

## Implementasi Aplikasi E-Lapau Menggunakan Konsep *Costumer Relationship Management*

### *Implementation of the E-Lapau Application Using the Concept of Customer Relationship Management*

Hajjah Noor<sup>1</sup>, Warnia Nengsih\*<sup>2</sup>, Dini Nurmala Sari<sup>3</sup>  
JTI, Politeknik Caltex Riau Indonesia<sup>123</sup>  
Jl. Umban Sari 1, Rumbai, Pekanbaru, 28265, Riau Indonesia<sup>123</sup>

Penulis Korespondensi  
hajjah@gmail.com<sup>1</sup>, warnia@pcr.ac.id\*<sup>2</sup>, dini@pcr.ac.id<sup>3</sup>

**Abstrak.** Perkembangan toko *Online* saat ini menjadi sebuah alternatif pilihan untuk mendapatkan *Costumer* dalam jumlah dan jangkauan geografis yang lebih luas. Aplikasi e-lapau merupakan aplikasi lapau elektronik yang dirancang seperti layaknya toko *Online* lainnya. E-lapau menyediakan berbagai kebutuhan harian yang dibutuhkan seperti sembako, sayur mayur dan bahan kering lainnya. Permasalahan saat ini adalah menjamurnya toko *Online* sejenis sehingga menyebabkan lingkup *Costumer* menjadi lebih kecil, serta kemungkinan *Costumer* lama akan berpindah dan meninggalkan toko *Online* yang sudah berjalan. Lingkup spesifik lainnya dari e – lapau ini adalah jangkauan *Costumer* yang menjadi target adalah *Costumer- Costumer* yang berada di perumahan-perumahan. Pada studi kasus ini yang menjadi objek penelitian adalah *costumer* perumahan yang berada di 12 Kecamatan di Kota Pekanbaru. Kenapa lingkup *Costumer* ditentukan, hal ini disebabkan karena *Costumer* yang diperoleh sudah jelas, tinggal bagaimana cara untuk mempertahankan dan meningkatkan *Costumer* baru kedepannya. Sehingga untuk mengatasi permasalahan tersebut diperlukan adanya Konsep *Costumer Relationship Management* pada e-lapau yang dibangun. Dengan adanya aplikasi e-lapau memudahkan proses transaksi penjualan dan pembelian serta dapat mempertahankan dan meningkatkan *Costumer*. Hal ini tentunya akan terkait dengan keuntungan bisnis yang sedang dijalankan.

**Kata kunci:** e-lapau; CRM; website; toko *Online*

**Abstract.** The development of *Online* stores is currently an alternative choice to get customers in a wider number and geographical reach. The e-lapau application is an electronic lapau application that is designed like any other *Online* shop. E-lapau provides various daily necessities such as basic necessities, vegetables and other dry ingredients. The current problem is the proliferation of similar *Online* stores, causing the scope of customers to become smaller, and the possibility that old customers will move and leave the *Online* store that is already running. Another specific scope of this e-lapau is the reach of the target customers, which are customers who are in housing. In this case study, the housing in question is housing located in 12 sub-districts in Pekanbaru City. Why is the scope of the customer determined, this is because the customers obtained are clear, it's just a matter of how to maintainance and improve new customers. So to overcome for problems, So necessary to have *Customer Relationship Management* concept in the e-lapau that was built. With the e-lapau application, it makes the process of selling and buying transactions easier and can maintain and increase customers. This of course will be related to the profits of the business that is being run.

**Keywords:** e-lapau; CRM; websites; *Online* store

## 1. Pendahuluan

Perkembangan toko *Online* saat ini menjadi sebuah alternatif pilihan untuk mendapatkan *Costumer* dalam jumlah dan jangkauan geografis yang lebih luas. Toko *Online* merupakan tempat menjual berbagai jenis barang, aktivitas ini menggunakan teknologi internet tanpa dibatasi oleh waktu dan ruang. Dampak penyebaran dari munculnya Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) adalah berubahnya gaya pola hidup masyarakat di dunia, khususnya masyarakat Indonesia yang tinggal di Pekanbaru. Berdasarkan data sebaran covid-19 berbagai upaya dan kebijakan sudah dilakukan pemerintah untuk menahan lajunya perkembangan covid-19. Diantara kebijakan itu adalah menetapkan peraturan tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar lewat Peraturan Pemerintah yang tertuang dalam (PP) Nomor 21. PSBB ini di dukung dengan pemberlakuan *social distancing* di 6 kehidupan masyarakat. Sehingga masyarakat akan banyak menghabiskan waktu di rumah. Pada era pandemi *costumer* lebih menyukai belanja *Online* melalui aplikasi tertentu. Konsumen cenderung *the adaptive shopper* atau belanja *Online* sejak aturan PSBB diberlakukan dengan data pengguna aplikasi belanja meningkat 300 persen. Kemudian meningkat naik 400 persen sejak adanya istilah *work from home* atau kerja dirumah. ( Widyastuti, R. A. Y. 2020) Berdasarkan data tersebut jual beli melalui aplikasi *Online* sangat berpeluang dan menguntungkan berbagai pihak baik dari pemerintah, masyarakat dan para pelaku bisnis.

Aplikasi pemesanan dan penjualan produk dengan internet menggunakan E-commerce sangat efisien, khususnya memberikan kemudahan bagi masyarakat yang tinggal di area perumahan. Dalam penelitian ini bertujuan terbentuknya sebuah aplikasi yang mampu membantu warga perumahan di daerah Pekanbaru untuk melakukan pemesanan produk harian langsung ke aplikasi sehingga meningkatkan penjualan. Aplikasi ini dinamakan E-Lapau. Aplikasi lapau elektronik yang dirancang seperti layaknya toko *Online* lainnya. E-lapau menyediakan berbagai kebutuhan harian yang dibutuhkan seperti sembako, sayur mayur dan bahan kering lainnya.

Permasalahan saat ini adalah menjamurnya toko *Online* sejenis sehingga menyebabkan lingkup *Costumer* menjadi lebih kecil, serta kemungkinan *Costumer* lama akan berpindah dan meninggalkan toko *Online* yang sudah berjalan. Lingkup spesifik lainnya dari e – lapau adalah jangkauan *Costumer* yang menjadi target adalah *Costumer- Costumer* yang berada di perumahan- yang berada pada 12 Kecamatan di Kota Pekanbaru diantaranya Bukit Raya, Lima Puluh, Marpoyan Damai, Payung Sekaki, Pekanbaru Kota, Sail Kecamatan Rumbai Pesisir, Senapelan, Sukajadi, Tampan, Rumbai, Tenayan Raya.

Kenapa lingkup *Costumer* ditentukan, hal ini disebabkan karena *Costumer* yang diperoleh sudah jelas, tinggal bagaimana cara untuk mempertahankan dan meningkatkan *Costumer* baru kedepannya. Sehingga untuk mengatasi permasalahan tersebut diperlukan adanya konsep *Costumer Relationship Management* pada e-lapau yang dibangun. Dengan adanya aplikasi e-lapau

memudahkan proses transaksi penjualan dan pembelian serta dapat mempertahankan dan meningkatkan *Costumer*. Hal ini tentunya akan terkait dengan keuntungan bisnis yang sedang dijalankan.

## 2. Bahan dan Metode

### 2.1. Review Penelitian Terdahulu

Beberapa rujukan utama yang berhubungan dengan penelitian yang diajukan mengenai “Perancangan dan Implementasi *E-commerce* Untuk Penjualan Baju *Online* Berbasis Android” (Kusuma, A.P, Prasetya, K.A, 2017) Penelitian ini membahas tentang kepuasan pelanggan menggunakan sistem *E-commerce* untuk penjualan baju. Selanjutnya penelitian Apif Susanti dan Dwi Wahyu Prabowo yang berjudul “*E-commerce* Pada Toko My Digital”. Dimana secara konsep penelitian ini berfokus untuk merancang sebuah sistem informasi berbasis *E-commerce* pada My Digital sehingga dapat membantu dan meningkatkan penjualan dalam pemesanan secara *Online*. Penelitian yang berjudul “Implementasi Aplikasi E-Lapau Menggunakan Konsep *Costumer Relationship Management*” bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan aplikasi pemesanan produk harian toko *Online* berbasis web dengan menggunakan konsep *E-commerce* yang mencakup CRM didalamnya.

### 2.2. *E-commerce*

*E-commerce* secara definisi merupakan layanan internet yang dimanfaatkan untuk transaksi jual-beli secara *Online* (Meidiansyah *et al.*, 2020). Berdasarkan referensi O’Brien dan Marakas (2010) *E-commerce* merupakan aktivitas pembelian, penjualan, pemasaran, dan servis produk, layanan, dan informasi melalui berbagai jaringan komputer. *E-commerce* mengubah bentuk persaingan, kecepatan tindakan, dan perampingan interaksi, produk, dan pembayaran dari pelanggan ke perusahaan dan dari perusahaan ke pemasok. *E-commerce* menjadi suatu bisnis model penyebaran, melakukan pembelian, serta penjualan, dan pemasaran barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen menggunakan teknologi elektronik. Penerapan internet untuk meningkatkan penjualan merupakan pilihan strategis dimasa mendatang (Poon and Swatman. 1999 dan Listianto, F. 2010) dimana penggunaan *E-commerce* sebagai media pemasaran seyogyanya memudahkan dalam melayani konsumen secara optimal dan memberikan informasi secara efektif dan efisien (Duan *et al.*, 2014).

### 2.3. Customer Relationship Management (CRM)

Customer Relationship Management (CRM) menjadu jembatan strategis dari strategi pemasaran dan teknologi informasi yang bertujuan menjalin hubungan dengan pelanggan dalam jangka panjang, hal ini tentunya sangat berkaitan dengan profitabilitas dan produktifitas. CRM merupakan proses dan teknik yang digunakan perusahaan untuk menganalisis interaksi yang dilakukan oleh pelanggan dan perusahaan dengan tujuan untuk membantu meningkatkan layanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Zakaria, H. and Marlia, A. E. 2019)

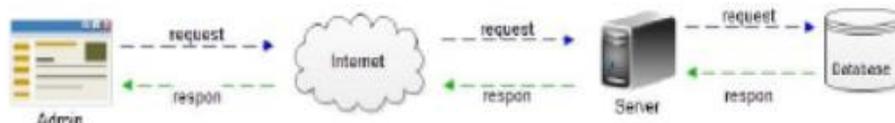
## 3. Metode Penelitian

### 3.1. Pengumpulan Data

Pada penelitian ini sumber data merupakan data warga perumahan yang berada di wilayah Kota Pekanbaru. Data ini akan dimasukkan ke dalam database sistem. Metode pengumpulan data menggunakan beberapa cara diantaranya survey ke perumahan yang ada, kemudian melakukan wawancara, metode selanjutnya adalah menyebarkan form quisioner.

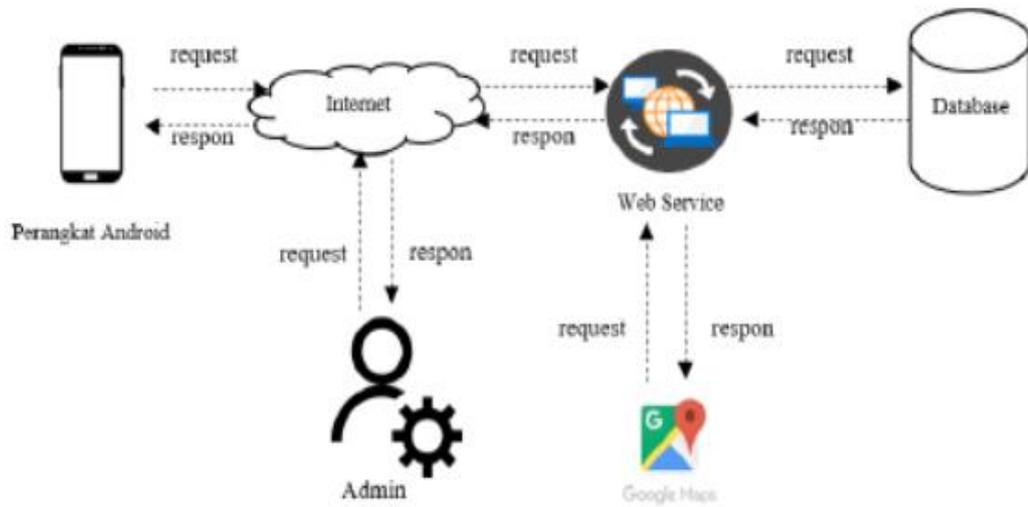
### 3.2. Model Sistem

Berikut gambar arsitektur sistem pada platform website.



Gambar 1. Arsitektur Sistem

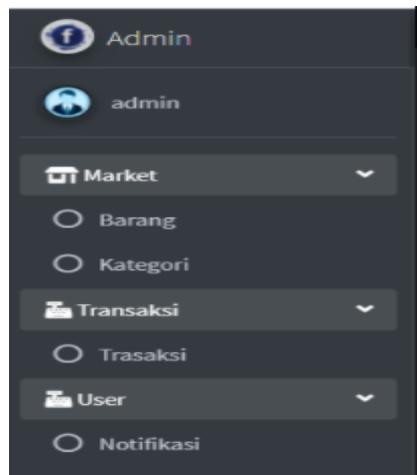
Admin melakukan *request* melalui internet terhadap *server*. *Server* akan menerima *request* data dari admin dan mengambil data ke *database*. *Database* menerima permintaan dari *server* dan mengirim data yang diminta ke *server*.



Gambar 2. Gambaran Sistem Keseluruhan

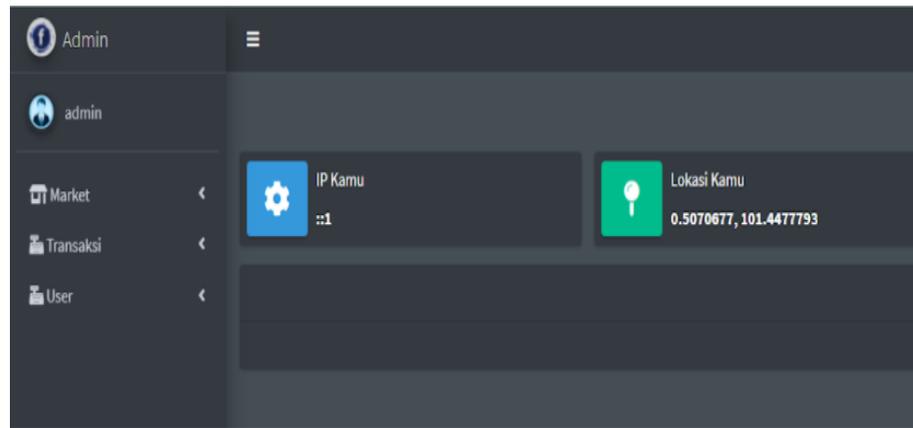
#### 4. Hasil dan Pembahasan

Berikut merupakan pembahasan dan hasil dari sistem *e-lapau* yang dibangun. Fitur-fitur yang dibangun memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi untuk semua pelanggan tetap dan pelanggan baru *e-lapau*.



Gambar 3. Fitur e-lapau

Pengguna melakukan registrasi dengan mengisi form Registrasi. Form ini juga dilengkapi fitur validasi jika data yang diinputkan pengguna tidak sesuai dengan tipe data yang telah ditetapkan oleh aplikasi. Pengguna bisa melihat informasi umum tentang produk barang harian pada Toko dan bisa melihat produk apa saja yang dijual. Setiap produk terdapat informasi nama produk dan harga produk



Gambar 4. Tampilan lokasi

Konsep CRM seyogyanya akan membantu e-lapau dalam pengelolaan hubungan dengan pelanggan sehingga dapat meningkatkan daya saingnya dengan toko lain dalam mempertahankan bisnis yang dijalankan. Tentunya hal ini sebagai sarana untuk memperoleh pasar baru yang lebih luas. Diharapkan dengan konsep CRM yang di implementasikan, tingkat loyalitas pelanggan dapat meningkatkan penjualan e-lapau. Mempermudah e-lapau mengelola produk, melakukan pemasaran, serta mengelola pelanggan. Meningkatkan retensi pelanggan dan memperoleh pelanggan baru.

Harga	qty	Status	Number Phone	TGL Pesan	Dikirim	Jarak	Peta
Rp 50000	10 unit	DI TERIMA	082297474927	03-10-2021 21:38:07	05-10-2021 10:46:13	10214.477 km	
Rp 50000	10 unit	DI BATALKAN	082297474927	03-10-2021 21:45:26	05-10-2021 10:40:47	6986.971 km	

Gambar 5. Map lokasi

Pada gambar 5 menggambarkan detail dari pemesanan transaksi yang sudah dilakukan. Terdapat fitur map yang memudahkan untuk mengidentifikasi keberadaan Pelanggan yang melakukan transaksi.

## Kesimpulan

Konsep CRM yang dibangun membantu *e-lapau* dalam pengelolaan hubungan dengan customer sehingga dapat meningkatkan daya saingnya dalam mempertahankan bisnis yang dijalankan dan sebagai sarana untuk memperoleh pasar baru yang lebih luas jangkauannya serta meningkatkan retensi pelanggan dan memperoleh pelanggan baru.

## Daftar Pustaka

- Ceryna Dewi, N. K. et al. “*Rancang Bangun Aplikasi Mobile Siska Berbasis Android*”, SINTECH (Science and Information Technology) Journal, 1(2), pp. 100–107. doi: 10.31598/sintechjournal.v2i1.291.2018.
- Duan, J. et al. “*Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online (E-commerce) pada CV Selaras Batik Menggunakan Analisis Deskriptif*”, Scientific Journal of Informatics, 180(1), pp. 53–64. doi: 10.1016/j.chemosphere.2017.04.013.
- Kusuma, A. P. and Prasetya, K. A. “*Perancangan Dan Implementasi E-commerce Untuk Penjualan Baju Online Berbasis Android*”, Antivirus : Jurnal Ilmiah Teknik Informatika, 11(1), pp. 1–11. doi: 10.35457/antivirus.v11i1.194.2017.
- Listianto, F. “*Aplikasi E-commerce Berbasis Web Mobile Pada Industri Konveksi Seragam Drumband Di Pekon Klaten Gadingrejo Kabupaten Pringsewu*”, Jurnal TAM ( Technology Acceptance Model ), 8(2), pp. 146–152.2017.
- Robinson, J. M. (2010). *Methods of digesting cellulose to glucose using slats and microwave (muwave) energy*. US Patent No: US2010/0044210 A1.
- Marakas, O’Brien. “*Introduction to Information Systems*, McGraw-Hill Irwin. Available at: <http://marefateadyan.nashriyat.ir/node/150>.2010.
- Meidiansyah, M. I. et al. “*Perancangan Aplikasi E-commerce B2C RR Shoes Batam*”.2020.
- Poon, S. and Swatman, P. M. C. “*An exploratory study of small business Internet commerce issues*”, Information and Management, 35(1), pp. 9–18. doi: 10.1016/S0378-7206(98)00079-2”.1999.
- Riau, P. P. “*Riau Tanggap Virus Corona*” | Pemprov Riau, Pemprov Riau. Available at: <https://corona.riau.go.id/>.2020.
- Widyastuti, R. A. Y. “*Belanja Online Melonjak, Kemenperin: Konsumen Lebih Konservatif*”, Tempo. Available at: <https://bisnis.tempo.co/read/1343233/belanja-Online-melonjak-kemenperin-konsumen-lebih-konservatif>.2020.
- Zakaria, H. and Marlia, A. E. “*Perancangan Sistem Informasi Customer Relationship Management (CRM) untuk Meningkatkan Loyalitas dan Pelayanan Customers Berbasis Web dengan Model Waterfall*, Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi”.2019. doi: 10.32493/jtsi.v2i2.2804.