JURNAL TUGAS AKHIR

PERANCANGAN *INTERFACE* APLIKASI *M-COMMERCE* BERBASIS *ANDROID* PADA DENINA BAG YOGYAKARTA

KARYA DESAIN

Novika Nurul Andriana

0911845024

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN DESAINFAKULTAS SENI RUPA

INSTITUTE SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2016

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Jurnal Tugas Akhir Karya Desain berjudul :
Perancangan*Interface* Aplikasi *M-Commerce* Berbasis *Android* Pada Denina Bag Yogyakartadiajukan oleh Novika Nurul Andriana, NIM 0911845024,Program Studi S-1 Desain Komunikasin Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan tim penguji Tugas Akhir pada 24 Juni 2016 dan dinyatak

etahui,
n Studi
ıikasial
yakarta

M.Sn.
2 1 001

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

A. JUDUL

PERANCANGAN *INTERFACE* APLIKASI *M-COMMERCE* BERBASIS*ANDROID* PADA DENINA BAG YOGYAKARTA

B. ABSTRAK

Perusahaan Denina Bag adalahsebuahbidangusaha yang bergerakpadapenjualantasberbahan nylon, kulitsapiaslidanaksesoristas yang telahdirintispadatahun 2010 hinggasaatini.DalamperjalanannyaDenina Bag menemukanbanyakkendaladidalam proses pendataanpadasistempenjualan*pre order*barang yang tidakterstrukturdanfaktorpenjualanproduktasmelaluiaplikasibelumbanyakdiminati, Denina Bag dalammelakukanbisnismulaimencobamenawarkanbarangdenganpenggunaanteknologi*internet*. Deninasebagaiperusahantas yang melalui*internet* dapatmemberiinformasiproduk, harga, syaratpembelian, carapemesanandanpembayaran, sertapengirimanbarangkepadapelanggan, calonpembeli, danmitrausaha di seluruhdunia. Media internet berfungsisebagaisalahsatucaramenjangkaupelanggantanpadibatasiruangdanwaktu, danmenjadipopuler di duniabisnissaatini.

Olehkarenaitu, dirumuskanlahsebuahsolusi yang bertujuanuntukmemudahkanpendataansertamenjadi media promosi yang berbedauntukmenarikminatbelanjakonsumenpadaDenina Bag yaknidenganmerancangsebuah*interface*aplikasi*M-Commerce*berbasis*Android*untukDenina Bag. Perancanganinimengedepankan media yang mengikutiperkembanganjamandanmenggunakan media berupaaplikasipada*smartphone* yang memilikisistemoperasi*Android*sebagai media utama.

Gaya hidupmasyarakat yang menggunakan*smartphone*berbasis*Android* kinisudahbanyakdalampenggunaankesehariannyadan*smartphone*inisudahmerajaipasarpenjualanteleponselulerdipilihdenganharapanbahwabesarnyajumlahmasyarkat yang sedangterkenademam*Android* akanmenarikuntukberbelanja di Denina Bag setelahmerekamengunduhdanmengaksesaplikasibelanja*online*ini.

Kata kunci :*Interface*, Aplikasi*M-Commerce*, *Android*, Denina Bag Yogyakarta

ABSTRACT

'Denina Bag' company is a company which isengagedin sale of bagsespecially with nylon material, leather from the cows and bags accessories and it began since 2010 till now. Along the journey, 'Denina Bag' face a lot of problems in the process of data collection in the unstructured pre-order sells system and the sales factor of the bag product through an aplicationthat hasn't been much in demand. Denina Bag is doing business by commence offer the products via online. 'Denina' as a bags company could inform through internet about the products, the prices, the purchase terms, how to order, the payments, also shipping to the customers over the world. The function of the internet

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

as one of the method to reach all the customers without limitation the space and time, and also became more popular in the business world nowadays.

A set of objectively solution, that aims to facilitate database system as well as different media campaign to attract the spending of the Denina Bag's customers in a way to create an interface M-Commerce application based on Android, is needed. Therefore, created a design of M-Commerce applicaton interface based on Android for Denina Bag. This creation prioritize the media that keep up to date to current development in the form of the application in the smartphone with the Android operation system as a main media.

The community lifestyle that use Android smartphone in their daily life and the increase in the number of sales of Android phone is the main reason behind the creation of this application. In expectance that all customers could download and access to Denina Bag application wherever and whenever they need as simple as possible.

Keywords : Interface, M-Commerce Application, Android, Denina Bag, Yogyakarta

C. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Perusahaan Denina Bag adalahsebuahbidangusaha yang bergerakpadapenjualantasberbahan nylon, kulitsapiaslidanaksesoristas yang telahdirintispadatahun 2010 hinggasaatini. Denina Bag terletak di Jl. Imogiri Barat km 7,5 Yogyakarta. Denina Bag merupakanperusahaan yang sedangdalam proses pengembanganpasar, padaawalberdirinyaDenina Bag dikenalsebagaisebuahbidangusaha yang bergerakdibidangtas natural dankulit, namunpadasaatitutas natural dankulitkurangdiminatikonsumen. Padatahun 2011 Denina Bag mencobauntukmengembangkanpasardanmencarialternatifproduk yang diminatikonsumentas yang padasaatitusedangtrenuntukmencuriperhatiankonsumendenganmengenalkanproduktas Denina,memulaibisnistasrajutyang menjadipilihan.

Denina mencoba mengembangkan usahanya ke tas berbahan rajut dengan penjualan barang yang *ready stock* dimana sistem penjualan dilakukan dengan sistem eceran, *reseller* dan grosir, dan untuk tas kulit dilakukan dengan sistem *pre order*. Pada perjalanannya Denina menemukan kendala dalam proses pendataan order oleh calon pembeli yang dilakukan masih manual, sering terjadinya double order atau pembatalan order yang sepihak sering muncul.

Denina mengembangkan pasar dengan berjualan di media online dan menyadari bahwa perkembangan teknologi dalam dunia yang semakin maju menuntut Denina untuk semakin bijak dalam menentukan media atau visual promosi serta kemudahan dalam melakukan pendatan serta menjadi pilihan gaya baru dalam berbelanja. Teknologi yang berkembang menunutut Denina yang selalu *update to date* dalam usaha tas ini. *Facebook,Instagram*, dan *website*pernah menjadi media penjualan serta promosi yang dipilih Denina. Ketiga media online untuk penjualan tas Denina tersebut sangat bagus khususnya *facebook* sebagai media promosi dan penjualan untuk menarik calon pembeli, namun jika yang diharapkan adalah pendataan yang tersistem, rapi dan memudahkan calon pembeli serta effisien dalam waktu, mudah dan dapat dilakukan dimana saja dan juga yang diinginkan Denina adalah untuk memudahkan pendataan data konsumen secara berurutan dan terstruktur, *facebook*

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

dan *Instagram* bukan menjadi salah satu solusi. Diharapkan aplikasi *M-Commerce* berbasis *Android* ini dapat menjadi salah satu solusi. *M-Commerce* adalah sebuah teknologi, produk dan layanan untuk *E-Commerce*yang berbasis perangkat *mobile* dan koneski internet wireless. (Pratama. 2015:108). Sedangkan *Android* sendiri adalah sebuah sistem operasi untuk perangkat *mobile* yang mencakup sistem operasi, middleware, dan aplikasi. (Safaat 2011 : 1).

Seiring dengan niat pemilik untuk mengembangkan usaha Denina Bag ini, untuk menghasilkan media atau visual promosi yang baik maka dibutuhkan konsep visual yang matang untuk mengindari kesalahan dalam menyampaikan pesan dari yang komunikatif serta persuasif. Konsep visual adalah awal dari sebuah ide yang didapat melalui sebuah proses pendekatan dan pendalaman materi dari semua permasalahan. Konsep visual yang telah didapat harus di eksplorasi ke dalam sebuah bentuk promosi yang bisa memberikan pesan visual kepada target konsumen.

Dengan menggunakan perancangan *interface*aplikasi *M- Commerse* berbasis *Android*pada Denina Bag diharapkan desain *interface* pada perancangan Denina akan terfokus pada bagaimana seluruh tampilan sebuah produk dilihat dan ditata dari antarmuka pengguna yang akan macam tampilan untuk berbagai ukuran layar *smartphone* pada tampilannya dapat berkomunikasi dengan baik dengan penggunanya terhadap sebuah produk sehingga konsumen akan terbantu untuk mendapatkan informasi serta memudahkan untuk mengakses pada toko Denina Bag secara praktis, mudah dan aman.

2. Rumusan Masalah/Tujuan

a. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalahnya adalah bagaimana merancang *interface* aplikasi *M-Commerce* berbasis *Android* pada Denina Bag?

b. Tujuan

Melalui perancang *interface* aplikasi *M-Commerce* berbasis *Android* untuk Denina Bag yang menarik pelanggan untuk bertransaksi sekaligus berbagi informasi seputar produk melalui *smartphoneAndroid* yang dapat ditangkap jelas oleh konsumen sehingga memudahkan konsumen dalam bertransaksi dan menginformasikan produk bagi konsumen dalam mengikuti produk.

3. Teori dan Metode

a. Teori

1).*M-Commerce* adalah sebuah teknologi, produk dan layanan untuk *E-Commerce* berbasis perangkat *mobile* dan terkoneski *internet wireless*. (Pratama. 2015:108).

2). Aplikasi *mobile* adalah sebuah perangkat lunak aplikasi yang berjalan pada *smartphone, tablet, handphone*. Sistem Aplikasi *mobile* merupakan aplikasi yang dapat digunakan walaupun pengguna berpindah dengan mudah dari satu tempat ketempat lain lain tanpa terjadi pemutusan atau terputusnya komunikasi. (Hodijah,2015:1).

3). *Android* adalah kumpulan perangkat lunak yang ditujukan bagi perangkat digital yang berbasis Linux yang mencakup sistem operasi, middleware dan aplikasi. (Safaat. 2011:1).

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

4).*Interface* (antarmuka) adalah salah satu layanan yang disediakan sistem operasi sebagai sarana interaksi antara pengguna dengan system operasi. Antarmuka adalah komponen sistem operasi yang bersentuhan langsung dengan pengguna. (http://farihaalkaff.blogspot.co.id/2014/04/pengertian-interface.html, diakses pada tanggal 14 Juli 2016 12.03 WIB).

b. Metode analisis data

Dalam perancangan ini penulis menggukan metodemetode analisis data yang berdasarkan *strength, weakness, oppotunities, threat* untuk Denina Bag sebagai berikut :

Strength

- Denina unggul pada kepemilikan *showroom* secara *offline*
- Memiiki kualitas produk yang baik, serta kerapian produk
-Harga beragam
- Denina mempunyai desain tas yang original

Weakness

Dari segi promosi serta manajemen pemasaran yang kurang *update*sehingga kurang dikenal.

Opportunities

Kemajuan fashion di Indonesia akan semakin banyak konsumen yang konsumtifkhususnya wanita terhadap fashion yaitu tas menjadi peluangDenina mengembangkan usahanya lebih luas.

Threats

- Pasar ekonomi bebas dan global, ancaman berasal dari produk *Tiongkok*
- Banyaknya tas yang murah dan tas palsu dengan harga yang murah
- Produk dalam negeri yang memiliki kualitas yang sama dan menjual produk tersebut lebih murah

D. PEMBAHASAN

Kendala dari Denina dan kompetitor berasal dari bahan baku yang susah didapatkan dan pasar global yang mengancam terhadap usaha mereka. Namun peluang dapat tercipta dengan kemajuan *fashion* di Indonesia yang semakin maju dan mengikuti jaman. Masyarakat terutama wanita yang konsumtif terlebih dalam hal *fashion* yang menuntut penampilan. Denina dirasa perlu membuat penjualan yang berbeda dengan kompetitor, untuk memperluas pasar yang lebih luar, dan mengembangkan usahanya. Dari segi produk mereka memiliki kesamaan terhadap bahan baku yang digunakan adalah kulit sapi. Kompetitor yang lebih dahulu mengawali dan dikenal sebagai perusahan tas kulit namun dalam melakukan sistem penjualaan yang masih diberlakukan manual. Denina menangkap peluang yang belum dilakukan kompetitor tersebut untuk membuat aplikasi *onlineshop* melalui *M-Commerce*, hal ini akan membuat Denina Bag akan semakin dikenal di luar dan dalam negeri yang akan menjadi daya tarik terhadap konsumen jika tidak segera melakukan ide *M-Commerce* pada strategi penjualan akan diminati oleh kompetitor, karena dari pendahulu Lazada, Zalora, dan Tokopedia sudah memulai untuk menggunakan *M-Commerce* berbasis *Android* dan dikenal sukses. Bagi Denina Bag tidak

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

saja berpengaruh terhadap citra dan perkembangan perusahaan yang menjadi pertama menggunakan *M-Commerce* pada sistem *order*, serta citra atau ciri yang akan diciptakan setelah menjadi pertama dibandingkan kompetitor, selain itu juga dapat mempengaruhi omset perusahaan. Dengan memanfaatkan dan memaksimalkan potensi perusahaan ini diharapkan menarik minat belanja pembeli di Denina dan omset perusahaan akan lebih meningkat. Pemilihan media aplikasi *M-Commerce* ini tidak kalah penting karena sangat perlu untuk keberhasilan promosi secara lebih luas dan konsumen akan jauh lebih nyaman jika belanja lebih praktis, jelas, dan tersistematis.

1. Tujuan Komunikasi

1). Perancangan ini memiliki tujuan yaitu sebagai sarana penyampaian pesan berupa informasi yang lebih mudah, praktis, efisien dan terkonsep secara lengkap agar mampu ditangkap oleh *target audience*.

2). Memberikan pilihan baru untuk mendukung perkembangan teknologi dan model belanja yang baru dalam menjalin komunikasi melalui *smart* media yang interaktif dan menumbuhkan minat belanja.

3). Aplikasi belanja ini menjadi aplikasi belanja yang langsung bisa diakses melalui *smartphone* dan pembeli dapat secara langsung berbelanja melalui *smartphone* yang berbasis *Android.*

4). Memudahkan calon pembeli dengan cara memilih barang yang diinginkan dan langsung dapat memilikinya hanya melalui *smartphone* yang berbasis *Android*.

2. Strategi Komunikasi

1). Strategi komunikasi menjadi suatu langkah dalam menyampaikan pesan dari seseorang perancang kepada masyarakat. Ini adalah hal yang penting karena pesan yang disampaikan kepada target sasaran diharapkan bisa tersampaikan dengan baik. Menggunakan navigasi, ilustrasi, *layout*, bahasa visual yang mudah dipahami dan dimengerti oleh *target audience* karena lebih mudah daripada menggunakan bahasa lisan atau tulisan yang susah dipahami.

2). Menggunakan navigasi yang mudah untuk menjelajahi setiap menu dan mampu dipahami *target audience*.

3). Menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan dimengerti sehingga penyampaian isi pesan mampu ditangkap *target audience.*

4). Menggunakan ilustrasi sket yang simpel pada *background* untuk memberikan kesan yang tidak berat, tidak terkesan rumit yang mencerminkan dari konsep Denina Bag sendiri yang simpel, *chic* dan mampu mengikuti jaman.

5). Visual kreatif dengan konsep simpel dipilih karena pesan akan lebih sampai kepada masyarakat, tetap nyaman, fungsional dan saling berkaitan satu sama lain.

3. Konsep Media

1). Tujuan Media

Penggunan media interaktifmenggunakan*tablet* dan*smartphone* karena*target audience*dariperancanganiniadalahpengguna yang akrabdengan 2 bendatersebut. Perancanganinibertujuanuntuk

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

masyarakatbelanjadanmemberikaninformasimengenaiprodukDenina Bag dengangayabaru yang konvensional yang sedang*trend*saatini. Selainsebagai media yang memberikaninformasitentangprodukDenina Bag, aplikasiininantinyamenjadi media hiburanbagimasyarakat yang inginmencobabelanjadengancara yang baru.

2). Strategi Media

Strategi media merupakanlangkahuntukmewujudkantujuan media yang akandirancangdalamhalinikonsep visual yang akandibuat. Adapunstrategi media yang harusdilakukansebagaiberikut :

a. Media Utama

1). Aplikasi Android

- Ukuranlayar : 4 sampaidengan 10 inch
- Platform : OS Android
- Aplikasi : *Free download*

2).Karakteristik Media

- *Target audience*dapatmengaksesaplikasiinibebas 24 jam (tidakterbataswaktu)
- Jangkauanluas
- Mudahdiaksesdandigunakan
- Menghematbiaya, waktu, dandapatdinikamtiberulang-ulang
- Adanya promo untukmenarikpelangganjikamelakukanpemesananmelaluIaplikasiini.

3). Isi pesan

Dalamkonsep visualaplikasiiniadalahinformasiseputarprodukDenina Bag, danmelakukanpemesanansertapembayaransecara*online*.

4). Visualisasi

Ilustrasi*doodle*berupagambartasdengankarakterskets*line*pensilyang tampil di atas*background*putih.

b. Media Pendukung

Media pendukung akan berbentuk online media sebelum peluncuran aplikasi yang berlangsung sampai setelah peluncuran antara lain : *ads banner* dengan beberapa ukuran yang akan dipasang pada *Facebook*, *Instagram*, dan *website* yang memiliki unsur pariwisata dan *beberapa blog fashion* yang memiliki pembaca banyak, *standing banner*, poster yang di *upload* melalui social media, serta *merchandisesticker*.

1).*Ads Banner*

Informasi yang disampaikan hanya berupa kalimat persuasif untuk menginsatall aplikasi ini di *smartphone Android* setelah mengunggahnya melalui *Google Play*, karena *Ad Banner* merupakan iklan pada website pariwisata dan *blog fashion* sehingga *target audience* waktu membaca tidak memakan waktu yang lama dan bahkan singkat.

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

2). *Cover Facebook*

Berbentuk persegi panjang horizontal, pada bagian kanan bawah dan kiri bawah terdapat ilustrasi dari beberapa *doodle* yang mempunyai citra dari Denina Bag dan ikon *Google Play* yang mengisi *layout* bagian bawah dan pada bagian atas kiri terdapat kalimat *"DeninaTelah hadir.."* dan dibawahnya terdapat ikon google play, yang dilengkapi body copy *"unduh sekarang!"* dan terdapat ilustrasi *smartphone* yang memperlihatkan aplikasi denina sudah ada dihandphone, serta logo Denina Bag diatas pojok kiri ukuran kecil persegi dengan tulisan "Denina".

3).Poster

Berbentuk potrait berukuran 640x640px untuk setiap update harian pada *Facebook* page serta *Instagram* pada backgroud poster tersebut terdapat ilustrasi diatas *image* kulit sapi dan tulisan untuk mengajak orang untuk *mendownload*dan melakukan pembelian tas melalui aplikasi serta memperkenalkan cara belanja yang baru.

4). Merchandise *Sticker*

Informasi mengenai aplikasi tersebut dengan visualisai terdapat tulisan "Belanja tas tinggal klik" dengan bodycopy *"unduh sekarang!"*dan terdapat ilustrasi *smartphone* yang memperlihatkan aplikasi denina sudah ada dihandphone.

.

4. Konsep Kreatif

a. Judulaplikasi

Denina Bag

b. Isi Pesan

Isi pesandalamperancangankonsepiniadalahmenggaliinformasitentangprodukDenina Bag Yogyakarta, yang sesuaidenganfungsikonsep yang sudahdirancangsebagai media informasi yang bersifatpersuasifataumeyakinkan yang sesuaidenganmateriutamanyayaitubelanja*online*melaluiaplikasi*mobile* yang berbasis*Android*makatema visual yang diangkatakanmengekposesbentuk-bentukelementasdenganpendekatangaya visual berupasketpensilyang sesuaidengankarakterDenina Bag, mempunyaicitrasimpel, *chic*, dankarenataskulititusendiri yang mengesankantidaklekangolehjaman.

b. Visualisasi

Visualisasi yang ditampilkan dalam konsep visual ini menampilkan ilustrasi pada *background* dasarnya yang berhubungan dengan tas yang terdapat pada produk denina yang dapat mewakili karakter dari denina bag misalnya: benang, aksesoris tas, tas, pensil, jarum, alat khas dalam membuat serta menjahit tas.

c.Tipografi

Menggunakan sans serif, pemilihanhurufseringmenentukankarakterataumewakilikonsepdariperancangantersebut, karenasetiaphurufmempunyaikeunikantersendiri, dalamdesaintipografitingkatketerbacaaandankejelasansangatdiperhatikan,

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

padaaplikasiinipenggunaanfont sanserif karenasesuaidengansifat yang eleganangunkarena font inimewakilipada body text. Huruf yang dipakai dalam perancangan ini lebih banyak menggunakan huruf Levenim MT yang mengesankan simple, *chic* dan elegan.

d. Warna

Warna sebagai pelangkap gambar konsep serta mewakili suasana kejiwaaan, mood, semangat, kelembutan, dan ciri khas wanita, secara visual warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya.

e. Logo

Logo menggunakan logo Denina Bag yang sudah ada karena konsep ini dibuat tidak mengubah logo yang sudah ada, karena logo Denina sudah menjadi ciri khas dan dikenal oleh *target audience.*

f. Tombol

Tombol dan ikon yang digunakan satu kesatuan yang dipilih untuk menjadi tombol dalam perancangan ini yang palin komunikatif dan mudah dimengerti serta langsung dapat menerka dari isi atau maksud tombol tersebut dalam sebuah ide ikon, karena membantu pengguna *smartphone*untuk mengakses informasi yang dibutuhkan dengan lebih cepat.

g. Ilustrasi

Ilustrasi yang dipakai dalam *doodle* berupa gambar bagian dari tas dan alat yang mendukung dalam pembuatan tas dengan karakter *doodle* sket *garis* pensil yang tampil dengan *background* warna putih.

5. Hasil Penelitian

a. Media Utama

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Gambar 1. Preview*Interface*Aplikasi
(Sumber: Novika Nurul Andriana, 2016)

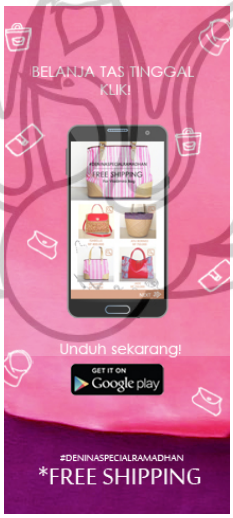
b. Media Pendukung

Gambar2. Final desain poster *Instagram*dan*Facebook*

Gambar3. Final desain*cover Facebook*

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Gambar4. Final desain *Ads Banner*



Gambar5.Final desain*X-banner*

Gambar6.Final desain*sticker*

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

E. PENUTUP

a. Kesimpulan

Denina adalah sebuah usaha yang bergerak dibidang pembuatan tas dimana produk tasnya yang merupakan produk dalam negeri ini menjadi sebuah potensi yang mampu mengenalkan produk buatan Indonesia yang lebih luas lagi kepada masyarakat Indonesia maupun Internasional yang tertarik pada produk buatan dari Indonesia dengan bentuk promosi yang berbeda dan mengikuti perkembangan teknologi yang sudah semakin maju.

Perancangan konsep aplikasi ini bertema belanja mudah dan praktis menggunakan *M-Commerce*, hanya membutuhkan *smartphone Android* sebagai media utama adalah *Android. Android* sendiri merupakan salah satu sistem operasi yang tertanam pada *smartphone* yang saat ini sedang menjadi *trend* dan merajai pasar ponsel di Indonesia dan dunia. Masyarakat yang hobi menggunakan *smartphoneAndroid* ini dapat menggunduh aplikasi yang diinginkan dengan bebas dan gratis. Diharapkan dengan akses yang bebas dan gratis dalam pengunduhan aplikasi pada ponsel mereka hal ini dapat membuat dan menciptakan peningkatan yang semakin besar setiap harinya karena terciptanya aplikasi yang mudah dikembangkan serta dapat diunduh. Oleh karena itu, diperlukan sebuah kerjasama yang baik antara desainer dan *programmer* untuk tercwujudnya aplikasi yang diinginkan dengan baik dari segi desain maupun secara teknisnya.

Apabila aplikasi *M-Commerce* Denina Bag ini sudah diunduh oleh *target audience*, makam diharapkan aplikasi ini dapat menjadi solusi alternatif agar masyarakat dapat tumbuh ketertarikan pada produk Indonesia dan khususnya produk Denina Bag untuk berbelanja. Dalam aplikasi ini menyediakan semua informasi yang dibutuhkan mengenai produk Denina Bag secara lengkap serta berikut harga barang, biaya pengiriman, informasi alamat *showroom*, info rekening, hingga pembelian barang dengan praktis dan dapat dilakukan kapan saja, selalu *update* produk,jelas, canggih dalam melakukan transaksi belanja yang aman, mudah, praktis.

b. Saran

Sebagai generasi muda yang kreatif hendaknya kita melakukan pendekatan kepada masyarakat dalam menyasar minat masyarakat dan mampu menangkap fenomena *trend* yang sedang berkembang pada sebuah bentuk promosi suatu produk dengan mengkonversi yang dahulu menggunakan media konvensional menjadi media digital yang lebih interaktif dan mampu mengikut jaman yang semakin *modern*. Salah satunya dengan merancang aplikasi belanja sebagai media baru dalam berbelanja masyarakat terhadap suatu barang melalui teknologi *smartphone* yang mereka miliki. Aplikasi *Android* pada *smartphone* dapat menjadi salah satu solusi untuk menumbukan ketertarikan masyarakat untuk berbelanja produk buatan asli Indonesia dan bangga akan apabila ditampilkan dengan media digital yang singkat, praktis, mudah dipahami dan tidak menyita waktu dalam berbelanja.

Penulis memberikan beberapa saran kepada perancang serupa agar lebih sempurna dan lebih baik kedepannya yaitu :

1. Dalam mencari sumber yang lebih lengkap.
2. Memperhatikan resolusi terhadap desain layout yang dibuat jika akan dibuat ke aplikasi, desain lebih jelas.
3. File aplikasi (.apk) agar ringan ukurannya agar tidak memakan memori saat digunakan pada *smartphone*.

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

F. DAFTAR PUSTAKA

Buku

Hodijah, Ade. Bikin Toko Online di Android dengan WebHost Gratis, Yogyakarta: Penerbit Andi. 2015.

Pratama, I Putu Eka. E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce, Bandung: Penerbit Informatika. 2015.

Safaat, Nazruddin. *Android Pemograman Aplikasi Mobile Smartphone dan Tablet PC Berbasis Android*, Bandung: Penerbit Informatika. 2011.

Tautan

http://farihaalkaff.blogspot.co.id/2014/04/pengertian-interface.html, diakses pada tanggal 14 Juli 2016 12.03 WIB.

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta