

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini, digunakan beberapa sumber pustaka. Sumber pustaka yang dimaksud akan digunakan sebagai pedoman dan perbandingan dalam penelitian yang akan penulis lakukan. Pustaka yang digunakan ditinjau dari segi objek penelitian, metode yang digunakan, serta hasil dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Ade Puspitoningrum, Mahasiswa D3 Manajemen Informatika STMIK AKAKOM Yogyakarta, pada tahun 2019 melakukan penelitian berjudul “Pembangunan Aplikasi *E-Commerce* pada Toko Gamis Aisha”, Dalam penelitian tersebut, Ade Puspitoningrum membangun sistem pemesanan yang dapat memudahkan pelanggan dalam mengetahui produk yang ditawarkan dan memudahkan admin dalam mengelola data laporan transaksi yang terjadi. (Ade Puspitoningrum, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Patrisius Yesandria Ropi, Mahasiswa S1 Sistem Informasi STMIK AKAKOM Yogyakarta, pada tahun 2019 melakukan penelitian berjudul “Aplikasi *E-Commerce* pemasaran kain tenun di Toko Lion Maumere”. Dalam penelitian tersebut, Patrius Yesandria Ropi membangun sistem pemesanan,

pencarian dan informasi produk secara online sehingga dapat membantu dalam meningkatkan penjualan yang lebih baik. (Patrisius Yesandria Ropi, 2019)

Penelitian yang dilakukan oleh Achmad Faisal, Mahasiswa S1 Teknik Informatika STMIK AKAKOM Yogyakarta, pada tahun 2017 melakukan penelitian berjudul “*E-Commerce Distro Hockey Division Berbasis Android*”, Dalam penelitian tersebut, Achmad Faisal membuat aplikasi smartphone untuk membantu memudahkan konsumen untuk melihat, dan melakukan transaksi kepada hockey division. (Achmad Faisal, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Ilham Hutomo Putro , Mahasiswa S1 Sistem Informatika Universitas Mercu Buana Jakarta, pada tahun 2017 melakukan penelitian berjudul “*Aplikasi E-Commerce Rubber dan Plastic*”. Dalam penelitian tersebut, Ilham Hutomo Putro memberikan informasi tentang lebih banyak layanan kepada pelanggan guna menghemat waktu dalam proses pemasaran, pemesanan dan untuk keperluan melihat data pelanggan. (Ilham Hutomo Putro, 2017).

Penelitian yang akan dilakukan dengan judul “*Aplikasi Jajanan Pasar dengan teknologi E-Commerce Berbasis Android*” (diajukan). Dalam penelitian ini, membangun aplikasi yang dapat merekomendasikan dalam menentukan produk pada aplikasi *E-Commerce* Jajanan Pasar.

Tabel 2. 1 Perbandingan Hasil Penelitian

Nama peneliti	Topik	Teknologi	Objek	Studi kasus /Toko	Hasil Keluaran
Ade Puspitonin grum (2019)	Pembangunan Aplikasi E – Commerce	<i>E-Commerce</i>	Gamis	Toko Gamis Aisha	<ul style="list-style-type: none"> - Pemesanan produk. - Memudahkan pelanggan melakukan pembelian. - Memudahkan admin dalam merekap data.
Patrisius Yesandria Ropi (2019)	Aplikasi <i>E-commerce</i> pemasaran kain tenun	<i>E-Commerce</i>	Kain Tenun	Toko Lion Maumere	<ul style="list-style-type: none"> - Mencari produk. - Memberikan informasi yang dibutuhkan. - Pemesanan produk.
Achmad Faisal (2017)	<i>E-commerce</i> Distro Hockey Division	<i>E-Commerce</i>	Pakaian	Tidak Teridentifikasi	<ul style="list-style-type: none"> - Melihat produk. - Melakukan transaksi produk.
Ilham Hutomo Putro (2017)	Aplikasi E-Commerce Rubber dan Plastic	<i>E-Commerce</i>	Rubber dan Plastic	Tidak Teridentifikasi	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan informasi layanan. - Pemesanan produk. - Admin dapat melihat data Pelanggan.
Dwi Kustiarno (Diajukan)	Aplikasi <i>E-Commerce</i> Jajanan Pasar menggunakan metode <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> Berbasis Android	<i>E-Commerce</i>	Kue	Tidak Teridentifikasi	<ul style="list-style-type: none"> - Mencari produk. - Pemesanan produk. - Memberikan rekomendasi produk.

2.2 Dasar Teori

2.2.1 Jajanan Pasar

Jajanan pasar adalah makanan tradisional Indonesia yang diperjual belikan khususnya di pasar-pasar tradisional. Jajanan pasar sendiri pun memiliki jenis yang beragam, mulai dari yang manis hingga yang gurih. Di zaman yang telah modern seperti ini, kebanyakan jenis jajanan pasar masih dipasarkan secara konvensional, yakni lebih banyak diperjual belikan di pasar-pasar tradisional. Banyaknya jajanan pasar di Indonesia memiliki beragam jenis jajanan pasar khasnya masing-masing.

a. Lemper

Lemper adalah makanan ringan yang mudah dijumpai di daerah Jawa Tengah, Yogyakarta, dan Jawa Timur. Ciri khas makanan ini terletak pada bungkus makanannya yang berasal dari daun pisang yang digulung. Lemper, punya makna “yèn dilem atimu, ojo memper”, yang dalam Bahasa Indonesia berarti jangan merasa sombong saat dipuji dan selalu rendah hati.

Bahan utama dari Lemper ini ialah beras ketan yang berasal dari buah kelapa, serta ayam cincang atau serundeng sebagai isi dalamnya, dan daun pisang sebagai pembungkusnya. Jika dimakan, rasa gurih dan sedikit asin begitu terasa. (Robertus Adi, 2017).



Gambar 2. 1 Lemper

b. Arem-arem

Arem-arem adalah kue tradisional khas Jawa tepatnya dari Kebumen, namun sudah banyak daerah lain yang biasa membuat kue tradisional satu ini dengan isian yang berbeda-beda. Arem-Arem biasa dimakan sebagai pengganti sarapan utama.

Arem-arem berbahan dasar nasi pulen dengan dimasak santan dengan bumbu-bumbu pelengkap. Isiannya bisa menggunakan aneka ragam sambal goreng, seperti sambal goreng kentang, tempe, hati dan oncom. (Susi Yanti Nurraini, 2019).



Gambar 2. 2 Arem-arem

c. Kue Lumpur

Jajan pasar tradisional yang teksturnya lembut dan halus seperti lumpur itu, Kue Lumpur. Sampai pada pertengahan abad 20 yang lalu, kue lumpur yang bentuknya bulat, berwarna kekuningan telur dengan tanda bakar di permukaannya, dan dihiasi sebutir kismis di atasnya, masih sering disajikan di toko-toko kue dan roti Peranakan Tionghoa. Sekarang yang asli sudah agak sukar ditemukan, sering kali yang tersedia adalah yang berupa gaya baru, dimana pucat dan tidak selembut lumpur lagi.

Kue Lumpur yang resepnya terdiri dari telur, gula, tepung dan air santan itu sejenis jajan susu telur (custard), yang semestinya merupakan makanan kecil import dari eropa dari situ bisa diusut asal dari kue tersebut yang sebenarnya dari Lisbon Portugal, disana kue itu dinamakan Pasteis de Nata yaitu Pastel Natal. (Anthony Tjio, 2016).



Gambar 2. 3 Kue Lumpur

d. Onde-onde

Onde-onde pertama kali dibawa oleh pedagang Tiongkok ke Nusantara pada tahun 1300 – 1500 M. Dibawa oleh Laksamana Cheng Ho dari Dinasti Ming. Awalnya Onde-Onde hanya berisi pasta gula merah saja dan rasa manis.

Namun di Indonesia sendiri Onde-onde ini kemudian dimodifikasi dengan penambahan kacang hijau sehingga memiliki rasa yang sedikit gurih dan cocok dengan lidah orang Indonesia. (Fimela, 2018).



Gambar 2. 4 Onde-onde

e. Risoles

Risoles diambil dari Bahasa Belanda yang diartikan sebagai pastry dengan isi daging, biasanya daging cincang dan sayuran di dalamnya. Selain berisi daging dan sayuran, risoles yang biasanya dinikmati di Indonesia juga berisi *ragout* atau daging dan sayuran yang dibuat dalam bentuk padat.

Selain rasa, risoles juga ternyata bisa menjadi cemilan anak karena kandungan daging dan sayuran di dalamnya. Apalagi dengan adanya sayuran khusus yang

digunakan seperti wortel dan kol. Seperti yang diketahui, wortel punya khasiat untuk menjaga kesehatan mata dan kulit. Belum lagi kemampuannya dalam meningkatkan proses metabolisme serta daya tahan tubuh. (Anisa Ramdani, 2020).



Gambar 2. 5 Risoles

f. Pastel

Pastel adalah salah satu jajanan pasar yang mudah kita temui. Makanan ini sebenarnya sejenis pastry yang dibuat dari tepung terigu. Bentuknya seperti kerang di mana bagian dalamnya diberikan isian.

Ada dua jenis pastel, yaitu pastel basah serta pastel kering dan pastel tutup. Pastel basah biasanya berisi sayuran dan keju parut pada adonan kulit. Sedangkan

pastel kering biasanya berukuran yang kecil dan diisi abon, ebi, atau kacang. (Sarah Nafisah, 2020).



Gambar 2. 6 Pastel

g. Serabi Solo

Serabi Solo atau dikenal juga dengan nama serabi Solo terbuat dari tepung beras, gula santan kelapa dan garam. Biasanya tepung beras yang digunakan ini diolah sendiri dan bukan dari tepung beras instan.

Cita rasa yang dimiliki panganan khas Solo ini gurih nan legit karena kandungan santan kelapa di dalamnya. Hal ini juga yang membuat serabi Solo lebih sering disajikan dalam keadaan kering tanpa tambahan kuah apapun. Meski begitu beberapa pembuat serabi Solo juga ada yang menambahkan taburan berupa potongan

pisang, nangka, meses dan keju di atasnya. Selain itu, serabi Solo umumnya dimasak dengan menggunakan tungku baja. (Annisa Amalia Hapsari, 2018).



Gambar 2. 7 Serabi Solo

h. Kue Lapis

Kue Lapis adalah sejenis kue tradisional yang terbuat dari bahan baku utama tepung beras dengan campuran tepung sagu. Kue ini cukup terkenal karena cara pembuatannya sederhana dan mudah. Kue ini juga termasuk kue basah. Lapis sering kali disajikan dalam upacara-upacara tradisional Jawa seperti upacara Srah-srahan atau peningsetan, yang merupakan rangkaian upacara pernikahan adat Jawa. (Endang Nurhayati, 2013).



Gambar 2. 8 Kue Lapis

i. Kue Pukis

Cemilan tradisional yang legendaris dan selalu mudah dicari dimana-mana dengan rasa manis dan selalu laris itu bernama Kue Pukis. Kue yang terbuat dari adonan tepung terigu dan ditambah dengan taburan coklat ceres di atasnya. Ketika sudah matang dan diangkat dari cetaknya. Kue Pukis termasuk kue jadul, tapi hingga kini keberadaannya masih bisa dicari dengan mudah. Justru malah semakin banyak variannya. (Emma Rahma, 2018).



Gambar 2. 9 Kue Pukis

j. Kue Klepon

Kue klepon ini sudah ada sejak tahun 1950-an dan konon pertama kali diperkenalkan oleh imigran Indonesia ke Belanda. Pada masa itu, kue ini dijadikan sebagai menu yang ditawarkan di restoran Indonesia-Belanda dan etnis Tionghoa.

Kue Klepon merupakan jajanan tradisional khas Indonesia yang terbuat dari tepung ketan. Kue ini memiliki bentuk bulat berukuran mini dengan warna hijau muda, mirip dengan onde-onde. Kue klepon berisikan irisan gula merah dengan bagian luarnya yang ditaburi kelapa parut. (Setiawan Adiwijaya, 2020).



Gambar 2. 10 Kue Klepon

k. Kue Apem

Kue apem dikenal dengan kue tradisional Indonesia, khususnya merupakan kue khas Jawa. Kue apem berbentuk bulat, tebal dan berwarna putih. Terbuat dari tepung beras yang dicampur dengan telur, santan, gula dan tape serta sedikit garam dan didiamkan selama semalam. Kemudian kue apem dipanggang dalam cetakan berbentuk bulat pipih. Bentuknya mirip seperti surabi, namun lebih tebal. Rasanya manis, empuk dan lembut. (Putri P, 2019).



Gambar 2. 11 Kue Apem

1. Kue Mata Kebo

Beragam jajanan tradisional biasa terkait dengan upacara adat. Perkembangan selanjutnya, jajanan ini dibuat tak hanya untuk kepentingan upacara tetapi menjadi bagian dari panganan sehari-hari.

Seperti kue mata kebo dari Yogyakarta. Kue ini terbuat dari tepung ketan yang berisi unti (parutan kelapa bercampur gula merah) berwarna merah dan hijau kemudian disiram dengan adonan putih yang terbuat dari tepung beras. Adonan ini kemudian dibungkus dengan daun pisang kemudian dikukus. Dinamakan mata kebo lantaran bentuknya seperti mata. Namun di Jawa Timur, kue ini lebih dikenal dengan sebutan cocor bebek. (Azizah Nur Alfi, 2016).

m. Kue Jentik Manis

Jajanan tradisonal khas Nusantara banyak jenisnya. Rasanya juga beragam, mulai dari legit, gurih hingga pedas. Nah, salah satu sajian istimewa yang masih difavoritkan adalah kue cantik manis. Beberapa orang mengenalnya dengan Centik Manis atau Jentik Manis.

Bila dilihat sepintas, kue ini seperti agar-agar. Teksturnya sedikit kenyal dan lembek. Warna dominannya adalah putih. Tetapi, dipercantik dengan jentik-jentik berwarna merah. Karena itu pula, makanan ini disebut juga dengan jentik manis. (Rizky Nusantara, 2018).



Gambar 2. 12 Kue Jentik Manis

n. Gethuk

Gethuk merupakan makanan ringan yang terbuat dari singkong atau ketela pohon. Gethuk adalah makanan ringan yang bisa dengan mudah ditemukan di daerah Jawa Tengah maupun Jawa Timur. Umumnya, gethuk memiliki rasa manis dan gurih yang khas. Gethuk juga memiliki tekstur yang cukup lembut dengan tampilan yang menarik hati. (Mimi Rohmitriasih, 2019).



Gambar 2. 13 Gethuk

o. Bika Ambon

Bika Ambon merupakan kue legit khas kota Medan yang tersaji dalam bentuk potongan persegi. Warnanya kuning dan memiliki rongga-rongga di dalamnya yang menjadi ciri khasnya.

Kue ini memiliki aroma dan cita rasa yang khas yaitu, perpaduan manis dan gurih yang menggugah selera. Hingga kini, Bika khas Medan ini populer di kalangan masyarakat lokal maupun wisatawan. Menjadi buah tangan saat berkunjung ke Medan. (Prima Wahyudi, 2020).



Gambar 2. 14 Bika Ambon

p. Kue Carabikang

Untuk urusan kuliner Nusantara, Indonesia memiliki banyak ragam. Salah satunya, kue carabikang. Pasti hampir semua orang sudah pernah merasakan kue satu ini.

Kue carabikang dapat menjadi cemilan simpel untuk dihidangkan bersama keluarga. Selain mudah dibuat, bahan-bahan yang diperlukan untuk mengolahnya juga mudah ditemukan. (Vien Dimiyati, 2018).



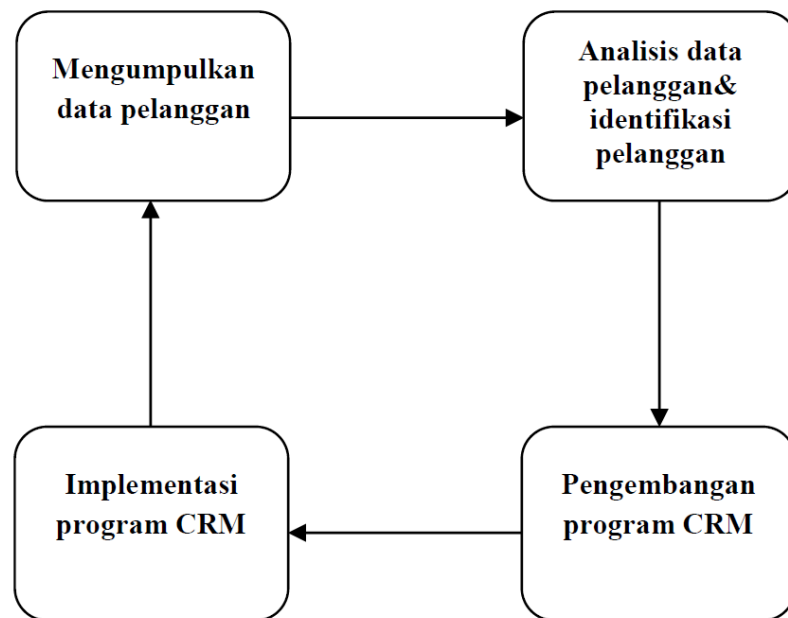
Gambar 2. 15 Kue Carabikang

2.2.2 Customer Relationship Management (CRM)

Customer Relationship Management (CRM) adalah pendekatan terintegrasi untuk mengidentifikasi, memperoleh, dan mempertahankan pelanggan. Dengan memungkinkan organisasi untuk mengelola dan mengkoordinasikan interaksi pelanggan. (Francis Buttle, 2019).

2.2.3 Proses Customer Relationship Management (CRM)

Utami menjelaskan proses dari Manajemen Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship Management (CRM)*) adalah mengumpulkan data pelanggan, menganalisis data pelanggan dan identitas target pelanggan, mengembangkan Program *CRM*, dan mengimplementasikan Program *CRM*. *Customer Relationship Management (CRM)* memungkinkan perusahaan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan secara langsung dan secara maksimal yaitu dengan cara mengembangkan hubungan dengan setiap pelanggan yang berharga melalui penggunaan informasi atau basis data (*database*) pelanggan yang dimiliki perusahaan. Dalam hal ini perusahaan menggunakan strategi *Customer Relationship Management (CRM)* dengan tujuan agar perusahaan tetap fokus terhadap pelanggan berdasarkan informasi atau basis data (*database*) pelanggan yang dimiliki. (Anatasha Onna Carissa, 2014).



Gambar 2. 16 Proses CRM
(Anatasha Onna Carissa, 2014)

2.2.4 Pelanggan

Pelanggan adalah salah satu aset paling berharga yang dimiliki oleh perusahaan. Tanpa adanya pelanggan, kelangsungan hidup perusahaan tidak akan terjamin. Menurut Kotler Pelanggan adalah “Pihak yang memaksimalkan nilai. Mereka membentuk harapan akan nilai dan bertindak berdasarkan itu”. Sedangkan menurut Griffin pelanggan adalah “seseorang yang menjadi terbiasa untuk membeli dari anda. Kebiasaan itu terbentuk melalui pembelian dan interaksi yang sering selama periode waktu tertentu. Tanpa adanya *track record* hubungan yang kuat dan pembelian berulang, orang tersebut bukanlah pelanggan anda, ia adalah pembeli. Pelanggan yang sejati tumbuh seiring dengan waktu”. Jadi pelanggan adalah seseorang yang melakukan

pembelian suatu produk atau jasa yang dilakukan secara berulang dan mereka juga ingin mendapatkan yang terbaik dari perusahaan agar kebutuhan mereka terpenuhi selain itu mereka memiliki *track record* hubungan yang kuat dan pembelian berulang. Menurut Widjaja , “ *CRM* berkonsentrasi pada apa yang dinilai pelanggan (*what customer values*), bukanlah pada apa yang perusahaan ingin jual”. (Anatasha Onna Carissa, 2014).

2.2.5 Loyalitas Pelanggan

Bothe dalam Gaffar menyatakan bahwa “Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai pelanggan yang merasa puas terhadap produk atau jasa perusahaan dan mereka menjadi *word of mouth advertiser* yang antusias. Lebih jauh ia memperluas loyalitas tidak hanya pada produk atau jasa saja, tetapi juga keseluruhan portofolio produk dan jasa perusahaan sebagai bagian dari umur hidup atau dengan kata lain loyalitas terhadap merek selamanya”. Griffin berpendapat bahwa “Konsep loyalitas pelanggan lebih banyak dikaitkan dengan perilaku (*behaviour*) daripada dengan sikap. Loyalitas menunjukkan kondisi dari durasi waktu tertentu dan mensyaratkan bahwa tindakan pembelian terjadi tidak kurang dari dua kali”. Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan merupakan bentuk kesetiaan pelanggan terhadap suatu perusahaan dalam jangka waktu yang lama karena pelanggan tersebut merasa kebutuhan mereka dapat terpenuhi sehingga melakukan pembelian berulang serta mereka akan menjadi *word of mouth advertiser* yang antusias bagi perusahaan.

Loyalitas pelanggan merupakan kunci keunggulan bersaing perusahaan. oleh karena itu, loyalitas pelanggan menjadi salah satu aset yang tak terbatas yang dimiliki perusahaan. (Anatasha Onna Carissa, 2014).

2.2.6 Penjual (Perusahaan)

Pada mulanya, perusahaan mengembangkan rencana CRM dalam hubungan kemampuan strategis dari pada strategi di dalam perusahaan. Hal ini membantu untuk memastikan bahwa perusahaan dapat menyesuaikan variasi yang lebih luas dari perubahan pasar dan industri tanpa merusak tujuan utama dari rencana tersebut. Perusahaan yang menerapkan CRM bukan hanya dilihat pada teknologi saja tetapi juga pada pengembangan dan fokus terhadap kemampuan organisasi dalam era lain seperti proses CRM, manusia, dan pengetahuan / wawasan. Tentu saja perusahaan yang menerapkan CRM tidak mengadopsi solusi teknologi CRM terlebih dahulu kemudian membangun CRM disekitar mereka. Melainkan, mereka mengembangkan suatu pendekatan yang lebih seimbang untuk memahami dan menerapkan kemampuan strategis CRM. (Novia Mustika, 2017)