

Pengembangan Website Toko Online dengan Menggunakan Metode Cross Selling pada FSP Shop Surabaya

by Citra Setiawan

FILE	GAN_MENGGUNAKAN_METODE_CROSS_SELLING_PADA_FSP_SHOP_SURABAYA.DOCX (300.36K)		
TIME SUBMITTED	23-FEB-2016 09:26PM	WORD COUNT	1304
SUBMISSION ID	635793687	CHARACTER COUNT	8543



**PENGEMBANGAN WEBSITE TOKO ONLINE
DENGAN MENGGUNAKAN METODE CROSS
SELLING PADA FSP SHOP SURABAYA**

1
PROPOSAL TUGAS AKHIR

Program Studi

S1 Sistem Informasi

Oleh:

Citra Setiawan

10410100099

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

2016

**PENGEMBANGAN *WEBSITE* TOKO *ONLINE* DENGAN
MENGUNAKAN METODE *CROSS SELLING*
PADA FSP SHOP SURABAYA**

**1
PROPOSAL**

Diajukan sebagai syarat untuk mengerjakan Tugas Akhir

Oleh:

Nama : Citra Setiawan
1
NIM : 10.41010.0099
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Sistem Informasi

Surabaya, 23 Februari 2016

Disetujui:

Pembimbing

I. Ayuningtyas, S.Kom., M.MT., MOS
NIDN : 0722047801

II. Tegar Heru Susilo, S.Kom
NIDN : 0702028402

Pembahas

I. Ir. Henry Bambang Setyawan, M.M.
NIDN : 0725055701

Mengetahui:

Kaprodik S1 Sistem Informasi

Vivine Nurcahyawati, M.Kom., OCP
NIDN 0723018101

A. Judul

Pengembangan *Website* Toko *Online* dengan Menggunakan Metode *Cross Selling* pada FSP Shop Surabaya

B. Permasalahan dan Rumusan Masalah

FSP (Friendship) Shop merupakan sebuah toko usaha yang berlokasi di jalan Semampir Tengah gang 6/6 - Surabaya 60213 Jawa Timur. FSP Shop menjual bermacam produk untuk kalangan anak muda seperti baju (*Shirt* dan *T-shirt*), celana jins, jaket dan aksesoris lainnya.

Penjualan yang dilakukan oleh pihak FSP Shop saat ini dilakukan dengan cara melalui *website* toko *online*. *User* atau pengguna *website* toko *online* ini mencakup pemilik selaku admin dan pelanggan FSP Shop itu sendiri. Untuk saat ini, *website* penjualan yang digunakan oleh FSP Shop masih sangat sederhana dimana hanya mencakup proses transaksi penjualan saja. *Website* tidak memfokuskan pada kepentingan dan kepuasan pelanggan yang terbukti dengan tidak ada variasi penawaran dan pelayanan kepada pelanggan.

Hal tersebut berdampak pada penjualan usaha toko baju tersebut ke depan, memungkinkan hilangnya loyalitas pelanggan, dan mengakibatkan pelanggan tidak mau berbelanja lagi di toko tersebut. Hal itu dibuktikan dengan adanya total penjualan item terendah pada item produk Ls Snp 002 dengan total penjualan sampai saat ini sebanyak 11 item. Disamping dua masalah tersebut, FSP Shop sendiri berkeinginan dapat meningkatkan jumlah penjualan tiap itemnya kedepannya serta terus menjaga loyalitas pelanggan.

C. Gagasan Penyelesaian Masalah

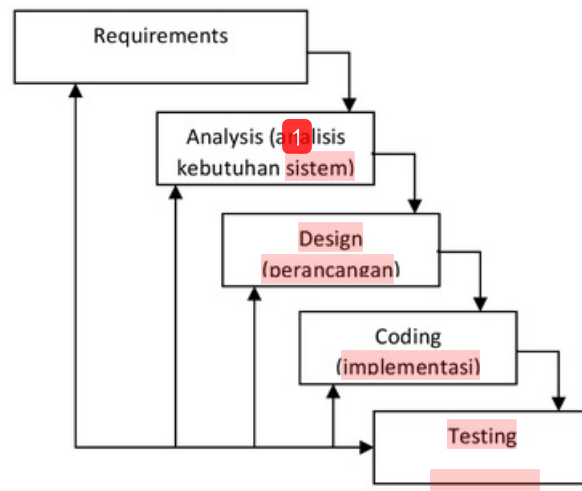
Dalam mencapai tujuan diatas cara yang dilakukan dengan mencari literatur yang diyakini dapat mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut, salah satunya adalah pengembangan *website* toko *online FSP Shop* saat ini dengan penerapan metode *cross selling*. Menurut Chasin dalam Tama (2012:5) *Cross selling* merupakan sebuah *suggestion* yang didapatkan berdasarkan data-data *history* transaksi. Dari penelitian (Atoillah, 2013) dengan menerapkan strategi marketing *cross selling*, perusahaan mampu meningkatkan angka penjualannya dan mampu meningkatkan loyalitas pelanggan. *Cross selling* juga mampu menentukan produk lain yang seharusnya bisa dijual juga. Dari permasalahan tersebut maka akan terapkan strategi pemasaran *cross selling* pada *website* toko *online*.

Untuk tahapan *cross selling* yang akan diterapkan di *website* ini contohnya seperti jika pelanggan sedang melihat suatu item produk tertentu, maka sistem akan menampilkan saran berupa beberapa data produk lain yang biasanya dibeli bersamaan dengan item produk yang sedang dilihat pelanggan tadi. Misalnya jika baju Polo yang sedang dilihat oleh pelanggan sering dibeli bersamaan dengan celana jeans Chino Short Pants maka celana jeans Chino Short Pants akan muncul sebagai saran hasil *cross selling*.

Penerapan *stok opname* juga sangat dibutuhkan oleh pihak FSP Shop untuk mengelola atau menginventaris jumlah perhitungan fisik dari persediaan barang.

D. Metode/Model Pengembangan

Adapun model pengembangan yang akan dilakukan dalam pembuatan sistem ini, sebagai berikut:



Gambar 1. *System Development Life Cycle (SDLC) Model Waterfall* (Pressman, 2001)

Penjelasan-penjelasan SDLC Model *Waterfall*, adalah sebagai berikut:

a. *Requirement (Analisis Sistem)*

Dalam merancang sebuah perangkat lunak, yang pertama harus dilakukan adalah membangun semua elemen sistem yang diperlukan. Sistem merupakan hal yang penting dalam membuat sebuah perangkat lunak, karena perangkat lunak harus berhubungan langsung dengan elemen lainnya seperti perangkat keras, basis data, dan manusia. Tahap ini didefinisikan sebagai sebuah tahap yang menghasilkan sebuah kondisi yang diperlukan oleh pengguna untuk menyelesaikan permasalahan ataupun mencapai sebuah tujuan. Tahap ini bertujuan untuk mengumpulkan kebutuhan-kebutuhan pengguna dan kemudian mentransformasikan ke dalam sebuah deskripsi yang jelas dan lengkap.

b. *Analysis* (Analisis Kebutuhan Sistem)

Pada tahap ini dalam perancangan perangkat lunak, perlu mengetahui karakteristik dasar dari perangkat lunak yang akan dirancang, seperti fungsi, bentuk, dan tampilan dari perangkat lunak tersebut. Tahap analisis sistem ini bertujuan untuk menjabarkan segala sesuatu yang nantinya akan ditangani oleh perangkat lunak. Tahapan ini adalah tahapan pemodelan yang merupakan sebuah representasi *object* di dunia nyata.

1
c. *Design* (Perancangan)

Pada tahap ini peneliti akan menggambarkan mulai dari perancangan Document Flow, Sistem Flow, Data Flow Diagram, ERD, Desain Input/Output, dan lain-lain yang dibutuhkan untuk sistem yang akan dibangun. Semua hal yang akan dirancang oleh peneliti akan didiskusikan terlebih dahulu dengan dosen pembimbing I, dosen pembimbing II dan pemilik toko. Peneliti melakukan analisa-analisa untuk dapat menyempurnakan sistem yang sudah ada, peneliti juga melakukan suatu sesi diskusi, pada sesi diskusi ini, akan ditampilkan hasil desain input/output dari peneliti yang kemudian bersama-sama akan menentukan desain Input/Output yang tepat untuk digunakan (warna, tampilan, komposisi, logo dan lain sebagainya).

d. *Coding* (Implementasi)

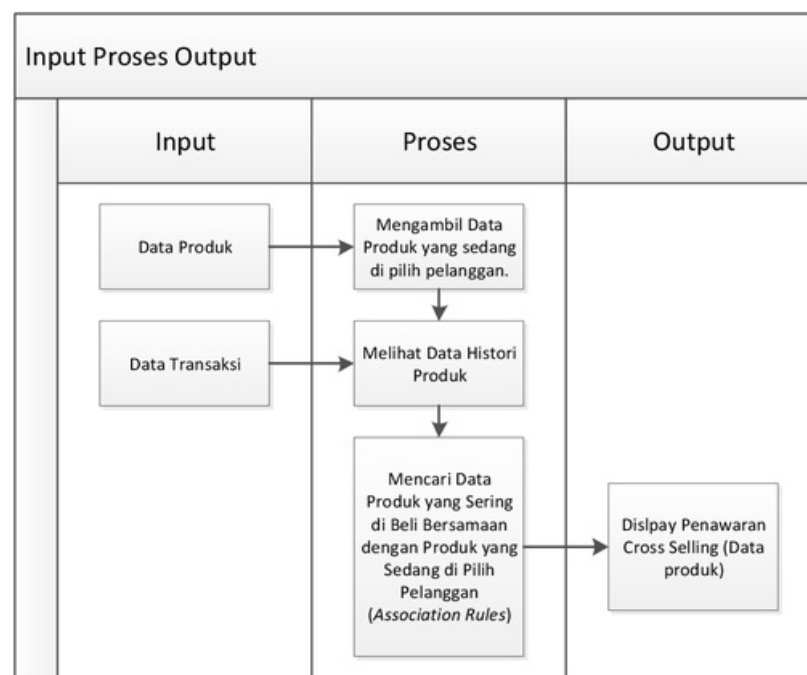
Jika analisis dan perancangan sudah dinyatakan layak, maka peneliti akan memulai untuk tahap pembuatan aplikasi dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MYSQL dimana kedua teknologi tersebut

merupakan salah satu teknologi pilihan untuk membuat aplikasi berbasis website, mendukung open source dan bersifat free (gratis).

e. *Testing* (Pengujian)

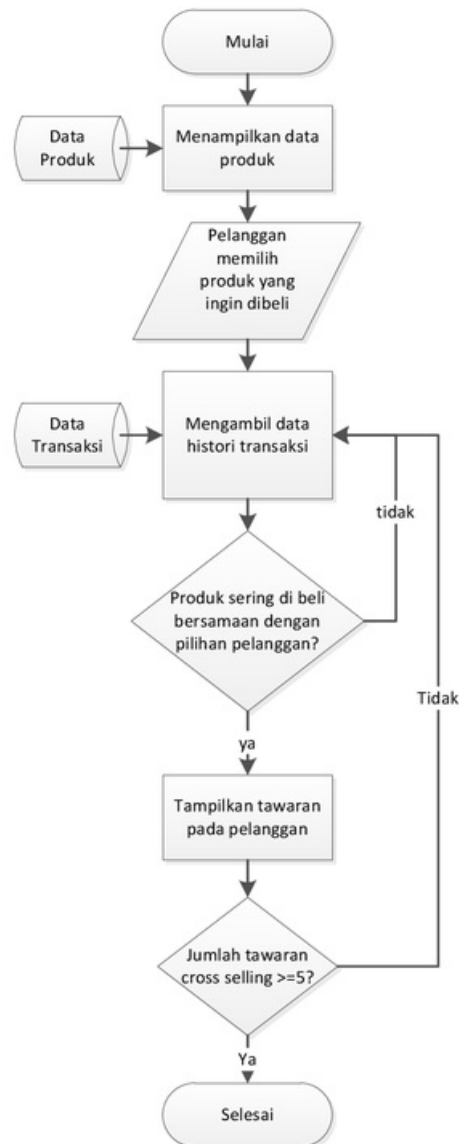
Pada tahap analisis hasil dan uji coba, peneliti akan mencoba menginputkan beberapa data dalam tabel transaksi penjualan, hal ini dilakukan untuk menguji output yang ada di dalam aplikasi sudah sesuai dengan rumus yang telah di dapat dari jurnal. Setelah dirasa sudah memadai untuk di demokan kepada pemilik toko, maka peneliti akan mendemokan kepada pemilik FSP Shop tentang bagaimana alur berjalanya aplikasi.

E. IPO



Dimulai dari proses Mengambil Data Produk yang Sedang di Pilih Pelanggan, proses ini membutuhkan inputan berupa Data Produk, setelah proses ini

dilanjutkan ke proses Melihat Data Histori Produk yang membutuhkan inputan berupa Data Histori Transaksi dan proses terakhir adalah proses Mencari Data Produk yang Sering di Beli Bersamaan dengan Produk yang Sedang di Pilih Pelanggan yang akan menghasilkan output berupa Item produk lain yang ditawarkan.



Flow Chart metode cross selling

Setelah pelanggan memilih barang, pelanggan melanjutkan ke proses berikutnya adalah proses pengisian *form* alamat pengiriman yang ingin dituju. Setelah selesai mengisi *form* alamat pengiriman pelanggan akan ditunjukkan kepada *form* pembayaran yang berisi informasi tentang jumlah yang harus dibayar serta bank tempat pembayaran.

DAFTAR PUSTAKA

Atoillah, A. (2013). *Rancang Bangun Website Toko Online Dengan Strategi Pemasaran Cross Selling Pada Akadha Shop.*

Tama, Bayu Adhi. (2012). *Cross selling: Perangkat Utama Customer Relationship Management (Crm) Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan, Makalah Seminar, Mei.*

Lampiran

A. Data Produk

Nama Produk	Jenis	Kategori (P/W)	Stok	Harga Jual	Size/Ukuran	Merek
Men Shirt	Kemeja	Pria	5	199,950	M, L, XL, XXL	Salt n Pepper
Short Sleeves Shirt	Kemeja	Pria	10	199,950	M, L, XXL	Salt n Pepper
Ls Snp 002	Kemeja	Pria	3	386,910	M, L, XXL	Salt n Pepper
Polo Shirt Navy	T-Shirt	Pria	5	159,900	S, M, L, XL	Poshboy
T0112 Special Edisi	Shirt	Pria	7	80,000	S, M, L, XL	Jackdow
Mr.Dawson Putih	Kemeja	Pria	2	170,000	S, M, L, XL	Revolterstore
Mr.Dawson Merah	Kemeja	Pria	4	160,000	S, M, L, XL	Revolterstore
Mr.Dawson Biru	Kemeja	Pria	1	160,000	S, M, L, XL	Revolterstore
Chino Short Pants Light Khaky	Celana Pendek	Pria	6	199,900	S, M, L, XL	Poshboy
Norris Crack Destroy	Celana Panjang	Pria	3	267,000	S, M, L, XL	Lee Cooper

B. Data Transaksi Penjualan

Tanggal Transaksi	Nama Pembeli	Produk	Jumlah	Harga Satuan	Total Harga
15 Februari 2016	Willy Brodus	Ls Snp 002	1	86,900	86,900
		Mr.Dawson Biru	1	160,000	160,000
	Luki Rahardjo	Men Shirt	1	199,950	199,950
	Allan				
	Makamiung	Chino Short Pants Light Khaky	1	199,900	199,900
	Rendra Rakasiwi	Norris Crack Destroy	1	267,000	267,000
16 Februari		Short Sleeves Shirt	1	199,950	199,950
	Arif Okta	T0112 Special Edisi	1	80,000	80,000
	Dwi				
	Triksmanto	Chino Short Pants Light Khaky	2	199,900	399,800
	Iwan Manurung	Mr.Dawson Merah	1	160,000	160,000
		Men Shirt	1	199,950	199,950
	Eko Saputro	Polo Shirt Navy	2	159,900	319,800
Andi Hermawan	T0112 Special Edisi	1	80,000	80,000	
	Norris Crack Destroy	1	267,000	267,000	

Pengembangan Website Toko Online dengan Menggunakan Metode Cross Selling pada FSP Shop Surabaya

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

%

INTERNET SOURCES

%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to STIKOM Surabaya

Student Paper

8%

EXCLUDE QUOTES ON

EXCLUDE MATCHES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON