

**PERANCANGAN SISTEM INFORMASI DENGAN MENERAPKAN KONSEP
STRATEGI UP SELLING DAN CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT (CRM)**

Rita¹✉, Guslendra²

^{1,2}Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang

Corresponding Email: ritasyofyan77@gmail.com

Abstract. *Fashion store is a shop that sells various kinds of women's clothing. The problems faced are a sales system that is still manual, a lack of marketing and a lack of innovation or strategy in selling products. A study has been conducted at the Fashion Store where the purpose of this research is how to increase sales and provide shopping convenience and increase customer loyalty to the Fashion Store. With the process of direct observation facing the expanse, the weaknesses of the current system have been found. Although not in its entirety, it is more towards a specific problem, but it is hoped that it will help to fix this problem. The author designed a web-based information system with the strategic concept of UP Selling and Customer Relationship Management (CRM), because this information system will facilitate Fashion Stores in making sales and increasing customer loyalty. In designing this system, the PHP, UML and MySQL programming languages are used. With this web-based information system, it can increase sales and provide shopping convenience and increase customer loyalty at the Fashion Store.*

Keywords: *Information System; Web; UP SELLING; CRM; PHP; MySQL*

Abstrak. *Toko Fashion merupakan salah satu toko yang menjual berbagai macam pakaian khusus wanita. Masalah yang dihadapi adalah sistem penjualan yang masih manual, kurangnya pemasaran dan kurangnya inovasi atau strategi dalam menjual produk. Sebuah penelitian telah dilakukan di Toko Fashion dimana tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan penjualan dan memberikan kenyamanan berbelanja serta meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap Toko Fashion. Dengan proses pengamatan langsung menghadap kelapangan, telah mendapatkan kelemahan dari sistem saat ini. Meskipun tidak secara keseluruhan, ini lebih mengarah pada masalah khusus, tetapi diharapkan dapat membantu masalah ini. Penulis merancang sistem informasi berbasis web dengan konsep strategi UP Selling dan Customer Relationship Management (CRM), karena sistem informasi ini akan memfasilitasi Toko Fashion dalam melakukan penjualan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam merancang sistem ini digunakan Bahasa pemrograman PHP, UML dan MySQL. Dengan adanya sistem informasi berbasis web ini dapat meningkatkan penjualan dan memberikan kenyamanan berbelanja serta meningkatkan loyalitas pelanggan di Toko Fashion.*

Katakunci: *Sistem Informasi; Web; UP SELLING; CRM; PHP; MySQL*

Pendahuluan

Era sistem informasi saat ini banyak perusahaan/organisasi diberbagai bidang baik perdagangan ataupun jasa, yang menggunakan aplikasi online berbasis web sebagai sarana dalam usahanya

untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Di bidang perdagangan hal ini sudah banyak digunakan, sebagai bagian dari strategi untuk menjangkau banyak konsumen yang lebih dikenal dengan istilah toko online (ecommerce).



Secara khusus juga berusaha memberikan layanan yang sifatnya personal sehingga dapat memberikan kepuasan yang tinggi pada pelanggannya, baik sebagai stakeholder maupun shareholder. Dengan demikian diharapkan akan terjalin value chain yang kuat di antara mereka (Pemilik Usaha dan konsumen) yang dikuatkan dalam kerangka customer relationship management. [1]

Menurut hasil penelitian Novianti pada tahun 2016 mengenai Customer Relationship Management (CRM) adalah jenis manajemen yang secara khusus membahas pelanggannya, yang mana tujuannya untuk meningkatkan hubungan dengan tiap pelanggan demi mencapai pertumbuhan perusahaan yang sehat.[2][3]

Dengan penerapan konsep CRM dalam penggunaan teknologi informasi pada sebuah perusahaan/organisasi diharapkan terjadi jalinan hubungan yang kuat antara perusahaan dengan konsumen. Dimaksudkan agar perusahaan berusaha mengelola kinerja perusahaannya dengan baik yaitu dengan membantu perusahaan untuk mengidentifikasi konsumennya dengan tepat, memperoleh lebih banyak konsumen dengan lebih cepat dan mempertahankan kesetiaan konsumenya. Implementasi Customer Relationship Management dalam strategi bisnis online yaitu untuk memaksimalkan fungsi penerapan dan pemanfaatan teknologi informasi yang memberikan perusahaan suatu pandangan pelanggannya secara luas, terintegrasi sehingga semua proses dan interaksi perusahaan atau organisasi dengan konsumen dapat dipermudah, ataupun dalam mempertahankan dan memperluas hubungan yang menguntungkan secara bersamaan.[1]

CRM adalah strategi bisnis yang terdiri dari software dan layanan yang didesain untuk meningkatkan keuntungan (profit), pendapatan (revenue) dan kepuasan pelanggan (customer satisfaction). Caranya adalah dengan membantu berbagai bentuk perusahaan untuk mengidentifikasi pelanggannya dengan tepat, memperoleh lebih banyak pelanggan dengan lebih cepat, dan mempertahankan kesetiaan pelanggannya.[4][5], [6]

Customer Relationship Management (CRM) adalah keseluruhan proses memelihara kedekatan dengan pelanggan dengan menyediakan keperluan dan kepuasan pelanggan yang tinggi sehingga mampu meningkatkan kesetiaan pelanggan.[7][8]

Dan strategi lainnya yang biasa digunakan perusahaan adalah Up Selling. Up-selling merupakan sebuah ide berupa metode yang penerapannya bertujuan untuk meningkatkan produk yang dipesan pelanggan, dapat rekomendasi penambahan kuantitas dari sebuah produk yang sedang dilihat oleh pembeli, dapat juga berupa tampilan yang menampilkan produk dengan harga yang lebih tinggi dari produk yang sedang dilihat oleh pembeli.[9]

Metode Up Selling merupakan salah satu metode promosi dengan menawarkan produk lain, kategori produk yang sama dengan harga yang berbeda. Harganya lebih mahal dibandingkan dengan produk yang dicari oleh pelanggan.[10][11][12][13]

Menurut Cohen, up selling merupakan suatu teknik penjualan agar mendorong pelanggan membeli produk yang lebih mahal dan upgrade dalam upaya untuk membuat penjualan lebih menguntungkan.[14]

Sedangkan menurut penelitian Malkus Willybrodus dalam penelitiannya redesign website CV Planktoon dengan

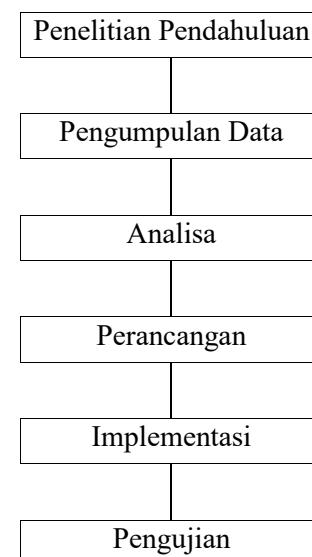
metode Up Selling dikombinasikan dengan sosial media untuk peningkatan penjualan menyatakan bahwa sistem ini dapat membantu pelanggan dalam melakukan proses pencarian dan proses pendaftaran member. Selain itu juga bisa membantu melakukan penyebaran promosi toko melalui sosial media dan website memberikan rekomendasi pilihan produk terhadap produk serupa yang mempunyai nilai lebih tinggi dari produk yang bersangkutan dan mampu menghasilkan dan mencetak laporan yang berisi laporan transaksi penjualan yang berisi data transaksi penjualan, barang terlaris dan stok harian.[15]

Toko Fashion merupakan salah satu toko yang menjual berbagai macam pakaian khusus wanita. Masalah yang dihadapi Fashion adalah sistem penjualan yang masih dengan cara manual, kurangnya pemasaran dan kurangnya suatu inovasi dalam menjual produknya. Dengan meningkatnya permintaan konsumen dan memperluas jaringan penjualan, Fashion merasa membutuhkan suatu sistem informasi yang dapat melayani konsumen dengan baik, mencatat hasil penjualan dan memasarkan produknya lebih luas lagi. Adapun media yang digunakan hanya melalui Instagram dan whatsapp. Pencatatan transaksi penjualan masih dilakukan secara manual dan tidak tertata dengan baik. Oleh karena itu, perlunya dilakukan pengembangan terhadap sistem penjualan pada toko Fashion yang terkomputerisasi berbasis web dengan menggunakan strategi Up Selling dan Customer Relationship Management (CRM) serta berbasis bahasa pemrograman PHP dan MySQL sebagai basis datanya.

Metodologi

Kerangka penelitian merupakan konsep atau tahapan-tahapan yang akan

dilakukan dalam penelitian. Agar Langkah-langkah yang diambil penulis dalam perancangan ini tidak melenceng dari pokok pembahasan dan lebih mudah dipahami, maka urutan langkah-langkah penelitian akan dibuat secara sistematis sehingga dapat dijadikan pedoman yang jelas dan mudah untuk menyelesaikan permasalahan yang ada. Adapun kerangka penelitian yang penulis lakukan dalam penelitian yang akan diuraikan pada gambar 1 berikut ini:



Gambar 1 Kerangka Penelitian

Gambar 1 menjelaskan kerangka kerja penelitian yang di awali dengan penelitian pendahuluan, pengumpulan data, analisa, perancangan, implementasi, dan pengujian sistem

Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, metode – metode yang penulis lakukan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapanagan

Penelitian lapangan dilakukan langsung pada objek penelitian untuk mengumpulkan data primer dengan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap obyek yang akan diteliti.

b. Wawancara

Metode ini dilakukan untuk memperoleh informasi atau data yang diinginkan dalam penelitian ini, yaitu dengan cara melakukan wawancara kepada pihak terkait.

2. Penelitian Kepustakaan

Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data sekunder dengan membaca buku – buku, jurnal, literatur – literatur yang ada kaitannya dengan skripsi.

3. Penelitian Laboratorium

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan komputer sebagai alat bantu dalam penerapan dan praktik langsung dalam menyelesaikan masalah, sehingga hasil yang dicapai dapat sesuai dengan yang diharapkan. Adapun spesifikasi dari perangkat keras (hardware) yang digunakan, antara lain:

- a. Laptop Lenovo Ideapad S340
- b. Processor AMD Ryzen 5 3500U
- c. Memory 8 GB
- d. Memory 8 GB

Sedangkan perangkat lunak (software) yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

- a. Sistem Operasi Windows 11
- b. Microsoft Word 2019
- c. Visual Studio Code
- d. XAMPP
- e. Google Chrome
- f. Microsoft Visio Profesional

CRM memiliki tiga tahapan yaitu mendapatkan pelanggan baru (Acquire), meningkatkan hubungan pelanggan (Enhance), dan mempertahankan pelanggan (Retain).[7][16]

CRM memiliki tujuan-tujuan sebagai berikut :[4][17]

1. Menggunakan hubungan yang sudah ada untuk meningkatkan pendapatan. Hal ini berarti mempersiapkan pandangan yang komprehensif dari pelanggan untuk memaksimalkan hubungan pelanggan dengan perusahaan baik melalui up-selling atau cross-selling dan pada saat yang sama, meningkatkan profit, menarik perhatian pelanggan dan mempertahankan pelanggan.

2. Menggunakan informasi yang terintegrasi untuk pelayanan yang memuaskan. Dengan menggunakan informasi dari pelanggan untuk meningkatkan pelayanan yang lebih baik berdasarkan kebutuhan pelanggan, perusahaan dapat menghemat waktu pelanggan dan mengantisipasi segala kekecewaan pelanggan.

3. Menciptakan saluran proses dan prosedur komunikasi yang konsisten dan berulang.

Adapun manfaat dalam penerapan CRM yaitu: [18][19]

- a. Jumlah konsumen yang akan bertambah
- b. Mengetahui kebutuhan konsumen
- c. Mengurangi resiko operasional
- d. Mampu menganalisa pola data transaksi
- e. Mengetahui ketidak normalan pada setiap transaksi

Cara yang digunakan untuk mengaplikasikan Up-Selling adalah : [20]

1. Mengambil data barang yang harga jualnya lebih tinggi dari barang yang sedang dilihat.

2. Urutkan dari harga termurah sampai termahal.

3. Tampilkan barang dari harga termurah sampai termahal

Metode Pengumpulan Data

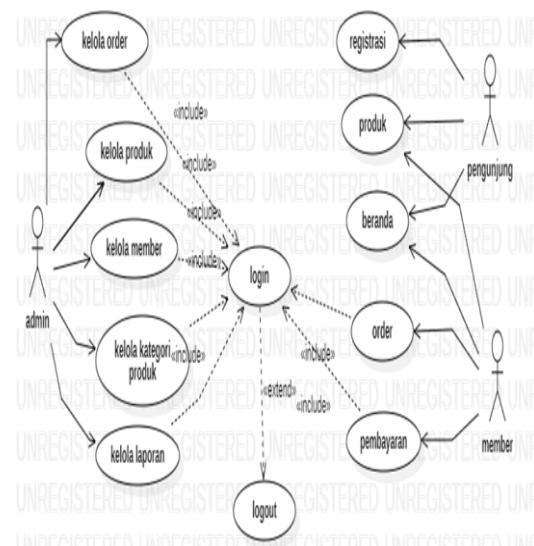
Terdapat dua metode yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data

pada penelitian ini. Yaitu dilakukan secara primer dan sekunder. [11]

1. Data Primer, yaitu suatu data yang dihasilkan melalui wawancara langsung kepada narasumber yang memegang tanggung jawab penuh dalam menyampaikan informasi yang tepat dan akurat serta relevan terhadap penelitian ini.
 2. Data sekunder, yaitu sebuah data yang bersumber dari pihak lain yang sesuai dengan pembahasan penulis saat ini.

Use case diagram

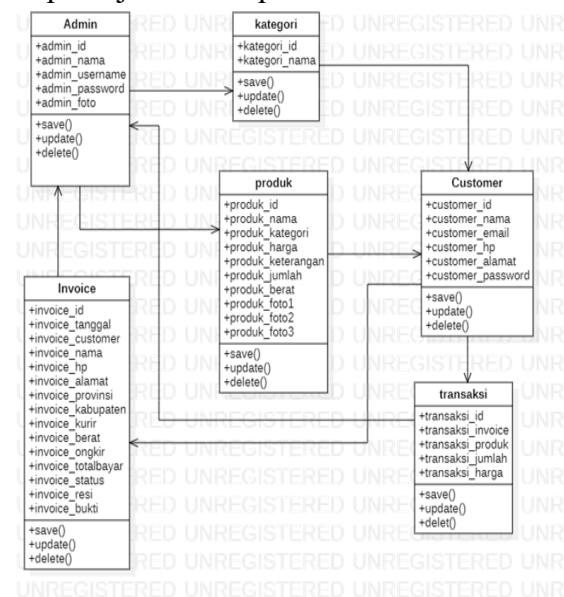
Use case diagram menjelaskan manfaat dari aplikasi jika dilihat dari sudut pandang orang yang berada di luar sistem (actor). Diagram ini menunjukkan fungsionalitas suatu sistem atau kelas dan bagaimana sistem berinteraksi dengan dunia luar. Use case diagram dapat digunakan selama proses Analisa untuk menangkap requirement atau permintaan terhadap sistem dan untuk memahami bagaimana sistem tersebut harus bekerja. Gambaran secara global use case diagram pada toko dapat dijelaskan seperti Gambar 2:



Gambar 2 Use Case Diagram

Class Diagram

Class diagram adalah sebuah spesifikasi yang jika diinstansiasi akan menghasilkan sebuah objek dan merupakan inti dari pengembangan dan desain berorientasi objek. Gambaran secara global class diagram pada toko dapat dijelaskan seperti Gambar 3:



Gambar 3 Class Diagram

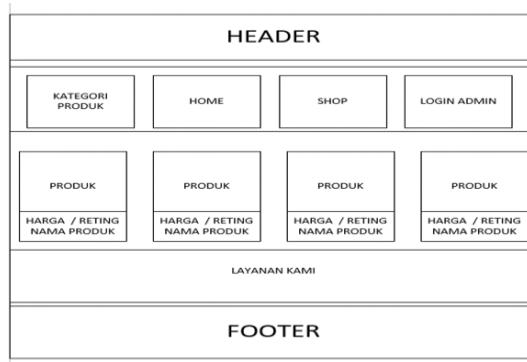
Desain Interface



Pada tahap perancangan interface ini bertujuan untuk memudahkan dalam merancang sistem informasi penjualan Toko Fashion berbasis web dengan membuat rancangan tampilan sistem. Berikut ini merupakan antarmuka sistem informasi penjualan Toko Fashion berbasis web

1. Desain Halaman Utama

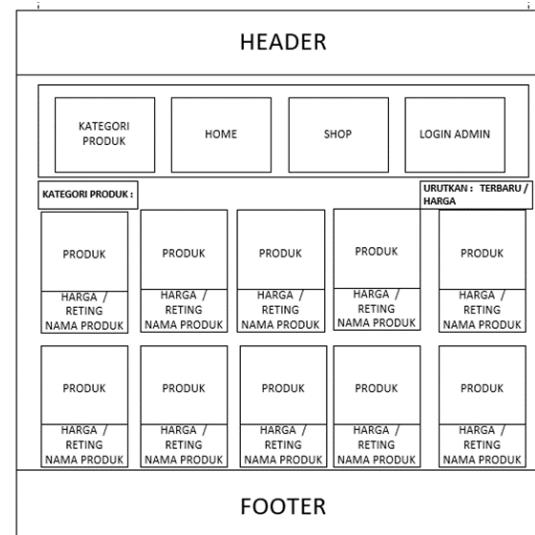
Desain halaman utama merupakan suatu desain yang dirancang untuk halaman depan dari website penjualan toko, dengan bentuk rancangan seperti Gambar 4:



Gambar 4 Desain Halaman Utama

Desain halaman kategori produk

Halaman kategori produk adalah halaman dimana customer bisa memilih kategori produk apa yang ingin dia beli, dihalaman kategori produk juga diterapkan strategi up selling yang mana harga produk termurah sampai termahal ditawarkan ke customer. dengan bentuk rancangan seperti pada Gambar 5:



Gambar 5 Desain Halaman Kategori Produk

Desain Halaman Login Admin

Desain halaman login admin adalah tampilan layout untuk admin, dimana tempat admin menginput username dan password serta login, dengan bentuk rancangan seperti Gambar 6:

Gambar 6 Desain Halaman Login Admin

Desain halaman login member

Desain halaman login member adalah tampilan layout untuk member, dimana tempat member menginput username dan password serta login, dengan bentuk rancangan seperti Gambar 7.



The diagram illustrates the layout of a login page. At the top is a header bar. Below it, there's a section for 'KATEGORI PRODUK' (Product Category) with four buttons: 'HOME', 'SHOP', and 'LOGIN ADMIN'. Underneath this is a 'LOGIN CUSTOMER' section containing fields for 'MASUKAN EMAIL' (Enter Email) and 'MASUKAN PASSWORD' (Enter Password), followed by 'LOGIN' and 'DAFTAR' buttons. At the bottom is a 'FOOTER' section.

Gambar 7 Desain Halaman Login Member

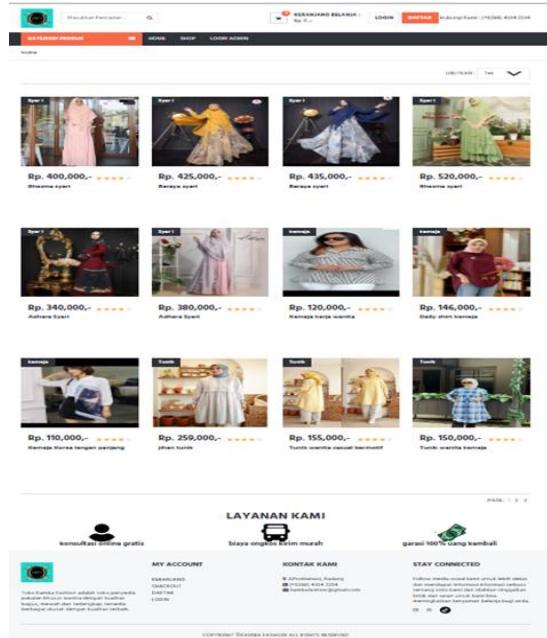
Hasil dan Pembahasan

Setelah melalui tahap uji coba, Sistem mampu menghasilkan sistem yang mampu menampilkan informasi pengetahuan produk yang dapat menampilkan informasi tentang detail pengetahuan produk yang mencakup Atribut ciri nyata produk (nama produk, merek, harga).

Berikut implementasi dari tampilan user interface dari aplikasi sistem informasi Penjualan Metode Up Selling dan CRM:

Halaman utama website

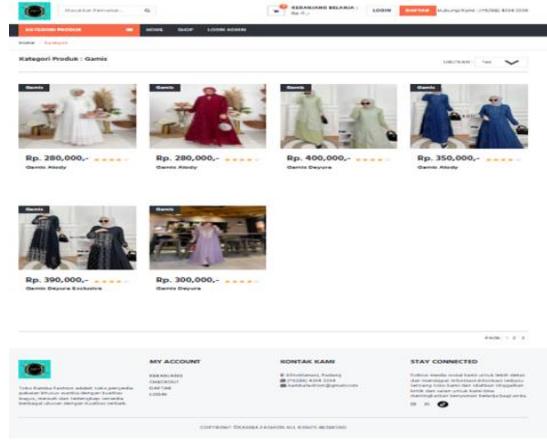
Halaman utama merupakan tampilan menu utama pada saat membuka website. Pada halaman menu utama ini akan ditampilkan menu-menu yang bisa diakses oleh semua user dan juga dihalaman ini diterapkan strategi crm yaitu memberikan layanan seperti gratis konsultasi online, biaya ongkir yang murah dan garansi 100% uang kembali. Tampilan halaman utama dapat dilihat pada Gambar berikut ini:



Gambar 8 Halaman Utama Website

Tampil Halaman Kategori Produk

Halaman kategori produk adalah halaman dimana customer bisa memilih kategori produk apa yang ingin dia beli, dihalaman kategori produk juga diterapkan strategi up selling yang mana harga produk termurah sampai termahal ditawarkan ke customer. Tampilan halaman utama dapat dilihat pada Gambar berikut ini.



Gambar 9 Halaman Kategori Produk

Tampil Halaman Keranjang

Halaman keranjang adalah halaman tempat produk-produk yang siap untuk dibeli member, yang dimana di halaman keranjang itu member

Jurnal Teknik dan Teknologi Tepat Guna

<https://rcf-indonesia.org/jurnal/index.php/itech>

volume 4 (2), 2026 hal: 138-147



bisa menghapus produk yang tidak jadi dibeli dan juga bisa menambah produk yg ingin dia beli. Tampilan halaman keranjang dapat dilihat pada Gambar berikut ini.

Gambar 10 Halaman Keranjang

Tampil Halaman Checkout

Halaman dimana member mau membuat pesanan harus terlebih dahulu mengisi data diri dan alamat tujuan pengiriman produk yang dibeli, Tampilan halaman chekout dapat dilihat pada Gambar berikut ini

Gambar 11 Halaman Checkout

Tampil Halaman Pesanan Member

Halaman Pesanan Member adalah halaman setelah customer atau member melakukan checkout produk, dihalaman ini terdapat informasi bahwa member harus melakukan konfirmasi pembayaran, juga bisa melihat status transaksi dan juga bisa melihat halaman invoice. Tampilan halaman konfirmasi pembayaran dapat dilihat pada Gambar berikut ini.

Gambar 12 Halaman pesanan member

Tampil Halaman Konfirmasi Pembayaran

Halaman konfirmasi pembayaran adalah halaman dimana customer bisa mengupload bukti pembayaran agar pesanan cepat di proses oleh pihak toko. Tampilan halaman invoice dapat dilihat pada Gambar berikut ini.

Gambar 13 Halaman Konfirmasi Pembayaran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain:

1. Kesulitan dalam komunikasi antara pihak Toko Fashion dengan konsumennya menjadi penghalang bagi konsumen untuk bertanya tentang perihal detail barang-barang yang ada. maka dari itu dengan

- Bahasa pemograman PHP dan Mysql ini berbasis website dapat memudahkan konsumen untuk berinteraksi secara langsung dengan pihak toko Fashion.
2. Dengan menggunakan strategi Up-selling dan CRM (Customer Relationship management) maka mempermudah menarik minat konsumen untuk lebih efesien dalam melakukan pemesanan dan transaksi di Toko Fashion.
 3. Dengan sistem yang baru ini menggunakan aplikasi khusus untuk pengolahan penyimpanan data penjualan yaitu database Mysql di Toko Fashion, maka karyawan tidak lagi kesusahan dalam membuat laporan penjualan.
- ## References
- Program et al., “CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) BERBASIS WEB UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING TOKO ONLINE,” 2017.
- Novianti, A. Meiriza, and N. Izmy, “PENERAPAN KONSEP CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PADA SISTEM INFORMASI PENYEWAAN LAPANGAN FUTSAL DI SWADAYA FUTSAL PALEMBANG,” 2016. [Online]. Available: <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/index>
- Hidayat AMIK Bina Sarana Informatika Tangerang Jl Gatot Subroto No, K. Tangerang, L. Listianingsih Sistem Informasi STMIK Nusa Mandiri Jakarta Jl Kramat Raya No, and J. Pusat, “Perancangan Sistem Keluhan Pelanggan Berbasis Web E-RCM dengan Model Waterfall pada PT. Unggul Cipta Teknologi”.
- Rosinta and D. Hasibuan, “Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Aplikasi Penjualan Berbasis Web PT. Buana Telekomindo,” 2018.
- Andreani, “CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DAN APLIKASINYA DALAM INDUSTRI MANUFAKTUR DAN JASA.” [Online]. Available: <http://www.aspective.com/>
- Purwanto and A. Sumbaryadi, “E-CRM BERBASIS WEB PADA SISTEM INFORMASI PENJUALAN FUNITURE,” Maret, vol. 14, no. 1, p. 15, 2018, [Online]. Available: www.bsi.ac.id
- Wildan and S. Juanita, “Implementasi Electronic Customer Relationship Management pada Aplikasi Layanan Pelanggan Hotel,” Infotekmesin, vol. 13, no. 1, pp. 144–150, Jan. 2022, doi: 10.35970/infotekmesin.v13i1.1045.
- Putra, H. Tampubolon, E. Rajagukguk, and A. Gea, “PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PADA TOKO URBAN TRAFFIC BERBASIS WEB,” 2022. [Online]. Available: <http://ojs.fikom-methodist.net/index.php/methosisf0>
- Priambodo¹ and R. Prehanto², “Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Toserba Menggunakan Metode Cross-selling Dan Up-selling Berbasis Website (Studi Kasus: CV FCH Kema Pole Indonesia),” JEISBI, vol. 03, p. 2022.

- Hadinata, I. ramadanti utami, U. Bina Darma, J. Jenderal Ahmad Yani No, and P. Sur-el, "IMPLEMENTASI METODE UP SELLING PADA SISTEM INFORMASI PENJUALAN."
- Prabowo and D. Hidayatullah, "Implementasi Metode Up-Selling Pada Aplikasi Penjualan Online Berbasis E-Commerce," 2022. [Online]. Available: <http://jurnal.mdp.ac.id>
- Priyantina et al., "RANCANG BANGUN WEBSITE TOKO ONLINE DENGAN PENERAPAN PRODUK KNOWLEDGE DAN STRATEGI UP SELLING PADA MC STORE SURABAYA," 2016.
- Yani, C. Aminuallah, R. Febryansyah, and S. Informasi, "PENERAPAN STRATEGI PENJUALAN METODE UP SELLING UNTUK MEMAKSIMALKAN SISTEM PENJUALAN."
- Febriantho, S. Samidi, G. Mikael, and E. Saputra, "Sistem Penentuan Paket Penjualan dengan Algoritma FP-Growth Serta Metode Up dan Cross Selling," JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA,
- vol. 6, no. 4, p. 2269, Oct. 2022, doi: 10.30865/mib.v6i4.4800.
- Purwaningtias, "STRATEGI UP SELLING PADA WEBSITE PENJUALAN," Jurnal SIMETRIS, vol. 9, no. 1, 2018.
- Yahya et al., "PENERAPAN CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) PADA APLIKASI PERUSAHAAN DAGANG Oleh."
- Maria, "PERANCANGAN APLIKASI CRM RESERVASI KAMAR BERBASIS WEB PADA HOTEL MARIANI," vol. 2, no. 1, 2018.
- Fauzi and E. Harli, "JURNAL RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi) Peningkatan Kualitas Pelayanan Melalui CRM dengan Metode RAD," 2017, [Online]. Available: <http://jurnal.iaii.or.id>
- Saleh Malawat, D. Harwini, N. Mulyani, and J. Hutahaean, "E-COMMERCE PENJUALAN MENGGUNAKAN METODE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)," Terakreditasi DIKTI, vol. 2, no. 2, pp. 98–104, 2018.