

# INFORMASI INTERAKTIF

JURNAL INFORMATIKA DAN TEKNOLOGI INFORMASI

**PROGRAM STUDI INFORMATIKA – FAKULTAS TEKNIK - UNIVERSITAS JANABADRA**

APLIKASI E-LEARNING BERBASIS WEB DENGAN METODE WATERFALL  
STUDI KASUS : SMA 1 NAGRAK

*Lucky Valiant, Asriyanik, Mohamad Ridwan*

RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI GIZI ONLINE RUMAH SAKIT BERBASIS WEB

*Vincentia Indri Octaviani, Andreas Nugroho Sihananto*

IMPLEMENTASI METODE CRM PADA SISTEM INFORMASI PENJUALAN BARANG ELEKTRONIK

*Syahrian, Selviana Yunita*

IMPLEMENTASI METODE CRM PADA SISTEM INFORMASI PENJUALAN LED

*Muhammad Redy Hermawan, Selviana Yunita*

SISTEM INFORMASI E-LIBRARY UNIVERSITAS JANABADRA BERBASIS WEBSITE

*Dicxy Aprizal, Fatsyahrina Fitriastuti, Ryan Ari Setyawan*

ANALISIS QUALITY ASSURANCE DALAM PENILAIAN KUALITAS KINERJA SITUS WEB  
PEMERINTAH KOTA MANADO

*Juan Antoni Samuel Posumah, Wahyu Tisno Atmojo*



**DEWAN EDITORIAL**

- Penerbit** : Program Studi Informatika Fakultas Teknik Universitas Janabadra
- Editor in Chief** : Fatsyahrina Fitriastuti, S.Si., M.T. (Universitas Janabadra)
- Managing Editor** : Yumarlin MZ, S.Kom., M.Pd., M.Kom. (Universitas Janabadra)
- Editor** :
1. Agus Sasmito Aribowo, S.Kom., M.Cs. (UPN Veteran Yogyakarta)
  2. Meilani Nonsi Tentua, S.Si., M.T. (Universitas PGRI Yogyakarta)
  3. Indra Yatini Buryadi, S.Kom., M.Kom. (Universitas Teknologi Digital Indonesia)
  4. Emi Suryadi, S.Kom., M.Kom. (Universitas Teknologi Mataram)
  5. Agustin Setiyorini, S.Kom., M.Kom. (Universitas Janabadra)
  6. Sri Rahayu, S.Kom., M.Eng. (Universitas Janabadra)
- Reviewer** :
1. Abba Suganda Girsang, S.T., M.Cs., Ph.D. (Universitas Bina Nusantara)
  2. Bernard Renaldy Suteja, Ph.D. (Universitas Maranatha Bandung)
  3. Putra Wanda (Universitas Respati Yogyakarta)
  4. Ryan Ari Setyawan, S.Kom., M.Eng. (Universitas Janabadra)
  5. Jemmy Edwin Bororing, S.Kom., M.Eng. (Universitas Janabadra)
  6. Saprina Mamase. S.Kom., M.Cs. (Politeknik Gorontalo)
- Sekretaris** : Taofik Krisdayanto, S.Kom.
- Alamat Redaksi** :
- Program Studi Informatika Fakultas Teknik  
Universitas Janabadra  
Jl. Tentara Rakyat Mataram No. 55-57  
Yogyakarta 55231  
Telp./Fax : (0274) 543676  
E-mail: [informasi.interaktif@janabadra.ac.id](mailto:informasi.interaktif@janabadra.ac.id)  
Website : <http://e-journal.janabadra.ac.id/>
- Frekuensi Terbit** : 3 kali setahun

**JURNAL INFORMASI INTERAKTIF** merupakan media komunikasi hasil penelitian, studi kasus, dan ulasan ilmiah bagi ilmuwan dan praktisi dibidang Informatika. Diterbitkan oleh Program Studi Informatika Fakultas Teknik Universitas Janabadra di Yogyakarta, tiga kali setahun pada bulan Januari, Mei dan September.

## DAFTAR ISI

|  | <i>halaman</i> |
|--|----------------|
| Aplikasi E-Learning Berbasis Web Dengan Metode <i>Waterfall</i><br>Studi Kasus : SMA 1 Nagrak<br><i>Lucky Valiant, Asriyanik, Mohamad Ridwan</i>         | 156-161        |
| Rancang Bangun Sistem Informasi Gizi Online Rumah Sakit Berbasis Web<br><i>Vincentia Indri Octaviani, Andreas Nugroho Sihananto</i>                      | 162-169        |
| Implementasi Metode CRM Pada Sistem Informasi Penjualan<br>Barang Elektronik<br><i>Syahrin, Selviana Yunita</i>  | 170-176        |
| Implementasi Metode CRM Pada Sistem Informasi Penjualan LED<br><i>Muhammad Redy Hermawan, Selviana Yunita</i>  | 177-185        |
| Sistem Informasi E-Library Universitas Janabadra Berbasis Website<br><i>Dicxy Aprizal, Fatsyahrina Fitriastuti, Ryan Ari Setyawan</i>                    | 186-194        |
| Analisis Quality Assurance Dalam Penilaian Kualitas Kinerja Situs Web<br>Pemerintah Kota Manado<br><i>Juan Antoni Samuel Posumah, Wahyu Tisno Atmojo</i> | 195-199        |

## **PENGANTAR REDAKSI**

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa atas terbitnya JURNAL INFORMASI INTERAKTIF Volume 7, Nomor 3, Edisi September 2022. Pada edisi kali ini memuat 6 (enam) tulisan hasil penelitian dalam bidang informatika.

Harapan kami semoga naskah yang tersaji dalam JURNAL INFORMASI INTERAKTIF edisi September tahun 2022 dapat menambah pengetahuan dan wawasan di bidangnya masing-masing dan bagi penulis, jurnal ini diharapkan menjadi salah satu wadah untuk berbagi hasil-penelitian yang telah dilakukan kepada seluruh akademisi maupun masyarakat pada umumnya.

Redaksi

## IMPLEMENTASI METODE CRM PADA SISTEM INFORMASI PENJUALAN LED

Muhammad Redy Hermawan<sup>1</sup>, Selviana Yunita<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Darwan Ali, <sup>2</sup>Universitas Darwan Ali  
Jl. Batu Berlian No.10, Mentawa Baru Hulu, Kec. Mentawa Baru Ketapang,  
Kabupaten Kotawaringin Timur, Kalimantan Tengah

E-mail: <sup>1</sup>redihermawan44@gmail.com, <sup>2</sup>selviana.yunita@unda.ac.id

### ABSTRAK

Mengintegrasikan teknologi informasi ke dalam operasional bisnis saat ini dapat menambah keuntungan bagi perusahaan. Tren bisnis saat ini adalah di bidang belanja dalam jaringan (*on line*), sehingga banyak perusahaan membuat toko virtual untuk memanfaatkan tren ini. Neonled.Id berdiri pada tahun 2019 merupakan salah satu UMKM yang berada di kota Sampit Kalimantan Tengah bergerak bidang industri kreatif yang berfokus pada pembuatan lampu dengan bahan baku lampu LED yang diperuntukan untuk desain *interior* ruangan. Pada sistem yang sedang berjalan saat ini adalah kurangnya media promosi dan penjualan yang mampu mendorong penjualan produk. Promosi dan penjualan yang dilakukan pada Neonled.Id masih secara konvensional, belum menggunakan sistem penjualan secara online dimana konsumen harus datang langsung ke lokasi untuk melakukan pemesanan LED *custom* dan pembayaran masih dilakukan secara tunai. Dapat ditarik kesimpulan masalah yang ada pada sistem berjalan, maka penulis mengajukan perancangan sistem informasi sebuah sistem informasi penjualan LED. Penelitian ini menggunakan metode CRM (*Customer Relationship Management*). Sementara desain sistem diekspresikan secara grafis menggunakan pemodelan UML (*Unified Modeling Language*), dieksekusi menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL-Server sebagai *database* yang digunakan. Sistem informasi penjualan LED, dapat mempermudah Neonled.Id dalam mengelola penjualan dan mengelola hubungan baik antar pelanggan, dengan menggunakan sistem informasi penjualan Neonled menjadi terbantu dalam memasarkan produknya.

**Kata Kunci :** Sistem Informasi, Website, Penjualan, *Customer Relationship Management* (CRM).

### ABSTRACT

Currently, the most profitable enterprise models are those that integrate information technology, such as the Internet, into their operations. The current business trend is in the area of internet shopping, so many companies create virtual stores to take advantage of this trend. Neonled.Id was founded in 2019, one of the MSMEs in the city of Sampit, Central Kalimantan, is engaged in the creative industry that focuses on making lamps with LED lamps as raw materials for interior design. In the current system, there is a lack of promotion and sales media that is able to encourage product sales. Promotions and sales are carried out at Neonled.Id are still conventional, not using an online sales system where consumers have to come directly to the location to place an order for custom LEDs, and payment is still made in cash. It can be concluded that the problems that exist in the system are running, so the author proposes to design an information system for an LED sales information system. This study uses the CRM (*Customer Relationship Management*) method. While the system design is expressed graphically using UML (*Unified Modeling Language*) modeling, it is executed using the PHP programming language and MySQL-Server as the database used. LED sales information system, can make it easier for Neonled.Id to manage sales and manage good relationships between customers, using a Neonled sales information system to be helpful in marketing their products.

**Keywords :** Information System, Website, Sales, *Customer Relationship Management* (CRM)

### 1. PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan teknologi informasi berkembang dengan sangat pesat.

Dengan adanya sistem informasi di berbagai bidang membuat setiap perusahaan memerlukan informasi sebagai pengolahan

data. Dari adanya perkembangan teknologi informasi tersebut banyak perusahaan yang berlomba-lomba meningkatkan kinerja melalui sistem yang terkomputerisasi sesuai dengan kebutuhan perusahaan[1]. Melalui *website* penjualan kita dapat memiliki peluang yang sama agar dapat bersaing dalam bisnis di dunia maya. Dengan adanya *website* penjualan dapat mempermudah penjual dalam menjual produk, mempromosikan produk[2].

Dalam penelitian ini objek penelitian adalah Neonled.Id yang merupakan usaha yang bergerak dalam bidang penjualan LED *custom*. Neonled.Id bergerak di bidang industri kreatif yang berfokus pada pembuatan produk dengan bahan baku lampu LED. Usaha ini adalah salah satu usaha yang cukup potensial, dikarenakan saat ini sangat banyak tempat usaha/cafe yang menggunakan LED *Sign* untuk desain interiornya. Umumnya LED yang dibuat digunakan sebagai dekorasi tempat usaha, cafe, kamar, dan lain sebagainya. Saat ini promosi dan penjualan yang dilakukan pada Neonled.Id masih secara konvensional, belum menggunakan sistem penjualan secara online dimana konsumen harus datang langsung ke lokasi untuk melakukan pemesanan LED *custom* dan pembayaran masih dilakukan secara tunai. Hal ini tentunya menyulitkan para calon *customer* yang berada di luar kota untuk melakukan pemesanan. Maka dari itu untuk memperluas jangkauan penjualan, calon *customer* memerlukan layanan pembelian dan pembayaran secara *online* dan transfer melalui rekening. Dengan pemanfaatan sistem informasi *website* ini diharapkan dapat meningkatkan kebutuhan dan informasi kepada calon pelanggan Neonled.Id, dan pihak Neonled.Id juga akan lebih mudah dalam melakukan pendekatan kepada calon konsumen.

Menurut Diyantina mengatakan “Perusahaan mulai mengubah pola pikir dari orientasi keuntungan ke arah faktor-faktor potensial lainnya seperti kepentingan pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan”[3]. CRM merupakan salah satu strategi dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta memberikan nilai tambah untuk kemudahan[4]. CRM yang akan di implementasikan kedalam website ini adalah dalam bentuk *Newsletter* yang dapat

mengirimkan e-mail promosi kepada pelanggan yang sudah berlangganan. Dari *Newsletter* ini diharapkan dapat membuat pelanggan menjadi loyal dengan selalu membeli produk dan mempromosikan kepada orang lain melalui mulut ke mulut.

Berdasarkan permasalahan yang sudah diuraikan di atas dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang ada pada Neonled.Id saat ini adalah masih belum adanya sistem yang dapat membantu untuk mendukung proses penjualan dan pemasaran produk, maka dari itu disini akan dibuatkan perancangan sistem informasi dalam bentuk tugas akhir yang berjudul “ Sistem Informasi Penjualan Led Menggunakan Metode CRM Berbasis Web Pada Neonled.Id “. Dari sistem yang dibuat ini diharapkan mampu mengatasi permasalahan yang ada dan mendapatkan pelanggan yang loyal.

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 Lampu LED

LED adalah singkatan dari *Light Emitting Diode* (dioda cahaya). Lampu LED adalah teknologi Lampu yang super hemat dan ramah lingkungan, dan juga sangat tahan lama sampai dengan 10 Tahun. LED merupakan sejenis lampu yang akhir-akhir ini muncul dalam kehidupan kita dan mulai menggantikan lampu bohlam.

### 2.2 Sistem Informasi

Sistem adalah suatu jaringan yang bekerja dari prosedur-prosedur yang saling terkait satu sama lain, untuk melakukan suatu kegiatan atau menyelesaikan masalah tertentu. Dan informasi adalah data yang diubah menjadi bentuk yang lebih sempurna dan lebih berarti bagi penggunaanya.

### 2.3 Customer Relationship Management (CRM)

*Customer Relationship Management* adalah strategi yang digunakan secara luas untuk mengatur hubungan antara perusahaan, pelanggan, dan calon pelanggan. Atau dengan kata lain pengumpulan informasi yang berfungsi untuk meningkatkan pemahaman perusahaan terhadap pelanggan. Menurut Laksmana et al *Customer Relationship Management* adalah strategi yang berfokus

pada pelanggan untuk mendapatkan keuntungan melalui hubungan dengan pelanggan[5].

## 2.4 Unified Modelling Language (UML)

Menurut Rosa Dan Shalahuddin “UML (*Unified Modelling Language*) adalah salah satu standar bahasa yang banyak digunakan didunia industri untuk mendefinisikan requirement, membuat analisis dan desain, serta menggambarkan arsitektur dalam pemrograman berorientasikan objek[6].

## 2.5 Website

Menurut Rachdian mengemukakan bahwa *website* adalah suatu pengenalan ruang informasi dimana sumber-sumber daya yang berguna diidentifikasi *global* yang disebut *Uniform Resource Identifier* (URI) atau lebih dikenal dengan istilah yang lebih populer yaitu *Uniform Resource Locator* (URL)”[7].

## 2.6 Database

Menurut Winarno dan Zaki “*Database* merupakan sebuah tempat untuk menyimpan data yang jenisnya beraneka ragam”[8]. Dari pendapat para ahli maka dapat disimpulkan bahwa *database* adalah kumpulan dari beberapa data yang disusun menjadi sebuah kelompok dengan tipe data yang sejenis, dimana antar data tersebut saling berhubungan satu sama lain.

# 3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah :

## 3.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan beberapa metode penelitian yang pertama menggunakan metode observasi yaitu dengan memperoleh data dari teknik pengumpulan data terhadap masalah yang ada dengan mengadakan pengamatan secara langsung pada Neonled.Id. data yang dikumpulkan berupa apa saja produk yang dijual, bagaimana alur proses penjualan yang ada pada Neonled.Id, selanjutnya peneliti melakukan metode wawancara (*interview*) untuk memperoleh data dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan ke pemilik

usaha[9]. Dalam melakukan proses wawancara ini penulis bertanya langsung kepada pemilik usaha yaitu dengan bapak Rahmat Hidayat. Setelah melakukan beberapa metode *observasi* penulis melakukan pengumpulan studi pustaka dengan mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan penelitian dan mencari di beberapa sumber buku terkait sistem informasi penjualan dan penerapan metode CRM untuk menambah referensi dan landasan teori.

## 3.2 Metode Perancangan

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode perancangan sistem *Unified Modelling Language* (UML). Dengan menggunakan diagram alur seperti : Use Case Diagram, *Entity Relationship Diagram* (ERD), *Activity Diagram*, Dan *Class Diagram* [10]. Pada proses pembuatan program pada tahap perancangan sistem menggunakan bahasa pemrograman PHP, MYSQL sebagai databasenya, dan Visual Code sebagai *text editor*.

## 3.3 Metode Pengujian Sistem

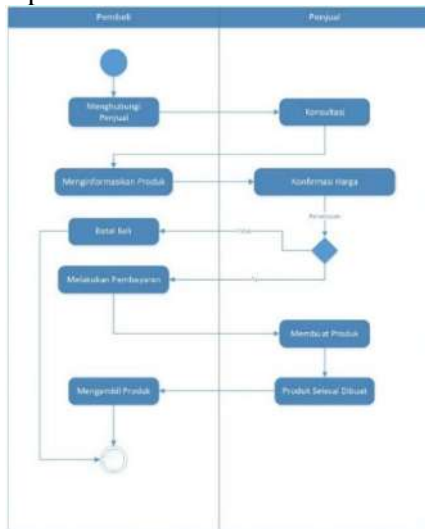
Pada penelitian ini menggunakan metode pengujian sistem dengan metode pengujian *Black Box*. *Black box testing* dikenal juga sebagai *behavior testing*. Metode ini menguji terhadap *fungsi* atau kegunaan sebuah aplikasi. *Black box* sistem cukup meninjau *input* dan *output* sistem *software* tanpa pengetahuan tentang apa *internal* yang ada di program nya. Disebut pengujian *black box* karena menggambarkan perspektif pengujian yang seperti hanya melihat kotak hitam[11].

# 4. PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini dijelaskan mengenai bagaimana perancangan sistem informasi penjualan berbasis web. Penulis menyarankan untuk menggunakan metode *Customer Relationship Management* (CRM) ke dalam *website* ini yang dapat digunakan untuk mengelola hubungan baik dengan pelanggan. Sehingga mempermudah pemilik usaha dalam mengelola usahanya dan mengelola pemasaran produknya. Berdasarkan hasil analisa kebutuhan-kebutuhan sistem yang sudah ditetapkan, langkah selanjutnya adalah melakukan perancangan ataupun desain sistem usulan yang bertujuan untuk pembuatan sistem.

### Activity Diagram

Alur penjualan yang sedang berjalan saat ini disajikan dalam Activity Diagram seperti pada Gambar 1:



Gambar 1 Activity diagram sistem yang berjalan

### 4.1 Rancangan Sistem

Untuk mengatasi permasalahan yang ada pada sistem penjualan yang sedang berjalan, dibutuhkan sistem informasi penjualan berbasis *website*. Sehingga disini penulis mengusulkan untuk membuat *website* agar membantu dalam penjualan dan promosi produk.

Berikut ini beberapa usulan yang akan dirancang :

User :

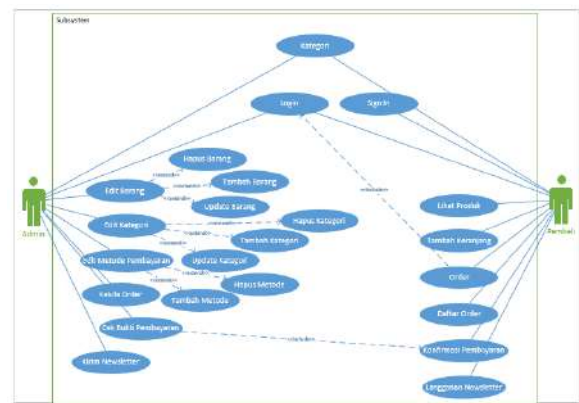
1. Dapat mengakses *website*
2. Dapat melakukan *login*
3. Dapat melakukan transaksi
4. Dapat berlangganan *Newsletter*

Admin :

1. Dapat mengakses *website*
2. Dapat melakukan *login*
3. Dapat mengelola data transaksi pelanggan
4. Dapat mengirimkan email promosi melalui *Newsletter*

### Use Case Diagram Yang Diusulkan

*Use case* menggambarkan alur sistem beserta aktornya dalam rancangan sistem informasi penjualan berbasis web. terdapat beberapa aktivitas yang dapat dilakukan oleh admin dan pembeli, admin dapat melakukan edit barang, edit kategori, edit metode pembayaran, mengelola order, mengecek pembayaran, dan mengirim *newsletter* ke pembeli. Sedangkan pembeli dapat membuat akun, berlangganan *newsletter*, mengkonfirmasi pembayaran dan tentunya melakukan order.

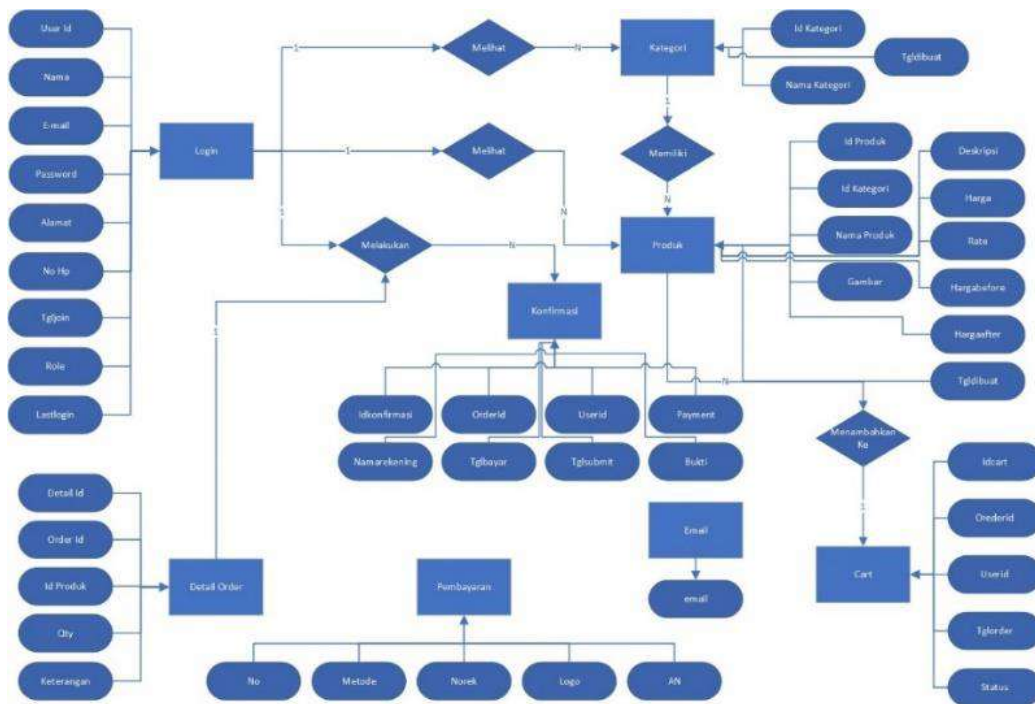


Gambar 2 Use case diagram sistem diusulkan

### Entity Relationship Diagram Sistem

Rancangan *entity relation diagram* pada sistem informasi penjualan disajikan pada Gambar 3. Terdapat 7 entitas yang memiliki atribut masing-masing. Beberapa entitas juga saling berelasi satu sama lain.

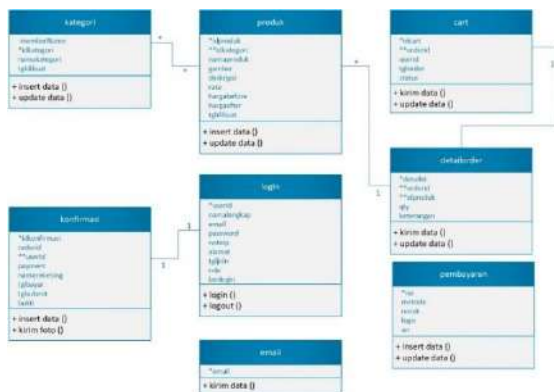




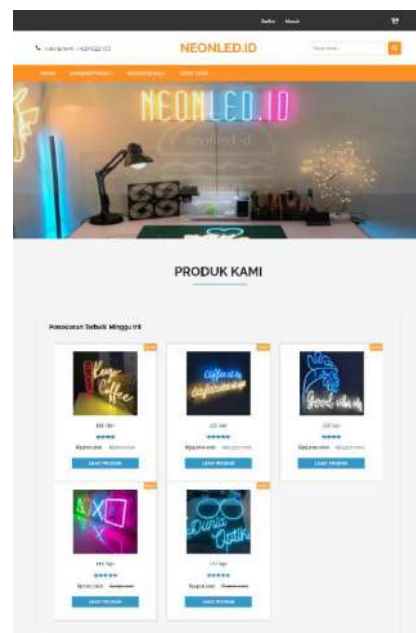
Gambar 3 Entity relationship diagram sistem informasi penjualan

### Class Diagram

Class diagram yang digunakan dalam sistem informasi penjualan LED ditampilkan pada Gambar 4. Class diagram ini digunakan untuk menunjukkan hubungan dalam setiap objek. Tahapan apa saja yang harus dilalui orang untuk melakukan pembelian produk.



Gambar 4 Class diagram sistem informasi penjualan



Gambar 5 Tampilan utama website

### Tampilan Rancangan Sistem

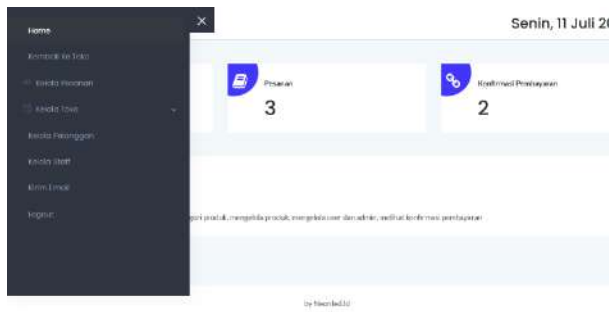
Di bawah ini adalah tampilan dari rancangan sistem administrasi penjualan :

#### 1. Tampilan awal halaman user

Tampilan ini merupakan tampilan awal jika pertama mengunjungi website Neonled.Id.

#### 2. Tampilan awal halaman admin

Tampilan ini merupakan tampilan awal jika admin pertama login website Neonled.Id. Pada menu utama terdapat jumlah pelanggan, jumlah pesanan, dan jumlah orang yang melakukan konfirmasi pembayaran.



Gambar 6 Tampilan utama website (admin)

### 3. Pendaftaran Akun

Pada *form* pendaftaran, *customer* melakukan pendaftaran jika merupakan *customer* baru dan mengisi semua data-data dengan lengkap seperti yang telah disediakan, lalu klik daftar maka *customer* akan mendapatkan hak akses untuk masuk dengan *username* dan *password* yang sudah dibuat.

Gambar 7 Tampilan daftar akun

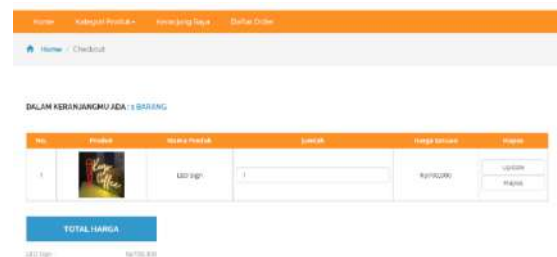
### 4. Login

Form ini berfungsi sebagai gerbang keamanan program aplikasi, artinya hanya pemakai tertentu saja yang dapat menggunakannya. Seorang *user*/pemakai akan memiliki *Username* dan *Password* masing-masing, sehingga saat pengoperasian form ini pemakai dapat menggunakannya.

Gambar 8 Tampilan login

### 5. Keranjang saya

Bagian keranjang akan menampilkan produk apa saja yang telah dimasukan *customer* ke dalam keranjang belanja nya. Contohnya seperti gambar dibawah ini :



Gambar 9 Tampilan keranjang saya


### 6. Halaman Checkout

Pada *form* pengiriman akan menampilkan kode order, keterangan, alamat, provinsi, distrik, dan pilihan ekspedisi. Setelah semua diisi lengkap lalu pilih tombol *I Agree And Checkout* untuk melanjutkan seperti pada Gambar 10 :



## 7. *Input* Data Produk

## 8. *Input* Data Kategori



## 9. *Input* Metode Pembayaran

### Tambah Metode

Nama Metode

No. Following

Alamat

URL Login

#### 10. *Input* Konfirmasi Pembayaran

# KONFIRMASI

## Kode Order

10004758209

## INFORMASI PEMBAKARAN

Nama Pemilik Saringan : Sumbar Daur

## REKENING TUJUAN

Bank BTP : 12131231231

## Foto Bukti

**[Pilih File]** - Anda ada file yang dipilih

*foto bukti harus jpg maksimal 2 MB*

## TANGGAL BAYAR

11/11/2020

Bayar

183

### 11. Input Kirim Email *Newsletter*

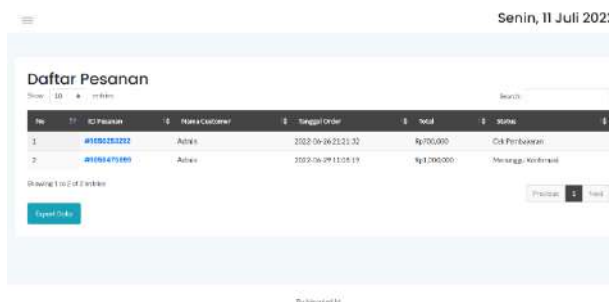
Pada menu ini terdapat form tempat untuk menuliskan email yang akan dikirim ke pelanggan yang sudah berlangganan *Newsletter*. Setelah mengklik tombol kirim maka email akan terkirim ke seluruh *customer* yang sudah berlangganan. Contohnya seperti gambar dibawah ini :



Gambar 15 Tampilan kirim *newsletter*

### 12. Output Kelola Pesanan

Informasi pesanan berupa keterangan produk apa yang dipesan oleh *customer*, jumlah dan total harga. Untuk melihat lebih detail admin tinggal memilih tombol Ide pesanan maka akan muncul semua data terkait pesanan beserta bukti pembayaran yang sudah dikirim *customer*. Seperti gambar 16 :



Gambar 16 Tampilan kelola pesanan

## 5. KESIMPULAN

Dengan adanya sistem informasi penjualan yang terkomputerisasi, dari permasalahan ini dapat dirancang sistem informasi penjualan agar dapat mempermudah dalam mengelola transaksi penjualan. Selain itu sistem ini juga dapat mempermudah dalam melakukan promosi penjualan dan pencatatan penjualan. Semua produk ditampilkan kedalam *website* yang berfungsi sebagai katalog produk dan media promosi. Selain itu juga menggunakan fitur *Newsletter* yang dapat mengirimkan email promosi ke banyak pelanggan sekaligus. Pemanfaatan *website* ini tentunya akan

meningkatkan penjualan produk dan membuat pelanggan menjadi loyal.

## 6. SARAN

Dari kesimpulan diatas penulis mempunyai beberapa saran agar sistem yang dibuat dapat di implementasikan dengan baik dan bersifat *user friendly*. Untuk mendukung penjualan sebaiknya disediakan fitur chat di dalam *website* agar *customer* dapat berkonsultasi secara langsung melalui *website*, dan disediakan fitur pelacakan untuk *customer* agar dapat melacak pengiriman produk yang dipesan.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Iteratif and V. Studio, "Penjualan Dan Pembelian Pada Pt . Fajar Selatan," no. x, 2008.
- [2] S. R. C. Nursari and Y. Immanuel, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online," *CCIT J.*, vol. 11, no. 1, pp. 102–114, 2018, doi: 10.33050/ccit.v11i1.563.
- [3] H. Purwanto, A. Sumbaryadi, and Sarmadi, "E-Crm Berbasis Web Pada Sistem Informasi Penjualan Furniture," *J. PILAR Nusa Mandiri Vol. 14, No. 1 Maret 2018*, vol. 14, no. 1, pp. 15–20, 2018, [Online]. Available: [www.bsi.ac.id](http://www.bsi.ac.id).
- [4] Edwin Yudha Pratama, "Analisis Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Indomobil Trada Nasional Radin Inten," 2018, [Online]. Available: <http://repository.unsada.ac.id/573/>.
- [5] B. A. B. Ii and A. K. Teoretis, "Kajian Teoretis Dan Metodologi Penelitian," pp. 6–30, 2019.
- [6] N. Purwandari and F. Ramadhan, "Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web pada PT. Mustika Jati," *J. Sains dan Teknol.*, vol. 1, no. 1, pp. 43–57, 2018, [Online]. Available: <http://research.kalbis.ac.id/Research/Files/Article/Full/ET722JFJEKQYRF2PKZC1UBQOU.pdf>.

- [7] D. Hidayatullah, “Bab Ii Landasan Teori,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 8–24, 2018.
- [8] B. A. B. Ii, “Bab ii landasan teori 2.1.,” pp. 7–27, 1963.
- [9] 126-127 38 Suharsimi Arikanto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta:2002), “Suharsimi Arikanto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta:2002),126-127 38,” pp. 126–127, 2002.
- [10] Hendy, “Pemodelan Sistem Menggunakan UML (Unified Modelling Language),” *Syst. Model.*, no. July, pp. 1–5, 2019, [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/334562380>.
- [11] U. Hanifah, R. Alit, and Sugiarto, “Penggunaan Metode Black Box Pada Pengujian Sistem Informasi Surat Keluar Masuk,” *SCAN - J. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 11, no. 2, pp. 33–40, 2016, [Online]. Available: <http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/scan/article/view/643>.