

Protected by PDF Anti-Copy Free
E-MARKETING BERBASIS WEBMOBILE PADA TOKO
JUMIRAN MENGGUNAKAN METODE CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Untuk Menyelesaikan
Pendidikan Program Sarjana (S-1)
Pada Program Studi Sistem Informasi**

Disusun Oleh :

TRI RAGIL BAGUS SUGIHARTO

Nim: 015.03.0040

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
UNIVERSITAS BINA INSAN
LUBUKLINGGAU
2022**

Protected by PDF Anti-Copy Free
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Pada hari Selasa tanggal 06 ptember tahun 2022 telah dilaksanakan sidang Skripsi oleh Program Studi Sistem Informasi Matematika Universitas Bina Insan.

Nama : Tri Ragil Bagus Sugiharto

NIM : 015.03.0040

Judul Skripsi : ***E-Marketing Berbasis Webmobile Pada Toko Jumiran Menggunakan Metode Customer Relationship Management (Crm)***

Komisi Penguji

1. Ketua (ELMAYATI, M.Kom.)
2. Sekretaris (LUKMAN SUNARDI, M.Kom)
3. Anggota (ANDRI ANTO TRI SUSILO, M.Kom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Sistem Informasi

Harma Oktafia Lingga Wijaya, M.Kom

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

**E-MARKETING BERBASIS MOBILE PADA TOKO JUMIRAN
MENGUNAKAN METODE CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT (CRM)**

Oleh :

NAMA : TRI RAGIL BAGUS SUGIHARTU

NIM : 015.03.0040

PRODI : SISTEM INFOMASI

Pembimbing I

Lubuklinggau, Juli 2022

Pembimbing II

Elmayati,M.Kom

Lukman Sunardi.,M.Kom

Mengetahui

Dekan Fakultas Komputer

Universitas Bina Insan

Dr. Rudi Kurniawan, ST,M.Kom



MOTTO

**"Hal kecil yang terus menerus dilakukan,
akan menjadi kebiasaan sehari-hari"**

Ku persembahkan karya tulis ini untuk:

- *Kedua orang Tuaku Tercinta yang selalu mendoakan ku.*
- *Saudara ku yang selalu memberikan semangat, motivasi dan doa untuk ku.*
- *Almamaterku yang sangat aku banggakan.*
- *Teman-teman seperjuanganku yang memberikan motivasi untuk ku.*

Protected by PDF Anti-Copy Free

HALAMAN PERNYATAAN

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Tri Ragil Bagus Sugiharto

NIM : 015.03.0040

Program Studi : Sistem Informasi



Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian yang saya susun untuk syarat mendapat gelar sarjana Strata Satu (S-1) pada Universitas Bina Insan Lubuklinggau, merupakan hasil kerja saya sendiri dan tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya. Ada bagian tertentu dalam penulisan penelitian ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain dan telah saya tuliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa penelitian dan tugas akhir ini bukan hasil kerja saya sendiri, atau plagiat dalam bagian-bagian tertentu, maka saya bersedia dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Lubuklinggau, Juli 2022

Penulis,

Tri Ragil Bagus Sugiharto

015.03.0040

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)



Biodata

Nama : Tri Ragil Bagus Sugiharto
Tempat Lahir : Dwijaya
Tanggal Lahir : 01 Januari 1997
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Dsn III, Desa Dwijaya, Kec. Tugumulyo, Kab. Musirawas

Pendidikan

- SD : SD NEGERI 1 DWIJAYA
- SMP/MTS Sederajat : SMP NEGERI O. MANGUN HARJO
- SMA/MAN/SMK Sederajat : SMK NEGERI TUGUMULYO

Protected by PDF Anti-Copy Free

ABSTRACT

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Electronic commerce also known as e-commerce, is the use of communication networks and computers to carry out business processes. Jumiran store is a business shop that is selling household goods in Tugu Mulyo District. Currently, for the sales process, Jumiran stores only rely on manual sales processes or consumers come directly to the store, resulting in the Jumiran store market share only in the area around the store. For the process of delivering information, the Jumiran store only relies on distributing information manually so that the latest information about marketed goods is only limited to the area around the store, besides that product data storage is still manual using a ledger as a medium for recording product data so that the data has not been stored neatly and has not been stored properly. Details as well as the delivery of criticism and suggestions about store services can only be submitted directly or come directly to the store. Storage of the results of feedback or messages with customers is also needed, in order to assist the store in making decisions in product marketing and customer service in the future. The method used for system development in this research is the waterfall method, while the method used to obtain, consolidate and analyze customer data and then use it to interact with customers is the Customer Relationship Management (CRM) method. The results of this study are Webmobile-Based E-Marketing at Jumiran Stores Using the Customer Relationship Management (CRM) Method.

Keywords: E-Commerce, Stores, Customers, Customer Relationship Management (CRM)

Protected by PDF Anti-Copy Free

ABSTRAK

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Perdagangan elektronik atau yang disebut juga e-commerce, adalah penggunaan jaringan komunikasi komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Toko Jumiran merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga yang ada di Kecamatan Tugu Mulyo. Saat ini, untuk proses penjualan, toko hanya mengandalkan proses penjualan secara manual atau konsumen datang langsung ke toko sehingga mengakibatkan pangsa pasar toko jumiran hanya di wilayah sekitar toko saja. Untuk proses penyampaian informasi, toko Jumiran hanya mengandalkan penyebaran informasi secara manual saja sehingga informasi terbaru tentang barang yang dipasarkan hanya terbatas di wilayah sekitaran toko saja, selain itu penyimpanan data produk masih manual menggunakan buku besar sebagai media catat data produk sehingga data belum tersimpan rapi dan belum terperinci serta penyampaian kritik dan saran tentang pelayanan toko hanya bisa disampaikan secara langsung atau datang langsung ke toko. penyimpanan hasil *feedback* atau pesan dengan pelanggan juga dibutuhkan, agar membantu pihak toko dalam melakukan pengambilan keputusan dalam pemasaran produk dan pelayanan pelanggan untuk kedepannya. Metode yang digunakan untuk pengembangan sistem dalam penelitian ini adalah metode waterfall, sedangkan metode yang digunakan untuk memperoleh, mengonsolidasi dan menganalisis data pelanggan dan kemudian mempergunakannya untuk berinteraksi dengan pelanggan adalah metode *Customer Relationship Management (CRM)* adalah strategi. Hasil penelitian ini adalah *E-Marketing Berbasis Webmobile Pada Toko Jumiran Menggunakan Metode Customer Relationship Management (CRM)*

Kata Kunci : E-Commerce, Toko, Pelanggan, Customer Relationship Management (CRM)

Protected by PDF Anti-Copy Free

KATA PENGANTAR

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Puji syukur diucapkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunianya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan maksimal untuk diajukan sebagai syarat penulisan pada Program Studi Sistem Informasi Universitas Bina Insan Lubuklinggau.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini tentunya masih jauh dari sempurna. Hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan yang di miliki. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu :

1. Bapak Dr.H.Sardiyo., MM selaku Rekror Universitas Bina Insan
2. Ibu Elmayati.,M.Kom Selaku Dekan Fakultas Ilmu Teknik Universitas Bina Insan Lubuklinggau sekaligus Dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan arah dalam penulisan
3. Bapak Joni Karman, M.Kom selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Bina Insan Lubuklinggau yang telah banyak memberikan bimbingan dan arah dalam penulisan Skripsi ini.
4. Bapak Lukman Sunardi.,M.Kom selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan arah dalam penulisan Skripsi ini.
5. Pemilik toko manisan “Jumiran” yang telah membantu dengan memberikan data penelitian yang penulis butuhkan.
6. Seluruh Staf Dosen dan Karyawan Universitas Bina Insan Lubuklinggau
7. Seluruh keluarga terutama Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan bantuan moril dan materil.

8. Semua pihak yang telah membimbing, membantu dan mendorong penyelesaian Skripsi ini.

Mudah-mudahan Allah  membalas semua budi baik yang telah diberikan. semoga skripsi ini dapat berguna bagi pembaca.

Lubuklinggau, Juli 2022

Tri Ragil Bagus Sugiharto

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
ABSTRAK	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Literatur	8
2.1.1 Pengertian <i>E-Marketing</i>	8
2.1.2 Penjualan.....	9
2.1.3 Produk atau Barang	10
2.1.4 Metode CRM.....	11
2.1.5 Website	13
2.1.6 <i>Unified Modeling Language (UML)</i>	15
2.1.7 Metode <i>Waterfall</i>	20
2.1.8 Metode Black Box	21
2.2 Penelitian Relevan.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.2 Metode Pengembangan Sistem	31
3.3 Waktu dan Tempat Penelitian.....	32
3.4 Alat dan Bahan.....	32
3.5 Analisa Kebutuhan	33
3.6 Perancangan Sistem.....	34
3.7 Metode Pengujian Sistem	73

Protected by PDF Anti-Copy Free
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

BAB	IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1 Gambaran Umum.....	74
	4.2 Hasil dan Pembahasan.....	76
BAB	V KESIMPULAN DAN SARAN	
	5.1 Kesimpulan.....	77
	5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



	Halaman
Tabel 2.1 Use Case	16
Tabel 2.2. Activity Diagram.....	17
Tabel 2.3 Sequence Diagram.....	18
Tabel 2.4 Penelitian Relevan.....	24
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	32
Tabel 3.2 Definisi aktor	34
Tabel 3.3 Definisi use case.....	35
Tabel 3.4 Skenario login	35
Tabel 3.1. Skenario olah data admin.....	36
Tabel 3.2 Skenario input data admin	36
Tabel 3.3 Skenario edit admin.....	36
Tabel 3.4 Skenario hapus admin.....	37
Tabel 3.5 Skenario olah data Produk	38
Tabel 3.6 Skenario input data Produk.....	38
Tabel 3.7. Skenario edit Produk	38
Tabel 3.8. Skenario hapus Produk	39
Tabel 3.9. Skenario olah data Jarak	40
Tabel 3.10. Skenario input data Jarak.....	40
Tabel 3.11. Skenario edit Jarak	40
Tabel 3.12. Skenario hapus Jarak	41
Tabel 3.13. Skenario olah data User.....	42
Tabel 3.14. Skenario input data User.....	42
Tabel 3.15. Skenario edit User	42
Tabel 3.16. Skenario hapus User	43
Tabel 3.17. Skenario olah data Pemesanan	44
Tabel 3 18. Skenario input data Pemesanan.....	44
Tabel 3.19. Skenario edit Pemesanan	45
Tabel 3.20. Skenario hapus Pemesanan	45
Tabel 3.21. Skenario olah data Pembayaran	46



Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Tabel 3.22. Skenario input data Pembayaran.....	46
Tabel 3.23. Skenario edit Pembayaran.....	47
Tabel 3.24. Skenario hapus Pembayaran.....	47
Tabel 3.25. Skenario lihat produk.....	48
Tabel 3.26. Skenario logout.....	48
Tabel 3.27. Pengujian Sistem.....	73
Tabel 3.28. Desain Tabel Admin.....	74
Tabel 3.29. Desain Tabel User.....	74
Tabel 3.30. Desain Tabel Jarak.....	75
Tabel 3.31. Tabel Produk.....	75
Tabel 3.32. Tabel Pemesanan.....	76
Tabel 3.33. Desain Tabel Pembayaran.....	77
Tabel 4.1 Tabel Hasil Pengujian Sistem.....	83

	Halaman
Gambar 2.1 Metode Waterfall.....	20
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	29
Gambar 3.1 Diagram Use Case.....	34
Gambar 3.2. Activity Diagram login.....	49
Gambar 3.3 Activity Diagram olah Data Admin.....	49
Gambar 3.4 Activity Input Data Data Admin.....	49
Gambar 3.5 Activity Diagram Edit Data Admin.....	50
Gambar 3.6 Activity Diagram Hapus Data Admin.....	50
Gambar 3.7 Activity Diagram olah Data Produk.....	51
Gambar 3.8 Activity Input Data Data Produk.....	51
Gambar 3.9 Activity Diagram Edit Data Produk.....	51
Gambar 3.10 Activity Diagram Hapus Data Produk.....	52
Gambar 3.11 Activity Diagram olah Data Jarak.....	52
Gambar 3.12 Activity Input Data Jarak.....	52
Gambar 3.13 Activity Diagram Edit Data Jarak.....	53
Gambar 3.14 Activity Diagram Hapus Data Jarak.....	53
Gambar 3.15 Activity Diagram olah Data User.....	54
Gambar 3.16 Activity Input Data User.....	54
Gambar 3.17 Activity Diagram Edit Data User.....	55
Gambar 3.18 Activity Diagram Hapus Data User.....	55
Gambar 3.19 Activity Diagram olah Data Pemesanan.....	56
Gambar 3.20 Activity Input Data Pemesanan.....	56
Gambar 3.21 Activity Diagram Edit Data Pemesanan.....	56
Gambar 3.22 Activity Diagram Hapus Data Pemesanan.....	57
Gambar 3.23 Activity Diagram olah Data Pembayaran.....	57
Gambar 3.24 Activity Input Data Pembayaran.....	57
Gambar 3.25 Activity Diagram Edit Data Pembayaran.....	58
Gambar 3.26 Activity Diagram Hapus Data Pembayaran.....	58
Gambar 3.27 Activity Diagram Lihat Produk.....	59
Gambar 3.28 Activity Diagram Logout.....	59
Gambar 3.29 Class Diagram.....	59
Gambar 3.30 Squence Diagram login admin.....	60
Gambar 3.31 Squence Diagram olah Data Admin.....	60
Gambar 3.32 Squence Input Data Data Admin.....	61
Gambar 3.33 Squence Diagram Edit Data Admin.....	61
Gambar 3.34 Squence Diagram Hapus Data Admin.....	62
Gambar 3.35 Squence Diagram olah Data Produk.....	62
Gambar 3.36 Squence Input Data Data Produk.....	63
Gambar 3.37 Squence Diagram Edit Data Produk.....	63
Gambar 3.38 Squence Diagram Hapus Data Produk.....	64
Gambar 3.39 Squence Diagram olah Data Jarak.....	64
Gambar 3.40 Squence Input Data Jarak.....	65
Gambar 3.41 Squence Diagram Edit Data Jarak.....	65
Gambar 3.42 Squence Diagram Hapus Data Jarak.....	66

Gambar 3.43 Sequence Diagram olah Data User.....	66
Gambar 3.44 Sequence Input Data User.....	67
Gambar 3.45 Sequence Diagram Edit Data User.....	67
Gambar 3.46 Sequence Diagram Hapus Data User.....	68
Gambar 3.47 Sequence Diagram Data Pemesanan.....	68
Gambar 3.48 Sequence Input Data Pemesanan.....	69
Gambar 3.49 Sequence Diagram Pemesanan.....	69
Gambar 3.50 Sequence Diagram Data Pemesanan.....	70
Gambar 3.51 Sequence Diagram olah Data Pembayaran.....	70
Gambar 3.52 Sequence Input Data Pembayaran.....	71
Gambar 3.53 Sequence Diagram Edit Data Pembayaran.....	71
Gambar 3.54 Sequence Diagram Hapus Data Pembayaran.....	72
Gambar 3.55 Sequence Diagram Lihat Produk.....	72
Gambar 3.56 Sequence Diagram Logout.....	73
Gambar 3.57 Rancangan Halaman Utama.....	78
Gambar 3.58. Rancangan Halaman Produk.....	78
Gambar 3.59 Halaman Detail Produk.....	79
Gambar 3.60 Halaman Keranjang Belanja.....	79
Gambar 3.61 Halaman Login Admin.....	80
Gambar 3.62 Halaman Index Admin.....	80
Gambar 3.63 Halaman Olah data Halaman Admin.....	81
Gambar 3.64 Halaman Daftar Admin.....	81
Gambar 3.65 Halaman Daftar User.....	82
Gambar 3.66 Halaman Daftar Data Produk.....	82
Gambar 3.67 Halaman Daftar Jarak.....	83
Gambar 3.68. Halaman Pemesanan.....	83
Gambar 3.69. Halaman Pembayaran.....	84
Gambar 3.70 Halaman Menu Laporan.....	84
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Toko Jumiran.....	85
Gambar 4. 2 Halaman Depan.....	87
Gambar 4.3 Halaman Produk.....	87
Gambar 4.4 Halaman Detail Produk.....	88
Gambar 4.5 Halaman Login Pelanggan.....	88
Gambar 4.6 Halaman Keranjang.....	89
Gambar 4.7 Halaman Check Out Keranjang.....	89
Gambar 4.8 Halaman Konfirmasi Pembayaran.....	90
Gambar 4.9 Halaman Login Admin.....	90
Gambar 4.10 Halaman Utama Admin.....	91
Gambar 4.11 Halaman Master Produk.....	91
Gambar 4.12 Halaman Tambah Produk.....	92
Gambar 4.13 Halaman Pelanggan.....	92
Gambar 4.14 Halaman Daftar Penjualan.....	93
Gambar 4.15 Halaman Laporan Penjualan.....	93

Protected by PDF Anti-Copy Free

DAFTAR LAMPIRAN

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

1. Lembar Bimbingan Pembimbing I
2. Lembar Bimbingan Pembimbing II



Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

BAB I



1.1 Latar Belakang

Pada perkembangan teknologi di era digital saat ini sudah mengalami kemajuan yang sangat pesat, salah satunya adalah *internet*. *internet* merupakan gudang data dan informasi yang dibutuhkan masyarakat dari berbagai bidang profesi mulai dari bidang pendidikan, hiburan, bisnis, kesehatan, olah raga dan lain sebagainya[1]. Perdagangan elektronik atau yang disebut juga e-commerce, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis[2]. Pengertian dari e-commerce adalah menggunakan internet dan komputer dengan browser web untuk mengenalkan, menawarkan, membeli dan menjual produk[2].

Toko Jumiran merupakan toko usaha yang bergerak di bidang penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga yang ada di Kecamatan Tugu Mulyo. Saat ini, untuk proses penjualan, toko Jumiran hanya mengandalkan proses penjualan secara manual atau konsumen datang langsung ke toko sehingga mengakibatkan pangsa pasar toko jumiran hanya di wilayah sekitar toko saja. Untuk proses penyampaian informasi, toko Jumiran hanya mengandalkan penyebaran informasi secara manual saja sehingga informasi terbaru tentang barang yang dipasarkan hanya terbatas di wilayah sekitaran toko saja, selain itu penyimpanan data produk masih manual menggunakan buku besar sebagai media catat data produk sehingga data belum tersimpan rapi dan belum terperinci serta penyampaian kritik dan

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

saran tentang pelayanan toko hanya bisa disampaikan secara langsung atau datang langsung ke toko. Pelayanan hasil *feedback* atau pesan dengan pelanggan juga dibutuhkan untuk membantu pihak toko dalam melakukan pengambilan keputusan dalam pemasaran produk dan pelayanan pelanggan untuk kedepannya. Berdasarkan masalah tersebut, Pentingnya penerapan suatu strategi manajemen hubungan pelanggan pada teknologi sistem informasi adalah untuk membantu usaha ini dalam melakukan layanan tanya jawab sebagai fasilitas penyampaian keluhan serta perminatan pelanggan.

Metode *Customer Relationship Management (CRM)* adalah strategi untuk memperoleh, mengonsolidasi dan menganalisis data pelanggan dan kemudian mempergunakannya untuk berinteraksi dengan pelanggan[3]. Penerapan metode CRM dalam sebuah *e-commerce* atau *e-marketing* bertujuan untuk memudahkan pemilik toko dalam melakukan pemasaran, penjualan dan pelayanan, sehingga memberikan kemudahan terhadap pelanggan dalam mencari sebuah informasi produk yang ada di Toko Jumiran.

Berdasarkan permasalahan yang ada, penulis bermaksud membuat suatu sistem E-Marketing berbasis webmobile yang dapat menunjang kegiatan bisnis perdagangan serta dapat dijadikan sebagai alat pemasaran produk dan pengelolaan data penjualan yang dituangkan dalam bentuk penelitian akhir dengan judul ” ***E-Marketing Berbasis Webmobile Pada Toko Jumiran Menggunakan Metode Customer Relationship Management (CRM)***”. Dengan adanya sistem E-Marketing berbasis web

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

mobile ini diharapkan sebagai solusi alternative dalam mengatasi kendala –
kendala ada.



1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka penulis mengidentifikasi masalah yang ada yaitu:

- a. Saat ini, proses penjualan pada toko Jumiran masih menggunakan proses secara manual atau konsumen datang langsung ke toko sehingga mengakibatkan pangsa pasar toko jumiran masih terbatas.
- b. Untuk proses penyampaian informasi, toko Jumiran masih manual sehingga informasi terbaru tentang barang yang dipasarkan hanya terbatas diwilayah sekitaran toko saja.
- c. Penyimpanan data produk masih manual menggunakan buku besar sebagai media catat data produk sehingga data belum tersimpan rapi dan belum terperinci
- d. Penyampaian kritik dan saran tentang pelayanan toko hanya bisa disampaikan secara langsung atau datang langsung ke toko.
- e. Belum ada media yang digunakan untuk penyimpanan hasil *feedback* atau pesan dengan pelanggan yang bisa digunakan untuk membantu pihak toko dalam melakukan pengambilan keputusan dalam pemasaran produk dan pelayanan pelanggan untuk kedepannya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah yang dalam penelitian ini yaitu:

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

- a. Bagaimana merancang suatu sistem yang dapat digunakan untuk proses penjualan agar penjualan hanya dilakukan secara manual atau konsumen datang langsung ke toko sehingga mengakibatkan pangsa pasar toko jumiran hanya di wilayah sekitar toko saja ?
- b. Bagaimana merancang suatu sistem yang dapat digunakan untuk proses penyampaian informasi agar toko Jumiran tidak hanya mengandalkan penyebaran informasi secara manual saja sehingga pelanggan bisa mendapat informasi terbaru tentang barang yang dipasarkan ?
- c. Bagaimana merancang suatu sistem yang dapat digunakan untuk penyimpanan data agar penyimpanan data tersimpan rapi dan terperinci ?
- d. Bagaimana merancang suatu sistem yang dapat digunakan untuk penyampaian kritik dan saran tentang pelayanan toko ?
- e. Bagaimana merancang suatu sistem yang dapat digunakan untuk penyimpanan hasil *feedback* atau pesan dengan pelanggan yang bisa digunakan untuk membantu pihak toko dalam melakukan pengambilan keputusan dalam pemasaran produk dan pelayanan pelanggan untuk kedepannya ?

1.4 Batasan Masalah

Agar pembahasan yang dilakukan lebih terarah, maka perlu ditentukan batas permasalahan. Adapun batasan pada penelitian ini adalah :

- a. Sistem Informasi penjualan hanya dibatasi pada penjualan barang kebutuhan rumah tangga saja.

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

- b. Sistem Informasi ini memiliki layanan atau fasilitas yang disediakan berupa layanan pemesanan *online*, dan juga menu tentang informasi produk.
- c. Bahasa pemrograman yang digunakan adalah *PHP* dan database yang digunakan adalah *MySQL*.
- d. Metode *e-marketing* yang digunakan adalah metode *Customer Relationship Management (CRM)* dan metode pengembangan sistem yang digunakan adalah metode *waterfall*.



1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

- a. Menerapkan *e-marketing* yang berbasis *Customer Relationship Management (CRM)* pada sistem informasi di Toko Jumiran.
- b. Memperluas area pemasaran atau penjualan khususnya konsumen luar kabupaten Musi Rawas tanpa mengeluarkan modal atau biaya yang lumayan besar.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk Toko Jumiran ataupun pihak lainnya. Adapun beberapa manfaat yang penulis dapat berikan melalui penelitian ini adalah:

1. Manfaat Bagi Peneliti

Dapat digunakan sebagai bahan perbandingan antara hasil teori yang didapat di perkuliahan dengan penerapan dalam system nyata serta menambah wawasan, pengalaman, pengetahuan.

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

2. Manfaat Bagi Tempat Penelitian

Membantu dalam upaya memperluas area pemasaran, peningkatan omset penjualan dan pelayanan toko



3. Bagi Univeritas Bina Insan

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian bagi mahasiswa lain yang berhubungan dengan sistem yang berbasis android.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran secara garis besar dari laporan skripsi, berikut akan diuraikan secara singkat sistematika penulisannya, yang terdiri 5 bab dan masing-masing sub bab dengan relevan terhadap permasalahan yang dibahas. Secara sistematis, isi dari masing-masing bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan tentang latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian, waktu dan tempat penelitian, alat dan bahan, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisikan tentang landasan teori yang dipakai oleh penulis yang berhubungan dengan tema penelitian.

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

BAB III : ANALISA DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini berisikan tentang analisa sistem, analisis alur kerja perangkat lunak, metode pengembangan sistem, perancangan sistem, dan perancangan perangkat lunak.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisikan tentang data aplikasi pengenalan buah serta pengujian program.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan dari seluruh penelitian skripsi yang telah dilakukan dan saran-saran / masukan-masukan yang berguna dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

BAB II

KATA PENGANTAR



2.1 Literatur

2.1.1 Pengertian *E-Marketing*

E-marketing adalah sisi pemasaran dari *e-commerce*, yang merupakan kerja dari perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet[4]. *E-marketing* adalah salah satu komponen dalam *e-commerce* dengan kepentingan khusus oleh marketer, yakni strategi proses pembuatan, pendistribusian, promosi, dan penetapan harga barang dan jasa kepada pangsa pasar internet atau melalui peralatan digital lain[4].

E-marketing dikatakan dapat memudahkan perusahaan dan juga pelanggan yaitumenawarkan kemudahan bagi perusahaan maupun calon pembeli barang ataupun pengguna jasa di dalam hal kepraktisan, dimana perusahaan maupun calon pelanggan tidak harus keluar perusahaan atau rumah untuk memberi maupun mencari informasi karena dengan *e-marketing* hampir seluruh informasi dapat disampaikan maupun diterima melalui internet, lebih jauh lagi teknologi smartphone yang telah ada saat ini dan sudah hampir dimiliki oleh semua orang di seluruh dunia juga mendukung keberadaan *e-marketing* tersebut. Di samping itu, *e-marketing* juga dapat menghemat biaya bagi pemasar dengan banyaknya tersedia website maupun aplikasi online gratis yang dapat digunakan pemasar untuk memasarkan produknya. *E-marketing* dapat dikatakan sebagai

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

kegiatan inovatif karena merupakan cara baru untuk berinteraksi dengan pelanggan dan menyediakan sistem pemberian layanan baru dan proses yang mengurangi biaya.



Sebagian besar e-marketing bertujuan untuk mencapai berbagai tujuan seperti berikut[5]:

- a. Meningkatkan pangsa pasar.
- b. Meningkatkan jumlah komentar pada sebuah blog atau website.
- c. Meningkatkan pendapatan penjualan.
- d. Mengurangi biaya (misalnya biaya distribusi atau promosi).
- e. Mencapai tujuan merek (seperti meningkatkan kesadaran merek).
- f. Meningkatkan ukuran database.
- g. Mencapai tujuan *Customer Relationship Management (CRM)* (seperti meningkatkan kepuasan pelanggan, frekuensi pembelian, atau tingkat referensi pelanggan).

Memperbaiki manajemen rantai suplai (seperti dengan meningkatkan koordinasi anggota, menambahkan mitra, atau mengoptimalkan tingkat persediaan).

2.1.2 Penjualan

Penjualan ialah menjual barang dagang yang menjadi usaha pokok suatu perusahaan dengan dilakukan secara terus menerus dan tepat[6]. Penjualan merupakan satu langkah pemasaran dari suatu perusahaan, sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang akibatnya adalah kegiatan operasional perusahaan dapat tetap dijalankan.

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Dalam pengertiannya suatu perusahaan mempunyai tiga tujuan

dalam penjualan yaitu:

1. Mencapai batas tertentu penjualan
2. Mendapat keuntungan
3. Mendukung perkembangan perusahaan



2.1.3 Produk atau Barang

Produk adalah hasil keluaran sebuah sistem kerja yang terdiri dari bentuk fisik dan/atau informasi yang didapatkan konsumen dan digunakan kemudian[7]. Secara sederhana, produk dari sebuah perusahaan atau sebuah sistem kerja dapat dikategorikan ke dalam 3 kelompok besar.

1. Produk Informasi. Produk Informasi (*Information Product*) terdiri dari informasi, dan hanya itu. Contoh signifikan dari produk informasi adalah hasil pencarian di Internet.
2. Produk Fisik (*Physical Product*) adalah materi yang murni, tidak memiliki informasi dan jasa, misalnya segenggam gula atau sejumput tanah. Keberadaan produk ini hanya nyata secara fisik dan digunakan untuk kebutuhan fisik pula.

Sementara Produk Jasa (*Service Product*) adalah kumpulan aksi yang memberikan nilai (value) kepada konsumen, dan tidak berbentuk informasi atau benda fisik. Yang dapat dikategorikan sebagai jasa, tentu saja berupa layanan baik dari manusia lain atau dari mesin.

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

2.1.4 Metode Customer Relationship Management (CRM)

Customer Relationship Management (CRM) saat ini merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk lebih mengetahui dan memahami pelanggannya, sehingga perusahaan dapat memberikan pelayanan yang terbaik serta membina hubungan jangka panjang yang lebih baik dengan pelanggannya[8]. *Customer Relationship Management (CRM)* adalah suatu pendekatan yang memandang bahwa pelanggan adalah inti dari bisnisnya dan keberhasilan suatu perusahaan tergantung dari bagaimana mereka mengelola hubungannya secara efektif[8].

Customer Relationship Management (CRM), yang bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan profitabilitas perusahaan jangka panjang. Hubungan dengan pelanggan (*customer relations*), di mana hal ini mencakup kegiatan-kegiatan seperti memberi informasi kepada pelanggan atau nasabah, menjelaskan prosedur, tata cara, waktu penyelenggaraan acara. Suatu organisasi yang *customer-centric* terus-menerus berusaha melayani setiap pelanggan dengan empati dengan selalu memberdayakan pelanggan, bukan menjadikan pelanggan sebagai sasaran. Fokus proses pemasaran yang tadinya dipusatkan pada pertukaran diperluas ke arah relationship yang memiliki cakrawala waktu yang panjang. Di dalam setiap kegiatan pertukaran terdapat setiap hubungan relasional (*relationship*) yang akan menjadi hubungan interaktif dan terus menerus jika tercipta kepuasan, kepercayaan dan komitmen.

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Pengertian CRM adalah manajemen hubungan pelanggan yaitu suatu jenis manajemen yang secara khusus membahas teori mengenai penanganan hubungan perusahaan dengan pelanggannya dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan di mata pelanggannya[8]. CRM melingkupi semua aspek yang berhubungan dengan calon pelanggan dan pelanggan saat ini. Lebih lanjut Customer Relationship Management adalah strategi tingkat korporasi yang berfokus pada pembangunan dan pemeliharaan hubungan dengan pelanggan, jadi CRM lebih menekankan pada pendekatan holistik terhadap falsafah organisasi yang menekankan hubungan yang erat dengan pelanggan.

Kerangka komponen CRM diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu sebagai berikut[9]:

1. Operasional CRM

Operasional CRM mencakup proses otomatisasi pemasaran, dan pelayanan. Salah satu penerapan CRM yang termasuk kategori operasional CRM adalah dalam bentuk aplikasi web.

2. Analitikal CRM

CRM analitik berperan dalam melakukan analisis pelanggan dan pasar, seperti analisis trend pasar dan analisis perilaku pelanggan.

3. Collaborative CRM

Tujuan utamanya adalah menyemangati dan menyebarkan loyalitas pelanggan ke pelanggan lain yang masih belum berada di level kesetiaan pelanggan.

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Terdapat tiga fase dalam CRM dalam mengelola daur hidup pelanggan, yaitu[9]:



1. *Acquire*

Pada tahap ini perusahaan akan mendapatkan pelanggan baru dengan melakukan penjualan, pemasaran secara langsung, dan pemenuhan kebutuhan pelanggan.

2. *Enchane*

Merupakan tahapan dimana perusahaan berusaha untuk menjalin hubungan dengan pelanggan melalui pemberian pelayanan yang baik terhadap pelanggannya.

3. *Retain*

Pada tahap ini dapat membantu perusahaan secara proaktif dan memberikan *reward* kepada pelanggan yang paling loyal

2.1.5 *Web Mobile*

Mobile web merupakan halaman HTML berbasis browser yang bisa diakses memakai perangkat portable seperti smartphone atau tablet lewat jaringan seluler 3G, 4G atau WiFi[10]. Mobile web memang dirancang khusus untuk menampilkan data seperti teks, gambar dan juga video dari website ke dalam tampilan yang lebih kecil. Mobile web ini berguna untuk mengakses layanan data secara wireless memakai perangkat mobil seperti ponsel, PDA serta perangkat *portable* yang sudah tersambun dengan jaringan telekomunikasi selular. Mobile web yang diakses dengan perangkat mobile ini nantinya harus dirancang dengan mempertimbangkan

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

beberapa keterbatasan perangkat mobile seperti handphone yang mempunyai ukuran layar yang kecil atau keterbatasan lainnya dalam sebuah perangkat *mobile*.



Pada bulan Mei tahun 2005, *mobile web* dikeluarkan W3C memakai nama *Mobile Web Initiative (MWI)* yang bertujuan agar web bisa diakses dari perangkat mobile dengan sederhana sama seperti ketika mengakses dari komputer desktop. Membuat mobile web diperlukan implementasi untuk memperbaiki dari sisi *interoperability*, *usability* serta *accessibility* di *mobile web*. Biasanya *mobile web* memiliki ukuran yang ringan pada setiap halaman yang ditulis memakai *Extensible Hypertext Markup Language (xHTML)* atau dari *Wireless Markup Language (WML)* untuk mengirim konten ke dalam perangkat mobile.

Karena beberapa teknik ini memakai *Adobe Flash Lite* atau *Sun J2ME*, maka membuat perangkat mobile jauh lebih beragam. Mobile web semakin berkembang mengikuti perkembangan teknologi web 2.0 sehingga bisa diartikan jika teknologi web 2.0 ke sebuah device. Namun mobile web ini lebih sederhana jika dibandingkan dengan komputer desktop. Untuk itu, ada beberapa faktor yang menjadi pembatas sehingga harus lebih diperhatikan ketika ingin membangun mobile web seperti salah satunya adalah ketersediaan data secara real time atau update berkala pada saat terjadi perubahan data di web. Untuk itulah ketika membangun sebuah mobile 2.0 dengan mempertimbangkan proses update data berkala bisa dibangun dengan memakai teknik AJAX atau Flash Lite. Meski begitu,

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

mobile web juga memiliki kekurangan meski tidak sampai membuat pengguna merasa rugi material dan juga financial. Kekurangan tersebut terletak pada domain yang membuat pengguna mobile web harus mempunyai 2 buah domain. Selain itu jika terjadi gangguan, maka akan sedikit sulit untuk memperbaikinya kembali

2.1.6 Unified Modeling Language (UML)

Unified Modeling Language (UML) merupakan sistem arsitektur yang bekerja dalam OOAD (*Object-Oriented Analysis/Design*) dengan satu bahasa yang konsisten untuk menentukan, visualisasi, mengkonstruksi, dan mendokumentasikan *artifact* (sepotong informasi yang digunakan atau dihasilkan dalam suatu proses rekayasa *software*, dapat berupa model, deskripsi, atau *software*) yang terdapat dalam sistem software[11]. UML merupakan bahasa pemodelan yang paling sukses dari tiga metode OO yang telah ada sebelumnya, yaitu *Booch*, *OMT (Object Modeling Technique)*, dan *OOSE (Object-Oriented Software Engineering)*. UML merupakan kesatuan dari ketiga pemodelan tersebut dan ditambah kemampuan lebih karena mengandung metode tambahan untuk mengatasi masalah pemodelan yang tidak dapat ditangani ketiga metode tersebut. UML dikeluarkan oleh *OMG (Object Management Group, Inc)* yaitu organisasi internasional yang dibentuk pada 1989, terdiri dari perusahaan sistem informasi, *software developer*, dan para *user* sistem komputer.

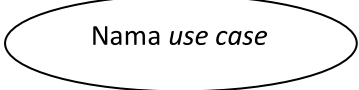



Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

1. Use case Diagram

Use case atau *use case* merupakan pemodelan untuk kelakuan (*behavior*) sistem informasi yang akan dibuat. *Use case* menjelaskan sebuah interaksi antara satu atau lebih aktor dengan sistem yang akan dibuat. Jadi dapat disimpulkan bahwa *use case diagram* merupakan pemodelan untuk kelakuan sistem informasi yang akan dibuat dan menjelaskan interaksi antar aktor[12]. Berikut adalah simbol-simbol yang ada pada diagram *use case*[13]:

Tabel 1. *Use Case*


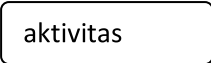
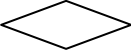


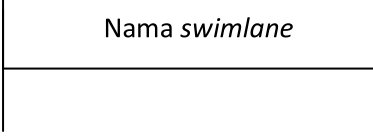
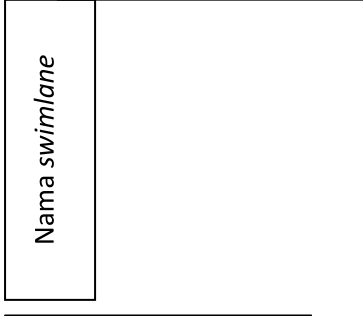
Simbol	Deskripsi
<i>Use case</i>  Nama <i>use case</i>	Fungsionalitas yang digunakan untuk saling bertukar proses antar fungsi atau aktor
Aktor / <i>actor</i>  Nama actor	Pelaku dalam sebuah sistem
Asosiasi / <i>association</i> 	Komunikasi antar aktor dengan <i>use case</i> atau sebaliknya
Ekstensi / <i>extend</i> <<extend>> 	Relasi <i>use case</i> tambahan ke sebuah <i>use case</i> dimana <i>use case</i> yang ditambahkan dapat berdiri sendiri walau tanpa <i>use case</i> tambahan itu;

Protected by PDF Anti-Copy Free

2. (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark) *Activity Diagram*

Diagram aktivitas *activity diagram* merupakan gambaran alir kerja dari sebuah sistem yang sedang dibangun. Berikut ini adalah simbol-simbol yang ada pada diagram aktivitas [13]:

Tabel 2. *Activity Diagram*

Simbol	Deskripsi
Status awal 	Langkah awal dalam sistem
Aktivitas 	Kegiatan yang dilakukan sistem
Percabangan/ <i>decision</i> 	Sebuah percabangan dimana terdapat lebih dari satu proses
Penggabungan/ <i>join</i> 	Menggabungkan beberapa aktivitas menjadi satu
Status akhir 	Status berhentinya sebuah aktivitas system
<i>Swimlane</i>  Atau 	Merupakan tempat aktivitas sistem yang diisi dengan simbol-simbol yang berguna untuk menjelaskan alur sistem yang sedang dibangun

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

3. *Class Diagram*


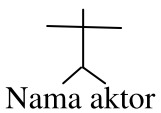

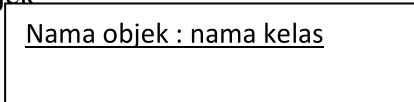
Diagram kelas atau *class diagram* menggambarkan struktur sistem yang terdiri dari kelas-kelas yang berfungsi untuk membangun sistem[13]. Kelas memiliki apa yang disebut atribut dan metode atau operasi:

1. Atribut merupakan variabel-variabel yang dimiliki oleh suatu kelas.
2. Operasi atau metode adalah fungsi-fungsi yang dimiliki oleh suatu kelas.

4. *Sequence Diagram*


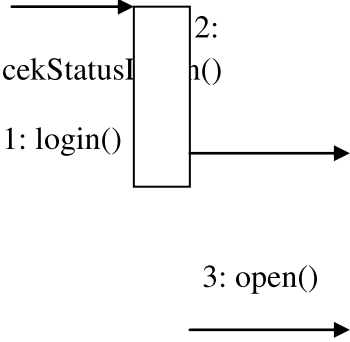


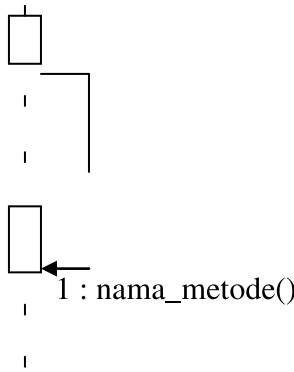
Diagram sekuen menggambarkan kelakuan objek pada *use case* dengan mendeskripsikan waktu hidup objek dan pesanyang dikirimkan serta diterima antar objek. Berikut adalah simbol-simbol yang ada pada diagram sekuen[13]:

Tabel 3.*Sequence Diagram*

Simbol	Deskripsi
 Aktor  Nama aktor Atau 	Pelaku yang terdapat dalam sebuah sistem yang dibangun
Garis hidup/ <i>lifeline</i>	Menyatakan kehidupan sebuah objek
Objek 	Menyatakan suatu objek yang berinteraksi

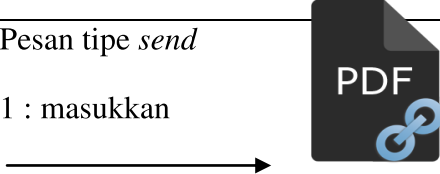
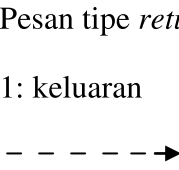
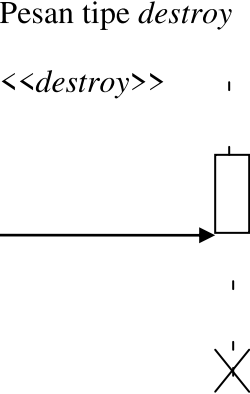
Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

<p>Waktu aktif</p> 	<p>Menyatakan objek dalam keadaan aktif dan berinteraksi, semua yang terhubung dengan waktu aktif ini adalah sebuah yang dilakukan, misalnya</p>  <p>Maka <code>cekStatusLogin()</code> dan <code>open()</code> dilakukan didalam metode <code>login()</code></p> <p>Aktor tidak memiliki waktu aktif</p>
<p>Pesan tipe <i>create</i></p> <p><code><<create>></code></p> 	<p>Sebuah objek yangn membuat objek lain</p>
<p>Pesan tipe <i>call</i></p> <p>1 : nama_metode()</p> 	<p>Memanggil objek lain misalnya,</p>  <p>Arah panah mengarah pada objek yang memiliki operasi, karena ini memanggil operasi maka operasi yang dipanggil sesuai dengan</p>

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

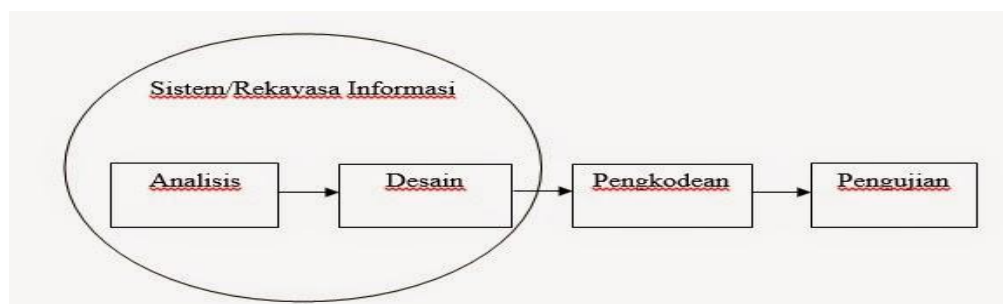
		kelas objek yang berinteraksi
Pesan tipe <i>send</i> 1 : masukkan 		Mengirimkan pesan kepada objek lain, arah panah mengarah pada objek yang dikirim
Pesan tipe <i>return</i> 1: keluaran 		Menyatakan suatu objek mendapat kembalian dari suatu proses, arah panah mengarah pada objek yang menerima kembalian
Pesan tipe <i>destroy</i> <<destroy>> 		Menyatakan suatu objek mengakhiri proses objek yang lain, arah panah mengarah objek yang diakhiri

2.1.7 Metode Waterfall

Waterfall sering juga disebut model sekuensial atau alur hidup klasik.

Model air terjun menyediakan pendekatan alur hidup perangkat lunak secara terurut dimulai dari analisis, desain, pengodean, pengujian[14].

Berikut adalah gambar model air terjun:




Gambar 1. Metode Waterfall

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

1. Analisis

Proses pengumpulan  dan dilakukan secara intensif untuk mespesifikasikan kebutuhan perangkat lunak agar dapat dipahami perangkat lunak seperti apa yang dibutuhkan oleh *user*. Spesifikasi kebutuhan perangkat lunak pada tahap ini perlu untuk didokumentasikan.

2. Desain

Desain perangkat lunak adalah proses multi langkah yang fokus pada desain pembuatan program perangkat lunak termasuk struktur data, arsitektur perangkat lunak, representasi antarmuka, dan prosedur pengodean.

3. Pengodean

Hasil dari tahap ini adalah program komputer yang sesuai dengan desain yang telah dibuat sebelumnya.

4. Pengujian

Pengujian fokus pada perangkat lunak secara dari segi logik dan fungsional dan memastikan bahwa semua bagian sudah diuji. Pengujian bertujuan untuk melihat program yang dibuat sudah sesuai seperti yang sudah didesain sebelumnya atau tidak

2.1.8 Metode Pengujian Sistem *Black Box Testing*

Black box testing adalah pengujian yang dilakukan hanya mengamati hasil eksekusi melalui data uji dan memeriksa fungsional dari perangkat lunak[15]. Jadi dianalogikan seperti kita melihat suatu koatak hitam, kit hanya bisa melihat penampilan luarnya saja, tanpa tau ada apa dibalik bungkus hitam nya. Sama seperti pengujian black box,

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

mengevaluasi hanya dari tampilan luarnya(interface nya) , fungsionalitasnya.tanpa  hui apa sesungguhnya yang terjadi dalam proses detilnya (hanya m  i input dan output).

Black Box pengujian adalah metode pengujian perangkat lunak yang menguji fungsionalitas aplikasi yang bertentangan dengan struktur internal atau kerja (lihat pengujian white-box). Pengetahuan khusus dari kode aplikasi / struktur internal dan pengetahuan pemrograman pada umumnya tidak diperlukan. Uji kasus dibangun di sekitar spesifikasi dan persyaratan, yakni, aplikasi apa yang seharusnya dilakukan. Menggunakan deskripsi eksternal perangkat lunak, termasuk spesifikasi, persyaratan, dan desain untuk menurunkan uji kasus. Tes ini dapat menjadi fungsional atau non-fungsional, meskipun biasanya fungsional. Perancang uji memilih input yang valid dan tidak valid dan menentukan output yang benar. Tidak ada pengetahuan tentang struktur internal benda uji itu. Metode uji dapat diterapkan pada semua tingkat pengujian perangkat lunak: unit, integrasi, fungsional, sistem dan penerimaan. Pengujian pada Black Box berusaha menemukan kesalahan seperti:

1. Fungsi-fungsi yang tidak benar atau hilang
2. Kesalahan interface
3. Kesalahan dalam struktur data atau akses database eksternal
4. Kesalahan kinerja
5. Inisialisasi dan kesalahan terminasi

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)


2.2 Penelitian Relevan

Tabel 2. 1 Penelitian Relevan

No	Nama	Judul	Permasalahan dan Hasil Penelitian
1.	Radhi Adlan, Wirta Agustin, Yoyon Efendi	Rancangan Website E-CRM(Electronics Customer Relationship Management) Pada House Of Smith Pekanbaru[16]	CRM (Customer Relationship Management) merupakan cara untuk pengelolaan relasi antara sebuah perusahaan didalam konsumsiproduk atau jasa yang diproduksi perusahaan tersebut.Berkembangnya teknologi, metode CRM pun mulaidikembangkanmenjadi Electronic Customer Relationship Management (E-CRM).Banyaknya varian produk yang ditawarkan oleh House of Smithdapat dimanfaatkan sebagai strategi unggulan dalam menjagaloyalitas pelanggan. Perancangan aplikasi E-CRM pada House ofSmith adalah membantu perusahaan mengetahui kebutuhanpelanggan secara personal serta mampu memberikan pelayanan yangsesuai dengan karakter konsumen dan memberikan informasi yangdibutuhkan, sehingga perusahaan dapat mempertahankan pelangganyang sudah ada dan mendapatkan pelanggan baru. Metode penelitianyang digunakan adalah observasi dan wawancara langsung ke Houseof Smith. Hasil dari analisa dan perancangan aplikasi E-CRMberbasis web ini adalah membantu House of Smith untuk memenuhikebutuhan pelanggan guna meningkatkan


Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

			<p>kepuasan pelanggan sehingga tetap menjadi pelanggan setia. Aplikasi E-CRM ini merupakan alat interaksi yang menciptakan hubungan antar perusahaan dengan pelanggan menjadi lebih baik</p>
2	Ovi Dyantina, Mira Afrina, Ali Ibrahim	Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN)	<p>CRM adalah strategi pemasaran untuk menciptakan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan mengurangi kemungkinan pelanggan pindah ke pesaing lain. Makalah ini menyajikan analisis pengembangan CRM berbasis web dalam Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN. Hasilnya adalah sistem berbasis web e-CRM yang dapat mengelola data pelanggan, promosi produk, penjualan produk data dan pengelolaan layanan pelanggan yang digunakan untuk menyimpan pertanyaan dan keluhan pelanggan untuk membuat hubungan baik dengan pelanggan. Aplikasi ini, Toko YEN-YEN diharapkan tetap baik</p> <p>hubungan dengan pelanggan atau mendapatkan pelanggan baru, yang pada akhirnya membawa keuntungan bagi perusahaan.</p>
3	Yuda Irawan	Sistem Informasi Pemasaran Busana Syar'i Dengan Penerapan <i>Customer Relationship</i>	Toko Cahaya Sunnah merupakan usaha bisnis yang memproduksi dan menjual busana syar'i. Dalam pengembangan bisnisnya, Toko


Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

		<p>Management (Crm) Belanja Web[17]</p> 	<p>Cahaya Sunnah terus berusaha untuk memperluas target pasarnya sampai luar kota bahkan seluruh Indonesia. Untuk mencapai tujuannya, Toko Cahaya Sunnah memerlukan website. Saat ini di Toko Cahaya Sunnah dalam pembuatan laporan penjualan masih manual menggunakan aplikasi excel sehingga pengolahan data laporan penjualan masih berjalan lambat dan belum terperinci. Saat ini Toko Cahaya Sunnah tidak memiliki aktifitas atau strategi khusus yang menangani pemasaran, pemasaran produk dilakukan secara konvensional dengan cara pelanggan memberikan informasi mengenai tempat, keistimewaan dan produk ke calon pelanggan lain. Penyebaran informasi yang tidak efektif membuat pelanggan tidak mengetahui informasi terbaru pada Toko Cahaya Sunnah sehingga mempengaruhi pelanggan untuk beralih ke toko lain. Dengan adanya <i>website</i> menggunakan metode <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) maka proses penyimpanan data dapat lebih akurat dan tersimpan rapi dan pembuatan laporan penjualan akan cepat dan tepat waktu serta penyampaian informasi promosi akan lebih cepat dan respon terhadap penjualan pun akan lebih cepat</p>
4	Rosmayani[18]	Customer Relationship	n untuk mengkaji berbagai konsep yang terkait dengan


Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

	<p>Management</p> 	<p>perkembangan definisi dan dimensi-dimensi dari customer relationship management, dan berusaha mengembangkan model yang komprehensif tentang customer relationship management khususnya di industri jasa perbankan. Permasalahan yang akan diangkat dalam penulisan makalah ini, pertama bagaimana perkembangan konsep, definisi dan dimensi-dimensi dari customer relationship management dan kedua, bagaimana mengembangkan sebuah model tentang customer relationship management yang dapat diterapkan pada industri jasa perbankan. Pendekatan yang digunakan dalam penulisan makalah ini adalah pendekatan dimensional yaitu mengkaji dimensi-dimensi yang terdapat pada variabel-variabel dalam customer relationship management dan mencari dimensi-dimensi baru dalam pelaksanaan customer relationship management tersebut. Implikasi akademik dalam makalah ini terdapatnya pemahaman-pemahaman secara teoritis penyebab kegagalan dan keberhasilan perusahaan dalam menerapkan customer relationship management. Sedangkan implikasi praktis untuk paper ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku bisnis khususnya di industri jasa perbankan dalam penerapan customer relationship management. Fokus konseptual</p>
--	---	--

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

			<p>yang dikembangkan dalam penulisan makalah ini adalah mengkaji dimensi-dimensi dari customer relationship management sehingga dapat disusun sebuah model yang menggambarkan customer relationship managemet di industri jasa perbankan. Kontribusi original penulisan makalah ini dapat memberikan perspektif baru tentang customer relationship management kearah konsepsi pendekatan CRM yang lebih proaktif</p>
5	Yohannes Yahya W[19]	Penerapan Crm (Customer Relationship Management) Pada Aplikasi Perusahaan Dagang	<p>Salah satu cara untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan adalah menjaga hubungan atau relasi yang baik dengan pelanggan. Karena dari hasil penelitian mempertahankan pelanggan yang sudah ada jauh lebih mudah dibandingkan dengan mendapatkan pelanggan baru. Persaingan bisnis yang sangat ketat akan sangat memerlukan langkah-langkah strategis untuk menghadapinya. Pelanggan yang lama harus dipertahankan dengan cara memperhatikan segala kebutuhan pelanggan dan juga pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan. Bagi Pelanggan baru usahakan bisa menjadi pelanggan tetap, dengan membina relasi ke pelanggan. Perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan barang seperti perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan sepeda motor yang sedang menghadapi persaingan ketat. Sangat penting</p>

Protected by PDF Anti-Copy Free

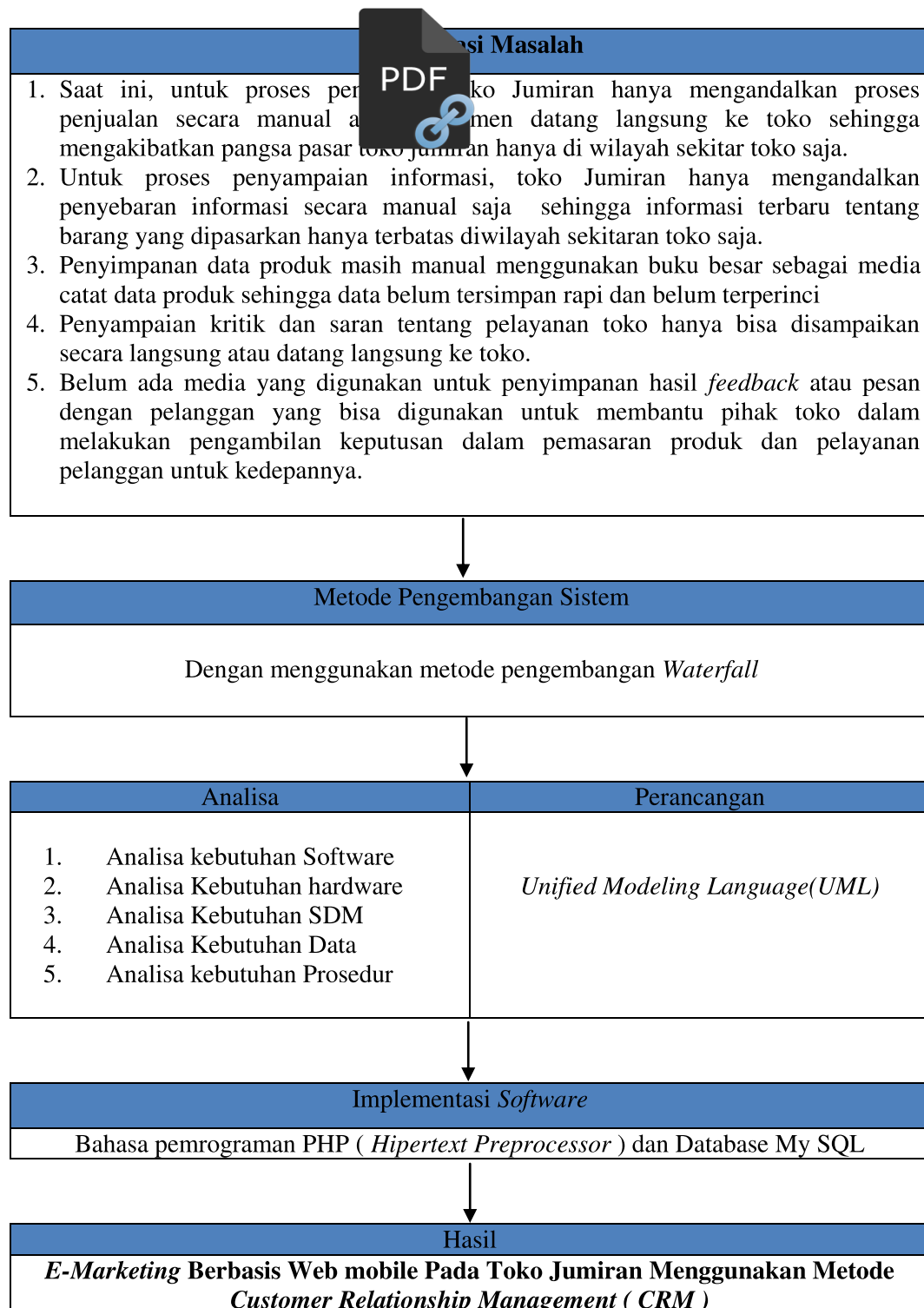
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

			<p>untuk mengetahui dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cepat dan tepat. Kehadiran Customer Relationship Management (CRM) akan mampu untuk mengatasi masalah di atas karena tujuan CRM adalah untuk mendapatkan inti dari konsep pelanggan yang tidak jelas dan meletakkannya dalam kerangka aplikasi. Salah satu langkah yang juga dapat ditempuh untuk menghadapi masalah tersebut adalah dengan memanfaatkan teknologi itu dan konsep pemasaran yang ada yaitu dengan pemanfaatan CRM (Customer Relationship Managemet) berbasis web. Untuk dapat memanfaatkan hal CRM tersebut perlu dibangun terlebih dahulu secara bertahap. Kondisi perusahaan dagang dalam bidang penjualan sepeda motor saat ini akan dieksplorasi dan akan dilakukan observasi terhadap kebutuhan akan layanan yang dapat diberikan kepada para pelanggan. Dalam prosesnya, CRM menunjukkan bagaimana pemasaran bekerja dan sistem yang dijalankan harus mampu mendukung lingkungan e-commerce</p>
--	--	---	--

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

2.3 Kerangka Berfikir



Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data yang diperlukan sebagai bahan penulisan laporan ini adalah :

a. *Data primer*

Adapun cara-cara yang dipakai untuk mengumpulkan data primer adalah sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Penulis memperoleh data dengan mengamati proses bisnis yang ada di Toko Jumiran.

2. Metode Wawancara

Teknik Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan wawancara pemilik Toko Jumiran.

3. Metode Dokumentasi

Penulis mencari dokumen-dokumen yang diperlukan dalam penulisan laporan penelitian ini dengan cara mendokumentasi dokumen dan data tersebut.


b. *Data Sekunder*

Proses yang dilakukan oleh peneliti adalah mengumpulkan data dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, laporan, jurnal, dan lain-lain.

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

3.2 Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem yang digunakan oleh penulis dalam tugas akhir ini adalah  *waterfall*. Adapun langkah-langkah atau tahapan-tahapan yang terdapat pada metode *waterfall*:

a. Analisis

Pada tahap ini peneliti melakukan analisa masalah yang ada di Toko Jumiran untuk mendapatkan data yang dibutuhkan untuk membangun sistem.

b. Desain

Pada tahap ini peneliti melakukan desain sistem yang nantinya akan menjadi acuan peneliti dalam pembuatan sistem *e-marketing* berbasis *web mobile*.

c. Pengkodean

Pada tahap ini peneliti melakukan pembuatan koding program yang sesuai dengan desain yang telah dibuat. Bentuk, fungsi, dan sarana yang terdapat di dalam sistem harus sesuai dengan rancangan program yang telah dibuat pada tahap desain. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan hasil sesuai dengan yang diharapkan.

d. Pengujian

Pengujian bertujuan untuk melihat apakah program yang dibuat sudah sesuai dengan rancangan yang sudah dibuat atau tidak. Peneliti juga melihat apakah program sudah berjalan sesuai dengan fungsi yang diinginkan atau belum.

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

3.3 Waktu dan Tempat

Untuk waktu dan tempat pelaksanaan Penelitian ini adalah sebagai berikut:



3.1.1 Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian dimulai dari bulan Desember 2021 sampai dengan Juli 2022.

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Waktu Kegiatan																															
		Dec-21				Jan-22				Feb-22				Mar-22				Apr-22				May-22				Jun-22				Jul-22			
Minggu ke-		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Analisa permasalahan																																
2	Pengajuan Judul																																
3	Pembuatan Proposal dan Bimbingan																																
4	Ujian proposal dan perbaikan																																
5	Pembuatan sistem																																
6	Skripsi																																
7	Ujian akhir																																

3.1.2 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Jumiran yang beralamat di Dusun III Desa Dwi Jaya Kec. Tugumulyo Kab Musi Rawas, Kabupaten Musi Rawas, Sumatera Selatan.

3.4 Alat dan Bahan

a. Alat

Pada penelitian ini penulis menggunakan alat hardware dan software sebagai berikut:

1) Perangkat Keras (*Hardware*)

- a) Laptop Toshiba

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

- b) Printer Cannon Canon IP 2770
- 2) Perangkat Lunak (Software)
- a) Sistem Operasi Windows 7
 - b) Bahasa Pemrograman PHP
 - c) *Web Browser* Google Chrome
 - d) XAMPP
 - e) Microsoft Office 2019
 - f) Mendeley Dekstop

b. Bahan

Bahan yang digunakan dalam penelitian dalam penelitian terdiri dari:

- 1) Kertas A4 70 dan 80 Gram
- 2) Tinta Printer

3.5 Analisis Kebutuhan dan Desain Sistem

1. Analisis Kebutuhan dan Desain Sistem

a. Analisis Kebutuhan

- 1) Sistem yang sedang berjalan

Masyarakat datang langsung ke Toko Jumiran untuk melakukan pembelian barang kebutuhan sehari-hari atau sembako, proses transaksi di catat didalam buku penjualan dan untuk membuat laporan akhir penjualan, pemilik harus merekap data yang ada.

- 2) Sistem yang diusulkan

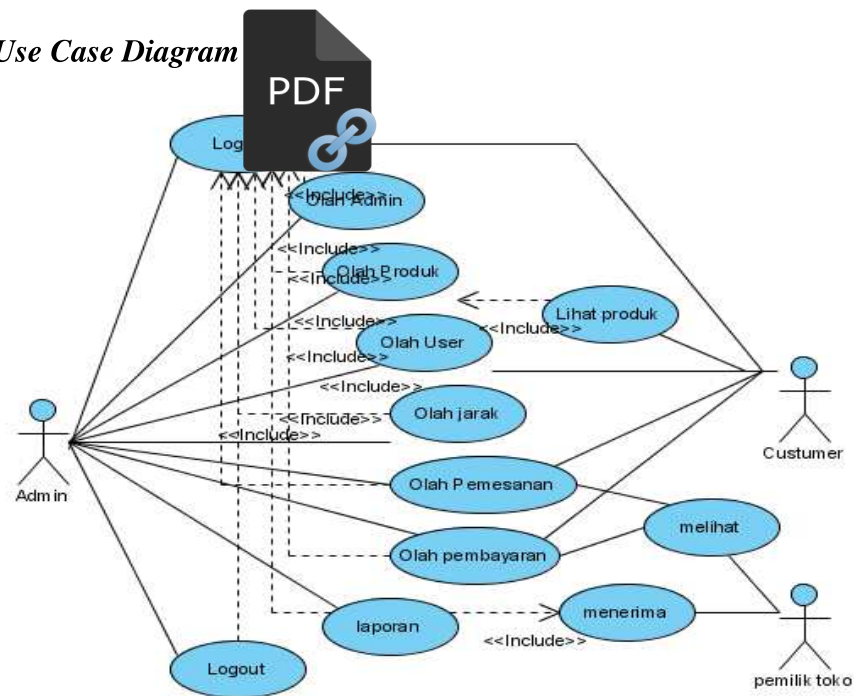
Masyarakat membuka aplikasi E-Marketing Toko Jumiran, lalu pilih barang yang diinginkan, selanjutnya melakukan pemesanan barang secara online, setelah itu diteruskan ke proses pembayaran.

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

2. Perancangan Sistem

a. Use Case Diagram



Gambar 3. 1 Diagram Use Case

b. Definisi Aktor

Tabel 3. 2 Definisi aktor

No	Aktor	Deskripsi
1	Admin	Orang yang bertugas mengelola sistem dan berhak mengoperasikan login, logout, olah admin, olah produk, olah user, oleh jarak, olah pemesanan, olah pembayaran dan laporan
2	Konsumen	Orang yang bertugas memakai sistem dan berhak menggunakan menu lihat produk, melakukan pemesanan dan melakukan pembayaran.
3	Pemilik Toko	Orang yang berhak memakai sistem untuk menerima laporan serta melihat data pemesanan dan pembayaran

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

c. Definisi *Use Case*

Tabel 3.3 Definisi us

No	Use Case	Deskripsi
1	Login	Merupakan proses admin untuk masuk ke dalam system
2	Olah admin	Merupakan proses admin untuk mengelola data admin
3	Olah produk	Merupakan proses admin untuk mengelola data produk
4	Olah data user	Merupakan proses admin dan user untuk mengelola data user
5	Olah Jarak	Merupakan proses admin dan jarak untuk mengelola data jarak
6	Olah pemesanan	Merupakan proses admin dan untuk mengelola data pemesanan
7	Olah pembayaran	Merupakan proses admin dan untuk mengelola dan pembayaran
8	Lihat produk	Merupakan proses user untuk melihat produk
9	Lihat pemesanan	Merupakan proses pemilik untuk melihat pemesanan
10	Lihat pembayaran	Merupakan proses pemilik untuk melihat data pembayaran
11	Lihat Laporan	Merupakan proses pemilik untuk melihat laporan
9	Logout	Merupakan proses admin keluar dari sistem

d. Skenario Use Case

Tabel 3.4 Skenario login

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	
1. Masukkan username dan password	
	2. Cek akun
	3. Masuk ke dalam sistem
Skenario Alternatif	
1. Masukkan username dan password	
	2. Cek akun
	3. Akun tidak valid
4. Masukkan username dan password	
	5. Cek akun

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

	6. Masuk ke dalam system
--	--------------------------

Tabel 3.1. Skenario olah admin

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah admin	
	3. Menampilkan form olah data admin
Skenario Alternatif	
4. Masukkan email dan password	
	5. Cek akun
	6. Akun tidak valid
7. Masukkan email dan password	
	8. Cek akun
	9. Masuk ke dalam system

Tabel 3.2 Skenario input data admin

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah data admin	
	3. Menampilkan form data admin
4. Klik menu input	
	5. Menampilkan form input
6. Mengisi form input dan klik simpan	
	7. Berhasil menyimpan
Skenario Alternatif	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah data admin	
	3. Menampilkan form data admin
4. Klik menu input	
	5. Menampilkan form input
6. Mengisi form input dan klik simpan	
	7. Gagal menyimpan
8. Mengisi form input dan klik simpan	
	9. Berhasil menyimpan

Tabel 3.3 Skenario edit admin

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

	1. Cek status login
2. Klik menu olah data admin	
	3. Menampilkan form data admin
4. Memilih data yang akan diubah dan mengubah data	
	5. Cek data
	6. Data berhasil diubah
Skenario Alternatif	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah data admin	
	3. Menampilkan form data admin
4. Memilih data yang akan diubah dan mengubah data	
	5. Cek data
	6. Data gagal diubah
7. Memilih data yang akan diubah dan mengubah data	
	8. Cek data
	9. Data berhasil diubah

Tabel 3.4 Skenario hapus admin

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah data admin	
	3. Menampilkan form data admin
4. Memilih data yang akan dihapus dan menghapus data	
	5. Cek data
	6. Data berhasil dihapus
Skenario Alternatif	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah admin	
	3. Menampilkan data admin
4. Memilih data yang akan dihapus dan menghapus data	
	5. Cek data
	6. Data gagal dihapus
7. Memilih data yang akan dihapus dan menghapus data	
	8. Cek data
	9. Data berhasil dihapus

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Tabel 3.5 Skenario olah data Produk

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah Pro	
	3. Menampilkan form olah data Produk
Skenario Alternatif	
1. Masukkan Username dan password	
	2. Cek akun
	3. Akun tidak valid
4. Masukkan Username dan password	
	5. Cek akun
	6. Masuk ke dalam system

Tabel 3.6 Skenario input data Produk

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah data Produk	
	3. Menampilkan form data Produk
4. Klik menu input	
	5. Menampilkan form input
6. Mengisi form input dan klik simpan	
	7. Berhasil menyimpan
Skenario Alternatif	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah data Produk	
	3. Menampilkan form data Produk
4. Klik menu input	
	5. Menampilkan form input
6. Mengisi form input dan klik simpan	
	7. Gagal menyimpan
8. Mengisi form input dan klik simpan	
	9. Berhasil menyimpan

Tabel 3.7. Skenario edit Produk

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

	1. Cek status login
2. Klik menu olah data Produk	
	3. Menampilkan form data Produk
4. Memilih data yang akan diubah dan mengubah data	
	5. Cek data
	6. Data berhasil diubah
Skenario Alternatif	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah data Produk	
	3. Menampilkan form data Produk
4. Memilih data yang akan diubah dan mengubah data	
	5. Cek data
	6. Data gagal diubah
7. Memilih data yang akan diubah dan mengubah data	
	8. Cek data
	9. Data berhasil diubah

Tabel 3.8. Skenario hapus Produk

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah data Produk	
	3. Menampilkan form data Produk
4. Memilih data yang akan dihapus dan menghapus data	
	5. Cek data
	6. Data berhasil dihapus
Skenario Alternatif	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah Produk	
	3. Menampilkan data Produk
4. Memilih data yang akan dihapus dan menghapus data	
	5. Cek data
	6. Data gagal dihapus
7. Memilih data yang akan dihapus dan menghapus data	
	8. Cek data
	9. Data berhasil dihapus

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Tabel 3.9. Skenario olah data Jarak

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah Jarak	
	3. Menampilkan form olah data Jarak
Skenario Alternatif	
1. Masukkan Username dan password	2.
	3. Cek akun
	4. Akun tidak valid
5. Masukkan Username dan password	
	6. Cek akun
	7. Masuk ke dalam system

Tabel 3.10. Skenario input data Jarak

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah data Jarak	
	3. Menampilkan form data Jarak
4. Klik menu input	
	5. Menampilkan form input
6. Mengisi form input dan klik simpan	
	7. Berhasil menyimpan
Skenario Alternatif	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah data Jarak	
	3. Menampilkan form data Jarak
4. Klik menu input	
	5. Menampilkan form input
6. Mengisi form input dan klik simpan	
	7. Gagal menyimpan
8. Mengisi form input dan klik simpan	
	9. Berhasil menyimpan

Tabel 3.11. Skenario edit Jarak

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

	1. Cek status login
2. Klik menu olah data Jarak	
	3. Menampilkan form data Jarak
4. Memilih data yang akan diubah dan mengubah data	
	5. Cek data
	6. Data berhasil diubah
Skenario Alternatif	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah data Jarak	
	3. Menampilkan form data Jarak
4. Memilih data yang akan diubah dan mengubah data	
	5. Cek data
	6. Data gagal diubah
7. Memilih data yang akan diubah dan mengubah data	
	8. Cek data
	9. Data berhasil diubah

Tabel 3.12. Skenario hapus Jarak

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah data Jarak	
	3. Menampilkan form data Jarak
4. Memilih data yang akan dihapus dan menghapus data	
	5. Cek data
	6. Data berhasil dihapus
Skenario Alternatif	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah Jarak	
	3. Menampilkan data Jarak
4. Memilih data yang akan dihapus dan menghapus data	
	5. Cek data
	6. Data gagal dihapus
7. Memilih data yang akan dihapus dan menghapus data	
	8. Cek data
	9. Data berhasil dihapus

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Tabel 3.13. Skenario olah data User

Aksi aktor	Reaksi sistem
Skenario normal	
	4. Cek status login
5. Klik menu olah use	
	6. Menampilkan form olah data user
Skenario alternatif	
8. Masukkan username dan password	9.
	10. Cek akun
	11. Akun tidak valid
12. Masukkan username dan password	
	13. Cek akun
	14. Masuk ke dalam system

Tabel 3.14. Skenario input data User

Aksi aktor	Reaksi sistem
Skenario normal	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah data user	
	3. Menampilkan form data user
4. Klik menu input	
	5. Menampilkan form input
6. Mengisi form input dan klik simpan	
	7. Berhasil menyimpan
Skenario alternatif	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah data user	
	3. Menampilkan form data user
4. Klik menu input	
	5. Menampilkan form input
6. Mengisi form input dan klik simpan	
	7. Gagal menyimpan
8. Mengisi form input dan klik simpan	
	9. Berhasil menyimpan

Tabel 3.15. Skenario edit User

Aksi aktor	Reaksi sistem
Skenario normal	

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

	1. Cek status login
2. Klik menu olah data user	
	3. Menampilkan form data user
4. Memilih data yang akan diubah dan mengubah data	
	5. Cek data
	6. Data berhasil diubah
Skenario alternatif	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah data user	
	3. Menampilkan form data user
4. Memilih data yang akan diubah dan mengubah data	
	5. Cek data
	6. Data gagal diubah
7. Memilih data yang akan diubah dan mengubah data	
	8. Cek data
	9. Data berhasil diubah

Tabel 3.16. Skenario hapus User

Aksi aktor	Reaksi sistem
Skenario normal	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah data user	
	3. Menampilkan form data user
4. Memilih data yang akan dihapus dan menghapus data	
	5. Cek data
	6. Data berhasil dihapus
Skenario alternatif	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah user	
	3. Menampilkan data user
4. Memilih data yang akan dihapus dan menghapus data	
	5. Cek data
	6. Data gagal dihapus
7. Memilih data yang akan dihapus dan menghapus data	
	8. Cek data
	9. Data berhasil dihapus

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
Tabel 3.17. Skenario olah data Pemesanan

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah data Pemesanan	
	3. Menampilkan form olah data Pemesanan
Skenario Alternatif	
1. Masukkan Username dan password	
	2. Cek akun
	3. Akun tidak valid
4. Masukkan Username dan password	
	5. Cek akun
	6. Masuk ke dalam system

Tabel 3 18. Skenario input data Pemesanan

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah data Pemesanan	
	3. Menampilkan form data Pemesanan
4. Klik menu input	
	5. Menampilkan form input
6. Mengisi form input dan klik simpan	
	7. Berhasil menyimpan
Skenario Alternatif	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah data Pemesanan	
	3. Menampilkan form data Pemesanan
4. Klik menu input	
	5. Menampilkan form input
6. Mengisi form input dan klik simpan	
	7. Gagal menyimpan
8. Mengisi form input dan klik simpan	
	9. Berhasil menyimpan

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Tabel 3.19. Skenario edit Pemesanan

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	
	1. Cek status login
2. Klik menu Pemesanan	
	3. Menampilkan form data Pemesanan
4. Memilih data yang akan diubah dan mengubah data	
	5. Cek data
	6. Data berhasil diubah
Skenario Alternatif	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah data Pemesanan	
	3. Menampilkan form data Pemesanan
4. Memilih data yang akan diubah dan mengubah data	
	5. Cek data
	6. Data gagal diubah
7. Memilih data yang akan diubah dan mengubah data	
	8. Cek data
	9. Data berhasil diubah

Tabel 3.20. Skenario hapus Pemesanan

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah data Pemesanan	
	3. Menampilkan form data Pemesanan
4. Memilih data yang akan dihapus dan menghapus data	
	5. Cek data
	6. Data berhasil dihapus
Skenario Alternatif	
	1. Cek status login
2. Klik menu olah Pemesanan	
	3. Menampilkan data Pemesanan
4. Memilih data yang akan	

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

dihapus dan menghapus data	
	5. Cek data
	6. Data gagal dihapus
7. Memilih data yang dihapus dan meng	
	8. Cek data
	9. Data berhasil dihapus

Tabel 3.21. Skenario olah data Pembayaran

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	
	4. Cek status login
5. Klik menu olah Pembayaran	
	6. Menampilkan form olah data Pembayaran
Skenario Alternatif	
7. Masukkan Username dan password	
	8. Cek akun
	9. Akun tidak valid
10. Masukkan Username dan password	
	11. Cek akun
	12. Masuk ke dalam system

Tabel 3.22. Skenario input data Pembayaran

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	
	8. Cek status login
9. Klik menu olah data Pembayaran	
	10. Menampilkan form data Pembayaran
11. Klik menu input	
	12. Menampilkan form input
13. Mengisi form input dan klik simpan	
	14. Berhasil menyimpan
Skenario Alternatif	
	10. Cek status login
11. Klik menu olah data Pembayaran	
	12. Menampilkan form data Pembayaran

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

13. Klik menu input	
	14. Menampilkan form input
15. Mengisi form input dan klik simpan	
	16. Gagal menyimpan
17. Mengisi form input dan klik simpan	
	18. Berhasil menyimpan

Tabel 3.23. Skenario edit Pembayaran

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	
	7. Cek status login
8. Klik menu olah data Pembayaran	
	9. Menampilkan form data Pembayaran
10. Memilih data yang akan diubah dan mengubah data	
	11. Cek data
	12. Data berhasil diubah
Skenario Alternatif	
	10. Cek status login
11. Klik menu olah data Pembayaran	
	12. Menampilkan form data Pembayaran
13. Memilih data yang akan diubah dan mengubah data	
	14. Cek data
	15. Data gagal diubah
16. Memilih data yang akan diubah dan mengubah data	
	17. Cek data
	18. Data berhasil diubah

Tabel 3.24. Skenario hapus Pembayaran

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	
	7. Cek status login
8. Klik menu olah data Pembayaran	
	9. Menampilkan form data Pembayaran

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

10. Memilih data yang akan dihapus dan menghap data	
	11. Cek data
	12. Data berhasil dihapus
Skenario Alternatif	
	10. Cek status login
11. Klik menu olah Pembayaran	
	12. Menampilkan data Pembayaran
13. Memilih data yang akan dihapus dan menghapus data	
	14. Cek data
	15. Data gagal dihapus
16. Memilih data yang akan dihapus dan menghapus data	
	17. Cek data
	18. Data berhasil dihapus

Tabel 3.25. Skenario lihat produk

Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	
1. Klik menu lihat produk	
	2. Menampilkan form produk

Tabel 3.26. Skenario logout

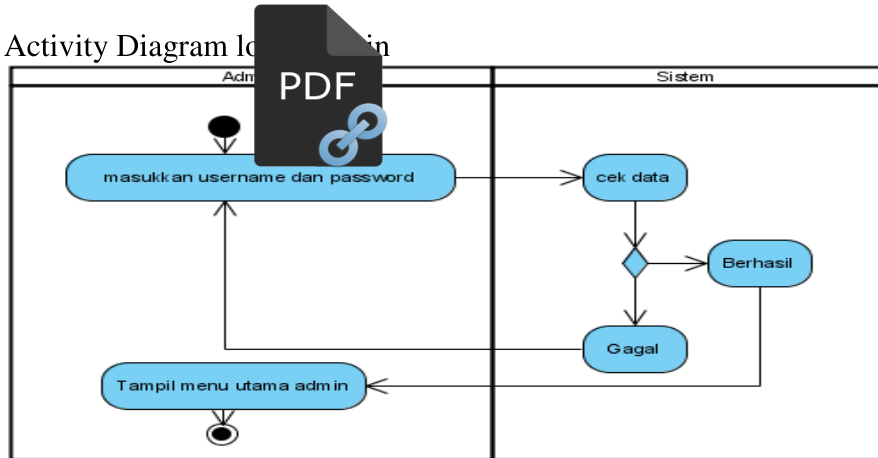
Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal	
	1. Cek status login
2. Klik menu logout	
	3. Logout berhasil

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

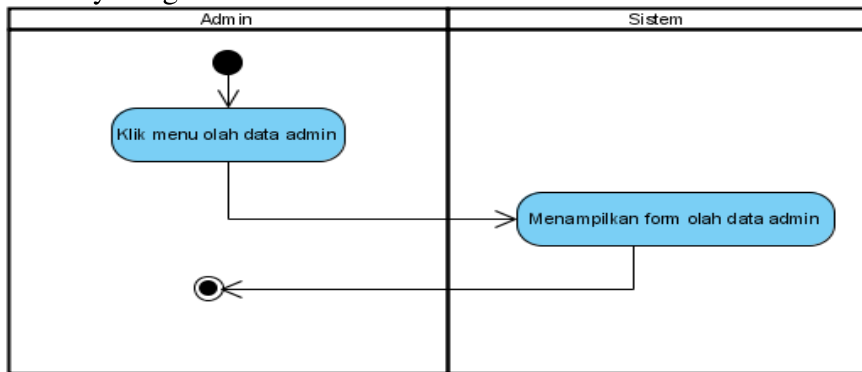
5. Activity Diagram

a. Activity Diagram Login Admin



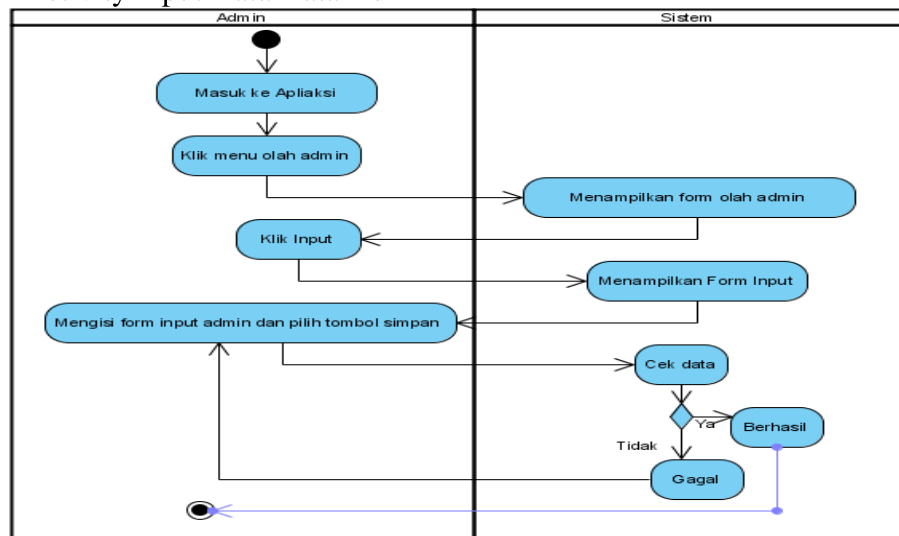
Gambar 3.2. Activity Diagram login admin

b. Activity Diagram olah Data Admin



Gambar 3.3 Activity Diagram olah Data Admin

c. Activity Input Data Data Admin

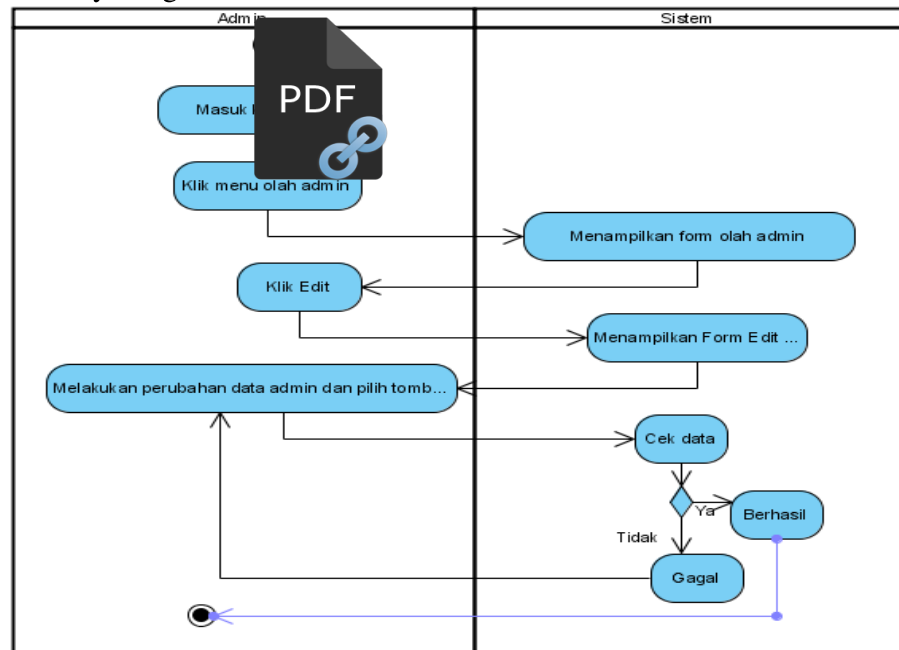


Gambar 3.4 Activity Input Data Data Admin

Protected by PDF Anti-Copy Free

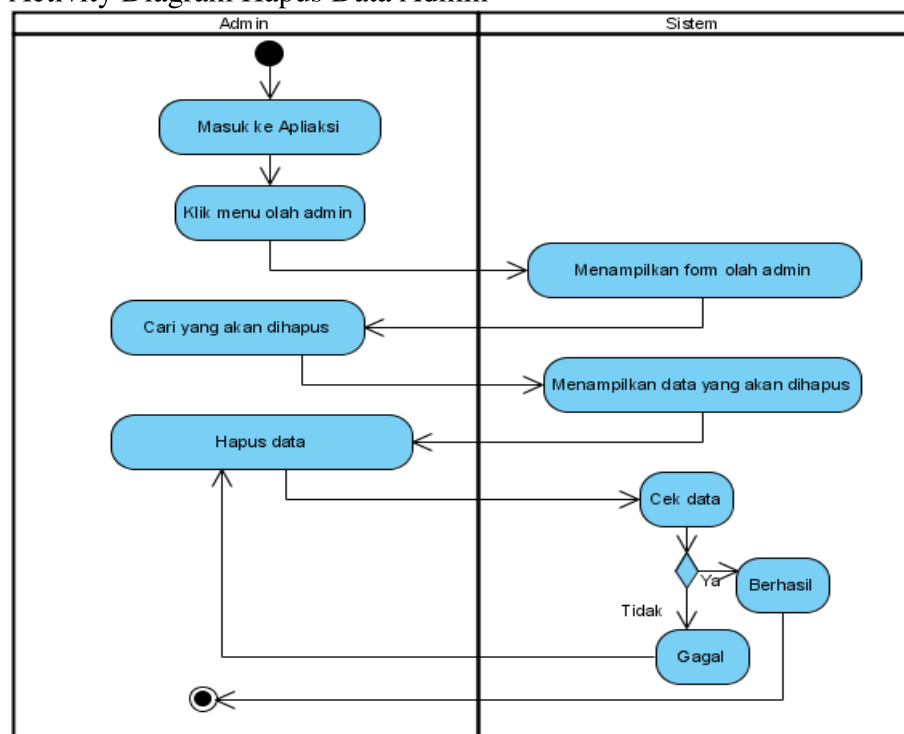
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

d. Activity Diagram Edit Data Admin



Gambar 3.5 Activity Diagram Edit Data Admin

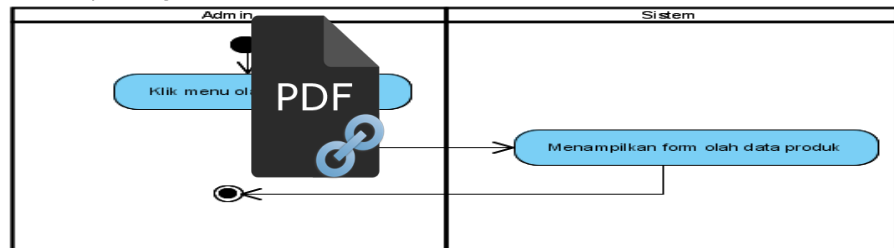
e. Activity Diagram Hapus Data Admin



Gambar 3.6 Activity Diagram Hapus Data Admin

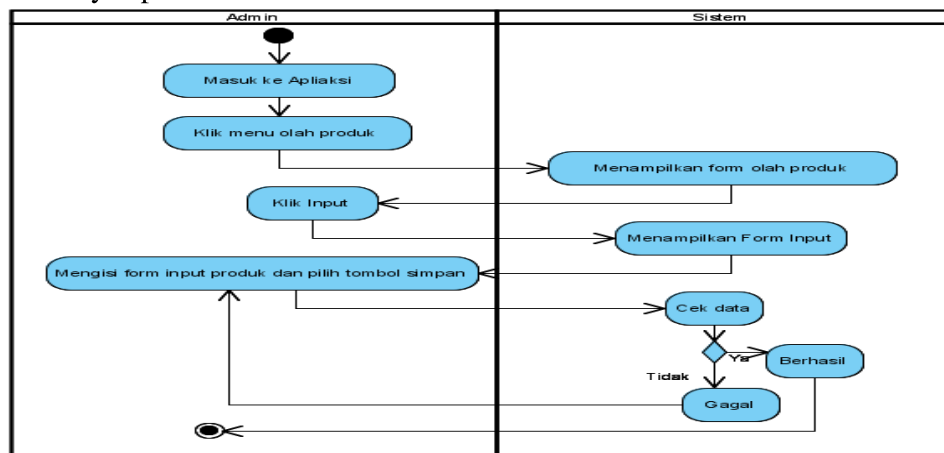
Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
f. Activity Diagram olah Data Produk



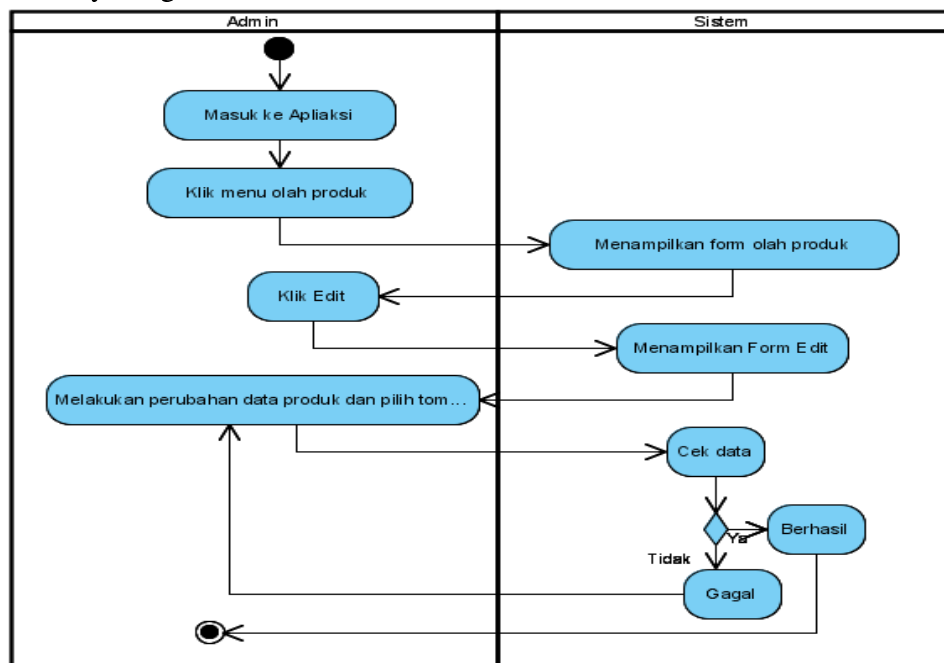
Gambar 3.7 Activity Diagram olah Data Produk

g. Activity Input Data Produk



Gambar 3.8 Activity Input Data Data Produk

h. Activity Diagram Edit Data Produk

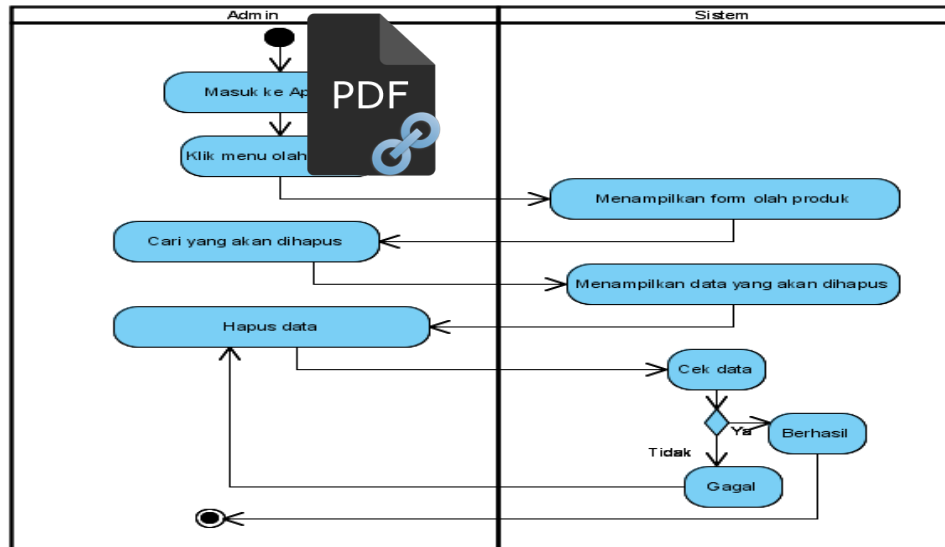


Gambar 3.9 Activity Diagram Edit Data Produk

Protected by PDF Anti-Copy Free

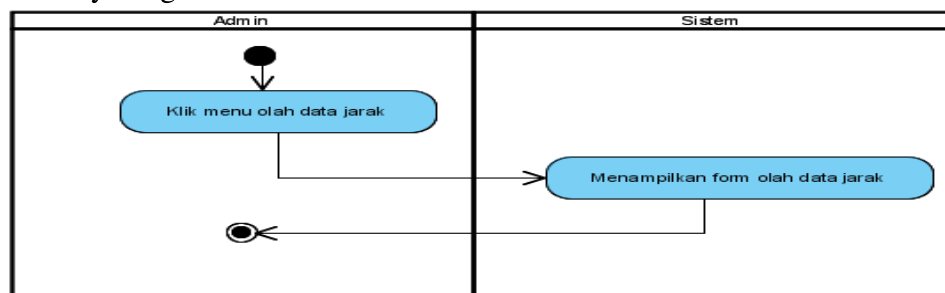
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

- i. Activity Diagram Hapus Data Produk



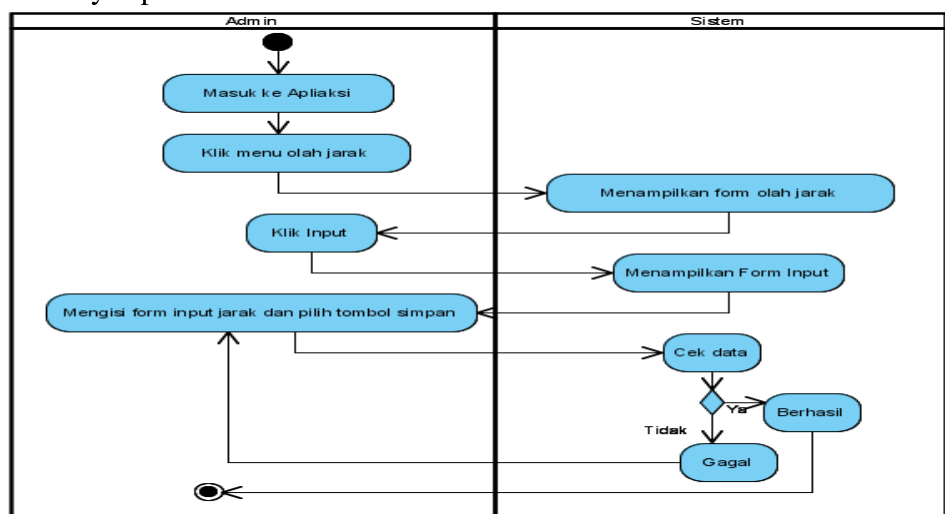
Gambar 3.10 Activity Diagram Hapus Data Produk

- j. Activity Diagram olah Data Jarak



Gambar 3.11 Activity Diagram olah Data Jarak

- k. Activity Input Data Jarak

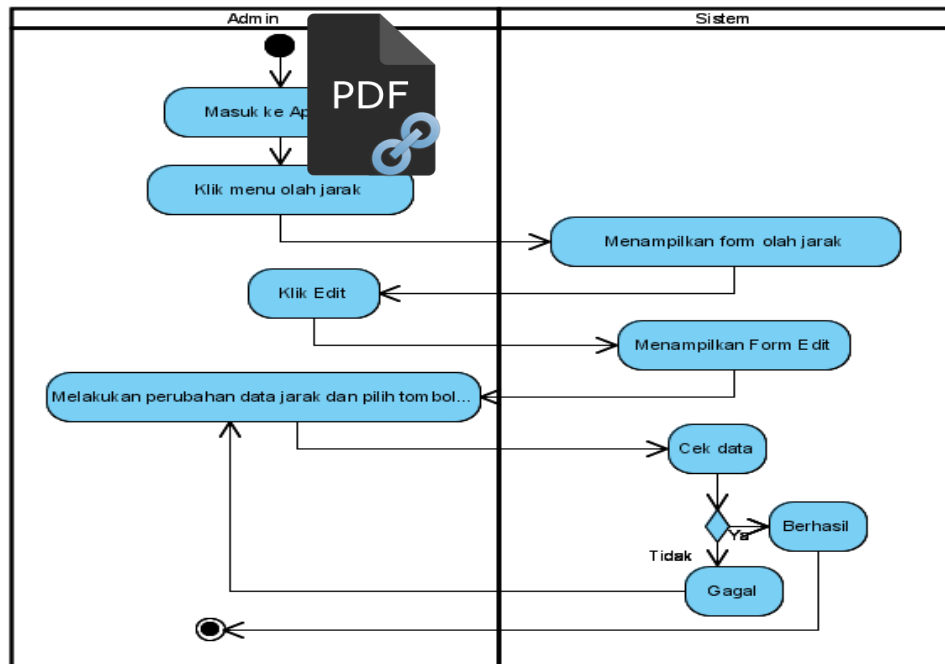


Gambar 3.12 Activity Input Data Jarak

Protected by PDF Anti-Copy Free

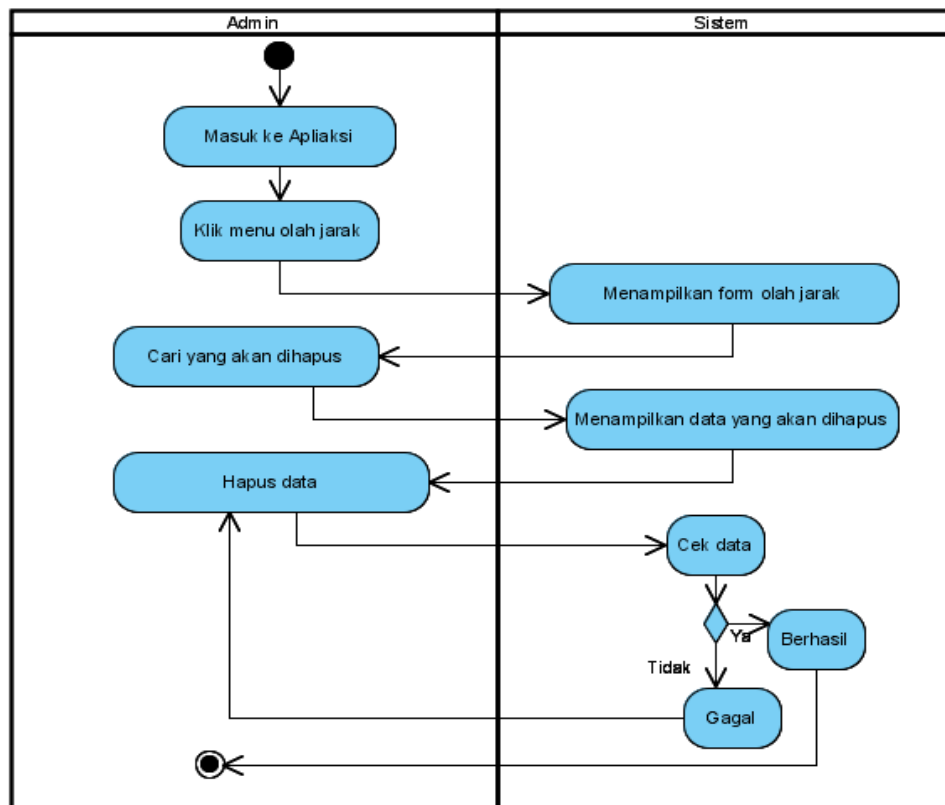
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

1. Activity Diagram Edit Data Jarak



Gambar 3.13 Activity Diagram Edit Data Jarak

m. Activity Diagram Hapus Data Jarak

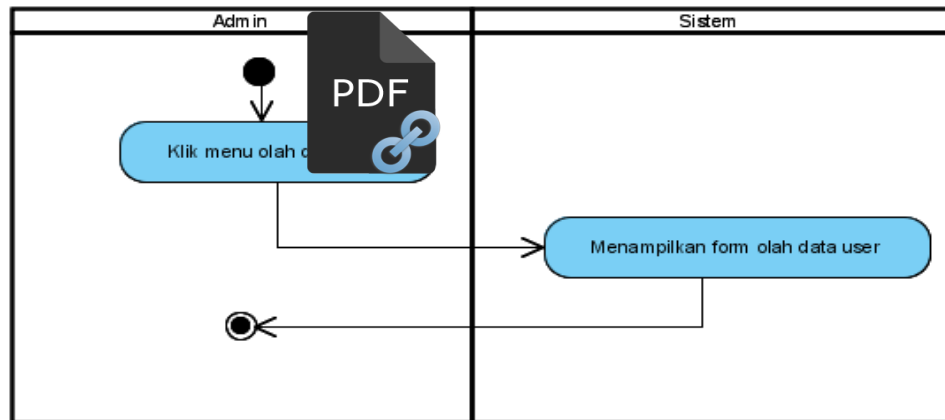


Gambar 3.14 Activity Diagram Hapus Data Jarak

Protected by PDF Anti-Copy Free

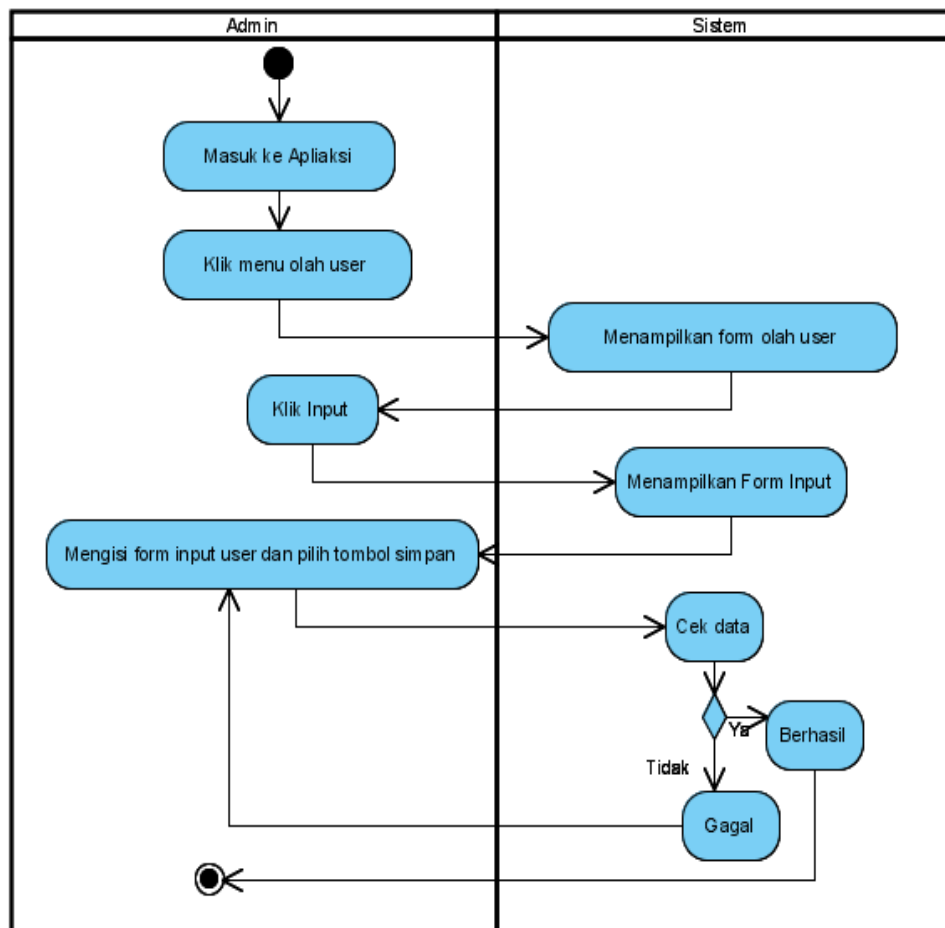
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

n. Activity Diagram olah Data User



Gambar 3.15 Activity Diagram olah Data User

o. Activity Input Data User

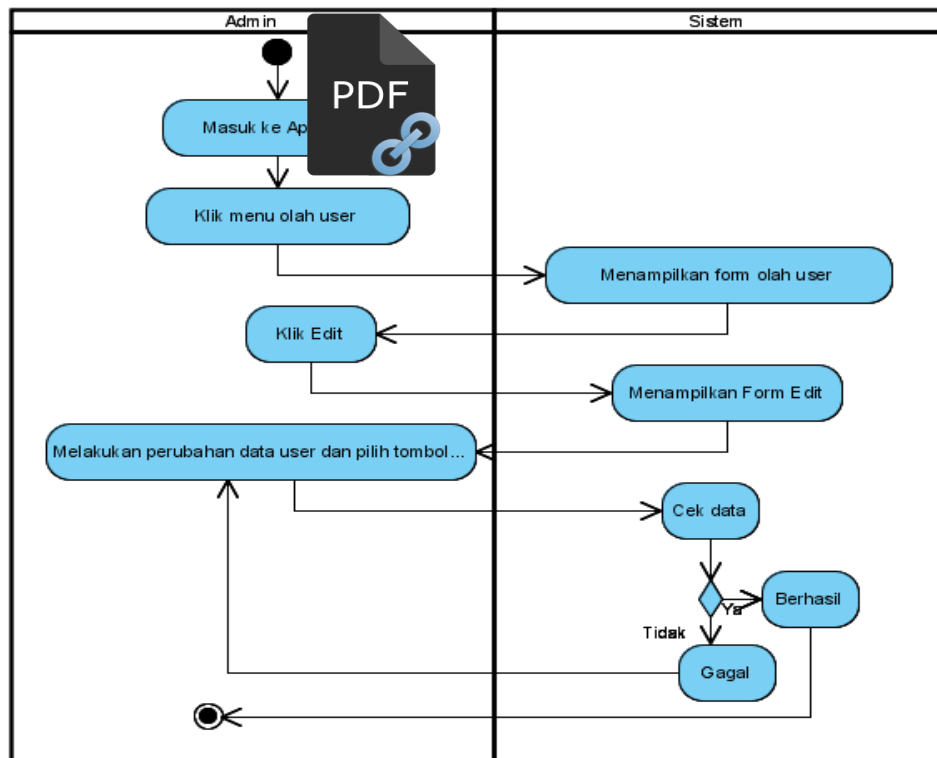


Gambar 3.16 Activity Input Data User

Protected by PDF Anti-Copy Free

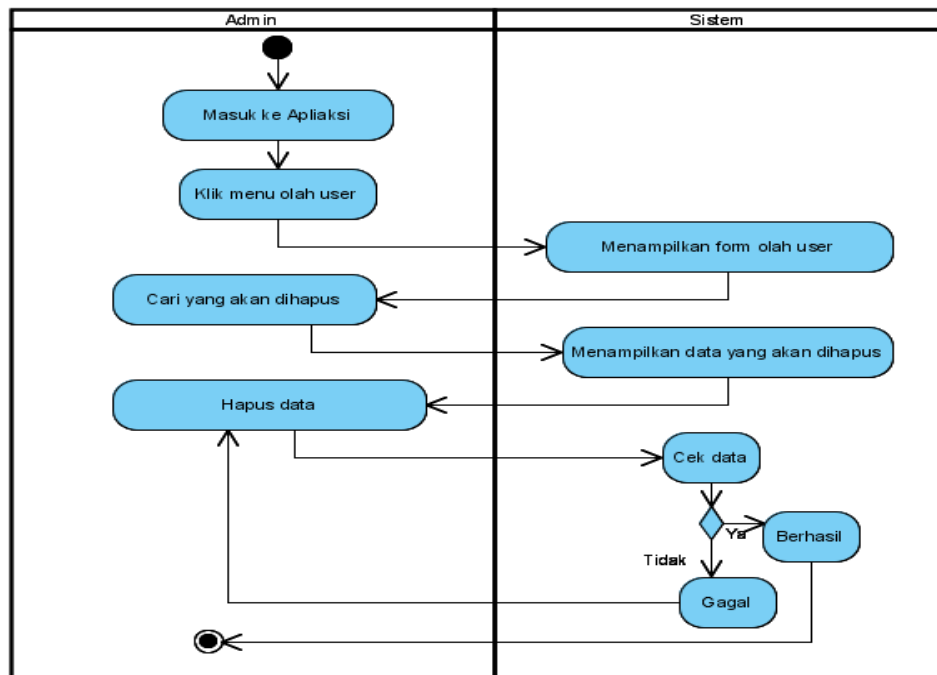
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

p. Activity Diagram Edit Data User



Gambar 3.17 Activity Diagram Edit Data User

q. Activity Diagram Hapus Data User

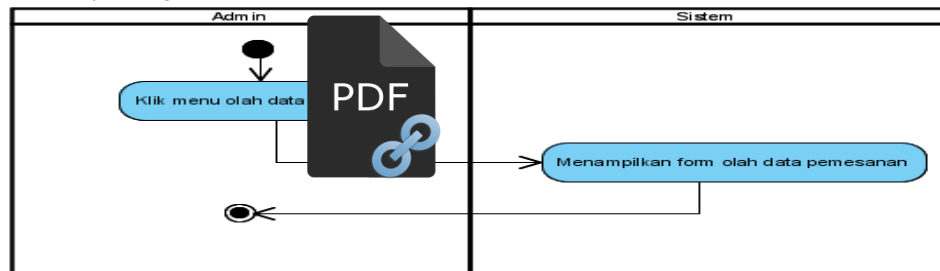


Gambar 3.18 Activity Diagram Hapus Data User

Protected by PDF Anti-Copy Free

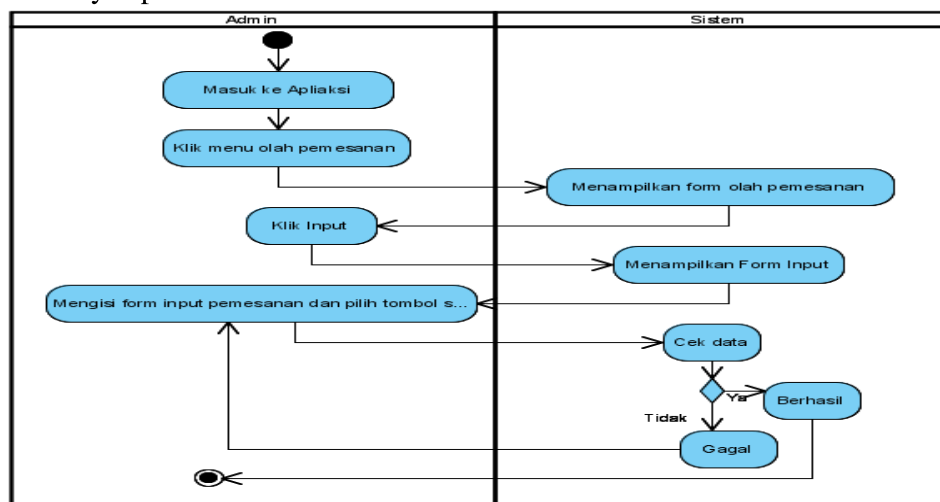
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

- r. Activity Diagram olah Data Pemesanan



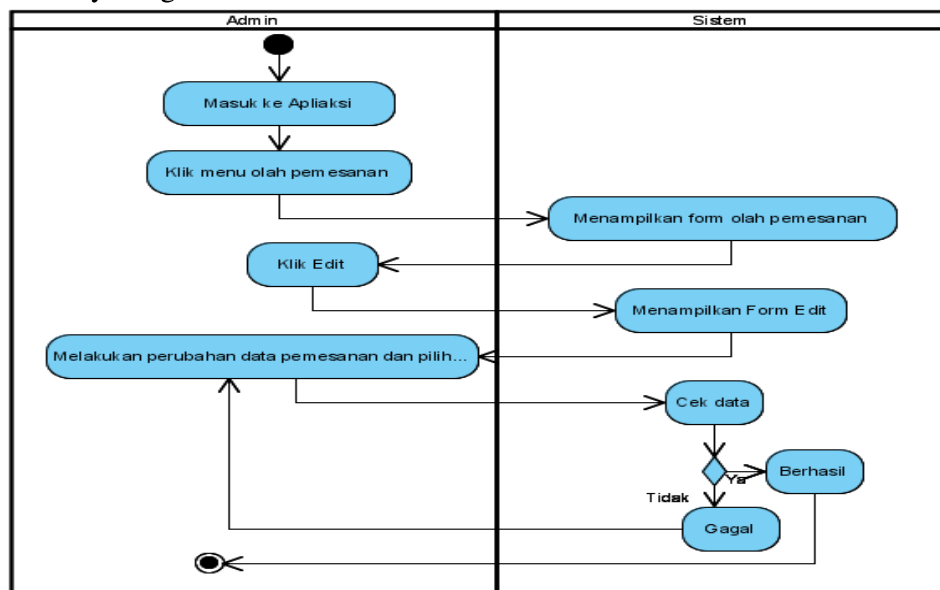
Gambar 3.19 Activity Diagram olah Data Pemesanan

- s. Activity Input Data Pemesanan



Gambar 3.20 Activity Input Data Pemesanan

- t. Activity Diagram Edit Data Pemesanan

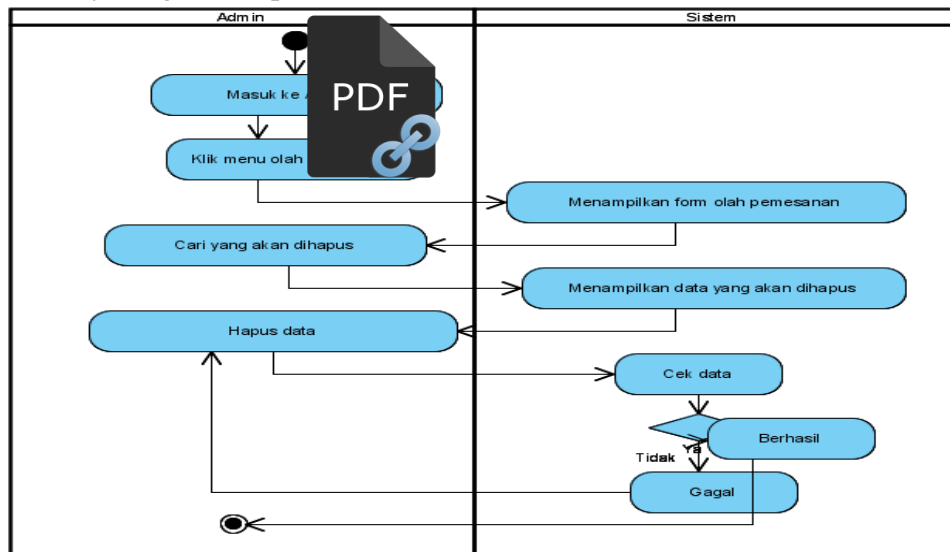


Gambar 3.21 Activity Diagram Edit Data Pemesanan

Protected by PDF Anti-Copy Free

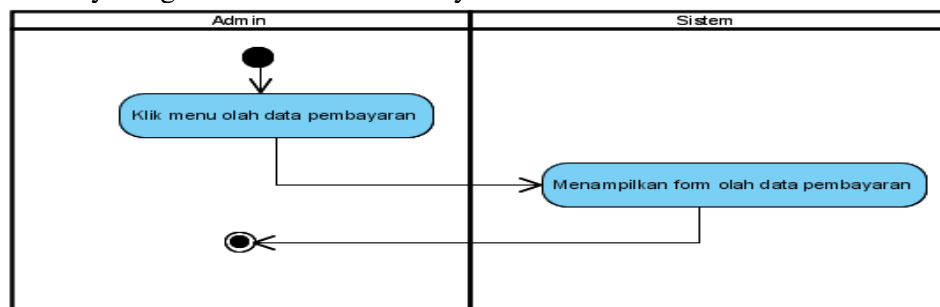
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

u. Activity Diagram Hapus Data Pemesanan



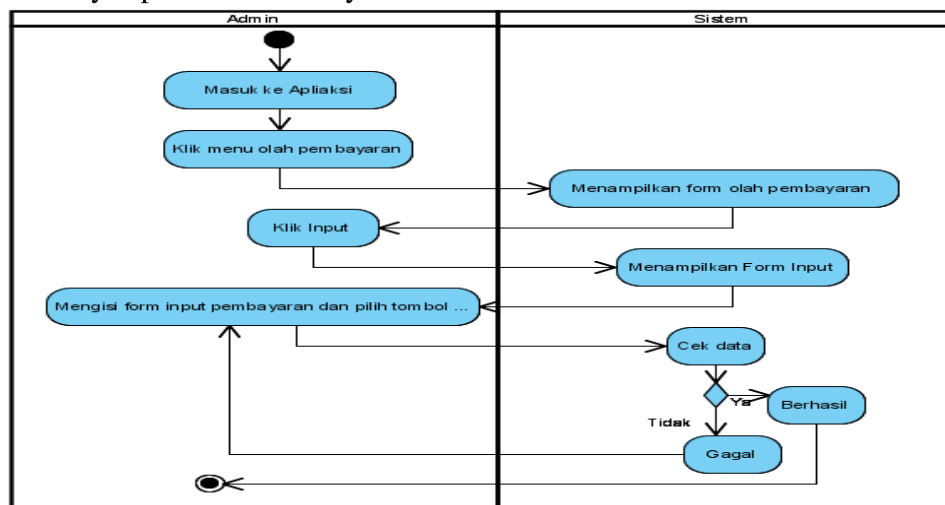
Gambar 3.22 Activity Diagram Hapus Data Pemesanan

v. Activity Diagram olah Data Pembayaran



Gambar 3.23 Activity Diagram olah Data Pembayaran

w. Activity Input Data Pembayaran

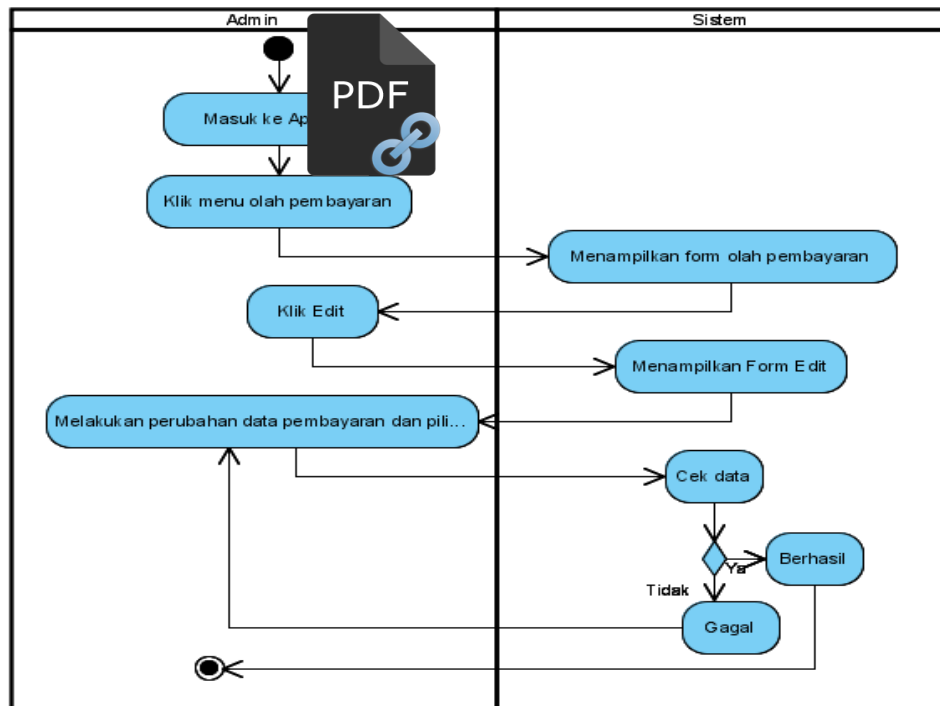


Gambar 3.24 Activity Input Data Pembayaran

Protected by PDF Anti-Copy Free

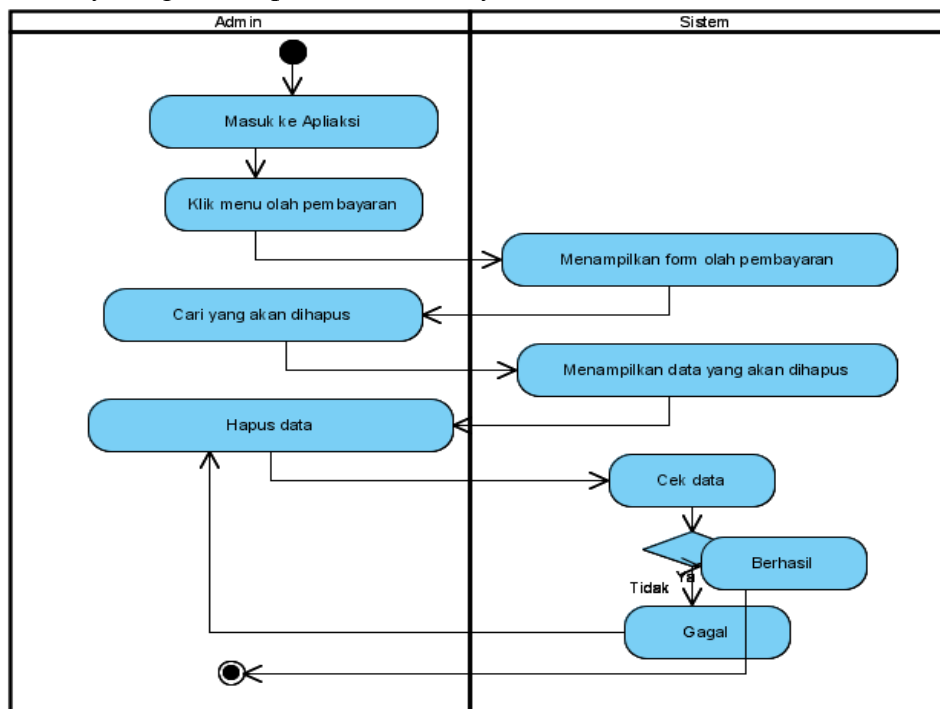
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

x. Activity Diagram Edit Data Pembayaran



Gambar 3.25 Activity Diagram Edit Data Pembayaran

y. Activity Diagram Hapus Data Pembayaran

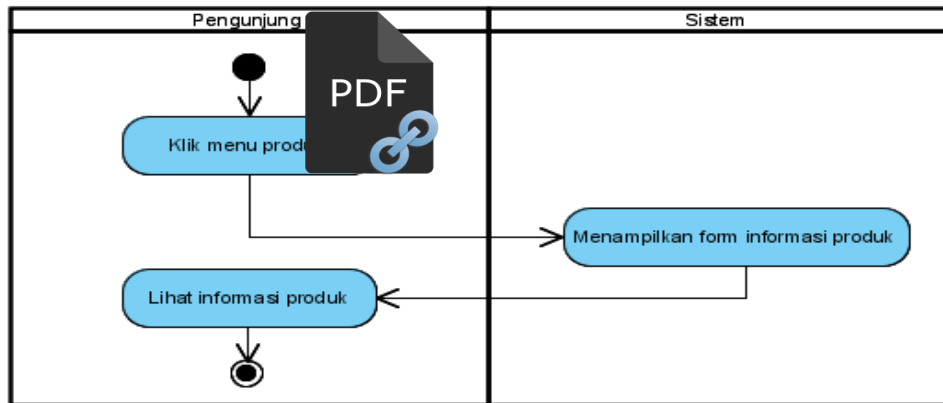


Gambar 3.26 Activity Diagram Hapus Data Pembayaran

Protected by PDF Anti-Copy Free

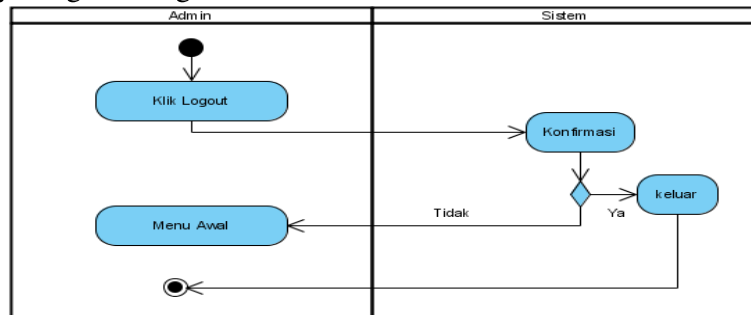
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

z. Activity Diagram Lihat Produk



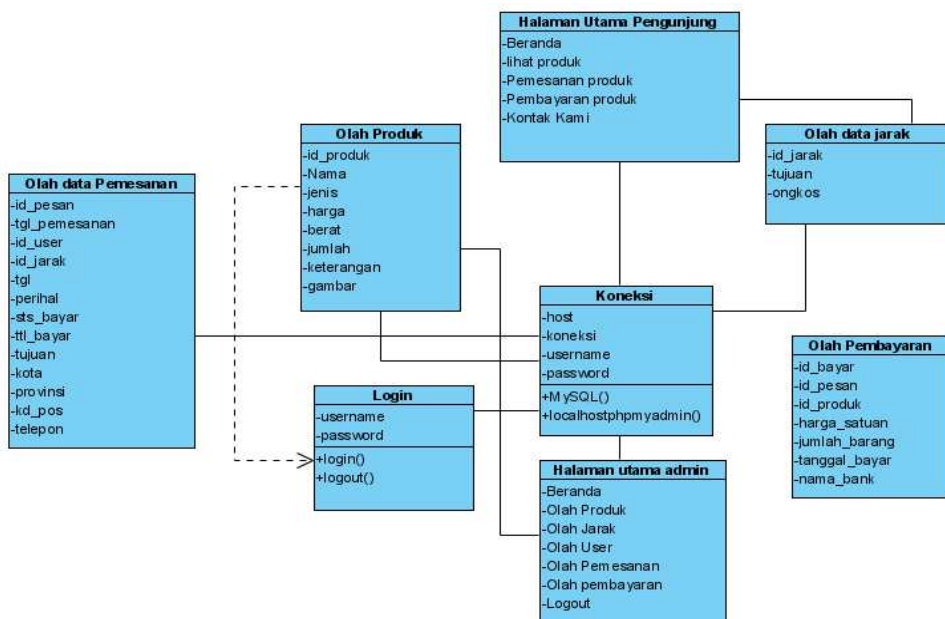
Gambar 3.27 Activity Diagram Lihat Produk

aa. Activity Diagram Logout



Gambar 3.28 Activity Diagram Logout.

f. Class Diagram



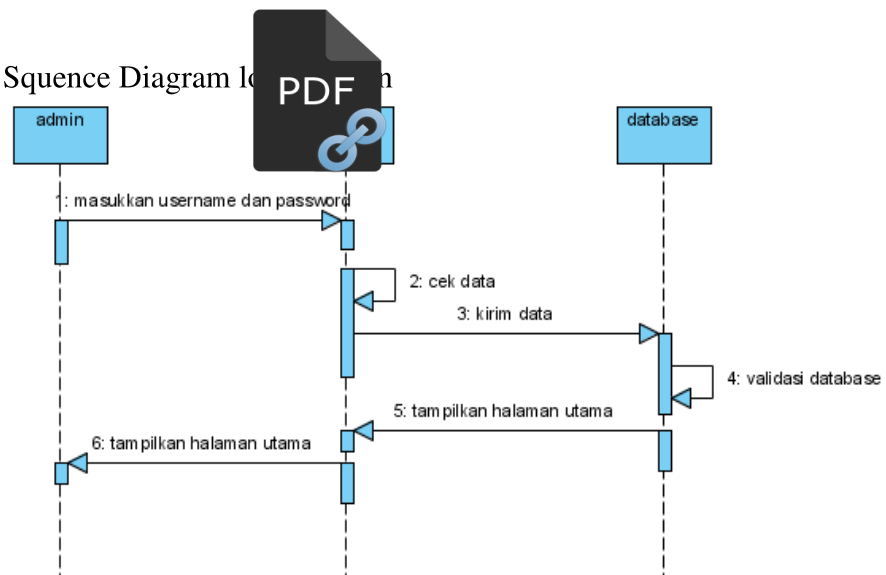
Gambar 3.29 Class Diagram

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

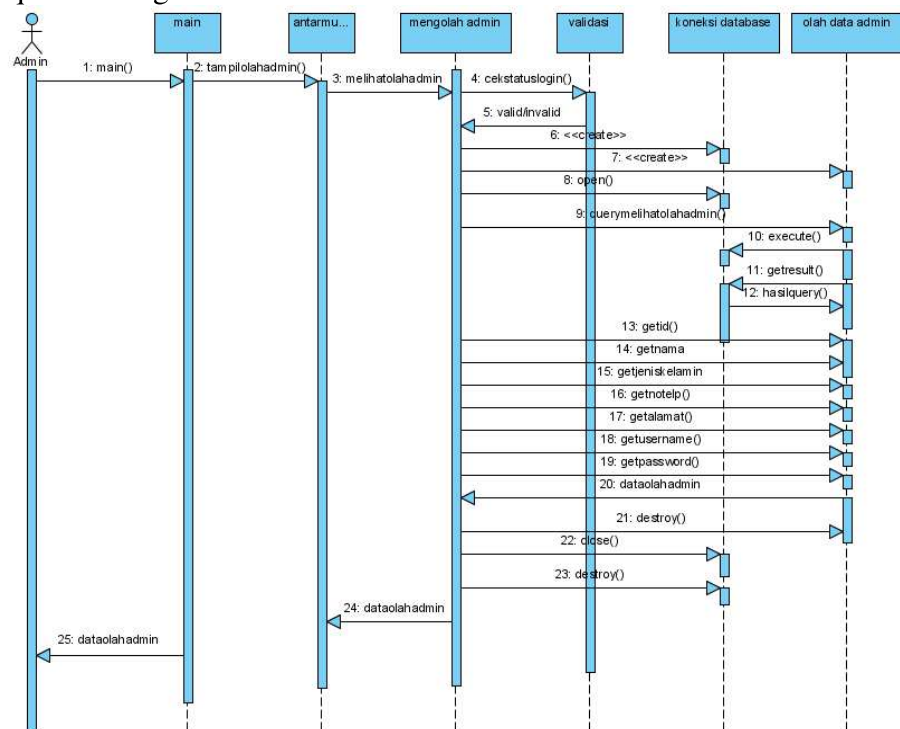
g. Sequence Diagram

1. Sequence Diagram login admin



Gambar 3.30 Sequence Diagram login admin

2. Sequence Diagram olah Data Admin

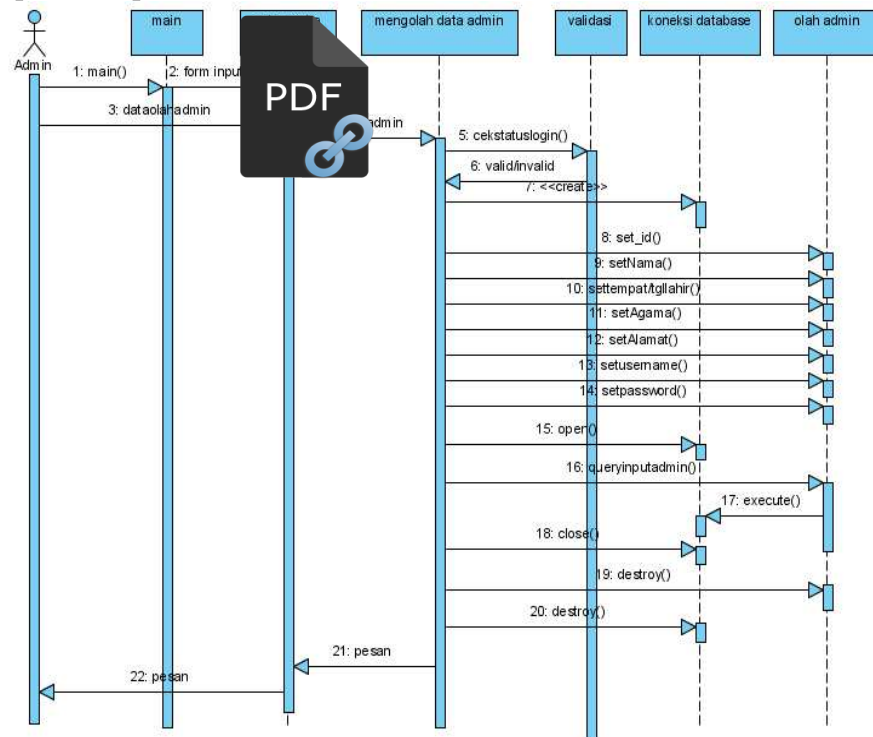


Gambar 3.31 Sequence Diagram olah Data Admin

Protected by PDF Anti-Copy Free

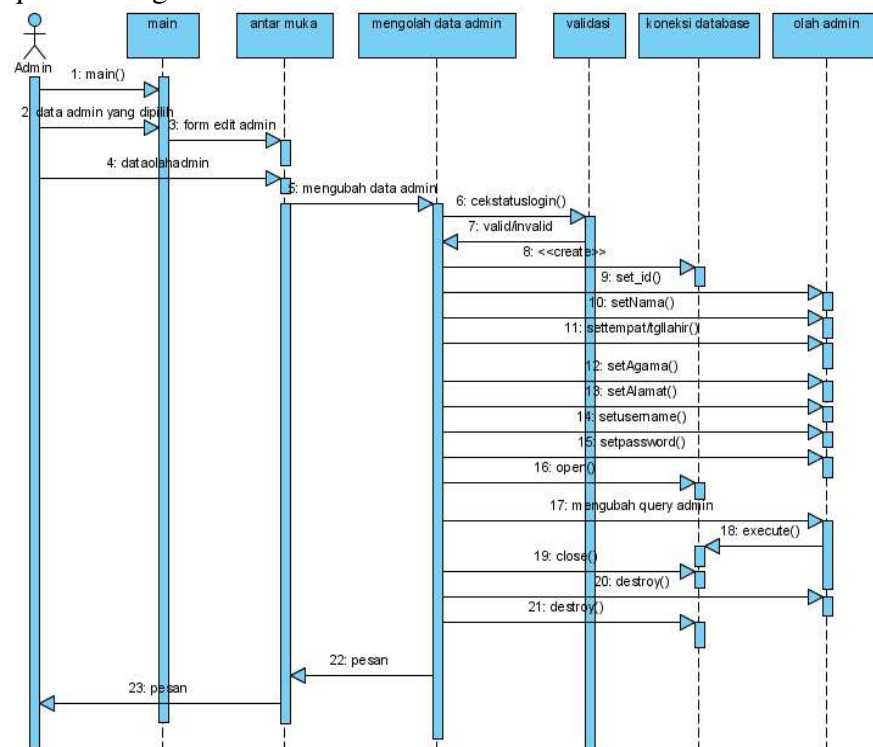
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

3. Sequence Input Data Admin



Gambar 3.32 Sequence Input Data Admin

4. Sequence Diagram Edit Data Admin

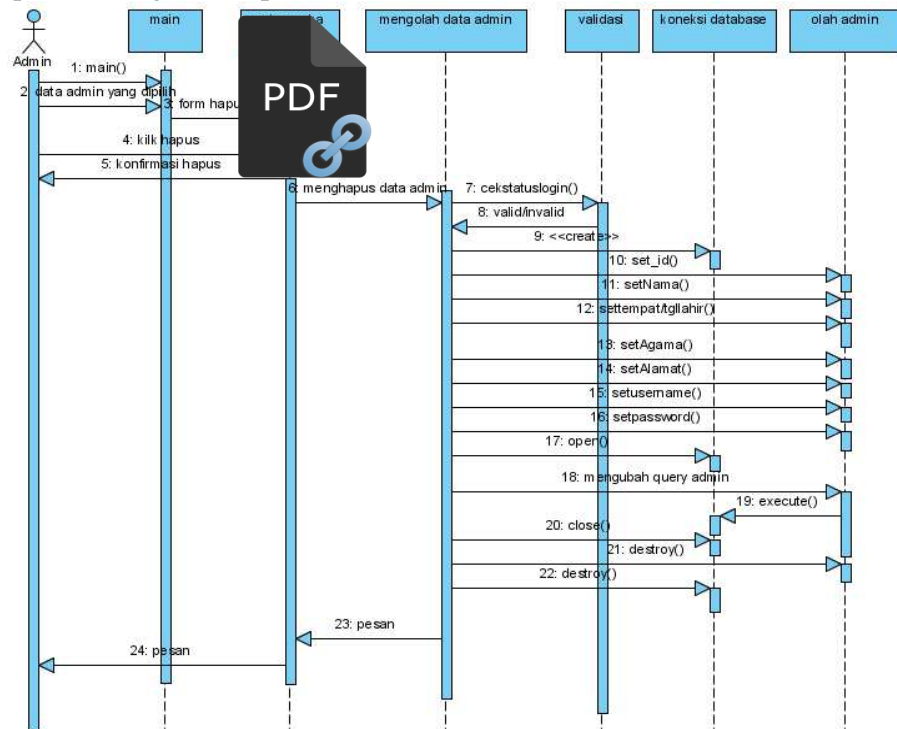


Gambar 3.33 Sequence Diagram Edit Data Admin

Protected by PDF Anti-Copy Free

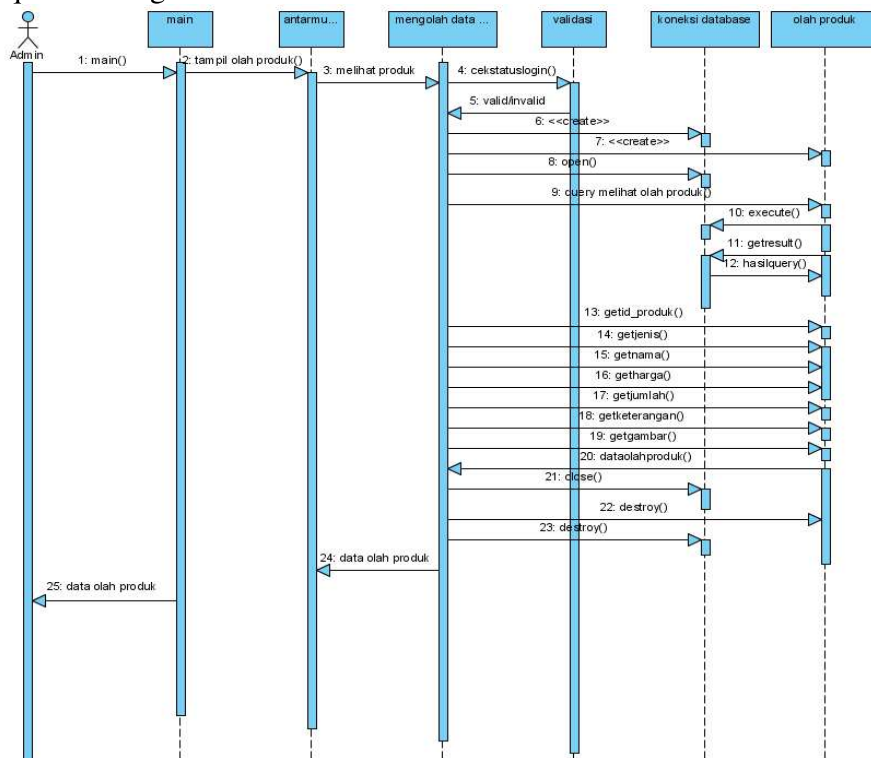
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

5. Sequence Diagram Hapus Data Admin



Gambar 3.34 Sequence Diagram Hapus Data Admin

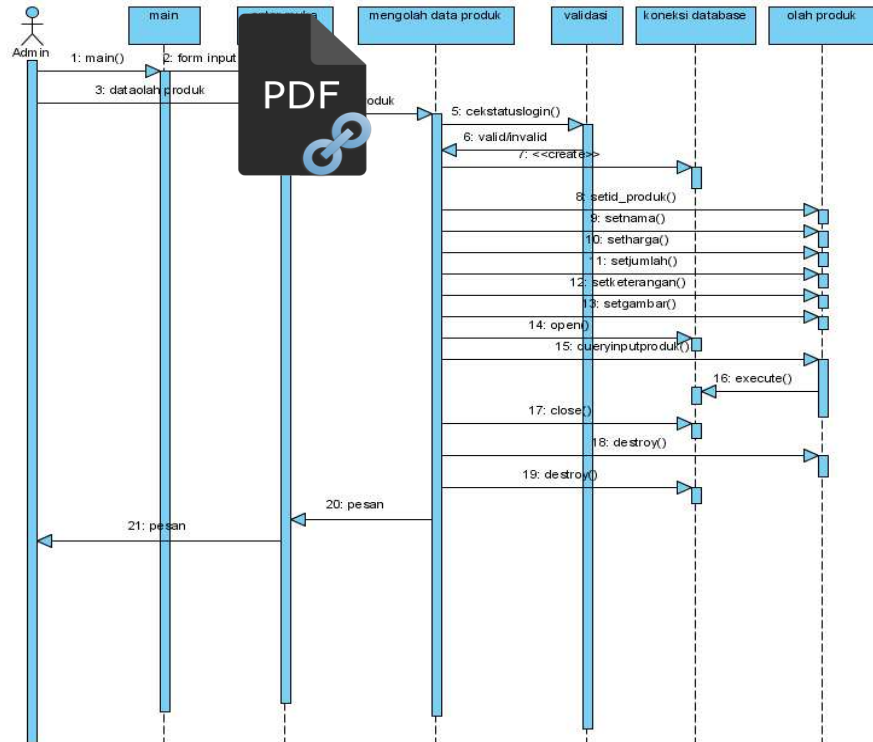
6. Sequence Diagram olah Data Produk



Gambar 3.35 Sequence Diagram olah Data Produk

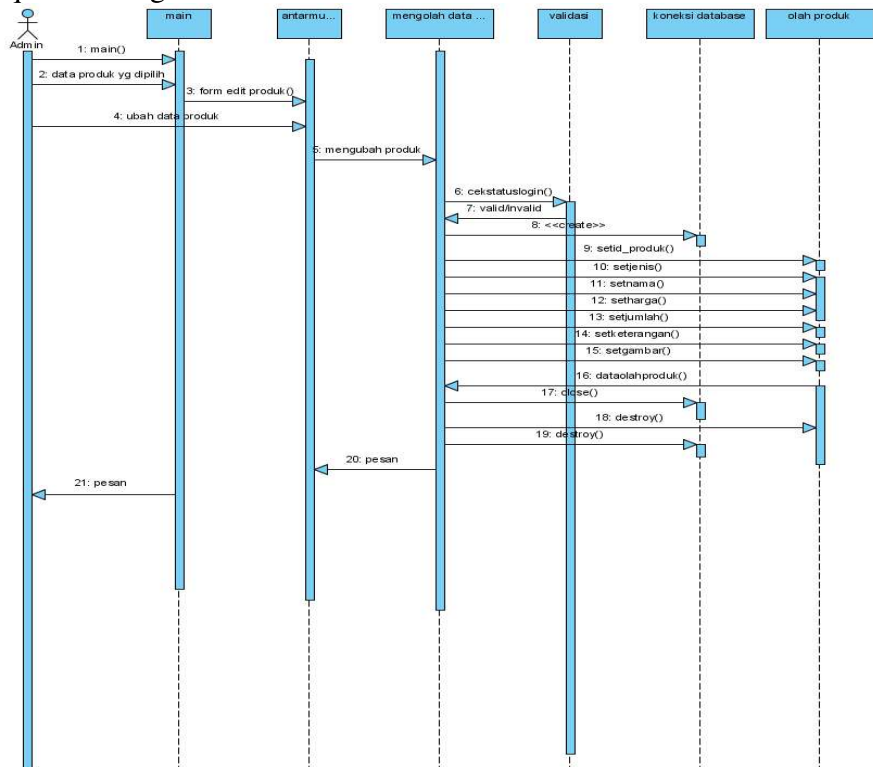
Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
 7. Sequence Input Data Produk



Gambar 3.36 Sequence Input Data Data Produk

8. Sequence Diagram Edit Data Produk

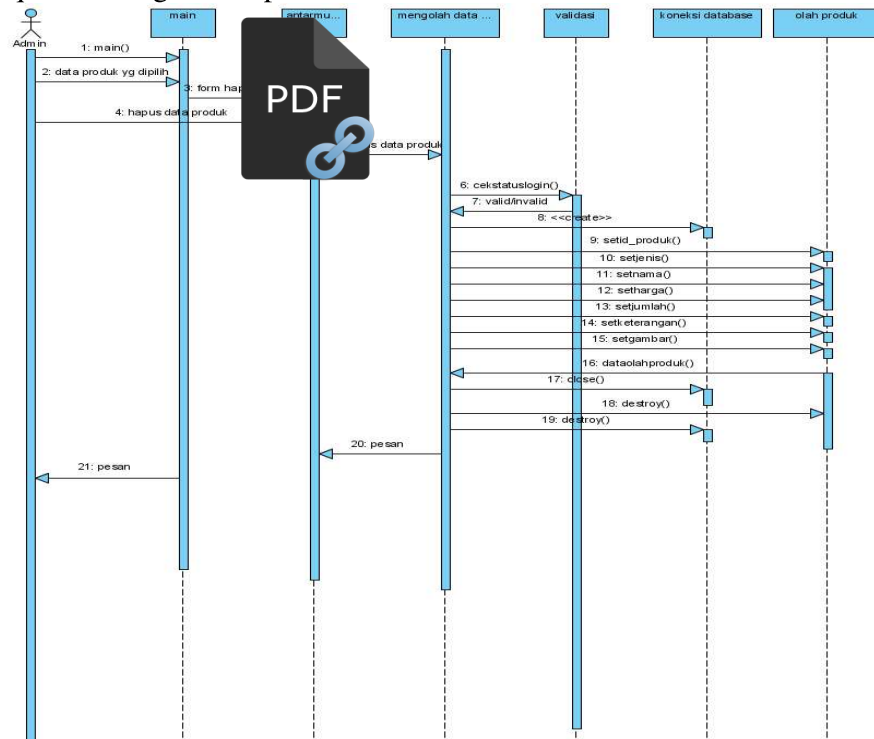


Gambar 3.37 Sequence Diagram Edit Data Produk

Protected by PDF Anti-Copy Free

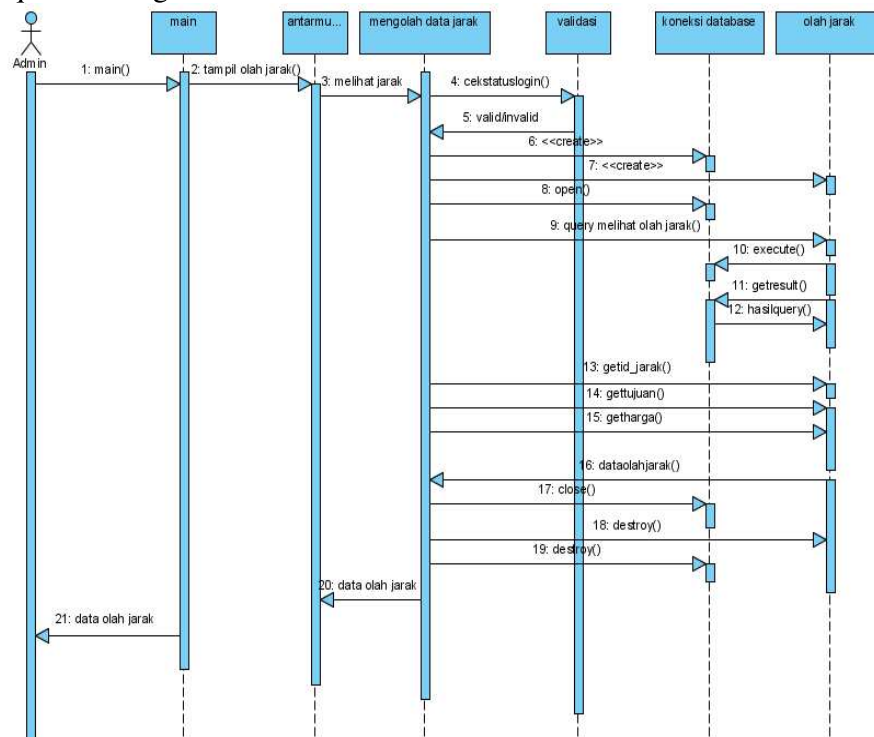
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

9. Sequence Diagram Hapus Data Produk



Gambar 3.38 *Sequence Diagram Hapus Data Produk*

10. Sequence Diagram olah Data Jarak

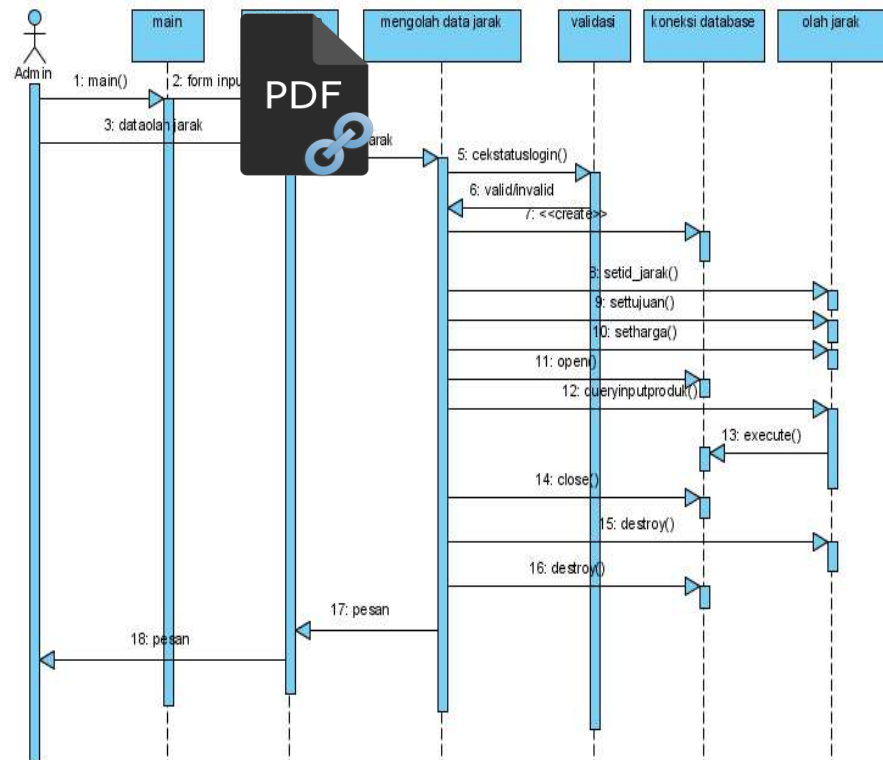


Gambar 3.39 *Sequence Diagram olah Data Jarak*

Protected by PDF Anti-Copy Free

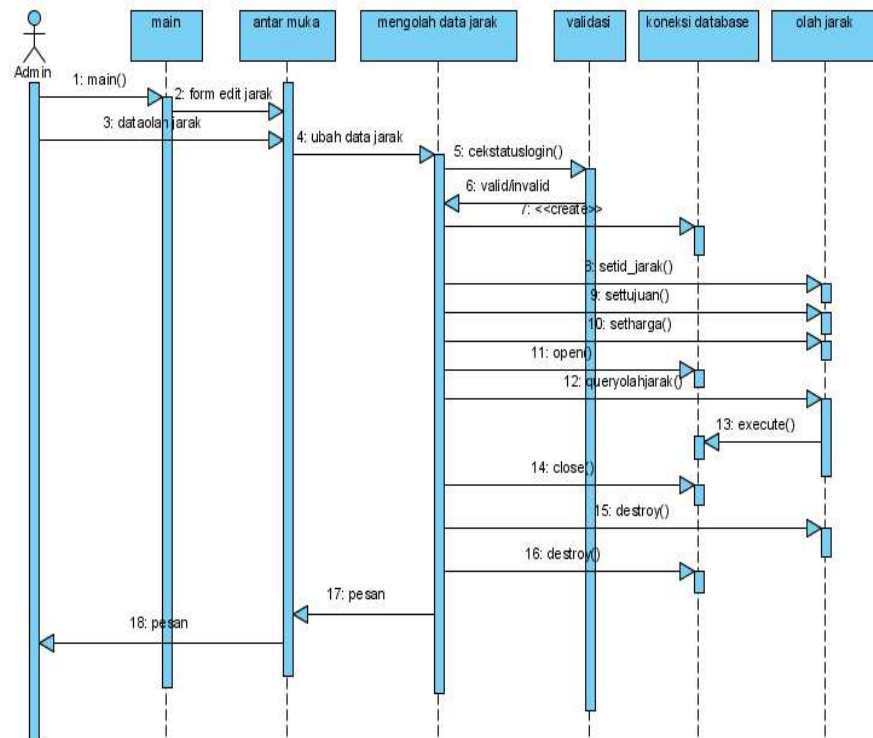
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

11. Sequence Input Data Jarak



Gambar 3.40 Sequence Input Data Jarak

12. Sequence Diagram Edit Data Jarak

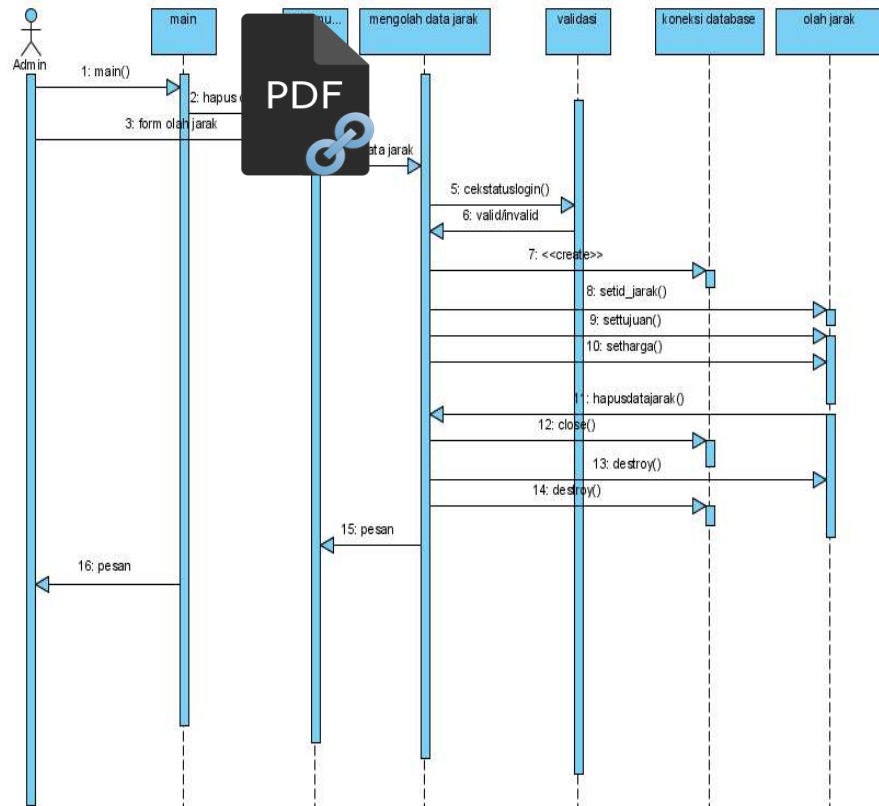


Gambar 3.41 Sequence Diagram Edit Data Jarak

Protected by PDF Anti-Copy Free

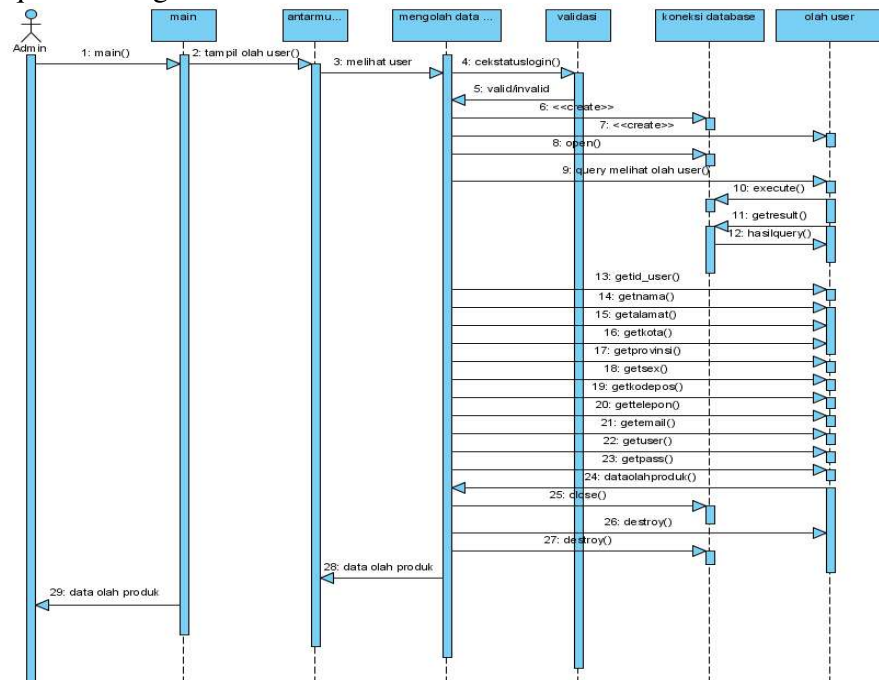
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

13. Sequence Diagram Hapus Data Jarak



Gambar 3.42 Sequence Diagram Hapus Data Jarak

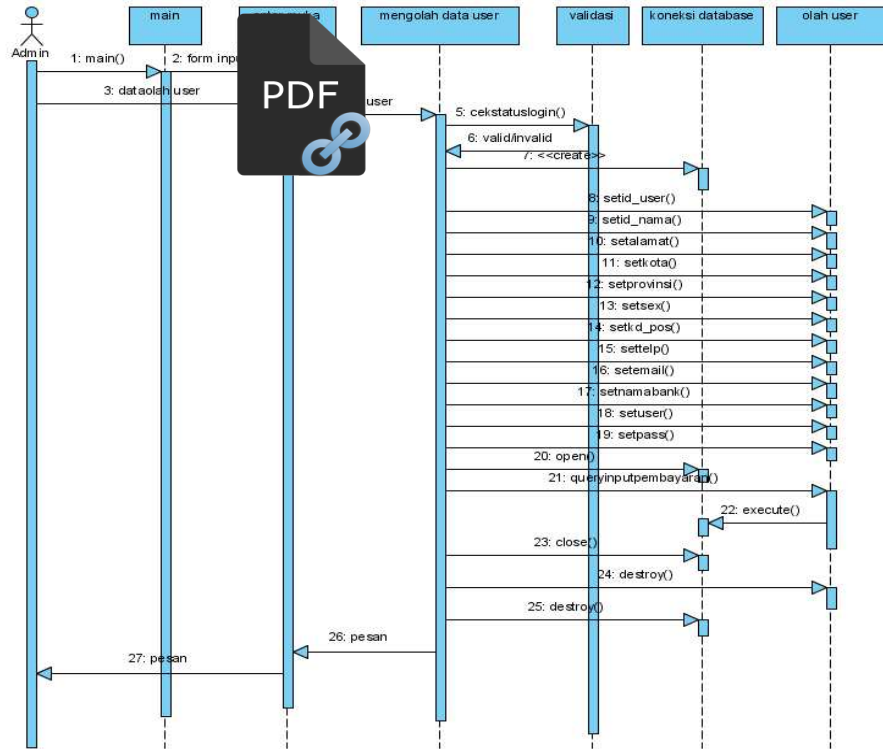
14. Sequence Diagram olah Data User



Gambar 3.43 Sequence Diagram olah Data User

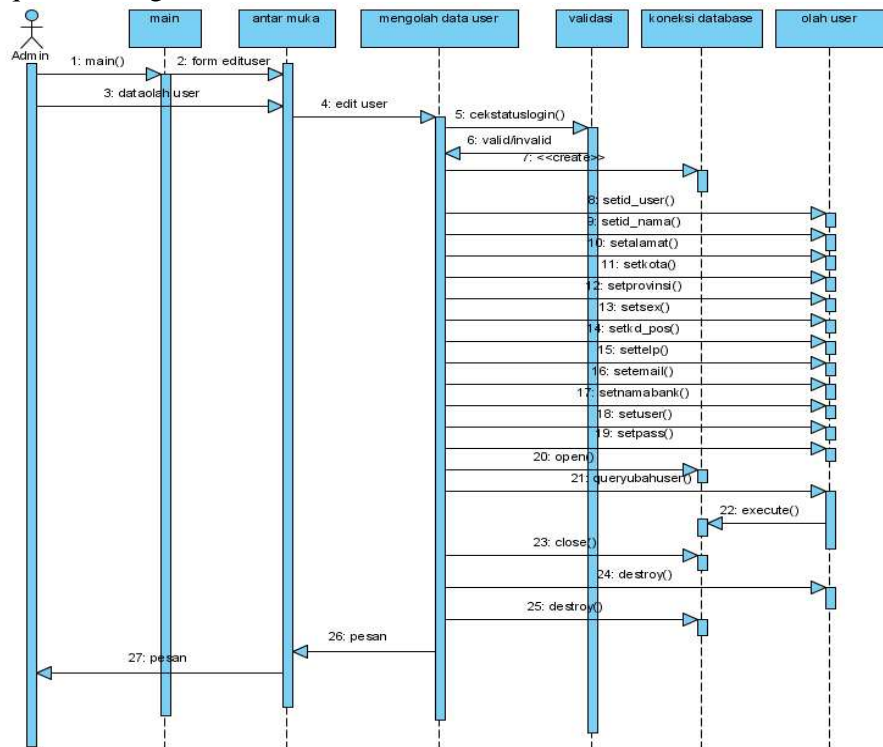
Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
 15. Sequence Input Data User



Gambar 3.44 Sequence Input Data User

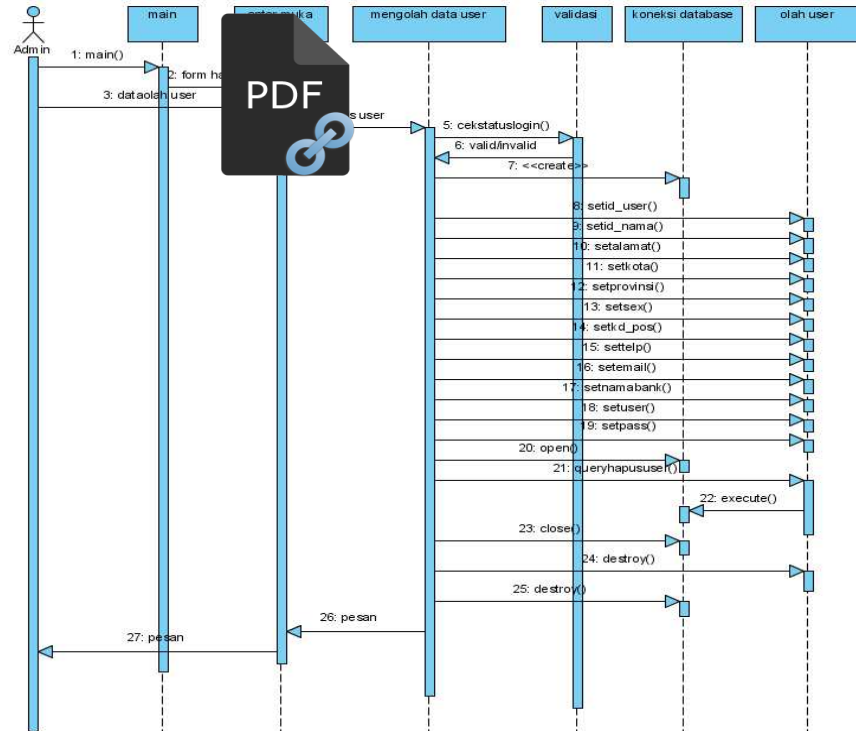
16. Sequence Diagram Edit Data User



Gambar 3.45 Sequence Diagram Edit Data User

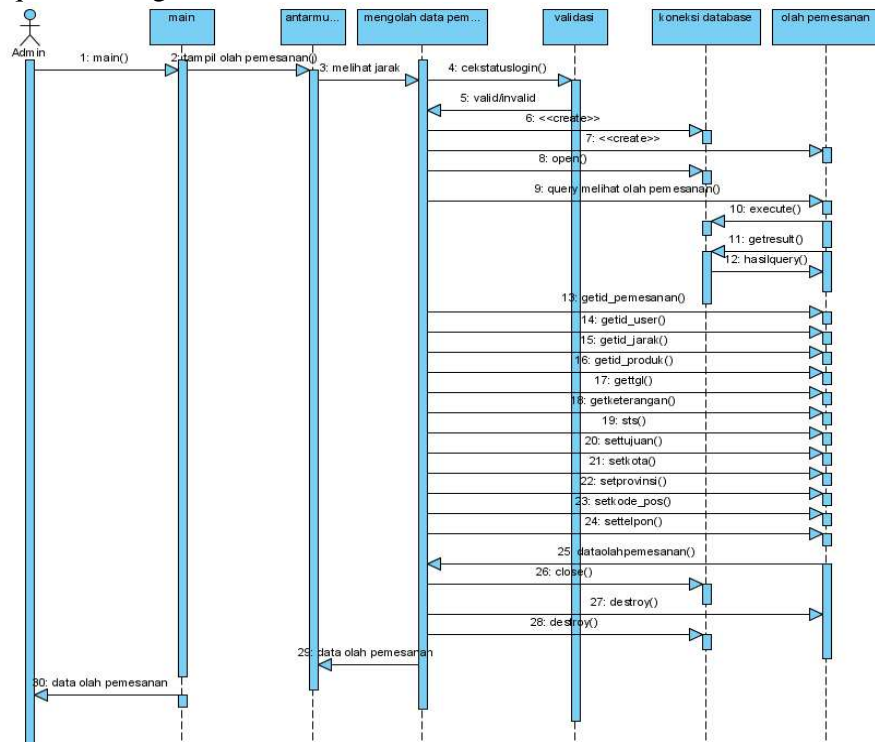
Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
 17. Sequence Diagram Hapus Data User



Gambar 3.46 Sequence Diagram Hapus Data User

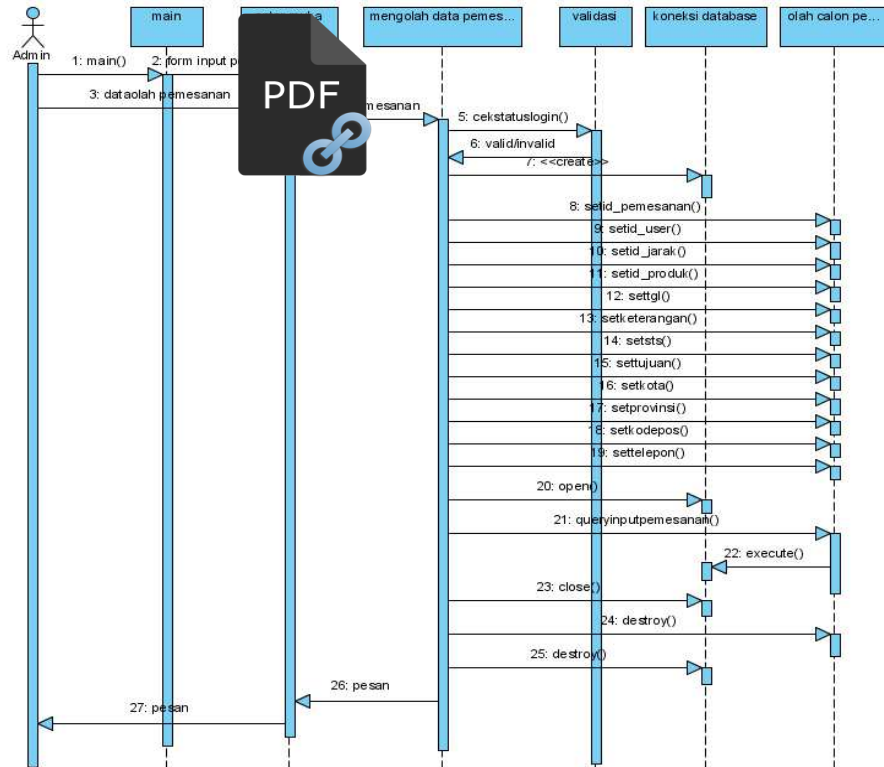
18. Sequence Diagram olah Data Pemesanan



Gambar 3.47 Sequence Diagram olah Data Pemesanan

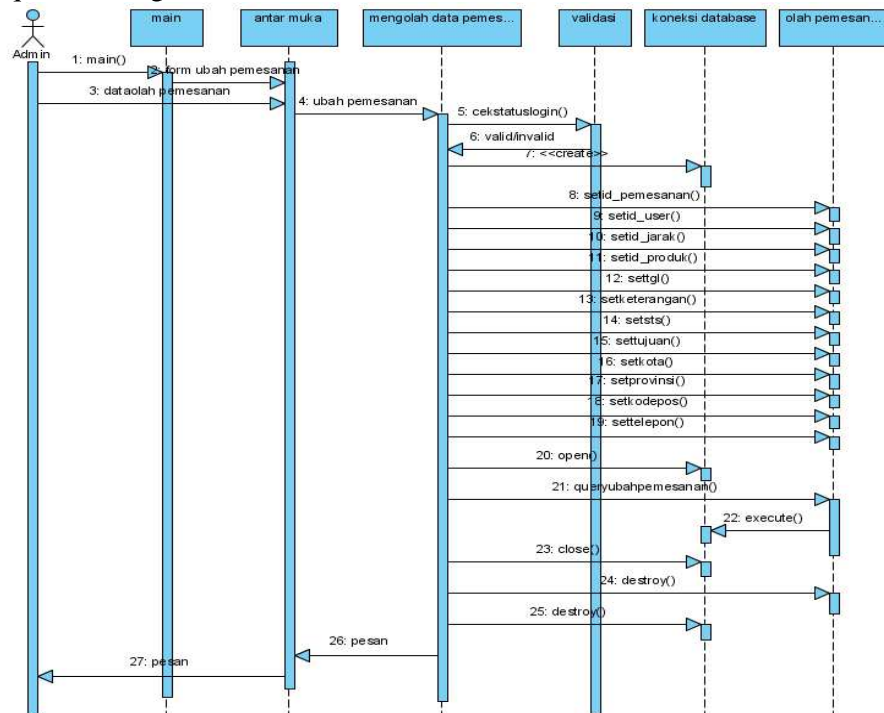
Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
 19. Sequence Input Data Pemesanan



Gambar 3.48 Sequence Input Data Pemesanan

20. Sequence Diagram Edit Data Pemesanan

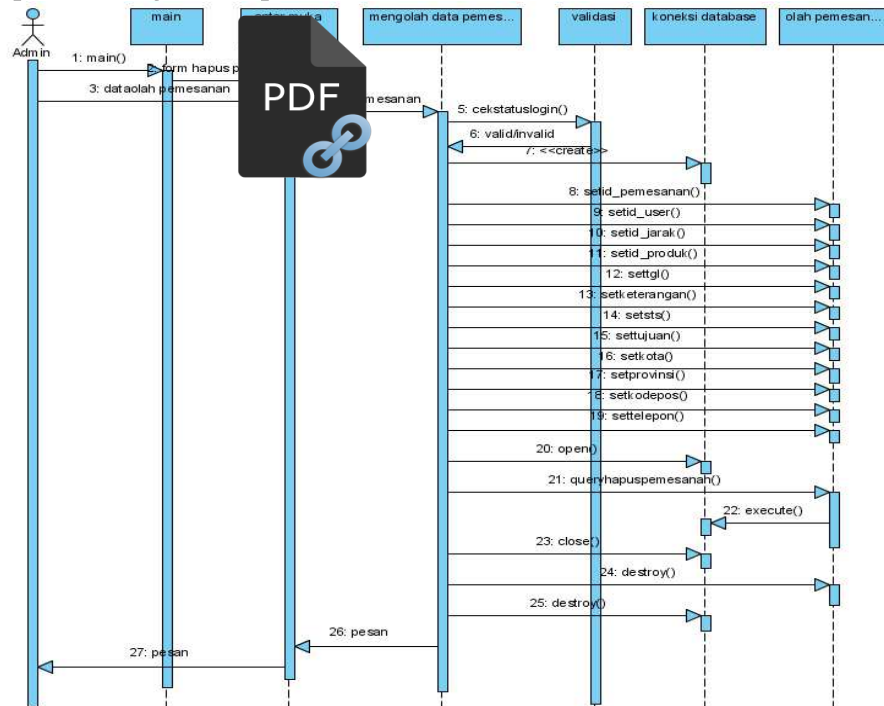


Gambar 3.49 Sequence Diagram Edit Data Pemesanan

Protected by PDF Anti-Copy Free

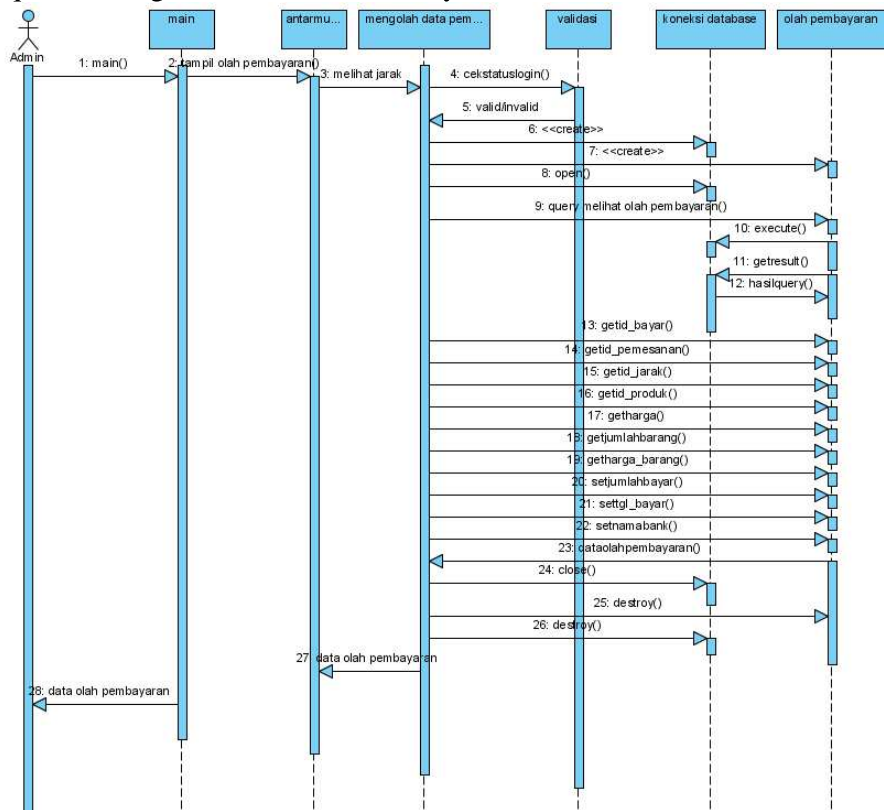
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

21. Sequence Diagram Hapus Data Pemesanan



Gambar 3.50 Sequence Diagram Hapus Data Pemesanan

22. Sequence Diagram olah Data Pembayaran

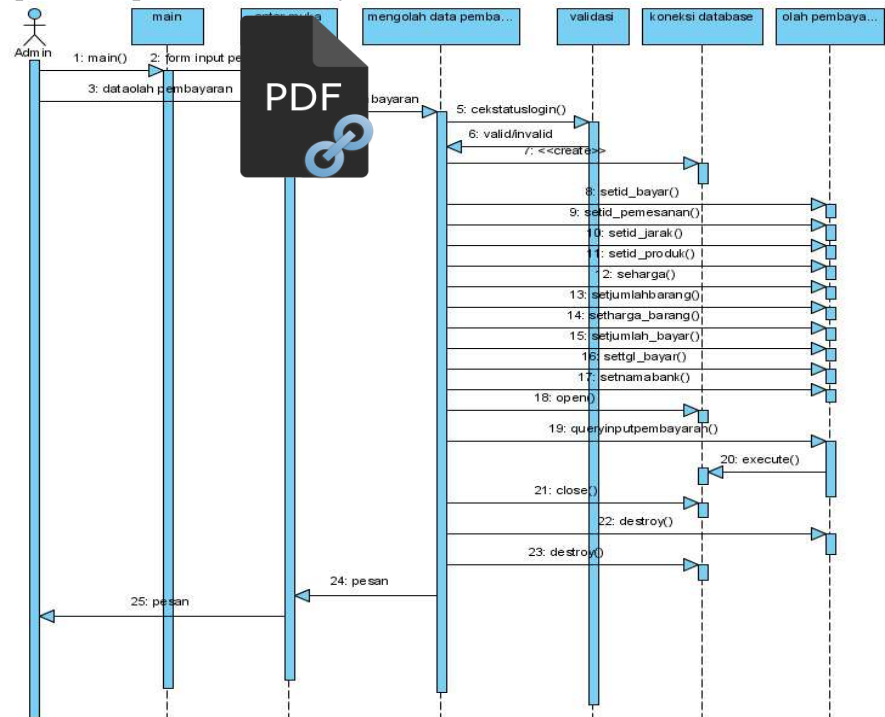


Gambar 3.51 Sequence Diagram olah Data Pembayaran

Protected by PDF Anti-Copy Free

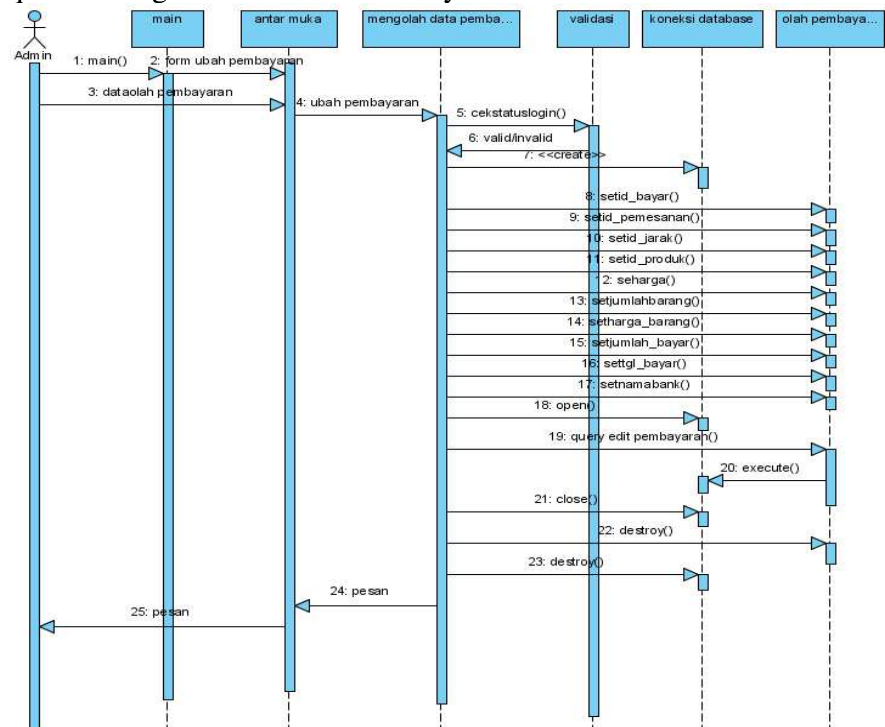
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

23. Sequence Input Data Pembayaran



Gambar 3.52 Sequence Input Data Pembayaran

24. Sequence Diagram Edit Data Pembayaran

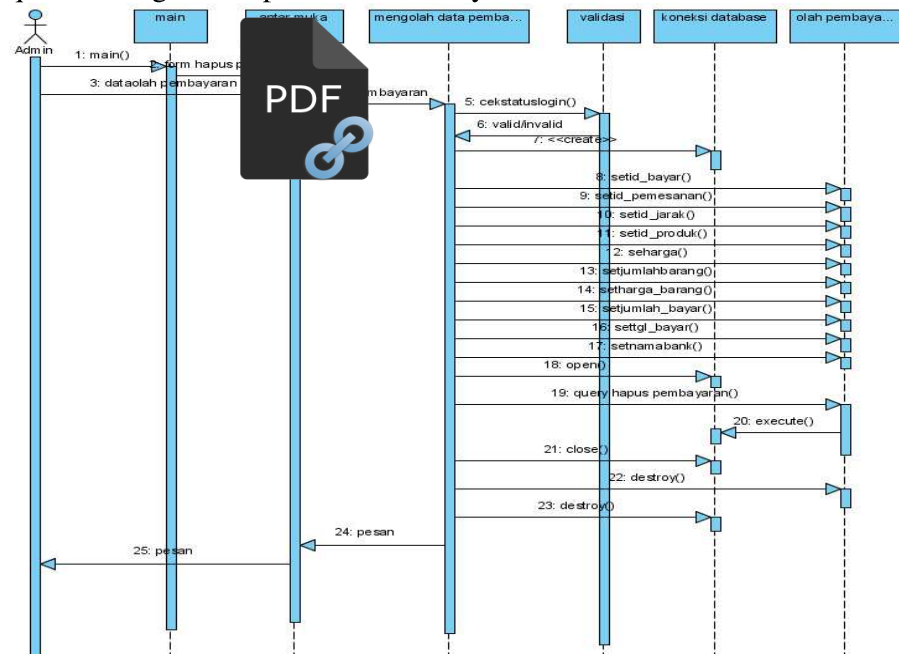


Gambar 3.53 Sequence Diagram Edit Data Pembayaran

Protected by PDF Anti-Copy Free

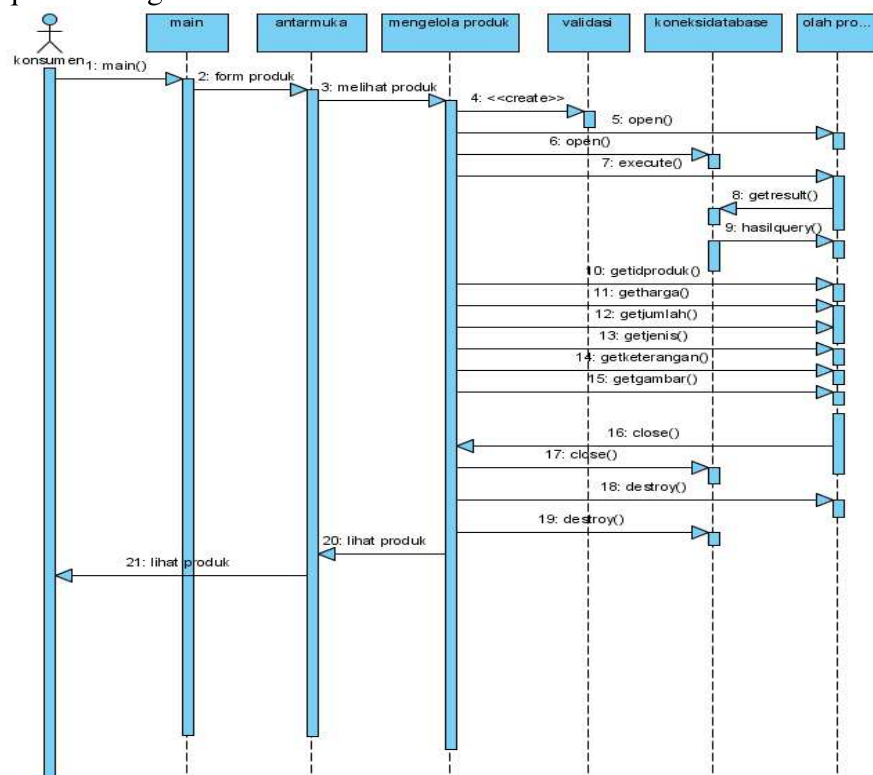
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

25. Sequence Diagram Hapus Data Pembayaran



Gambar 3.54 Sequence Diagram Hapus Data Pembayaran

26. Sequence Diagram Lihat Produk

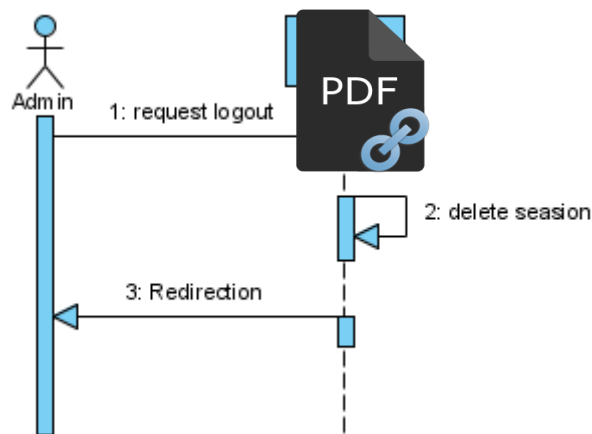


Gambar 3.55 Sequence Diagram Lihat Produk

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

27. Sequence Diagram Logout



Gambar3.56 Sequence Diagram Logout.

7. Metode Pengujian Sistem

Pengujian program menggunakan metode Black Box System. Untuk poin pengujian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

Tabel 3.27. Pengujian Sistem

No	Yang diuji	Pengujian
1	Login	Black box
2	Olah Produk	Black box
3	Input Produk	Black box
4	Edit Produk	Black box
5	Hapus Produk	Black box
6	Olah Jarak	Black box
7	Input Jarak	Black box
8	Edit Jarak	Black box
9	Hapus Jarak	Black box
10	Olah User	Black box
11	Input User	Black box
12	Edit User	Black box
13	Hapus User	Black box
14	Olah Pemesanan	Black box
15	Input Pemesanan	Black box
16	Edit Pemesanan	Black box
17	Hapus Pemesanan	Black box
18	Olah Pembayaran	Black box
19	Input Pembayaran	Black box

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

20	Edit Pembayaran	Black box
21	Hapus Pembayaran	Black box
22	Lihat produk	Black box
23	Logout	Black box



8. Rancangan Sistem

a. Rancangan Database

1. Desain Tabel Admin

Tabel admin ini digunakan untuk menyimpan data admin, desain tabel admin adalah sebagai berikut.

Tabel 3.28. Desain Tabel Admin

No	Field	Type	Size	Keterangan
1	Id	Int	11	Primary Key
2	Nama	Varchar	50	
3	Tempat	Varchar	100	
4	tgl_lahir	Varchar	30	
5	Alamat	Varchar	100	
6	email	Varchar	50	
7	Username	Varchar	50	
8	Password	Varchar	50	

2. Desain Tabel Customer

Tabel *Customer* digunakan untuk menyimpan data – data *Customer* yang terdiri dari field *id_Customer* sebagai primary key.

Tabel 3.29. Desain Tabel User

Field	Type	Size	Key
<i>Id_Customer</i>	Varchar	10	Primary Key
Nama	Varchar	64	
User	Varchar	32	
Pass	Varchar	32	
Alamat	Varchar	128	
Kota	Varchar	32	
Provinsi	Varchar	32	
Sex	Varchar		

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Kd_pos	Varchar	12	
Telepon	Varchar	16	
Email	Varchar	128	

3. Desain Tabel Jarak

Tabel jarak digunakan untuk menyimpan data – data jarak yang terdiri dari field – field id_jarak sebagai primary key, tujuan yang berisi tujuan barang yang dikirim, ongkos yang berisi biaya pengiriman barang.

Tabel 3.30. Desain Tabel Jarak

Field	Type	Size	Key
Id_jarak	Int	5	Primary key
Tujuan	Varchar	64	
Ongkos	Int	10	

4. Desain Tabel Produk

Tabel produk digunakan untuk menyimpan data – data produk yang memiliki field – field Id_Produk sebagai primary key yang berisi kode produk, id_jenis yang berisi kode jenis, produk yang berisi nama produk, harga yang berisi harga produk.

Tabel 3.31. Tabel Produk

Field	Type	Size	Key
Id_produk	Int	10	Primary Key
Nama_produk	Varchar	100	
jenis	Int	5	
Harga	Int	10	
Berat	Varchar	4	
jumlah	int	10	
Keterangan	Text	100	
Stok	Int	20	

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Gambar	Varchar	255	
--------	---------	-----	--

5. Desain Tabel Pesan

Tabel pesan digunakan untuk menyimpan data – data pesan yang mempunyai field – field id_pesan sebagai primary key, id_user dan id_jarak sebagai secondary key, tgl yang berisi tanggal pesan, keterangan yang berisi keterangan pemesanan, dan beberapa field yang lainnya.

Tabel 3.32. Tabel Pemesanan

Field	Type	Size	Key
Id_pesan	Int	6	Primary Key
Tgl_pesan	int	10	
Id_user	Int	10	
Id_jarak	Int	5	
Tgl	Date	8	
Id_pesan	Int	6	
Id_produk	int	10	
Harga Satuan	Int	10	
Jumlah_barang	Tinyint	4	
Keterangan	Teks	100	
Sts_bayar	Enum	100	
Ttl_bayar	Int	10	
Tujuan	Varchar	32	
Kota	Varchar	32	
Provinsi	Varchar	32	
Kd_pos	Varchar	12	
Telepon	Varchar	16	

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

6. Desain Tabel Bayar

Tabel bayar digunakan untuk menyimpan data – data bayar yang terdiri dari field id_bayar sebagai primary key dan id_pesanan sebagai secondary key.

Tabel 3.33. Desain Tabel Pembayaran

Field	Type	Size	Key
Id_bayar	Int	10	Primary Key
Id_pesanan	Int	6	
Id_produk	date	20	
Harga Satuan	varchar	16	
Jumlah_barang	int	10	
Jumlah_bayar	int	20	
Tgl_bayar	int	20	
Nama_bank	varchar	20	

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

b. Rancangan interface (Antar Muka)

Dalam perancangan struktur menu web ini meliputi beberapa tampilan antara lain :



1) Rancangan Halaman Utama

HEADER	
HOME	PROFIL
PRODUK	BERITA
FAQ	KONTAK
HALAMAN UTAMA	
GAMBAR	
GAMBAR PRODUK	Keterangan
GAMBAR PRODUK	Keterangan
GAMBAR PRODUK	Keterangan
GAMBAR PRODUK	Keterangan
DAFTAR BERITA DAN ARTIKEL	
FORM PENCARIAN	
KATA KUNCI	
KATEGORI	
CARI	DETAIL
JENIS PRODUK	
(PRODUK) (PRODUK) (PRODUK) (PRODUK) (PRODUK)	
LOGIN USER	
USERNAME	
PASSWORD	
KIRIM	DAFTAR
CHATBOX	
NAME	
EMAIL	
BANNER	
FOOTER	

Gambar 3.57 Rancangan Halaman Utama

2) Rancangan Halaman Produk

HEADER	
HOME	PROFIL
PRODUK	BERITA
FAQ	KONTAK
PRODUK	
GAMBAR	Keterangan Produk
Keterangan Produk	
GAMBAR	Keterangan Produk
Keterangan Produk	
GAMBAR	Keterangan Produk
Keterangan Produk	
GAMBAR	Keterangan Produk
Keterangan Produk	
Page	
FORM PENCARIAN	
KATA KUNCI	
KATEGORI	
CARI	DETAIL
JENIS PRODUK	
(PRODUK) (PRODUK) (PRODUK) (PRODUK) (PRODUK)	
LOGIN USER	
USERNAME	
PASSWORD	
KIRIM	DAFTAR
CHATBOX	
NAME	
EMAIL	
BANNER	
FOOTER	

Gambar 3.58. Rancangan Halaman Produk

Protected by PDF Anti-Copy Free

3) Rancangan Detail Produk

PDF

HEADER

HOME PROFIL PRODUK BERITA FAQ KONTAK

PRODUK

GAMBAR PRODUK

Keterangan Detail Produk

Kode :
Bahan :
Ukuran :
Harga :
Stock :

BELI

FORM PENCARIAN

KATA KUNCI
KATEGORI
CARI DETAIL

JENIS PRODUK

(PRODUK)
(PRODUK)
(PRODUK)
(PRODUK)
(PRODUK)

LOGIN USER

USERNAME
PASSWORD
KIRIM DAFTAR

CHATBOX

NAME
EMAIL

BANNER

FOOTER

Gambar 3.59 Halaman Detail Produk

4) Rancangan Keranjang Belanja

HEADER

HOME PROFIL PRODUK BERITA FAQ KONTAK

Keranjang Belanja Anda

DAFTAR KERANJANG BELANJA ANDA

No	Nama	Kode	Ukuran	Harga	QTY	Total
Total Belanja Anda						

Alamat Pengirim Sama ??

Alamat Tujuan :
Kota Tujuan :
Provinsi :
Kode Pos :
Telepon :
Keterangan :

Proses

FORM PENCARIAN

KATA KUNCI
KATEGORI
CARI DETAIL

JENIS PRODUK

(PRODUK)
(PRODUK)
(PRODUK)
(PRODUK)
(PRODUK)

LOGIN USER

USERNAME
PASSWORD
KIRIM DAFTAR

CHATBOX

NAME
EMAIL

BANNER

FOOTER

Gambar 3.60 Halaman Keranjang Belanja

Protected by PDF Anti-Copy Free

- 5) **(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)** Rancangan Tampilan Halaman Login Admin

The wireframe shows a login page for an administrator. At the top, there is a header area with the text 'ADMINISTRATOR'. A large 'PDF' watermark is overlaid on the page. On the left side, there is a rectangular placeholder labeled 'BANNER'. On the right side, there are two input fields: 'Username' and 'Password'. Below these fields are two buttons: 'LOGIN' and 'RESET'.

Gambar 3.61 Halaman Login Admin

- 6) Rancangan Tampilan Halaman Index Admin

The wireframe shows the index page for an administrator. At the top, there is a header area labeled 'ADMINISTRATOR AREA'. Below this is a navigation menu with the following items: HOME, Halaman, Admin, User, Produk, Jarak, Pesan, Berita, Faq, Kontak, and Logout. The main content area is labeled 'Home' and contains a large empty space. On the right side, there are two buttons: 'CONTROL PANEL' and 'LOGOUT'. At the bottom right, there is a small text: 'Administrator area | Toko Chen - Chen Lubuklinggau @2014'.

Gambar 3.62 Halaman Index Admin

Protected by PDF Anti-Copy Free

- 7) **(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)**
Rancangan Tampilan Halaman Olah Data Halaman Admin

ADMINISTRATOR AREA

HOME Halaman Admin Jarak Pesan Berita Faq Kontak Logout

Olah Data Halaman

CONTROL PANEL

EDIT HALAMAN DEPAN
EDIT HALAMAN PROFILE

SIMPAN

Administrator area | Toko Chen - Chen Lubuklinggau @2014

Gambar 3.63 Halaman Olah data Halaman Admin

- 8) Rancangan Tampilan Halaman Daftar Admin

ADMINISTRATOR AREA

HOME Halaman Admin User Produk Jarak Pesan Berita Faq Kontak Logout

Daftar Administrator

No	NAMA	HAPUS
1.	Admin	x

Tambah Administrator

CONTROL PANEL

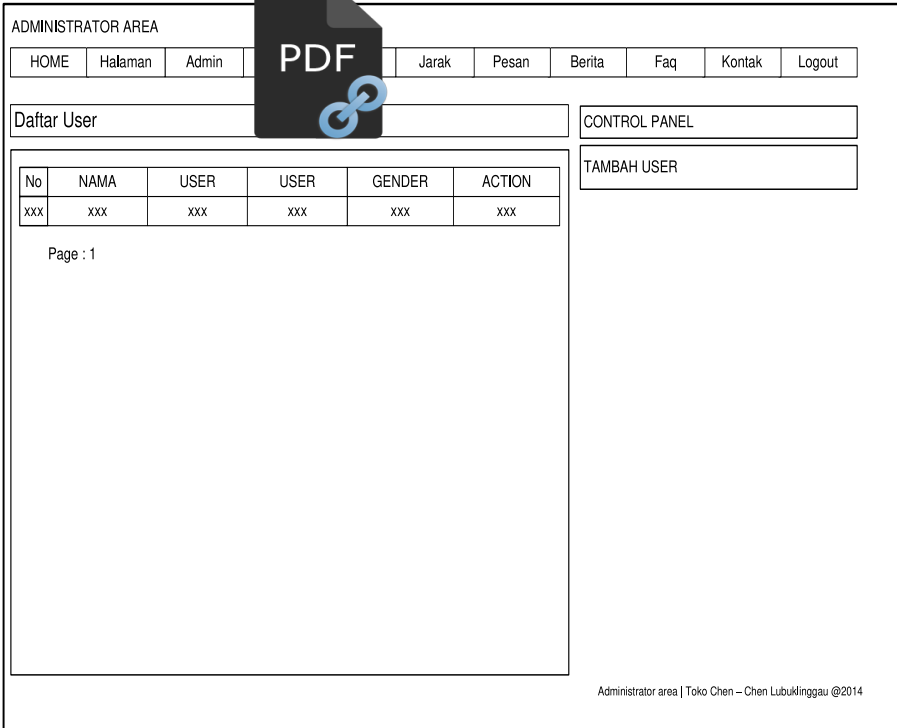
TAMBAH ADMINISTRATOR
GANTI PASSWORD

Administrator area | Toko Chen - Chen Lubuklinggau @2014

Gambar 3.64 Halaman Daftar Admin

Protected by PDF Anti-Copy Free

- 9) (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark) Rancangan Tampilan Halaman Daftar User



ADMINISTRATOR AREA

HOME	Halaman	Admin	Jarak	Pesan	Berita	Faq	Kontak	Logout
------	---------	-------	-------	-------	--------	-----	--------	--------

Daftar User

No	NAMA	USER	USER	GENDER	ACTION
xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

Page : 1

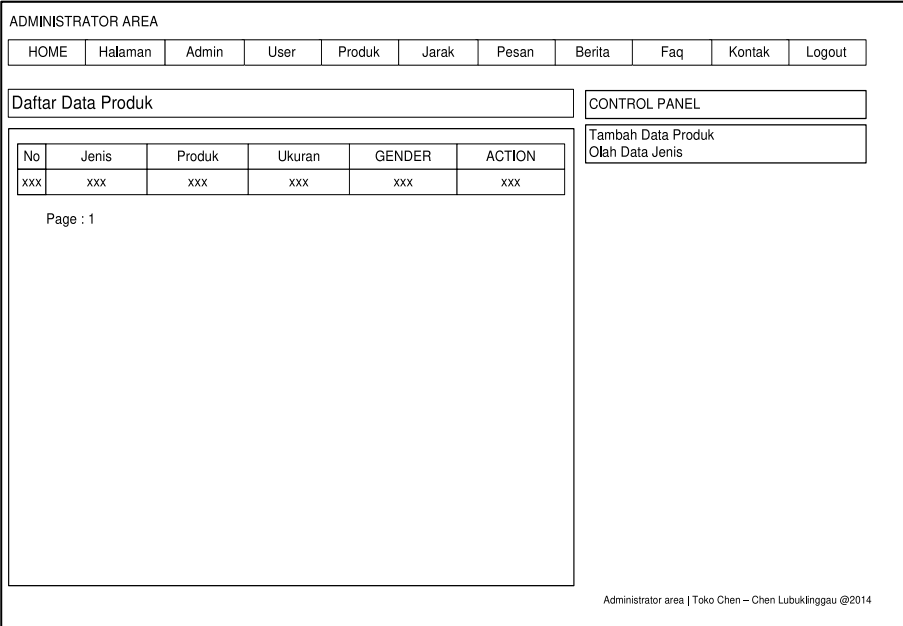
CONTROL PANEL

TAMBAH USER

Administrator area | Toko Chen – Chen Lubuklinggau @2014

Gambar 3.65 Halaman Daftar User

- 10) Rancangan Tampilan Halaman Daftar Data Produk



ADMINISTRATOR AREA

HOME	Halaman	Admin	User	Produk	Jarak	Pesan	Berita	Faq	Kontak	Logout
------	---------	-------	------	--------	-------	-------	--------	-----	--------	--------

Daftar Data Produk

No	Jenis	Produk	Ukuran	GENDER	ACTION
xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

Page : 1

CONTROL PANEL

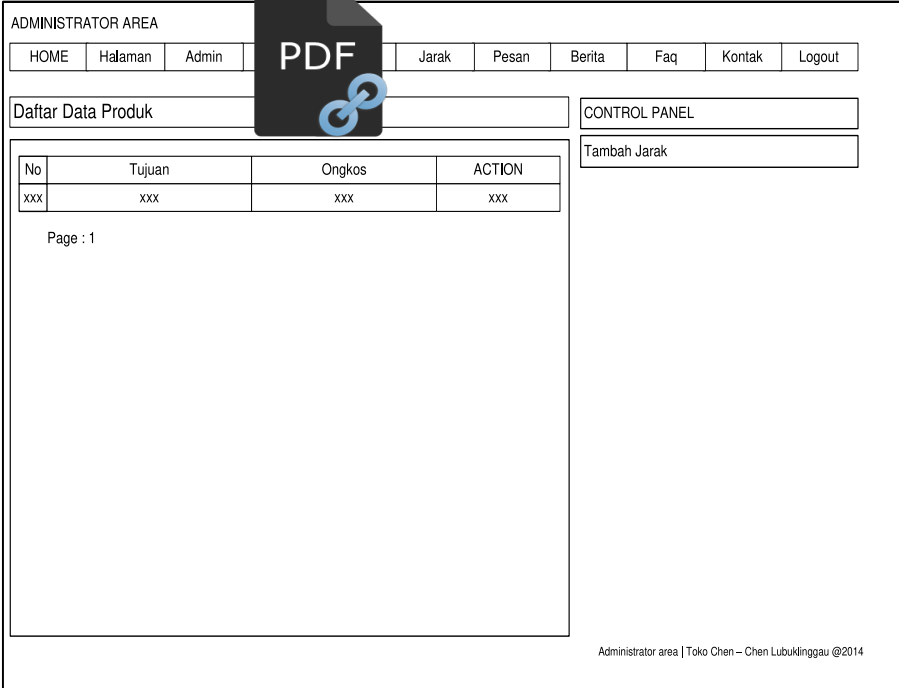
Tambah Data Produk
Olah Data Jenis

Administrator area | Toko Chen – Chen Lubuklinggau @2014

Gambar 3.66 Halaman Daftar Data Produk

Protected by PDF Anti-Copy Free

- 11) **(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)**
Rancangan Tampilan Halaman Daftar Jarak



ADMINISTRATOR AREA

HOME Halaman Admin Jarak Pesan Berita Faq Kontak Logout

Daftar Data Produk

No	Tujuan	Ongkos	ACTION
xxx	xxx	xxx	xxx

Page : 1

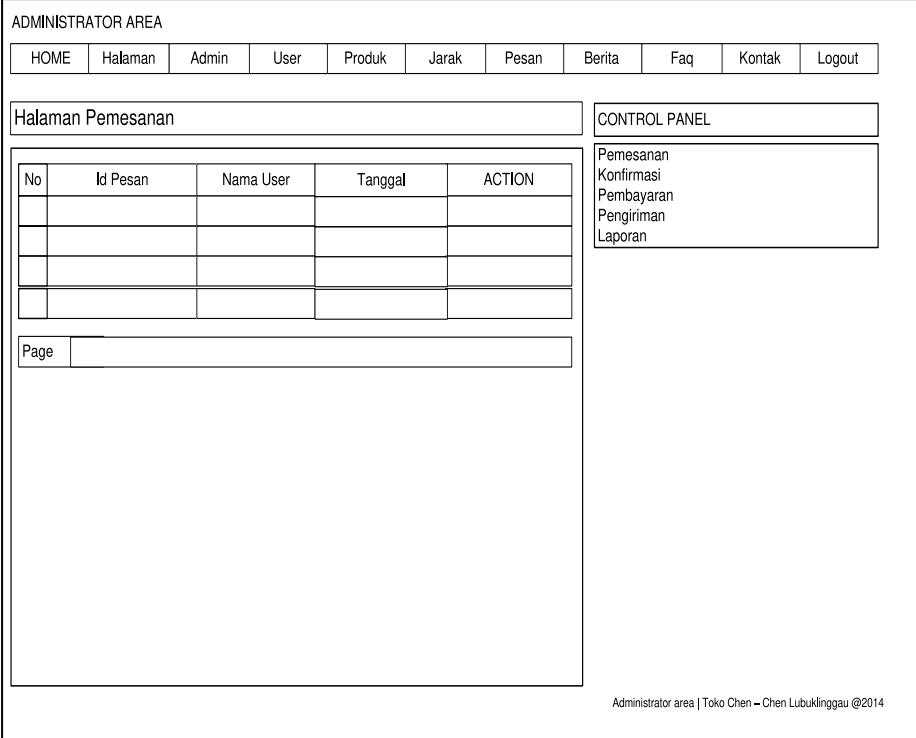
CONTROL PANEL

Tambah Jarak

Administrator area | Toko Chen – Chen Lubuklinggau @2014

Gambar 3.67 Halaman Daftar Jarak

- 12) Rancangan Tampilan Halaman Pemesanan



ADMINISTRATOR AREA

HOME Halaman Admin User Produk Jarak Pesan Berita Faq Kontak Logout

Halaman Pemesanan

No	Id Pesan	Nama User	Tanggal	ACTION

Page

CONTROL PANEL

Pemesanan
Konfirmasi
Pembayaran
Pengiriman
Laporan

Administrator area | Toko Chen – Chen Lubuklinggau @2014

Gambar 3.68. Halaman Pemesanan

Protected by PDF Anti-Copy Free

- 13) (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
Rancangan Tampilan Halaman Pembayaran

ADMINISTRATOR AREA

HOME	Halaman	Admin	Jarak	Pesanan	Berita	Faq	Kontak	Logout
------	---------	-------	-------	---------	--------	-----	--------	--------

Daftar Konfirmasi Pembayaran

No	Kode Pesan	Nama User	Tanggal Bayar	No. Bukti	Jumlah Bayar

Page

Konfirmasi Sudah Dibaca
Konfirmasi Belum Dibaca

CONTROL PANEL

- Pemesanan
- Konfirmasi
- Pembayaran
- Pengiriman
- Laporan

Administrator area | Toko Chen – Chen Lubuklinggau @2014

Gambar 3.69. Halaman Pembayaran

- 14) Rancangan Tampilan Halaman Menu Laporan

Menu Laporan

Laporan Konfirmasi Sudah Dibaca

Keseluruhan	Tampil
Periode <input style="width: 30px;" type="text"/> Tgl <input style="width: 30px;" type="text"/> Bln <input style="width: 30px;" type="text"/> Thn <input style="width: 30px;" type="text"/>	Tampil

Laporan Konfirmasi Belum Dibaca

Keseluruhan	Tampil
Periode <input style="width: 30px;" type="text"/> Tgl <input style="width: 30px;" type="text"/> Bln <input style="width: 30px;" type="text"/> Thn <input style="width: 30px;" type="text"/>	Tampil

Laporan Pengiriman Barang

Keseluruhan	Tampil
Periode <input style="width: 30px;" type="text"/> Tgl <input style="width: 30px;" type="text"/> Bln <input style="width: 30px;" type="text"/> Thn <input style="width: 30px;" type="text"/>	Tampil

TUTUP

Gambar 3.70 Halaman Menu Laporan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Toko Jumiran

4.2 Hasil Penelitian

Dari perancangan sistem maka hasil penelitian ini adalah sistem penjualan dengan metode CRM, yang terdiri dari :

1. Halaman Utama

Halaman utama adalah halaman yang pertama kali diakses oleh user.

2. Halaman Produk

Halaman produk digunakan oleh pengguna untuk melihat produk.

3. Halaman Detail Produk

Halaman ini berisi data detail produk yang dijual.

4. Halaman Login Pelanggan

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Halaman login pelanggan digunakan oleh pelanggan untuk masuk ke sistem.



5. Halaman Keranjang

Halaman keranjang berisi data barang yang dibeli oleh pelanggan.

6. Halaman Check Out

Halaman ini digunakan untuk checkout barang yang telah dibeli.

7. Halaman Konfirmasi pembayaran.

Halaman ini digunakan untuk konfirmasi pembayaran pelanggan.

8. Halaman Login Admin

Halaman ini berfungsi untuk masuk ke dalam sistem.

9. Halaman Utama Admin

Halaman ini digunakan untuk melihat data admin yang ada disistem.

10. Halaman Master Produk

Halaman ini digunakan menampilkan master produk.

11. Halaman Tambah produk

Halaman ini digunakan untuk memasukkan data produk ke dalam sistem.

12. Halaman Pelanggan

Halaman ini berfungsi untuk memasukkan data pelanggan kedalam sistem.

13. Halaman Daftar Penjualan

Halaman ini melihat daftar penjualan.

14. Halaman Laporan Penjualan

Halaman ini digunakan menampilkan laporan hasil penjualan.

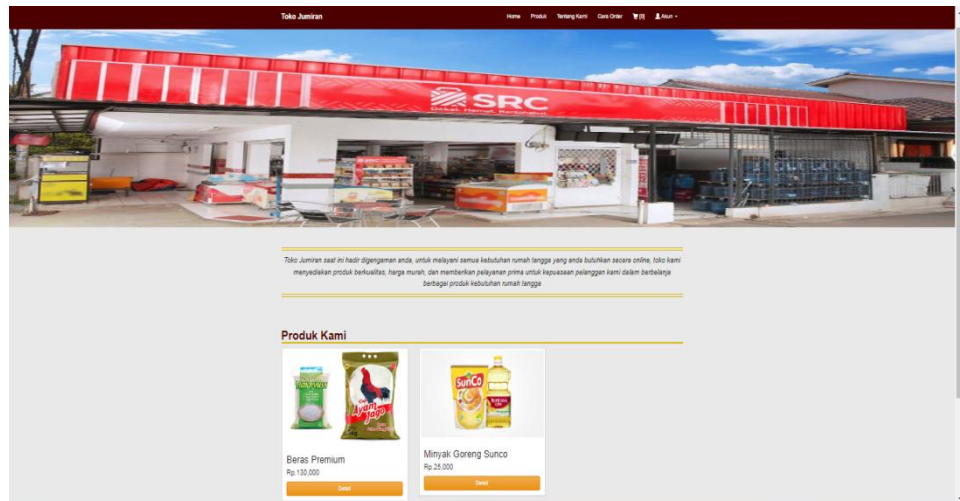
Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

4.3 Pembahasan

4.3.1 Halaman Utama

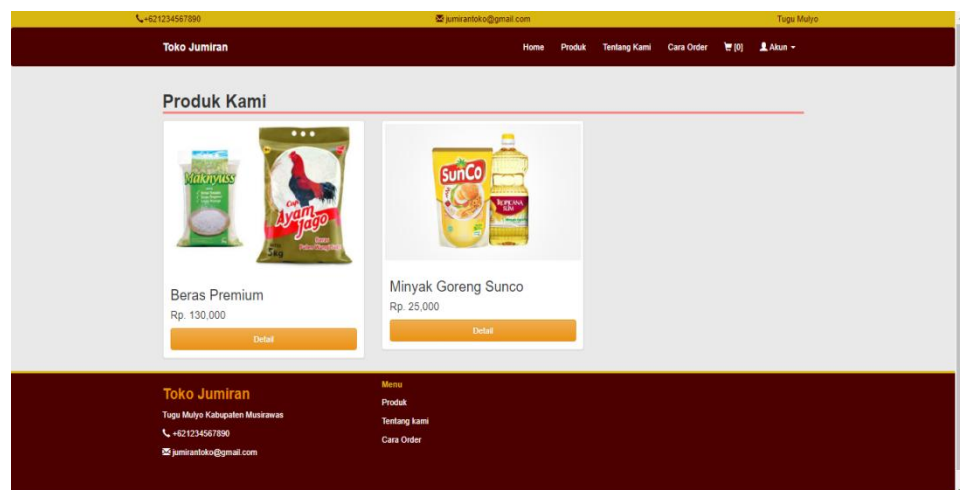
Halaman utama adalah halaman yang pertama kali di akses oleh user, dapat dilihat pada gambar 4.2.



Gambar 4. 2 Halaman Depan

4.3.2 Halaman Produk

Halaman produk digunakan oleh pengguna untuk melihat produk. Halaman produk dapat dilihat pada gambar 4.3.



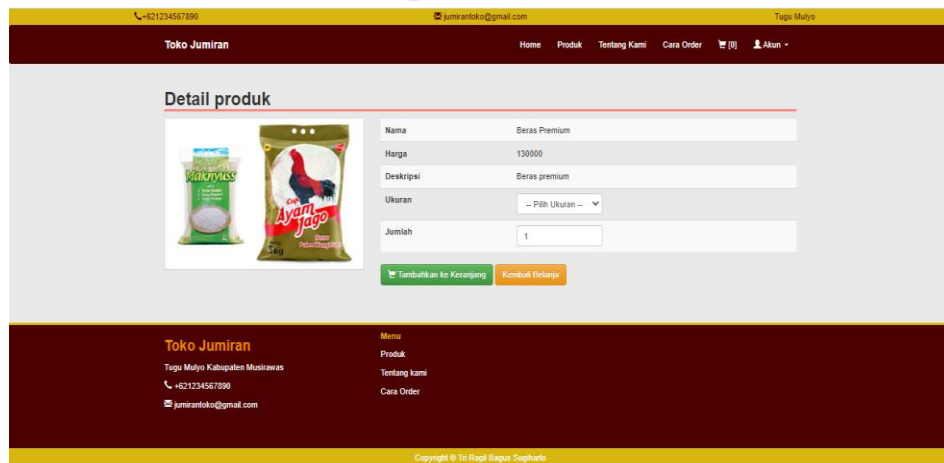
Gambar 4.3 Halaman Produk

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

4.3.3 Halaman Detail Produk

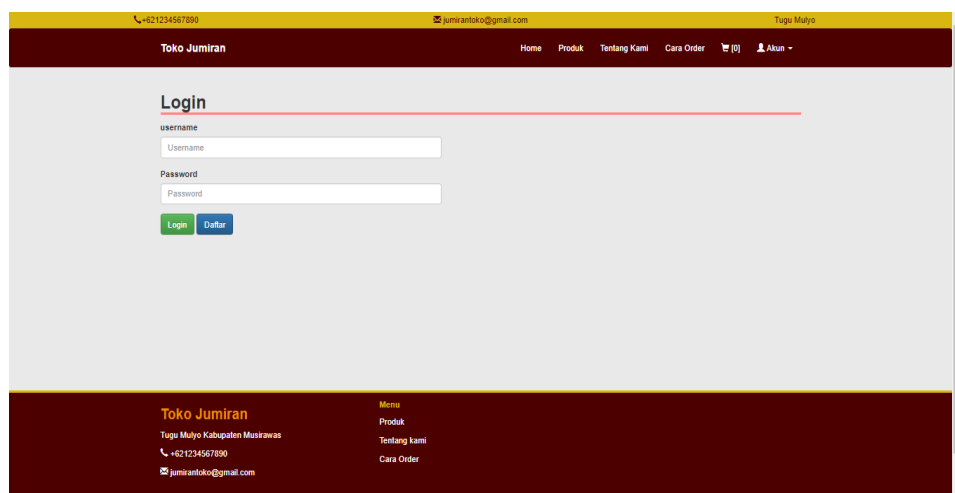
Halaman ini berisi detail produk yang dijual. Halaman detail produk dapat dilihat pada gambar 4.4.



Gambar 4.4 Halaman Detail Produk

4.3.4 Halaman Login Pelanggan

Halaman login pelanggan digunakan oleh pelanggan untuk masuk ke sistem. Halaman login pelanggan dapat dilihat pada gambar 4.5.



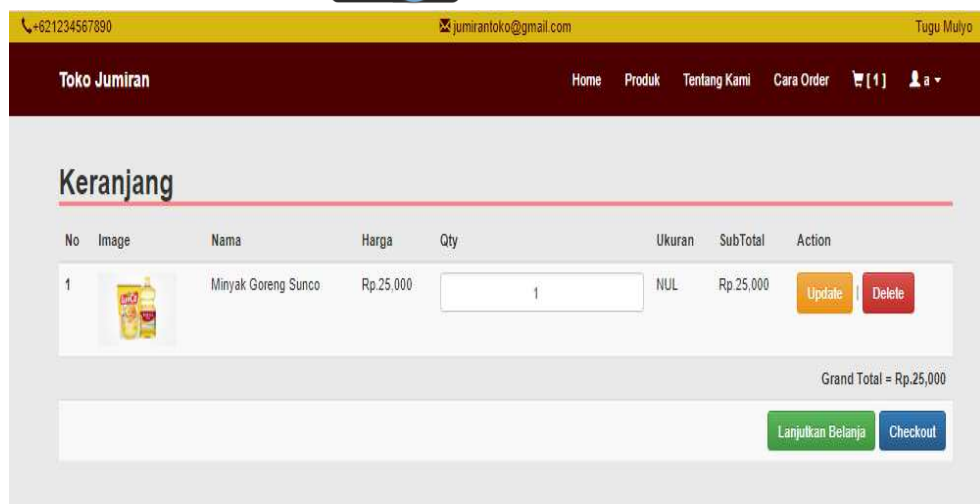
Gambar 4.5 Halaman Login Pelanggan

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

4.3.5 Halaman Keranjang

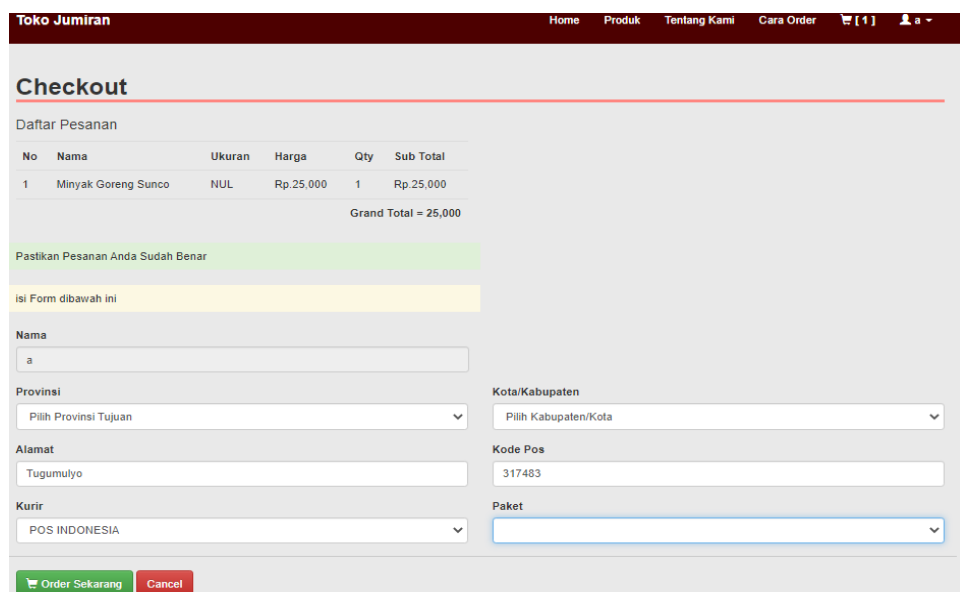
Halaman keranjang menampilkan data barang yang dibeli oleh pelanggan. Halaman keranjang dapat dilihat pada gambar 4.6



Gambar 4.6 Halaman Keranjang

4.3.6 Halaman Check Out

Halaman ini digunakan untuk checkout barang yang telah dibeli. Halaman checkout dapat di lihat pada gambar 4.7



Gambar 4.7 Halaman Check Out Keranjang

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

4.3.7 Halaman Konfirmasi pembayaran

Halaman ini digunakan untuk konfirmasi pembayaran pelanggan. Halaman ini dapat dilihat pada gambar 4.8.

Checkout Berhasil

Sisa Waktu Pembayaran :

Batas Waktu Pembayaran Telah Berakhir

No	Nama	Harga	Qty	Sub Total
1	Minyak Goreng Sunco	Rp.25.000	1	Rp.25.000
				Ongkir = 0
				Grand Total = 25,000

Informasi Pembayaran

Atas Nama	Via Vallen
No Rekening	4581321302266340
Bank	BRI

Bayar Sesuai Nominal Dibawah ini :

Total yang Harus dibayar **Rp. 25,006**

Silahkan Upload Bukti Pembayaran disini :

Pilih Gambar

No file chosen

Gambar 4.8 Halaman Konfirmasi Pembayaran

4.3.8 Halaman Login Admin

Halaman ini berfungsi untuk masuk ke dalam sistem. Halaman login admin dapat dilihat pada gambar 4.9.

LOGIN ADMIN

username

Password

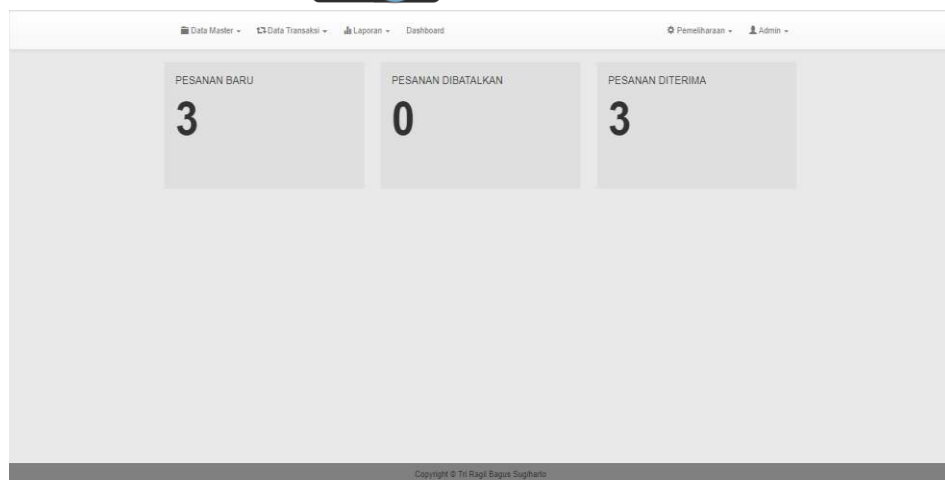
Gambar 4.9 Halaman Login Admin

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

4.3.9 Halaman Utama Admin

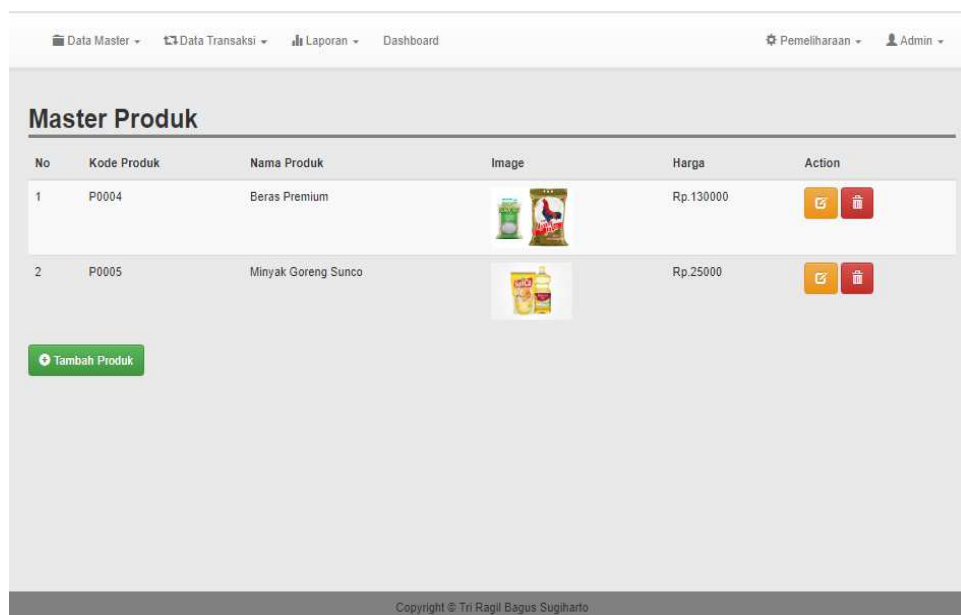
Halaman ini digunakan untuk melihat data admin yang ada disistem. Halaman utama admin dapat dilihat pada gambar 4.10.



Gambar 4.10 Halaman Utama Admin

4.3.10 Halaman Master Produk

Halaman ini digunakan menampilkan master produk. Halaman master produk dapat di lihat pada gambar 4.11.



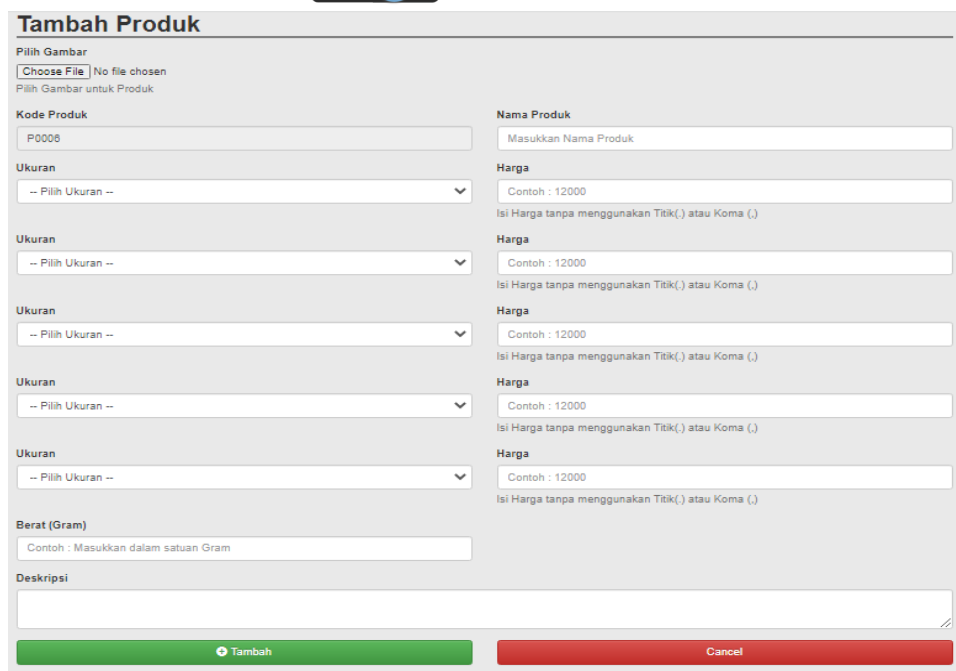
Gambar 4.11 Halaman Master Produk

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

4.3.11 Halaman Tambah produk

Halaman ini digunakan untuk memasukkan data produk ke dalam sistem. Halaman ini dapat dilihat pada gambar 4.12.



Tambah Produk

Pilih Gambar
 No file chosen
 Pilih Gambar untuk Produk

Kode Produk

Ukuran

Ukuran

Ukuran

Ukuran

Ukuran

Berat (Gram)

Deskripsi

Nama Produk

Harga

 Isi Harga tanpa menggunakan Titik(.) atau Koma (,)

Harga

 Isi Harga tanpa menggunakan Titik(.) atau Koma (,)

Harga

 Isi Harga tanpa menggunakan Titik(.) atau Koma (,)

Harga

 Isi Harga tanpa menggunakan Titik(.) atau Koma (,)

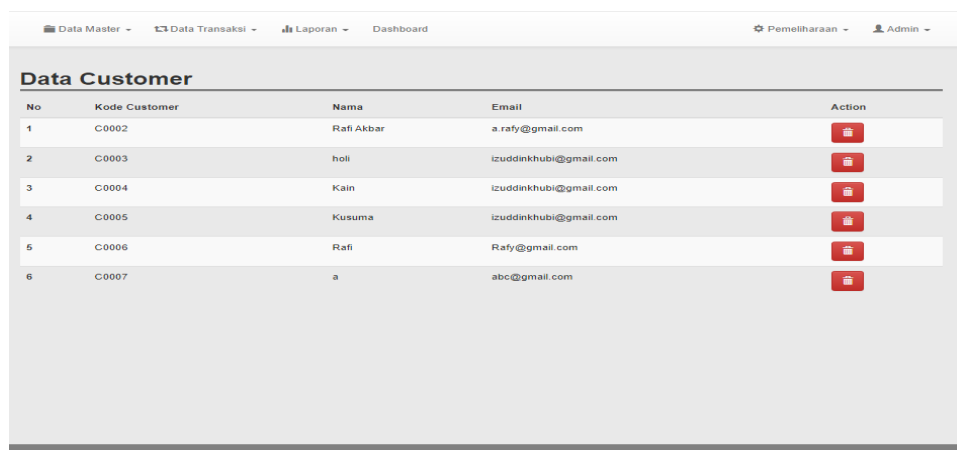
Harga

 Isi Harga tanpa menggunakan Titik(.) atau Koma (,)

Gambar 4.12 Halaman Tambah Produk

4.3.12 Halaman Pelanggan

Halaman ini berfungsi untuk memasukkan data pelanggan kedalam sistem. Halaman pelanggan dapat di lihat pada gambar 4.13.



Data Master - Data Transaksi - Laporan - Dashboard Pemeliharaan - Admin

Data Customer

No	Kode Customer	Nama	Email	Action
1	C0002	Rafi Akbar	a.rafy@gmail.com	<input type="button" value="Edit"/>
2	C0003	holi	izuddinkhubi@gmail.com	<input type="button" value="Edit"/>
3	C0004	Kain	izuddinkhubi@gmail.com	<input type="button" value="Edit"/>
4	C0005	Kusuma	izuddinkhubi@gmail.com	<input type="button" value="Edit"/>
5	C0006	Rafi	Rafy@gmail.com	<input type="button" value="Edit"/>
6	C0007	a	abc@gmail.com	<input type="button" value="Edit"/>

Copyright © Tri Rani Rani Sulbaro

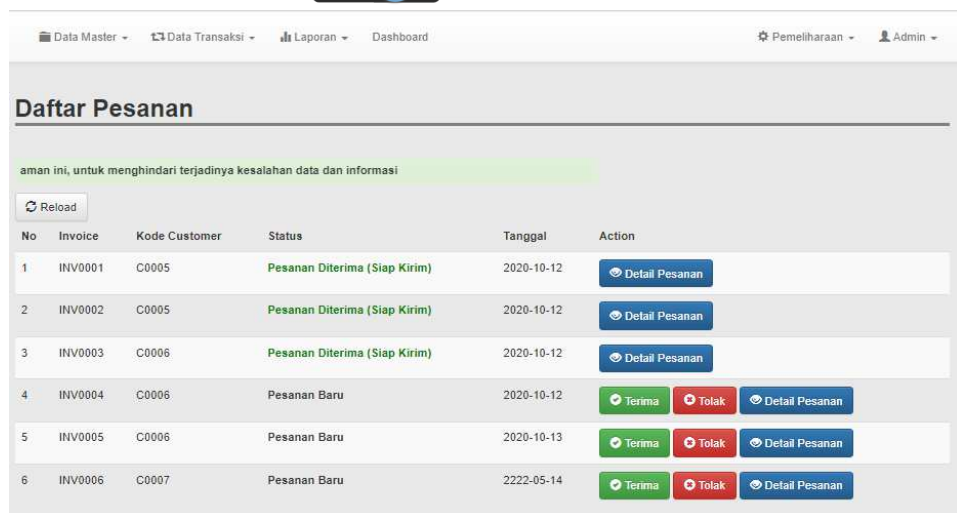
Gambar 4.13 Halaman Pelanggan

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

4.3.13 Halaman Daftar Penjualan

Halaman ini melambungkan daftar penjualan. Halaman daftar penjualan dapat di lihat pada gambar 4.14.

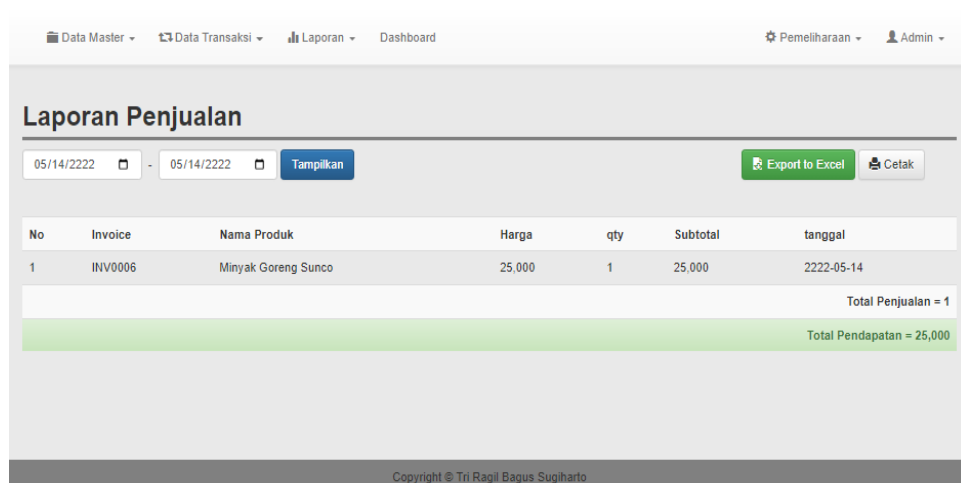


No	Invoice	Kode Customer	Status	Tanggal	Action
1	INV0001	C0005	Pesanan Diterima (Siap Kirim)	2020-10-12	Detail Pesanan
2	INV0002	C0005	Pesanan Diterima (Siap Kirim)	2020-10-12	Detail Pesanan
3	INV0003	C0006	Pesanan Diterima (Siap Kirim)	2020-10-12	Detail Pesanan
4	INV0004	C0006	Pesanan Baru	2020-10-12	Terima Tolak Detail Pesanan
5	INV0005	C0006	Pesanan Baru	2020-10-13	Terima Tolak Detail Pesanan
6	INV0006	C0007	Pesanan Baru	2222-05-14	Terima Tolak Detail Pesanan

Gambar 4.14 Halaman Daftar Penjualan

4.3.14 Halaman Laporan Penjualan

Halaman ini digunakan menampilkan laporan hasil penjualan. Halaman laporan penjualan dapat di lihat pada gambar 4.15.



No	Invoice	Nama Produk	Harga	qty	Subtotal	tanggal
1	INV0006	Minyak Goreng Sunco	25.000	1	25.000	2222-05-14
						Total Penjualan = 1
						Total Pendapatan = 25,000

Gambar 4.15 Halaman Laporan Penjualan

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

4.6 Pengujian Sistem

Tabel 4.1 Tabel Hasil Pengujian

N O	Target Uji	Harapan	Hasil Uji	KETERANGAN	
				Tidak Berhasil	Berhasil
1	Halaman Utama	Diharapkan sistem dapat menampilkan halaman utama setelah pelanggan menjalankan aplikasi	Sistem dapat menampilkan halaman utama setelah pelanggan menjalankan aplikasi		✓
2	Halaman Produk	Diharapkan sistem dapat menampilkan halaman produk setelah pelanggan menjalankan aplikasi	Sistem dapat menampilkan halaman produk setelah pelanggan menjalankan aplikasi		
3	Halaman Detail Produk	Diharapkan sistem dapat menampilkan halaman detail produk setelah pelanggan membuka menu tersebut	Sistem dapat menampilkan halaman detail produk setelah pelanggan membuka menu tersebut		✓
4	Halaman Login Pelanggan	Diharapkan sistem dapat menampilkan login pelanggan setelah pelanggan memilih halaman tersebut	Sistem dapat menampilkan halaman login pelanggan setelah pelanggan memilih halaman tersebut		✓
5	Halaman Keranjang	Diharapkan sistem dapat menampilkan halaman keranjang setelah pelanggan memilih halaman tersebut	Sistem dapat menampilkan halaman keranjang setelah pelanggan memilih halaman tersebut		✓
6	Halaman Check Out	Diharapkan sistem dapat menampilkan halaman checkout setelah pengguna memilih halaman	Sistem dapat menampilkan halaman checkout setelah pengguna memilih halaman		✓

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

		tersebut	tersebut		
7	Halaman Konfirmasi pembayaran	Diharapkan sistem dapat menampilkan halaman konfirmasi pembayaran setelah pelanggan memilih halaman tersebut	Sistem dapat menampilkan halaman konfirmasi pembayaran setelah pelanggan memilih halaman tersebut		✓
8	Halaman Login Admin	Diharapkan sistem dapat menampilkan halaman login admin setelah admin memilih halaman tersebut	Sistem dapat menampilkan halaman login admin setelah admin memilih halaman tersebut		✓
9	Halaman Utama Admin	Diharapkan sistem dapat menampilkan halaman utama admin setelah admin menjalankan aplikasi	Sistem dapat menampilkan halaman utama admin setelah admin menjalankan aplikasi		
10	Halaman Master Produk	Diharapkan sistem dapat menampilkan halaman master produk setelah admin mengakses halaman tersebut	Sistem dapat menampilkan halaman master produk setelah admin mengakses halaman tersebut		✓
11	Halaman Tambah produk	Diharapkan sistem dapat menampilkan halaman tambah produk setelah admin memilih halaman tersebut	Sistem dapat menampilkan halaman tambah produk setelah admin memilih halaman tersebut		✓
12	Halaman Input Pelanggan	Diharapkan sistem dapat menampilkan halaman input pelanggan setelah admin memilih halaman tersebut	Sistem dapat menampilkan halaman input pelanggan setelah admin memilih halaman tersebut		✓
13	Halaman Daftar Penjualan	Diharapkan sistem dapat menampilkan halaman daftar penjualan setelah admin memilih	Sistem dapat menampilkan halaman daftar penjualan setelah admin memilih		✓

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

		halaman tersebut	halaman tersebut		
14	Halaman Laporan Penjualan	Diharapkan sistem dapat menampilkan halaman laporan penjualan setelah admin memilih halaman tersebut	Sistem dapat menampilkan halaman laporan penjualan setelah admin memilih halaman tersebut		✓

4.4 Kesimpulan Hasil Pengujian

Dari hasil pengujian yang dilakukan pada sistem *E-Marketing* Berbasis Webmobile Pada Toko Jumiran Menggunakan Metode *Customer Relationship Management (CRM)*, diambil kesimpulan bahwa sistem ini berjalan dengan baik dan sesuai dengan yang diinginkan.

KESIMPULAN DAN SARAN



5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang ada, maka dapat diambil kesimpulan terhadap sistem pendukung keputusan yang dibuat, yaitu:

- a. Dengan adanya sistem *E-Marketing* Berbasis *Web mobile* Pada Toko Jumiran, maka proses penjualan pada toko Jumiran tidak lagi menggunakan proses secara manual atau konsumen datang langsung ke toko sehingga pangsa pasar toko menjadi lebih luas.
- b. Dengan adanya sistem *E-Marketing* Berbasis *Web mobile* Pada Toko Jumiran maka untuk proses penyampaian informasi, toko Jumiran tidak lagi dilakukan secara manual sehingga informasi terbaru tentang barang yang dipasarkan menjadi lebih cepat sampai ke pelanggan.
- c. Dengan adanya sistem *E-Marketing* Berbasis *Web mobile* Pada Toko Jumiran maka penyimpanan data produk tidak lagi dilakukan secara manual sehingga data dapat tersimpan dengan baik dan terperinci.
- d. Dengan adanya sistem *E-Marketing* Berbasis *Web mobile* Pada Toko Jumiran maka penyampaian kritik dan saran dapat dilakukan secara online sehingga pelanggan tidak perlu datang ke toko dan hal ini dapat meningkatkan pelayanan kepada pelanggan.
- e. Dengan adanya sistem *E-Marketing* Berbasis *Web mobile* Pada Toko Jumiran maka tersedia media yang bisa digunakan untuk penyimpanan hasil *feedback* atau pesan dengan pelanggan yang bisa digunakan untuk

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

membantu pihak toko dalam melakukan pengambilan keputusan dalam pemasaran produk dan p... pelanggan untuk kedepannya.

5.2 SARAN



Pengembangan sistem *E-Marketing* berbasis *Web mobile* Pada Toko Jumiran ini hendaknya kedepannya ditambahkan menu atau fitur yang dapat meningkatkan proses pemasaran dan penjualan yang dilakukan oleh Toko Jumiran dan dapat meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.

Protected by PDF Anti-Copy Free
DAFTAR PUSTAKA
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

- [1] A. Amar, “Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi,” *Dakwah Tabligh*, Vol. 13. Pp. 137–148.
- [2] S. M. Maulana, H. S. and Riyadi, “Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang),” *J. Adm. Bisnis*, Vol. 29, No. 1, Pp. 1–9, 2015.
- [3] J. S. Irsandi, I. Fitri, And N. D. Nathasia, “Sistem Informasi Pemasaran Dengan Penerapan Crm (Customer Relationship Management) Berbasis Website Menggunakan Metode Waterfall Dan Agile,” *Jurnal Jtik (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)*, Vol. 5, No. 4. P. 346, 2020, Doi: 10.35870/Jtik.V5i4.192.
- [4] C. Gde Wahirayasa And A. Gd Ag Artha Kusuma, “Peran E-Marketing,” Vol. 7, No. 6. Pp. 3291–3319, 2018.
- [5] Meyliana, “Analisa Strategi E-Marketing Dan Implementasinya,” *Analisa Strategi E-Marketing Dan Implementasinya (Studi Kasus : Perusahaan Retail Garment)*, Vol. 2010, No. Semnasif. Pp. 120–131, 2010.
- [6] A. Anthony, A. R. Tanaamah, And A. F. Wijaya, “Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berdasarkan Stok Gudang Berbasis Client Server (Studi Kasus Toko Grosir ‘Restu Anda’),” *J. Teknol. Inf. Dan Ilmu Komput.*, Vol. 4, No. 2, P. 136, 2017, Doi: 10.25126/Jtiik.201742321.
- [7] F. Constantianus, “Produk Dan Jasa Dalam Kaitannya Dengan Tingkat Kepuasan Konsumen Sebagai Elemen Dalam Sistem Kerja E-Commerce,” *Jurnal Sistem Informasi Ukm*, Vol. 1, No. 1. Pp. 27–36, 2006.
- [8] J. P. Wildyaksanjani And D. Sugiana, “Strategi Customer Relationship Management (Crm) Pt Angkasa Pura Ii (Persero),” *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol. 6, No. 1. P. 10, 2018, Doi: 10.24198/Jkk.V6i1.8754.
- [9] E. H. S. Dwianto Setiawan, “Penerapan Konsep Customer Relationship Management (Crm) Berbasis Websitapada Ud Toyoriz Busindo,” *J. Ilm. Dasi*, Vol. 16, No. 1, Pp. 34–39, 2015, [Online]. Available: <https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/90257-Id-None.Pdf>.
- [10] B. Usmento, R. Immawan, Fauzi, K. P. Sari, And M. I. Mahdi, “Implementasi Web Mobile Sebagai Mediainformasi Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Pirngadi,” *J. Keteknikan Dan Sains*, Vol. 1, No. 1, Pp.

- [11] L. Sunardi, A. Anto, T. S. Silo, P. S. Informatika, And U. B. Insan, “Lubuklinggau Menggunakan Metode Unified Modelling Language (Uml),” Vol. 4, No. 1. Pp. 51–54, 2018, [Online]. Available: Http://Journal.Unhas.Ac.Id/Index.Php/Juteks/Article/View/4296.
- [12] D. W. T. Putra And R. Ameliani, “Unified Modelling Language (Uml) Dalam Perancangan Sistem Informasi Permohonan Pembayaran Restitusi Sppd,” *Jurnal Teknoif*, Vol. 7, No. 1. P. 32, 2019, Doi: 10.21063/Jtif.2019.V7.1.32-39.
- [13] W. Aprianti And U. Maliha, “Sistem Informasi Kepadatan Penduduk Kelurahan Atau Desa Studi Kasus Pada Kecamatan Bati-Bati,” Vol. 2, No. 2013. Pp. 21–28, 2016.
- [14] M. S. Rosa A. S, *Rekayasa Perangkat Lunak*. Informatika Bandung.
- [15] W. Wibisono And F. Baskoro, “Pengujian Perangkat Lunak Dengan Menggunakan Model Behaviour Uml,” *Juti: Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi*, Vol. 1, No. 1. P. 43, 2002, Doi: 10.12962/J24068535.V1i1.A95.
- [16] Y. E. Radhi Adlan, Wirta Agustin, “Rancangan Website E-Crm (Electronics Customer Relationship Management) Pada House Of Smith Pekanbaru,” *It J. Res. Dev.*, Vol. 3, No. 2, Pp. 9–18, 2019, [Online]. Available: Https://Journal.Uir.Ac.Id/Index.Php/Itjrd/Article/View/1893.
- [17] Y. Irawan, “Sistem Informasi Pemasaran Busana Syar’i Dengan Penerapan Customer Relationship Management (Crm) Berbasis Web,” *Intecom J. Inf. Technol. Comput. Sci.*, Vol. 2, No. 1, Pp. 1–9, 2019, [Online]. Available: Https://Journal.Ipm2kpe.Or.Id/Index.Php/Intecom/Article/View/629.
- [18] H. Holland, “Customer Relationship Management,” *Dialogmarketing*. Pp. 283–313, 2016, Doi: 10.15358/9783800653140-283.
- [19] Y. Yahya W, “Penerapan Crm (Customer Relationship Management) Pada Perusahaan Dagang,” *Penjualan Motor*, Vol. 1, No. Bisnis Intelejen. Pp. 1–14, 2015.