic Berbasis Web. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi METHOSISFO*, 2(1), 18-27.

Rizalitaheer, A. S. (2021). Analisis Perkembangan Sistem Informasi Manajemen untuk Dunia Pendidikan dan Perusahaan.

Rizkiyah, P. M. R. A., Putra, C. A., & Hermanto, H. (2021). Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Pembayaran Air HIPPAM Desa Leran Berbasis Web. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 131-144.

Santoso, S., & Nurmalina, R. (2017). Perencanaan dan Pengembangan Aplikasi Absensi Mahasiswa Menggunakan Smart Card Guna Pengembangan Kampus Cerdas. *Jurnal Integrasi*, 9(1), 84-91. <https://doi.org/10.30871/ji.v9i1.288>

Sembiring, A. F., Jaya, I. K., Silalahi, A. P., Rumapea, Y., & Hasibuan, D. (2021). Perancangan Sistem Pemesanan Pada Toko Sablon Medan Berbasis Web Dengan Menerapkan CRM (*Customer Relationship Management*). *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi METHOSISFO*, 1(1), 27-33.

Simatupang, A. R., & Nafisah, S. (2020). Analisis Proses pada Senayan Library Information Management System (SLIMS) Cendana Berbasis Data Flow Diagram (DFD) di Perpustakaan Universitas Kristen Duta Wicana Yogyakarta. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi)*, 5(1), 1-15.

Solikhin, I., Sobri, M., & Saputra, R. (2018). Sistem Informasi Pendataan Pengunjung Perpustakaan (Studi Kasus: SMKN 1 Palembang). *JURNAL ILMIAH BETRIK: Besemah Teknologi Informasi dan Komputer*, 9(03), 140-151.

Sommerville, I. (2011). *Software Engineering (Rekayasa Perangkat Lunak)*. Jakarta: Erlangga.

Susilo, M., Kurniati R., & Kasmawi, K. (2018). Rancang Bangun Website Toko Online Menggunakan Metode Waterfall. *InfoTekJar: Jurnal Nasional Informatika dan Teknologi Jaringan*, 2(2), 98-105.

Triaulia, E., Zulham, Z., & Rusydi, I. (2020). Sistem Informasi Pendataan Hasil Penjualan BBM pada SPBU KSO 14.202. 1119 Sutomo Medan. *DEVICE: Journal of Information System, Computer Science and Information Technology*, 1(2), 20-31.

Voutama, A. (2022). Sistem Antrian Cuci Mobil Berbasis Website Menggunakan Konsep CRM dan Penerapan UML. *Komputika: Jurnal Sistem Komputer*, 11(1), 102-111.

Yuniarti, E., & Abdillah, L. (2022, October). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada Toko Bella Songket Palembang dengan Metode Up Selling dan Cross Selling. In *Bina Darma Conference on Computer Science (BDCCS)* (Vol. 4, No. 1, pp. 96-105).