

# **RANCANG BANGUN APLIKASI BERGERAK UNTUK MENDUKUNG PEMASARAN GAMELAN PADA SANGGAR AMERTA LAKSITA DAN GAMELAN NDELIK SEMARANG**

**Khafiizh Hastuti<sup>1</sup> dan Arry Maulana Syarif<sup>2</sup>**

Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro<sup>1,2</sup>

Jl. Nakula I/5-11, Semarang 50131 Telp. (024) 3517261, Faks. (024) 3569684

E-mail: afis@dsn.dinus.ac.id<sup>1</sup>, arrymaulana@gmail.com<sup>2</sup>

## ***Abstract***

*Utilization of information technology required to support the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Information technology is capable of supporting MSMEs globally competitive. The facts found, there are many owners of MSMEs who do not take advantage of information technology, the grounds are not computer savvy and cost is not affordable. Studio "Amerta Laksita" and "Gamelan Ndelik" is a partner of MSMEs that do not apply information technology to those reasons. The mobile application (mobile app) an option to support partner marketing. Mobile application can support partner marketing reach to the global level, affordability, and allowed partners to manage the content independently.*

*Mentoring programs implemented in several activities, namely marketing analysis related to planning marketing strategies on-line, the transfer of knowledge of mobile applications, mobile application development to marketing, technical managing mobile applications, up to the market to the publication of the application, namely Google Play. The program is able to encourage partners to learn more about mobile applications, so that partners can leverage information technology in its business, and is able to manage the content of applications, such as installing an image, text, and so forth, independently.*

**Keywords:** MSMEs, Mobile Applications, Gamelan.

## **Abstrak**

Pemanfaatan teknologi informasi diperlukan untuk mendukung Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Teknologi informasi mampu mendukung UMKM memiliki daya saing global. Fakta yang ditemukan, masih banyak pemilik UMKM yang tidak memanfaatkan teknologi informasi, dengan alasan tidak mengerti komputer dan biaya yang tidak terjangkau. Sanggar "Amerta Laksita" dan "Gamelan Ndelik" merupakan mitra UMKM yang tidak menerapkan teknologi informasi dengan alasan tersebut. Aplikasi mobile (aplikasi bergerak) menjadi pilihan untuk mendukung pemasaran mitra. Aplikasi bergerak dapat mendukung mitra menjangkau pemasaran sampai ke tingkat global, biaya yang terjangkau, serta memberikan kebebasan bagi mitra untuk mengelola isi konten secara mandiri. Program pendampingan dilaksanakan dalam beberapa kegiatan yaitu analisis pemasaran terkait dengan perencanaan strategi pemasaran secara on-line, transfer pengetahuan tentang aplikasi bergerak, pengembangan aplikasi bergerak untuk pemasaran, teknik mengelola aplikasi bergerak, sampai ke publikasi ke pasar aplikasi, yaitu Google Play. Program ini mampu mendorong mitra untuk lebih mengetahui aplikasi bergerak, sehingga mitra dapat memanfaatkan teknologi informasi dalam usahanya, dan mampu mengelola konten aplikasi, seperti memasang gambar, teks, dan lain sebagainya, secara mandiri.

**Kata Kunci:** UMKM, Aplikasi Bergerak, Gamelan.

## A. PENDAHULUAN

Kewirausahaan menjadi tren yang berkembang pesat dalam beberapa dekade. Pandangan bahwa untuk membuka usaha memerlukan modal yang besar sudah, sudah tidak relevan lagi. Adanya program Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang dikeluarkan pemerintah Republik Indonesia membuka peluang bagi semua warga negara untuk menjadi wirausaha dengan modal yang dipunyai. Deskripsi UMKM secara awam merujuk pada usaha yang mempunyai modal kecil. Menurut Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, kriteria UMKM berdasarkan aset dan omset adalah: (1) Usaha mikro mempunyai aset maksimal 50 Juta, dan omset maksimal 300 Juta, (2) Usaha kecil mempunyai aset antara 50 Juta-500 Juta, dan omset 300 Juta-2,5 Miliar, (3) Usaha menengah mempunyai aset antara 500 Juta-10 Miliar, dan omset 2,5 Miliar-50 Miliar. Data menunjukkan bahwa rasio perkembangan jumlah wirausaha nasional dalam 3 tahun terakhir meningkat, dari 1,56%

menjadi sekitar 2,5% dari jumlah penduduk ([www.depkop.co.id](http://www.depkop.co.id)). Berbagai program untuk mendukung UMKM telah dikeluarkan oleh pemerintah dalam rangka meningkatkan jumlah wirausaha, salah satunya adalah Gerakan Kewirausahaan Nasional (GKN). Di sisi lain, tingkat kesuksesan pengembangan UMKM tidak hanya terkait dengan kebijakan-kebijakan pemerintah, melainkan juga kesiapan pemilik UMKM dalam berwirausaha dan berkompetisi dalam dunia usaha. Salah satu faktor yang harus disiapkan UMKM adalah, penerapan teknologi informasi untuk mendukung usahanya. Penerapan teknologi informasi mampu mendukung UMKM memiliki daya saing global, yaitu dengan pengoperasian bisnis secara reliable, mobile, seimbang dan berstandar tinggi (Budianto dan Yunus, 2014). Teknologi informasi harus dimanfaatkan oleh pemilik UMKM, agar bisnis tidak terkesan tradisional dan bisa dikembangkan lebih lanjut ke transaksi online ([www.tempo.co](http://www.tempo.co)). Lebih lanjut disebutkan

# RANCANG BANGUN APLIKASI BERGERAK UNTUK Mendukung Pemasaran Gamelan pada Sanggar Amerta Laksita dan Gamelan Ndelik Semarang

Khafiizh Hastuti dan Arry Maulana Syarif

---

bahwa, baru 30% UMKM yang memanfaatkan teknologi informasi. Penyebab minimnya pemilik UMKM yang memanfaatkan teknologi informasi dikarenakan masih banyak pemilik UMKM tidak mengerti teknologi informasi dan beranggapan bahwa penerapan teknologi informasi hanya tepat untuk usaha berskala besar karena memerlukan biaya yang besar (www.portalukm.com). Hillery, dkk (2012) menjelaskan bahwa kurangnya akses informasi pasar, mahalnya teknologi, dan rendahnya kualitas sumber daya manusia merupakan masalah yang paling umum yang dihadapi UMKM.

Sanggar “Amerta Laksita” dan “Gamelan Ndelik” merupakan contoh UMKM, khususnya usaha mikro, yang tidak memanfaatkan teknologi informasi dalam pengembangan usahanya. Kedua sanggar tersebut mempunyai karakteristik usaha yang sejenis. Keduanya mempunyai usaha yang berkonsentrasi di bidang kesenian tradisional Jawa, yaitu kelompok kesenian gamelan yang

biasa di-*tanggap* (disewa untuk mengisi acara), sekaligus menjual perangkat gamelan.

Dalam hal ini, kedua sanggar tersebut bukan merupakan pengrajin, melainkan membeli perangkat gamelan dari pengrajin, untuk kemudian dijual. Usaha penjualan gamelan berawal dari seringnya pemilik sanggar dijadikan sumber informasi jika ada orang yang bermaksud membeli perangkat gamelan.

Pada awalnya kedua sanggar tersebut hanya sekedar memberikan informasi tempat pengrajin gamelan kepada orang yang bermaksud membeli perangkat gamelan. Seiring berjalannya waktu dan banyaknya orang yang bertanya untuk membeli gamelan, para pemilik sanggar menjadi terpikir adanya peluang usaha untuk menjual perangkat gamelan.

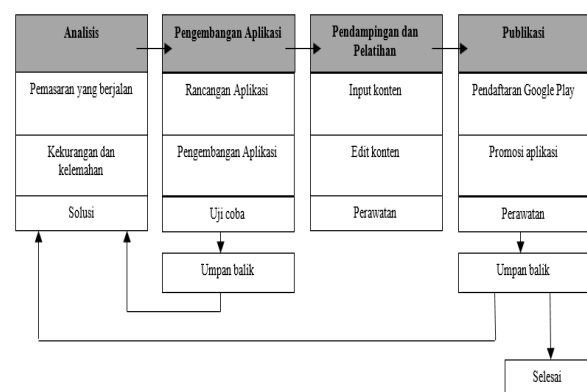
Kedua sanggar hanya menggunakan teknik *gethok tular* dalam pemasarannya, hal ini menyebabkan: (1) area pemasaran menjadi terbatas, karena brand mereka hanya dikenal berdasarkan orang per orang yang saling terkait, (2) penjelasan detail produk secara

lisan harus dilakukan kepada siapa saja yang menanyakan informasi produk, karena tidak adanya katalog produk. Kedua sanggar menyadari bahwa situs web dibutuhkan untuk pemasaran usaha untuk memperluas area pemasaran, dan menjadi media katalog produk. Keterbatasan modal menyebabkan mereka tidak mampu membuatnya. Selain biaya pembuatan Web yang tidak terjangkau, keterbatasan pengetahuan mereka terhadap komputer membuat mereka harus tergantung pada pihak lain untuk pengelolaan konten Web mereka. Teknologi mobile merupakan solusi yang tepat bagi mereka. Dalam keseharian mereka sudah terbiasa dengan smart phone, karena merupakan pegangan mereka dalam berkomunikasi maupun mengoperasikan aplikasi di dalamnya. Dengan demikian aplikasi berbasis mobile, atau aplikasi bergerak merupakan solusi yang tepat untuk dijadikan media pemasaran mereka. Oleh karena itu, program pendampingan dilaksanakan dalam rangka pengembangan aplikasi bergerak sebagai

media pemasaran produk secara global, dan konten didalamnya dapat dikelola secara mandiri. Smart phone merupakan contoh *mobile computing*, atau komunikasi jaringan nir-kabel yang mudah dibawa (Budianto dan Yunus, 2014). Smart phone merupakan perangkat yang biasa digunakan oleh mitra. Oleh karena itu, pengembangan aplikasi berbasis mobile menjadi pilihan untuk mendukung penerapan teknologi informasi pada kedua mitra.

## B. PELAKSANAAN DAN METODE

Rancang bangun aplikasi bergerak untuk mendukung pemasaran gamelan pada sanggar Amerta Laksita dan gamelan Ndelik Semarang menggunakan alur pendekatan seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 1.



Gambar 1. Alur pendekatan

RANCANG BANGUN APLIKASI BERGERAK UNTUK Mendukung Pemasaran Gamelan pada Sanggar Amerta Laksita dan Gamelan Ndelik Semarang

Khafiih Hastuti dan Arry Maulana Syarif

Adapun tahapan kegiatan dalam pengembangan pemasaran secara global menggunakan aplikasi bergerak adalah sebagai berikut: (1) analisis masalah dan solusi Pada tahap ini, permasalahan dan kebutuhan penyelesaiannya diuraikan secara detail, sehingga aplikasi bergerak yang dikembangkan dapat berfungsi sesuai kebutuhan secara maksimal; (2) pengembangan aplikasi, pada tahap ini aplikasi bergerak untuk pemasaran gamelan mulai dikembangkan; (3) pelatihan, pada tahap ini, mitra kerja diberikan pendampingan dan pelatihan dalam mengoperasikan dan mengelola aplikasi tersebut; (4) publikasi, pada tahap ini, aplikasi yang dikembangkan dipublikasikan ke toko online (Google Play/Android Market).

Dalam pelaksanaannya, mitra kerja memberikan umpan balik pada akhir tahapan pengembangan aplikasi, dan publikasi. Hal ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi jika masih terdapat kekurangan dan kelemahan

dalam aplikasi, yang untuk selanjutnya didiskusikan kembali pada tahap analisis.

Tabel 1. Kegiatan dalam Tahap Analisis Masalah dan Solusi

No	Materi	Tujuan
1.	Mitra memaparkan mekanisme pemasaran yang selama ini dilakukan oleh mitra, meliputi teknik pemasaran, area pemasaran, capaian pemasaran.	Mengidentifikasi kegiatan pemasaran yang selama ini dilakukan.
2.	Mitra memaparkan kelemahan dan kekurangan dalam pemasaran yang selama ini dilakukan oleh mitra, meliputi hal-hal yang tidak dapat dijangkau dalam pemasaran.	Mengidentifikasi kegiatan pemasaran yang tidak dapat dilakukan menggunakan mekanisme pemasaran yang telah berjalan, termasuk kritik dan saran yang didapat dari pembeli.
3.	Tim pengusul memaparkan perkembangan pemasaran produk secara <i>on-line</i> berbasis aplikasi bergerak.	Mitra memahami hal-hal yang bisa dilakukan dalam pemasaran menggunakan aplikasi bergerak.
4.	Mitra dan tim pengusul mengeksplorasi komponen dan kegiatan pemasaran yang digunakan dalam pemasaran produk berbasis aplikasi bergerak.	Mitra dan tim pengusul mampu merumuskan kebutuhan konten dalam aplikasi.

## Analisis Masalah dan Solusi

Analisis masalah yang selama ini dihadapi oleh mitra dianalisis dengan cara membentuk *forum group discussion* (FGD), sehingga pada akhir diskusi diperoleh hasil dan rumusan kebutuhan konten dalam aplikasi. Adapun kegiatan dalam tahap analisis masalah dan solusi ditunjukkan dalam Tabel 1.

## Pengembangan Aplikasi

Tabel 2. Kegiatan dalam Tahap Pengembangan Aplikasi

No	Kegiatan	Tujuan
1.	Tim pengusul merancang halaman serta konten aplikasi dan mempresentasikan ke mitra untuk mendapatkan saran dan masukan.	Menghasilkan rancangan aplikasi yang memenuhi kebutuhan konten dalam aplikasi.
2.	Tim pengusul mengembangkan aplikasi.	Menghasilkan purwarupa aplikasi.
3.	Mitra melakukan uji coba purwarupa aplikasi.	Mendapatkan umpan balik dalam uji coba purwarupa aplikasi.
4.	Tim pengusul menyelesaikan ( <i>finishing</i> ) aplikasi.	Menghasilkan aplikasi pemasaran produk.

Pengembangan aplikasi dilakukan oleh tim pengusul yang berperan sebagai

pengelola teknik pengembangan aplikasi, bersama dengan mitra yang berperan memberikan masukan terkait dengan konten aplikasi.

## Pelatihan

Tabel 3. Kegiatan dalam Tahap Pelatihan Kepada Kedua Mitra

No	Kegiatan	Tujuan
1.	Tim pengusul memberikan pelatihan dalam menggunakan dan mengelola aplikasi.	Mitra mampu mengoperasikan aplikasi.
2.	Mitra dan tim pengusul melakukan simulasi pemasaran produk. Mitra mengisi konten aplikasi, dan tim pengusul berperan sebagai pembeli.	Mendapatkan umpan balik dalam uji coba aplikasi.

Pada tahap ini, tim pengusul memberikan pelatihan untuk mengoperasikan dan mengelola aplikasi. Pelatihan dilakukan dengan memberikan pengarahan secara langsung, serta memberikan buku pedoman. Dalam pengarahan secara langsung, mitra dan tim pengusul melakukan simulasi, yaitu mitra mengisi konten aplikasi, dan tim pengusul berperan sebagai pembeli.

### Publikasi di *Google Play*

Pada tahap ini, aplikasi bergerak pemasaran gamelan dipublikasikan melalui *Google Play*.

Tabel 4. Kegiatan dalam Tahap Publikasi di *Google Play*

No	Kegiatan	Tujuan
1.	Tim pengusul memaparkan fitur-fitur dalam <i>Google Play</i> .	Mitra memahami fitur-fitur dalam <i>Google Play</i> .
2.	Tim pengusul memberikan pelatihan cara mempublikasikan aplikasi ke <i>Google Play</i> .	Mitra mampu mempublikasikan aplikasi ke <i>Google Play</i> .
3.	Tim pengusul memberikan pelatihan dalam mengelola akun dalam <i>Google Play</i> .	Mitra mampu memahami cara mengelola akun dalam <i>Google Play</i> .

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Aplikasi bergerak Gamelan Shop untuk mendukung pemasaran gamelan pada sanggar Amerta Laksita dan gamelan Ndelik Semarang dirancang untuk dijalankan pada platform Android. Pengembangan dilakukan menggunakan perangkat lunak Adobe Flash CS 6.0. Berikut adalah alur program Gamelan Shop: (1) tampilan awal adalah

halaman judul, dengan perintah sentuh layar untuk masuk ke halaman menu; (2) pada halaman menu, terdapat daftar toko gamelan, Amerta Laksita dan Gamelan Ndelik, dan perintah sentuh label/nama pada daftar untuk membuka lapak toko tersebut; (3) pada halaman lapak toko, terdapat daftar instrumen beserta informasinya, geser layar untuk memilih instrumen, dan sentuh gambar instrumen untuk menampilkan rincian instrumen; (4) pada halaman rincian instrumen, sentuh tombol gambar untuk menampilkan foto instrumen, tombol video untuk menampilkan video instrumen, tombol info untuk menampilkan informasi instrumen, tombol keranjang untuk memasukkan instrumen ke dalam keranjang belanja; serta (5) pada halaman keranjang belanja, isikan nama dan email, kemudian sentuh tombol Submit, maka akan tampil aplikasi sms bawaan perangkat Anda. Tekan tombol Send untuk mengirim pesan ke kami, dan kami akan menindaklanjuti secepatnya.

Gambar 2 memperlihatkan screenshot aplikasi Gamelan Shop yang dikembangkan untuk mendukung pemasaran gamelan pada sanggar Amerta Laksita dan gamelan Ndelik Semarang.



Gambar 2. Aplikasi GamelanShop

#### D. PENUTUP

Kedua sanggar yang menjadi mitra dalam program ini mampu memanfaatkan *mobile technology* untuk mendukung dan

memperluas pemasaran gamelan secara global, serta memiliki kemampuan untuk mengoperasikan dan mengelola aplikasi secara mandiri.

#### E. DAFTAR PUSTAKA

Alexius Endy Budianto, S.Kom, MM, dan Amak Yunus, M.Kom, 2014, Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Dengan Pemanfaatan Teknologi Mobile Computing Sebagai Akselerator Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kabupaten Malang, *IOSR Journal of Computer Engineering (IOSR-JCE)* e-ISSN: 2278 - 0661, p-ISSN: 2278-8727 Volume 16, Issue 1, Ver.5 (Jan. 2014), PP 63-70

Deboner Hillery, Rr. Dharma Tintri Ediraras, dan Pandam R. Wulandari, 2012, *Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada UMKM dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus di Depok dan Qingdao)*, Prosiding Seminar Ilmiah Nasional Komputer



dan Sistem Intelijen (KOMMIT 2012),

Vol. 7 September 2012, ISSN: 2302-

3740, Universitas Gunadarma

Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

[www.depkop.go.id/index.php?option=com\\_c](http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=1245:gerakan-kewirausahaan-pemerintah-targetkan-wirausaha-capai-612-juta-orang&catid=54:bind-berita-kementerian&Itemid=98)

[ontent&view=article&id=1245:gerakan](http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=1245:gerakan-kewirausahaan-pemerintah-targetkan-wirausaha-capai-612-juta-orang&catid=54:bind-berita-kementerian&Itemid=98)

[-kewirausahaan-pemerintah-targetkan-](http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=1245:gerakan-kewirausahaan-pemerintah-targetkan-wirausaha-capai-612-juta-orang&catid=54:bind-berita-kementerian&Itemid=98)

[wirausaha-capai-612-juta-](http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=1245:gerakan-kewirausahaan-pemerintah-targetkan-wirausaha-capai-612-juta-orang&catid=54:bind-berita-kementerian&Itemid=98)

[orang&catid=54:bind-berita-](http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=1245:gerakan-kewirausahaan-pemerintah-targetkan-wirausaha-capai-612-juta-orang&catid=54:bind-berita-kementerian&Itemid=98)

[kementerian&Itemid=98,](http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=1245:gerakan-kewirausahaan-pemerintah-targetkan-wirausaha-capai-612-juta-orang&catid=54:bind-berita-kementerian&Itemid=98) diakses

[tanggal 29 Maret 2015.](http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=1245:gerakan-kewirausahaan-pemerintah-targetkan-wirausaha-capai-612-juta-orang&catid=54:bind-berita-kementerian&Itemid=98)

[www.tempo.co/read/news/2014/03/23/08956](http://www.tempo.co/read/news/2014/03/23/089564637/Baru-40-Persen-UKM-Manfaatkan-Teknologi-Informasi)

[4637/Baru-40-Persen-UKM-](http://www.tempo.co/read/news/2014/03/23/089564637/Baru-40-Persen-UKM-Manfaatkan-Teknologi-Informasi)

[Manfaatkan-Teknologi-Informasi,](http://www.tempo.co/read/news/2014/03/23/089564637/Baru-40-Persen-UKM-Manfaatkan-Teknologi-Informasi)

[diakses tanggal 3 April 2015.](http://www.tempo.co/read/news/2014/03/23/089564637/Baru-40-Persen-UKM-Manfaatkan-Teknologi-Informasi)

[www.portalukm.com/siklus-usaha/mengelola-](http://www.portalukm.com/siklus-usaha/mengelola-usaha/teknologi-informasi-dan-komunikasi/)

[usaha/teknologi-informasi-dan-](http://www.portalukm.com/siklus-usaha/mengelola-usaha/teknologi-informasi-dan-komunikasi/)

[komunikasi/](http://www.portalukm.com/siklus-usaha/mengelola-usaha/teknologi-informasi-dan-komunikasi/), diakses tanggal 3 April

[2015.](http://www.portalukm.com/siklus-usaha/mengelola-usaha/teknologi-informasi-dan-komunikasi/)