E-ISSN: 3031-8629
P-ISSN: 3032-3258
Halaman 2328-2343
Volume 3 Nomor 4 Tahun 2026

Sistem Informasi Penjualan Ayam Pedaging Berbasis Web Menggunakan Metode CRM di Broiler Trans (Kios Putri Duyung) Cabang Larantuka

Philipus Riberu[1*], Bernadete Deta[2], Martinus Irwanto Ishak[3]

[1,2,3] Program Studi Teknik Informatika, Institut Keguruan dan Teknologi Larantuka, Indonesia
e-mail: philipusriberu2020@gmail.com

Abstrak

CV Broiler Trans yang berada di Kota Larantuka merupakan badan usaha yang bergerak dalam penjualan ayam pedaging. Proses penjualan dan pengelolaan data sebelumnya masih dilakukan secara manual sehingga pencatatan transaksi, data pelanggan, stok, dan data hutang berisiko hilang serta menyulitkan penyusunan laporan. Penelitian ini bertujuan merancang dan membangun sistem informasi penjualan ayam pedaging berbasis web menggunakan metode Customer Relationship Management (CRM), serta mengetahui tingkat efektivitas dan efisiensi sistem dalam mendukung proses penjualan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Sistem dirancang menggunakan PHP, MySQL, HTML, CSS, dan JavaScript dalam lingkungan XAMPP. Fitur CRM meliputi histori pembelian, poin loyalitas, notifikasi, dan form komunikasi pelanggan. Pengujian sistem menggunakan Black Box Testing, sedangkan pengujian pengguna mencakup validitas, reliabilitas, skala Likert, efektivitas, dan efisiensi. Hasil pengujian fungsional pada fitur notifikasi, transaksi, stok, dan validasi input menunjukkan

status valid. Sistem dapat membantu pengelolaan data penjualan dan mendukung komunikasi dengan pelanggan melalui informasi stok, status pesanan, serta umpan balik pelanggan.

Kata kunci: *Sistem Informasi, Penjualan Ayam Pedaging, Website, Customer Relationship Management, CRM*

Abstract

CV Broiler Trans in Larantuka is a business engaged in broiler chicken sales. Previously, sales processes and data management were still performed manually, creating risks of lost transaction, customer, stock, and debt data and making reporting more difficult. This study aims to design and develop a web-based broiler chicken sales information system using Customer Relationship Management (CRM), and to identify the effectiveness and efficiency of the system in supporting sales activities. The study uses a quantitative approach. Data were collected through observation, interviews, documentation, and literature study. The system was developed using PHP, MySQL, HTML, CSS, and JavaScript in a local XAMPP environment. CRM features include purchase history, loyalty points, notifications, and customer communication forms. System testing used Black Box Testing, while user testing covered validity, reliability, Likert scale, effectiveness, and efficiency. Functional testing of notification, transaction, stock, and input validation features produced valid results. The system supports structured sales data management and customer communication through stock information, order status, and customer feedback.

Keywords: *Information System, Broiler Chicken Sales, Website, Customer Relationship Management, CRM*

LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi dan teknologi yang canggi saat pada masa sekarang, pengguna komputer sebagai salah satu alat teknologi informasi yang sangat dibutuhkan keberadaannya dan hampir disetiap aspek kehidupan. Penggunaan perangkat komputer sebagai perangkat pendukung manajemen dan pengolahan data adalah sangat tepat dengan mempertimbangkan kuantitas dan kualitas data, dengan demikian penggunaan perangkat komputer dalam setiap informasi sangat mendukung sistem pengambilan keputusan.

CV Broiler Trans yang berada kota Larantuka, kelurahan Lewolere, Lorong Ampera, RT 09, RW 03 adalah salah satu badan usaha yang bergerak dibidang penjualan ternak ayam pedaging, dimana dalam proses sistem penjualannya masih dilakukan secara manual dan laporan-laporan yang dihasilkan hanya disimpan dalam bentuk dokumen sebagai arsip, sementara data-data tersebut sangatlah penting. Dengan proses sistem penjualan yang dilakukan secara manual dan kurang pengawasan, CV Broiler Trans ini pernah mengalami kerugian, walaupun tidak begitu besar kerugian nya, kerugian tersebut di karenakan banyak data-data penting terkait penjualan dan data-data hutang customer yang hilang.

Maka dari itu dibuat suatu program atau sistem yang dapat menjaga keamanan data-data serta dapat menghasilkan suatu laporan yang diinginkan oleh badan usaha tersebut. Dalam proses pembuatan sistem ini penelitimenggunakan metode Customer Relationship Management (CRM), Menurut Kotler & Keller (2009), CRM merupakan proses menyeluruh untuk menciptakan dan menjaga hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan melalui pemahaman kebutuhan mereka dan penyediaan layanan yang bernilai.

Dalam konteks sistem informasi, CRM dapat diimplementasikan melalui teknologi berbasis web untuk mendukung pencatatan data pelanggan, histori pembelian, notifikasi, hingga komunikasi langsung dengan pelanggan.Dengan adanya CRM, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi transaksi, tetapi juga menciptakan loyalitas pelanggan yang berkelanjutan.

Peneliti menggunakan metode ini karna menurut peneliti metode ini sangat umum yaitu pendekatan kepada customer dengan cara berinteraksi dengan customer, dengan cara membangun komunikasi yang baik dengan bahasa yang sopan agar tingkat keakrapan kita terhadap customer lebih baik. Sistem yang baik sangatlah dibutuhkan oleh badan usaha demi meningkatkan kemajuan pada CV itu sendiri dan menghindari terjadinya berbagai masalah baik di dalam maupun di luar CV tersebut. Oleh karena itu penulis mencoba menerapkan suatu program yang dapat membantu menyelesaikan masalah-masalah CV tersebut dengan menuangkannya dalam Tugas penelitian ini.

METODE

Pada penelitian ini, metode *Customer Relationship Management (CRM)* diterapkan dalam pengembangan Sistem Informasi Penjualan Ayam Pedaging Berbasis *Web* pada Broiler Trans (Kios Putri Duyung) Cabang Larantuka. Penerapan *CRM* bertujuan untuk membantu perusahaan dalam mengelola hubungan dengan pelanggan secara lebih terstruktur, meningkatkan kualitas pelayanan, serta mendukung proses penjualan ayam pedaging secara efektif dan efisien. Sistem tidak hanya digunakan untuk mencatat transaksi penjualan, tetapi juga untuk mengelola data pelanggan dan memberikan informasi yang dapat digunakan dalam meningkatkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Penerapan CRM dalam sistem dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu *Customer Acquisition, Customer Retention, dan Customer Development.*

Customer Acquisition (Memperoleh Pelanggan)

Tahap *Customer Acquisition* merupakan proses memperoleh dan mengenali pelanggan baru. Pada sistem yang dikembangkan, pelanggan dapat melakukan registrasi dengan memasukkan data seperti nama, alamat, nomor telepon, dan informasi lain yang diperlukan. Data tersebut disimpan dalam basis data sehingga pihak Broiler Trans dapat mengetahui identitas dan karakteristik pelanggan.

Sistem juga menyediakan informasi mengenai produk ayam pedaging yang tersedia, harga, jumlah stok, serta informasi transaksi. Dengan tersedianya informasi tersebut melalui website, pelanggan dapat memperoleh informasi penjualan dengan lebih mudah tanpa harus selalu datang langsung ke kios. Penerapan ini diharapkan dapat memberikan kemudahan kepada calon pelanggan dan mendukung peningkatan jumlah pelanggan.

Customer Retention (Mempertahankan Pelanggan)

Tahap *Customer Retention* bertujuan mempertahankan pelanggan agar tetap melakukan transaksi secara berkelanjutan. Dalam sistem, setiap transaksi pelanggan dicatat dan tersimpan dalam basis data. Data tersebut dapat digunakan untuk melihat riwayat pembelian, frekuensi transaksi, jumlah pembelian, serta kebutuhan pelanggan. Informasi riwayat transaksi membantu pihak Broiler Trans dalam memberikan pelayanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Misalnya, pelanggan yang sering melakukan pembelian dalam jumlah tertentu dapat lebih mudah dikenali dan dilayani berdasarkan riwayat pembeliannya. Sistem juga dapat memberikan informasi mengenai ketersediaan stok, harga, dan status pesanan sehingga pelanggan memperoleh pelayanan yang lebih cepat dan transparan.

Dengan pengelolaan data pelanggan yang terintegrasi, perusahaan dapat mengurangi kesalahan pencatatan dan meningkatkan kualitas pelayanan. Kondisi tersebut dapat mendukung terciptanya kepuasan pelanggan dan hubungan yang berkelanjutan antara pelanggan dengan Broiler Trans.

Customer Development (Mengembangkan Nilai Pelanggan)

Tahap *Customer Development* dilakukan dengan memanfaatkan data pelanggan dan data transaksi untuk mengetahui pola pembelian pelanggan. Data tersebut dapat digunakan sebagai dasar dalam menentukan strategi pelayanan dan penjualan. Melalui sistem, pihak Broiler Trans dapat melihat pelanggan yang aktif melakukan transaksi, produk yang banyak diminati, jumlah pembelian, serta periode transaksi pelanggan. Informasi tersebut dapat digunakan untuk menentukan strategi

seperti pemberian informasi produk, penawaran kepada pelanggan tertentu, pelayanan khusus, atau program promosi sesuai dengan kebijakan perusahaan.

Dengan demikian, penerapan CRM tidak hanya berfungsi sebagai media pencatatan transaksi, tetapi juga sebagai sarana untuk mengelola informasi pelanggan dan mendukung pengambilan keputusan dalam meningkatkan hubungan dengan pelanggan.

Implementasi CRM dalam Sistem

Implementasi CRM pada Sistem Informasi Penjualan Ayam Pedaging berbasis web dapat digambarkan melalui beberapa fungsi utama, yaitu:

Tabel 1. Implementasi CRM dalam Sintem

No	Tahap CRM	Penerapan pada sistem	Hasil yang diharapkan
1	Customer Acquisition	Registrasi pelanggan, informasi produk, harga dan stok	Memudahkan memperoleh dan mengenali pelanggan baru
2	Customer Retention	Penyimpanan data pelanggan, riwayat transaksi, status pesanan dan informasi stok	Meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan pelanggan
3	Customer Development	Analisis data pelanggan dan riwayat pembelian	Mendukung strategi penjualan dan peningkatan nilai pelanggan

Berdasarkan penerapan tersebut, metode *CRM* pada sistem berperan dalam mengintegrasikan data pelanggan, data produk, stok, dan transaksi penjualan dalam satu sistem berbasis web. Data yang tersimpan dapat digunakan oleh pihak Broiler Trans untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas pelanggan dan transaksi penjualan.

Penerapan *CRM* juga membantu mengubah proses pengelolaan pelanggan yang sebelumnya dilakukan secara manual menjadi lebih terkomputerisasi. Admin dapat mengelola data pelanggan dan transaksi secara terpusat, sedangkan pelanggan memperoleh kemudahan dalam mendapatkan informasi produk dan melakukan transaksi. Dengan demikian, penerapan *CRM* mendukung peningkatan efektivitas pengelolaan penjualan sekaligus membantu membangun hubungan yang lebih baik antara Broiler Trans dengan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kebutuhan system

Analisis kebutuhan sistem pada penelitian *Sistem Informasi Penjualan Ayam Pedaging Berbasis Web Menggunakan Metode CRM di Broiler Trans (Kios Putri Duyung) Cabang Larantuka* dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna dalam proses pengelolaan produk, pelanggan, transaksi, dan pelayanan. Sistem dirancang untuk membantu admin mengelola data penjualan secara terstruktur serta menyediakan informasi pelanggan dan riwayat transaksi yang dapat mendukung penerapan CRM. [1] Dengan demikian, sistem diharapkan dapat meningkatkan efisiensi pengelolaan penjualan dan kualitas hubungan dengan pelanggan.

Perancangan Sistem

Perancangan sistem pada penelitian *Sistem Informasi Penjualan Ayam Pedaging Berbasis Web Menggunakan Metode CRM di Broiler Trans (Kios Putri Duyung) Cabang Larantuka* dilakukan berdasarkan kebutuhan yang telah diidentifikasi. Perancangan meliputi struktur basis data, alur proses sistem, antarmuka pengguna, pengelolaan produk, pelanggan, transaksi, serta fitur CRM. Perancangan ini bertujuan menghasilkan sistem yang mudah digunakan, terstruktur, dan mampu mendukung proses penjualan serta pengelolaan hubungan dengan pelanggan secara efektif.

E-ISSN: 3031-8629
P-ISSN: 3032-3258
Halaman 2328-2343
Volume 3 Nomor 4 Tahun 2026

Implementasi Sistem

a.Halaman login



Gambar 1. Halaman Login

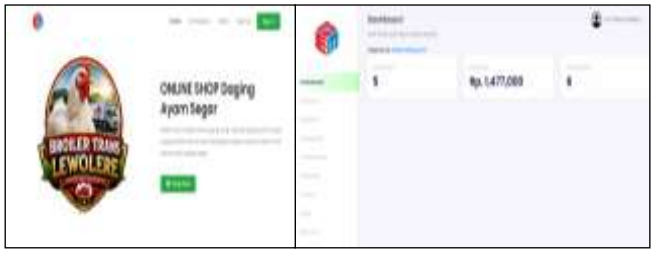
Pada halaman login terdapat beberapa komponen utama, yaitu username, password, dan tombol Login. Pengguna memasukkan username dan password yang telah terdaftar, kemudian menekan tombol Login. Sistem akan melakukan pemeriksaan terhadap data yang dimasukkan dengan data pengguna yang tersimpan dalam database. Apabila data sesuai, pengguna diarahkan ke halaman dashboard sesuai dengan hak aksesnya. Apabila data tidak sesuai, sistem memberikan informasi bahwa username atau password yang dimasukkan salah.

b.Dasboard

Tampilan Dashboard merupakan halaman utama sistem informasi penjualan ayam pedaging berbasis web yang menampilkan ringkasan informasi penting secara terstruktur. Dashboard menyediakan informasi seperti jumlah pelanggan, data produk ayam pedaging, transaksi penjualan, jumlah pesanan, serta aktivitas pelanggan sehingga admin dapat memantau kondisi penjualan dengan lebih mudah dan cepat.

Dalam penerapan metode *Customer Relationship Management (CRM),* dashboard juga membantu pengelola dalam memantau data dan aktivitas pelanggan sebagai dasar untuk meningkatkan pelayanan, mempertahankan pelanggan, dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan. Dengan tampilan yang sederhana dan informatif, dashboard memudahkan admin dalam mengelola proses penjualan serta mengambil keputusan berdasarkan data yang tersedia.

E-ISSN: 3031-8629
P-ISSN: 3032-3258
Halaman 2328-2343
Volume 3 Nomor 4 Tahun 2026



Gambar 2. Halaman Dasboard

c. Halaman Data produk

Halaman Produk merupakan halaman yang digunakan untuk menampilkan dan mengelola informasi ayam pedaging yang tersedia untuk dijual. Informasi yang ditampilkan meliputi nama produk, jenis atau kategori ayam, harga, stok, serta keterangan produk. Admin dapat menambah, mengubah, menghapus, dan memperbarui data produk sesuai kondisi persediaan.

Halaman produk juga mendukung penerapan *CRM* dengan menyediakan informasi produk yang jelas dan terbaru kepada pelanggan. Dengan demikian, pelanggan dapat mengetahui pilihan produk, harga, dan ketersediaan ayam pedaging sebelum melakukan pemesanan.



Gambar 3. Halaman Produk

d. Halaman Data Pelanggan

Halaman Pelanggan merupakan halaman yang digunakan untuk mengelola data pelanggan pada sistem informasi penjualan ayam pedaging. Data yang ditampilkan meliputi nama pelanggan, alamat, nomor telepon, email, serta informasi lain yang berkaitan dengan pelanggan. Admin dapat

menambah, mengubah, menghapus, dan melihat data pelanggan secara terstruktur.

Dalam penerapan *CRM,* halaman pelanggan berfungsi sebagai pusat pengelolaan informasi pelanggan sehingga riwayat dan kebutuhan pelanggan dapat dipantau dengan lebih mudah. Data tersebut membantu Broiler Trans dalam memberikan pelayanan yang lebih cepat, tepat, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan



Gambar 4. Halaman Data Pelanggan

e. Halaman Transaksi

Halaman Transaksi merupakan halaman yang digunakan untuk mengelola proses transaksi penjualan ayam pedaging. Halaman ini menampilkan informasi seperti identitas pelanggan, produk yang dipesan, jumlah pembelian, harga, total pembayaran, tanggal transaksi, dan status pesanan. Admin dapat memeriksa serta memperbarui status transaksi sesuai dengan proses penjualan.

Dalam penerapan CRM halaman transaksi membantu menyimpan dan mengelola riwayat pembelian pelanggan secara terstruktur. Data tersebut dapat digunakan untuk memberikan pelayanan yang lebih cepat, memantau pola pembelian pelanggan, serta mendukung upaya mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan.

E-ISSN: 3031-8629
P-ISSN: 3032-3258
Halaman 2328-2343
Volume 3 Nomor 4 Tahun 2026



Gambar 5. Halaman Transaksi

Hasil Penerapan CRM

a. Customer Acquisition

Merupakan strategi dalam metode Customer Relationship Management (CRM) yang bertujuan memperoleh pelanggan baru melalui kemudahan akses informasi dan proses transaksi. Pada Sistem Informasi Penjualan Ayam Pedaging Berbasis Web di Broiler Trans (Kios Putri Duyung) Cabang Larantuka, penerapan Customer Acquisition dilakukan dengan menyediakan informasi produk, harga, ketersediaan stok, serta layanan pemesanan secara online. Calon pelanggan dapat mengakses website, melakukan registrasi, melihat produk yang tersedia, dan melakukan pemesanan tanpa harus datang langsung ke kios.

Penerapan tersebut membantu Broiler Trans memperluas jangkauan pemasaran sekaligus memberikan kemudahan bagi calon pelanggan dalam memperoleh informasi dan melakukan transaksi. Data pelanggan yang diperoleh melalui proses registrasi dan transaksi juga tersimpan dalam sistem sehingga dapat digunakan untuk mengetahui riwayat pembelian dan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, Customer Acquisition tidak hanya berperan dalam memperoleh pelanggan baru, tetapi juga menjadi dasar bagi perusahaan untuk membangun dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan melalui penerapan CRM secara berkelanjutan.

b. Customer Retention

Merupakan strategi CRM yang bertujuan mempertahankan pelanggan agar tetap menggunakan produk dan melakukan transaksi secara

berkelanjutan. Pada Sistem Informasi Penjualan Ayam Pedaging Berbasis Web di Broiler Trans (Kios Putri Duyung) Cabang Larantuka, penerapan Customer Retention dilakukan melalui penyediaan layanan pemesanan yang mudah, informasi produk dan harga yang jelas, serta pencatatan riwayat transaksi pelanggan. Kemudahan tersebut memberikan pengalaman pelayanan yang lebih baik sehingga pelanggan dapat melakukan pembelian kembali tanpa melalui proses yang rumit.

Data pelanggan dan riwayat pembelian yang tersimpan dalam sistem dapat digunakan sebagai dasar untuk memberikan pelayanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Sistem juga membantu perusahaan mengetahui pelanggan yang sering melakukan transaksi sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memberikan informasi produk, promosi, maupun pelayanan lanjutan. Dengan demikian, Customer Retention membantu Broiler Trans menjaga hubungan dengan pelanggan, meningkatkan kepuasan, dan mendorong terjadinya pembelian ulang.

c. Customer Development

Merupakan strategi CRM yang bertujuan mengembangkan hubungan dengan pelanggan yang sudah ada sehingga memberikan nilai dan manfaat yang lebih besar bagi perusahaan maupun pelanggan. Pada Sistem Informasi Penjualan Ayam Pedaging Berbasis Web di Broiler Trans (Kios Putri Duyung) Cabang Larantuka, Customer Development dilakukan dengan memanfaatkan data pelanggan dan riwayat transaksi untuk memahami pola pembelian, kebutuhan, serta tingkat aktivitas pelanggan. Informasi tersebut dapat menjadi dasar dalam menentukan pelayanan dan penawaran produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Melalui pemanfaatan data transaksi, perusahaan dapat mengidentifikasi pelanggan yang memiliki frekuensi pembelian tinggi maupun pelanggan yang berpotensi melakukan pembelian kembali dalam jumlah lebih besar. Informasi tersebut dapat digunakan untuk memberikan penawaran,

promosi, atau layanan yang relevan kepada pelanggan. Dengan demikian, Customer Development tidak hanya mempertahankan hubungan yang telah terbentuk, tetapi juga membantu mengembangkan nilai hubungan pelanggan melalui peningkatan frekuensi transaksi, jumlah pembelian, dan kualitas pelayanan.

Hasil Pengujian Sistem

a. Pengujian Fitur CRM: Pengiriman Pesan & Notifikasi

Pengujian ini memastikan saluran komunikasi antara peternakan/penjual dengan pelanggan (baik lewat fitur pengingat di web maupun integrasi WhatsApp/Email) bekerja otomatis sesuai pemicunya (*trigger*).

Tabel 2. Hasil pengujian system pengiriman pesan & Navigasi

ID Uji	Skenario Pengujian	Hasil yang Diharapkan	Status (Valid/ Tidak)
BB-05	Admin mengubah status stok ayam menjadi "Siap Panen" pada dasbor admin.	Sistem otomatis mengirimkan notifikasi/pesan massal ke halaman pelanggan berisi info ketersediaan stok baru.	Valid
BB-06	Admin mengubah status pesanan pelanggan dari "Diproses" menjadi "Dikirim".	Sistem mengirimkan notifikasi *real-time* ke akun pelanggan bahwa ayam sedang dalam perjalanan.	Valid
BB-07	Pelanggan mengirimkan keluhan atau *feedback* melalui form layanan pelanggan.	Pesan berhasil masuk ke halaman admin dan sistem memberikan notifikasi konfirmasi ke pelanggan	Valid

b. Pengujian Fitur Transaksi & Stok Ayam

Pengujian fungsionalitas dasar penjualan komoditas ayam potong berdasarkan bobot kiloan.

Tabel 3. Pengujian Fitur Transaksi & Stok

ID Uji	Skenario Pengujian	Hasil yang Diharapkan	Status (Valid/Tidak)
BB-08	Pelanggan memesan ayam potong sebanyak 20 Ekor (Total bobot otomatis terhitung).	Sistem berhasil menghitung total harga sesuai harga per kilogram yang berlaku hari itu.	Valid
BB-09	Pelanggan menyelesaikan pembayaran dan admin mengubah status menjadi "Selesai".	Jumlah stok ayam di tabel_ayam otomatis berkurang sesuai jumlah ekor yang dibeli.	Valid
BB-10	Pelanggan memesan ayam dengan jumlah yang melebihi stok yang tersedia di gudang/kandang.	Sistem mengunci tombol order dan menampilkan pesan "Stok ayam tidak mencukupi".	Valid

Berdasarkan hasil pengujian *Black Box* yang telah dilakukan terhadap seluruh fungsi krusial, sistem informasi penjualan ayam potong ini menunjukkan bahwa:

1. Akurasi Data CRM: Perhitungan rumus poin loyalitas masuk dan keluar bekerja 100% tepat sesuai dengan nominal transaksi pelanggan.
2. Kelancaran Komunikasi: Fitur pengkondisian pesan (notifikasi panen dan perubahan status kirim) berhasil terkirim tanpa ada penundaan (*delay*) yang merusak pengalaman pengguna.
3. Validasi Input: Sistem mampu menangani kesalahan *input* (seperti manipulasi poin atau kelebihan order stok) dengan memberikan pesan *eror* yang informatif kepada pengguna.

Dengan demikian, sistem dinyatakan layak dan siap diimplementasikan untuk mendukung operasional bisnis sekaligus meningkatkan hubungan pelanggan (*Customer Relationship*).

SIMPULAN

Penelitian menghasilkan rancangan dan implementasi sistem informasi penjualan ayam pedaging berbasis web menggunakan metode Customer Relationship Management (CRM) pada CV Broiler Trans. Sistem mencakup pengelolaan pelanggan, stok, transaksi, laporan, serta fitur CRM berupa histori pembelian, poin loyalitas, notifikasi, dan form umpan balik pelanggan.

Hasil Black Box Testing pada fitur notifikasi, transaksi, stok, dan validasi input menunjukkan status valid pada skenario yang dicantumkan. Sistem membantu mengotomatisasi penyampaian informasi perubahan stok dan status pengiriman serta mendokumentasikan keluhan pelanggan. Dengan demikian, sistem dapat digunakan sebagai sarana pendukung pengelolaan penjualan dan hubungan pelanggan pada CV Broiler Trans. Untuk pengembangan selanjutnya, skripsi menyarankan integrasi payment gateway otomatis dan integrasi WhatsApp API agar notifikasi CRM dapat diterima langsung pada telepon pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Amelia, D., Purwanto, E., & Irawan, R. D. (2024). Sistem Informasi Penjualan Produk Menggunakan Metode Customer Relationship Management (CRM) Pada Toko Zolla Cosmetic Kota Surakarta. Innovative: Journal Of Social Science Research, 4(4), 11705–11719.

Azizy, F. M., Minardi, J., & Sabilla, A. D. (2023). Sistem Informasi Penjualan Tenun Troso Berbasis Web Menggunakan Metode CRM (Customer Relationship Management). Biner: Jurnal Ilmiah Informatika Dan Komputer, 2(1), 17–23.

Helmiardus, B. Deta, M. B. Hewen, S. T. Informatika, and F. Teknik, “Sistem Informasi Paud Watobaya Berbasis Website dengan Metode User Centered Design (UCD),” vol. 5, no. 2, pp. 3272–3285, 2025

Jogiyanto. (2005). Sistem Informasi. Sebagaimana dirujuk dalam skripsi.

Juliani, C., & Zufria, I. (2022). Sistem Informasi Manajemen Laundry Menggunakan Metode Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web. The Indonesian Journal of Computer Science, 11(3).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). CRM sebagaimana dirujuk dalam skripsi.

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2012). Sistem berbasis web sebagaimana dirujuk dalam skripsi.

Sari, N. L., Susanti, N., & Fithri, D. L. (2024). Sistem Informasi Penjualan Daster Menggunakan Customer Relationship Management Pada Precious Dailywear Berbasis Website. Jurnal SITECH: Sistem Informasi dan Teknologi, 7(2), 11–18.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. Sebagaimana dirujuk dalam skripsi.

Zaki, M., & Yulianingsih, E. (2023). Sistem Informasi Penjualan Gazebo dan Rumah Kayu Berbasis Web Menggunakan Metode CRM (Customer Relationship Management). JUPITER: Jurnal Penelitian Ilmu dan Teknologi Komputer, 15(1c), 627–637.