

APLIKASI PENGENALAN PRODUK PT. MARKETAMA INDAH BERBASIS ANDROID

APPLICATION INTRODUCTION OF PRODUCTS PT. MARKETAMA INDAH ANDROID BASED

Hendra Junaidi¹, Yasermi Syahrul²

^{1,2} STMIK – Politeknik PalComTech; Jl. Basuki Rahmat No. 05, Palembang 30129, Indonesia

¹Sistem Informasi STMIK PalComTech, ²Desain Komunikasi Visual Politeknik PalComTech

E-mail: ¹Hendra.junaidi19@yahoo.com, ²yasermi_syahrul@palcomtech.ac.id

Abstrak

Pemasaran dan penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh PT. Marketama Indah yang bertujuan memasarkan produk-produk yang dapat dikenal oleh masyarakat secara luas. Pembuatan aplikasi berfungsi untuk membantu dalam mempromosikan dan mengenalkan produk pada perusahaan PT. Marketama Indah aplikasi ini ditujukan untuk bagian Motoris/Sales dan SPG (Sales Promotion Girl)/ SPB (Sales Promotion Boy). Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan studi pustaka. Kemudian dilanjutkan dengan metodologi yang paling umum digunakan pada proses produksi multimedia adalah alur produksi 3 tahap yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Hasil yang diperoleh telah memenuhi kriteria yang baik sebagai media informasi produk untuk disampaikan ke konsumen lebih tepat dan akurat yang dapat diterima oleh konsumen dengan baik, dan perusahaan tersebut dapat lebih meningkat dalam proses penjualan produk tersebut.

Kata kunci—Android, Desain, Promosi

Abstract

Sales and marketing is an activity conducted by PT Marketama Indah which aims to market the products which can be known by the public at large. The purpose of making an application to help promote and introduce product at PT. Marketama indah applications intended for sales/Motoris and SPG (sales promotion Girl)/SPB (sales promotion Boy). Method of data collection was done through observation, interviews, and the study of literature. Then proceed with the most common methodology used in the production of multimedia production process flow is 3 stages, i.e. production, production of pre and post production. The results obtained have fulfilled criteria as both a media information products delivered to consumers more precisely and accurately be accepted by consumers, and companies can be further enhanced in the process of selling such products.

Keywords— Android, Design, Promotion

1 PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang canggih dan mutakhir dewasa ini. Teknologi informasi sangatlah dibutuhkan perusahaan, karena dengan adanya teknologi informasi akan mempermudah jalannya kinerja perusahaan. Sebuah perusahaan yang kurang mendapatkan informasi maka akan sulit dalam mengambil sebuah keputusan, sehingga akan menyebabkan menurunnya kinerja pada perusahaan

tersebut. Perusahaan dapat lebih maju sesuai dengan yang diharapkan, maka dibutuhkanlah pemanfaatan teknologi salah satunya teknologi *mobile*. Karena tidak dipungkiri bahwa aplikasi yang berbasis android sangatlah banyak dan berkembang, dengan berbagai konten yang tersedia didalamnya. Tersedianya aplikasi android maka dapat membantu perusahaan tersebut dalam hal pemasaran maupun penjualan.

Pemasaran menurut Tambajong (2013) adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud untuk menciptakan pemasaran yang efektif. Pemasaran merupakan tugas pokok perusahaan baik perusahaan barang maupun jasa dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan oleh pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhadapan dengan konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) Pemasaran membutuhkan proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap kembali nilai dari pelanggan. Oleh karena itu pemasaran dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan bagi perusahaan. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah menjalin hubungan dan memenuhi kebutuhan manusia dengan cara yang menguntungkan

Pemasaran dan penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh PT. Marketama Indah yang bertujuan memasarkan produk-produk yang dapat dikenal oleh masyarakat secara luas. PT. Marketama Indah telah berdiri sejak tahun 1988 merupakan perusahaan pertama yang memproduksi *lotion* anti nyamuk di Indonesia dengan merek dagang Soffell, yang hingga saat ini merupakan *lotion* anti nyamuk terlaris di Asia dan Timur Tengah. Kesuksesan Soffell mendorong perusahaan ini untuk mengembangkan bidang usahanya dikategori minuman fungsional sejak tahun 1996, yang ditandai dengan peluncuran Adem Sari. Sebagai minuman suplemen berkhasiat, meningkatkan sistem imunitas, meredakan sembelit, serta menyembuhkan sakit tenggorokan dan sariawan.

Serangkaian produk dari PT. Marketama Indah seperti Soffell, Adem Sari *Qing Ku*, Vegeta, Kispray, Antis, dan *Force Magic* merupakan *market leader* di masing-masing kategori dan telah menjadi merek rumah tangga yang unggul, dengan tekad kuat untuk memberikan yang terbaik demi kepuasan pelanggan. PT. Marketama Indah bertekad untuk menciptakan produk-produk baru dan memperluas pasar baik secara lokal maupun global. Oleh karena itu pembuatan sebuah aplikasi pengenalan produk penting sebagai media promosi oleh motoris/*Sales* dan SPG (*Sales Promotion Girl*)/ SPB (*Sales Promotion Boy*) kepada konsumen tentang manfaat dari produk-produk PT. Marketama Indah.

2 METODE PENELITIAN





Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan studi pustaka. Kemudian dilanjutkan dengan metodologi yang paling umum digunakan pada proses produksi multimedia adalah alur produksi 3 tahap yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pra Produksi

Tahap Pra Produksi menurut Suyanto (2004) Tahap Pra Produksi adalah tahap semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi sebelum multimedia diproduksi secara nyata. Tahap ini biasanya berjalan sangat lama bahkan terkadang sampai menyita sumber daya waktu 75% dari keseluruhan produksi. persiapan memerlukan alat bahan pena, penggaris, dan kertas.

Tabel 1. Pra produksi pada aplikasi

No	Desain	Keterangan
1		Tampilan awal latar belakang agar terlihat lebih menarik dan bagian play menggunakan button klik tambahkan <i>ActionScript</i> agar saat di klik dapat masuk ke bagian <i>frame</i> selanjutnya.
2		<i>Loading</i> menggunakan <i>oval primitive tool</i> ditarik berbentuk lingkaran besar diberi warna hitam dan buat tulisan <i>loading</i> menggunakan <i>text tool</i> di letakkan bagian belakang <i>oval primitive tool</i> .
3		Pilihan nama produk menggunakan <i>button</i> klik dan setiap <i>button</i> berikan teks nama masing-masing produk. bagian <i>Exit</i> juga menggunakan <i>button</i> klik dan diberi <i>ActionScript</i> agar saat diklik dapat keluar dari aplikasi.
4		Bagian isi dari menu <i>button</i> menggunakan <i>ScrollPane</i> agar dapat di tarik ke bawah dan ke atas untuk kembali lagi ke bagian menu meng- gunakan <i>button</i> klik lalu tambahkan <i>ActionScript</i> pada <i>frame</i> tombol menu tersebut.

3.2 Produksi

Tahap produksi menurut Suyanto (2004) Tahap Produksi adalah periode selama multimedia diproduksi secara keseluruhan. Dalam tahap ini semua anggota tim pengembang multimedia bekerja.

a. Tampilan Awal

Tampilan awal aplikasi menggunakan *background* alam atau pemandangan karena produk yang dijual pada PT. Markerama Indah produk yang terbuat dari bahan herbal alami atau tumbuhan.



Gambar 1. Proses pembuatan tampilan awal

Buat teks *play* menggunakan teks *Showcard Gothie* lalu ubah teks menjadi *button* klik dan beri warna kuning. Pada *frame over* beri warna biru sedangkan *frame down* beri warna putih agar pada saat diklik terjadi perubahan warna. *Button* pada *play* di berikan *ActionScript* agar dapat masuk ke *frame* selanjutnya.

b. Tampilan *Loading*

Buat teks *loading* menggunakan teks *Agency fb* dan diberi warna hitam pada teks *loading* tersebut. Lalu buat lingkaran menggunakan *oval primitive tool* dan beri warna hitam.

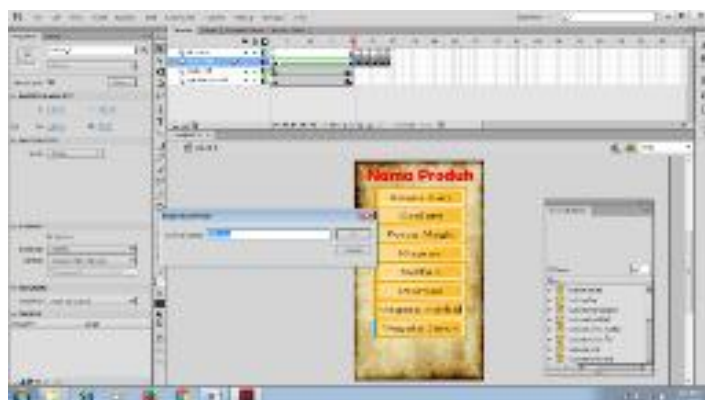


Gambar 2. Proses pembuatan loading

Tampilan *background* menggunakan gambar produk karena untuk memperlihatkan jenis-jenis produk yang terdapat pada PT. Marketama Indah, dan diletakkan dibelakang teks *loading*. Nama perusahaan menggunakan teks *Algerian* dan diletakkan di depan *background* lalu beri warna hitam pada teks tersebut.

c. Tampilan *Menu Nama Produk*

Menu utama menggunakan *background* seperti sebuah kertas agar teks dan *button* dapat terlihat lebih jelas dan menarik, lalu buat teks nama produk menggunakan teks *Berlin Sans Fb Demi* Pada pilihan nama produk menggunakan *button* klik dan berikan *ActionScript* agar dapat diklik dan masuk ke *frame* selanjutnya, tambahkan teks nama produk pada *button* menggunakan teks *Verdana*. *Copy button* adem sari dan *paste* sampai 8 *button* di susun kebawah, lalu *Duplicate Symbol* semua *button* dan diganti nama simbolnya. dan beri teks nama masing-masing produk pada *button* yang telah di *Duplicate*, setelah ini masukan *ActionScript* pada setiap *button*.



Gambar 3. Proses pembuatan pilihan nama produk

d. Tampilan Isi Dari Nama Produk

Buat teks adem sari menggunakan teks *Gill Sans Ultra Bold* dan beri warna hitam, lalu buat *ScrollPane* dan *Button* untuk kembali ke menu utama nama produk.



Gambar 4. Proses pembuatan isi dari nama produk

Pada teks nama produk tambahkan animasi agar terlihat lebih menarik, tambahkan dengan menggunakan *frame* dan disusun menjadi tengah. Tombol menu utama di berikan *ActionScript* agar dapat kembali ke *frame 21* yaitu *frame*

pilihan nama produk. Isi dari tiap menu nama produk menggunakan *Rectangle Tool* lalu ubah warna menjadi putih dan *Convert* ke *Movie Clip*. Lalu masuk ke *Movie Clip* dan isi dengan teks dan gambar. Tambahkan *ActionScript* pada *frame 22* untuk memanggil *Instance Name* dari *Movie Clip* dan ubah ukuran dari *ScrollPane* untuk ukuran di samping kanan tidak diaktifkan.

3.3 Pasca Produksi

Tahap pasca produksi menurut Suyanto (2004) Tahap Pasca Produksi adalah periode semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah multimedia di produksi secara nyata.

a. Desain Tampilan Awal



Gambar 5. Logo dan desain tampilan awal aplikasi

Tampilan logo aplikasi pada saat mau di buka pada android menggunakan logo PT. Marketama Indah. Tampilan awal aplikasi Saat tombol *play* belum di klik saat tombol *play* di sentuh akan berubah warna menjadi biru sedangkan saat tombol *play* di klik akan berubah warna menjadi putih. maka akan muncul *loading* pada aplikasi tersebut. tombol *play* tersebut juga menggunakan *button* agar dapat diklik.

b. Desain Tampilan *Loading*

Tampilan saat *user* sedang menunggu *loading* pada aplikasi, lingkaran yang berwarna hitam tersebut akan berputar-putar saat sedang berjalan sedangkan teks nama perusahaan itu akan turun dari atas kebawah satu persatu. Setelah *loading* selesai maka akan masuk ke bagian menu utama nama-nama produk pada perusahaan PT. Marketama Indah.



Gambar 6. Desain tampilan *loading*

c. Desain Tampilan Menu Nama Produk



Gambar 7. Tampilan menu pada aplikasi

Gambar di atas adalah tampilan menu nama produk-produk yang ada di PT. Marketama Indah, sedangkan tombol (X) tersebut untuk keluar dari aplikasi.

d. Desain Tampilan Isi Dari Menu Nama Produk



Gambar 8. Tampilan saat di klik

Ini adalah tampilan saat salah satu menu nama produk yang di klik atau dipilih contohnya tombol Adem Sari. sedangkan tombol gambar panah yang menghadap keatas adalah tombol untuk kembali ke menu utama pada aplikasi untuk memilih lagi nama produk yang ingin di pilih oleh *user*.

4 KESIMPULAN

Berdasarkan keseluruhan proses yang dilakukan, maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Aplikasi Adobe Flash CS6 dapat membantu dalam proses pengenalan produk pada perusahaan.
2. Aplikasi yang penulis buat dapat berfungsi dengan baik seperti tujuan. yaitu dalam proses pengenalan produk-produk pada PT. Marketama Indah. sehingga dapat membantu peningkatan dalam proses penjualan.

5 SARAN

Diharapkan bahwa aplikasi ini dapat di implementasikan dalam perusahaan PT. Marketama indah, sehingga dapat membantu dalam proses pengenalan produk dengan baik pada PT. Marketama Indah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penulis

mengucapkan terimakasih kepada STMIK – Politeknik PalComTech yang telah memberi dukungan terhadap penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tambajong, Geraldly. 2013. *Bauran pemasaran pengaruhnya terhadap penjualan sepeda motor Yamaha di PT. Sarana Niaga Megar Karta Manado*. Jurnal EMBA. Vol. 1, No. 3. ISSN: 2303-1174.
- [2] Kotler, Philip, dan Gary Armstrong 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- [3] Suyanto, M. 2004. *Analisis dan desain aplikasi multimedia untuk pemasaran*. Andi, Yogyakarta.