

Pengembangan Aplikasi *Mobile Company Profile* Untuk Branding Dan Pemasaran Pada Industri Kecantikan

Army Margaretha¹, Sefta Hermizan², Ahmad Soderi³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK Mercusuar)

³Program Studi Teknik Informatika, STMIK Mercusuar Bekasi

Corresponding Author: margarethaarmy17@gmail.com

Published: June, 2025

ABSTRAK

Menjadi pusat layanan kecantikan di era digital menuntut strategi yang tepat dalam mempertahankan identitas merek dan memperkuat pemasaran. Media promosi saat ini dinilai belum mampu merepresentasikan citra perusahaan secara efektif. Kebutuhan akan platform digital yang dapat diakses melalui perangkat mobile meningkat. Penelitian ini merancang dan membangun aplikasi company profile berbasis Android menggunakan metode Rapid Application Development (RAD), dengan alat pengembangan Android Studio dan basis data MySQL. Perancangan aplikasi menggunakan pendekatan Unified Modelling Language (UML) dan diuji melalui metode Black Box. Hasil pengujian menunjukkan bahwa aplikasi berjalan dengan baik sesuai fungsinya. Aplikasi ini dinilai mampu mendukung aktivitas branding dan pemasaran digital perusahaan, serta diharapkan dapat memperluas jangkauan promosi sekaligus memperkuat citra merek secara berkelanjutan.

Kata kunci: Company Profile, Aplikasi Mobile, RAD, UML

ABSTRACT

As a beauty service center in the digital era, it is essential to implement effective strategies to maintain brand identity and enhance marketing. Current promotional media are considered inadequate in effectively representing the company's image. The need for a digital platform accessible via mobile devices is increasing. This study designed and developed a company profile application based on Android using the Rapid Application Development (RAD) method, with Android Studio as the development tool and MySQL as the database. The application was designed using the Unified Modeling Language (UML) approach and tested through the Black Box method. The test results indicate that the application functions properly as intended. This application is considered capable of supporting the company's digital branding and marketing activities, and is expected to expand promotional reach while strengthening the company's brand image in a sustainable manner.

Keywords: Company Profile, Mobile Application, RAD, UML

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Industri kecantikan modern mengalami perkembangan pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perawatan diri dan penampilan. Dalam era digital saat ini, keberadaan platform digital menjadi hal yang krusial untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing perusahaan. Perubahan perilaku konsumen yang kini lebih banyak mengandalkan perangkat *mobile* untuk mencari informasi dan layanan, mendorong bisnis di sektor kecantikan untuk mulai beralih ke media digital dalam melakukan strategi pemasaran

[1].

Namun demikian, masih banyak pelaku usaha di bidang kecantikan yang belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Salah satu permasalahan yang dihadapi adalah ketiadaan aplikasi *mobile company profile* yang mampu menyajikan informasi secara informatif, responsif, dan menarik. Hal ini menjadi hambatan dalam menjangkau pelanggan baru serta mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada [2]. Ketidadaan *platform* digital yang representatif berisiko menurunkan eksistensi dan daya saing perusahaan dalam industri yang kompetitif.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi *mobile* berbasis Android dapat meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan memperkuat citra merek. Misalnya, studi oleh Aaker [3] dan Argenti [4], mengemukakan bahwa aplikasi profil perusahaan yang dirancang secara interaktif mampu meningkatkan *engagement* pelanggan serta memperluas jangkauan pemasaran digital. Dengan mengacu pada temuan tersebut, pengembangan aplikasi *company profile* berbasis *mobile* diharapkan menjadi solusi yang relevan dalam menghadapi tantangan pemasaran digital saat ini [5].

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang dan membangun aplikasi *company profile* berbasis Android yang mampu menyajikan informasi perusahaan secara menyeluruh, mudah diakses, dan dapat mendukung strategi branding serta pemasaran. Aplikasi ini diharapkan menjadi alat promosi yang efektif, memperkuat citra merek, serta meningkatkan interaksi dan kedekatan antara perusahaan dengan pelanggan [6].

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif untuk memperoleh pemahaman mendalam terkait kebutuhan pengguna dalam pengembangan sistem berbasis *mobile*. Pendekatan ini dipilih guna memastikan sistem yang dikembangkan benar-benar sesuai dengan harapan pengguna secara langsung. Data dikumpulkan melalui beberapa metode seperti observasi, wawancara, serta studi pustaka terhadap literatur yang relevan. Selain itu, proses pengembangan sistem dilakukan dengan menerapkan metode *Rapid Application Development* (RAD) yang memungkinkan pembuatan aplikasi secara cepat dan iteratif. Implementasi metodologi ini mencakup langkah-langkah berikut ini:

2.1 Metode Pengumpulan Data

2.1.1 Observasi

Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas dan interaksi di tempat layanan kecantikan untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan secara menyeluruh. Hasil pengamatan ini akan menunjukkan area yang perlu ditingkatkan saat membuat aplikasi *mobile* yang mendukung branding dan pemasaran [7].

2.1.2 Wawancara

Pertanyaan langsung diajukan kepada pemilik, karyawan, dan pelanggan mengenai pengalamannya dengan layanan yang tersedia dan harapannya terhadap keberadaan aplikasi *mobile*. Data yang dikumpulkan dari wawancara ini digunakan untuk menentukan kebutuhan fitur aplikasi dan memperjelas masalah yang dihadapi [7].

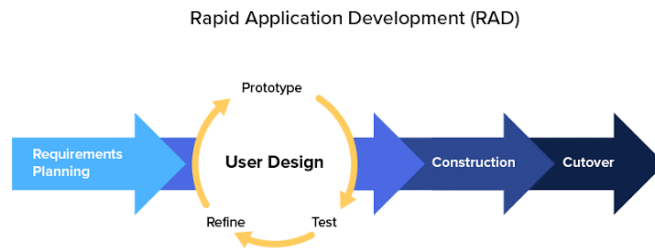
2.1.2 Studi Pustaka

Studi ini dilakukan dengan membaca dan menganalisis literatur yang relevan, seperti buku, artikel, dan jurnal, yang berkaitan dengan pengembangan aplikasi *mobile*, branding, dan pemasaran. Ini juga mencakup pemahaman tentang dasar-dasar pengembangan aplikasi Android, penggunaan database MySQL, dan metodologi *Rapid Application Development* (RAD) [8].

2.2 Metode Pengembangan Sistem

2.2.1 Metode Rapid Application Development (RAD)

Penelitian ini menggunakan metode pengembangan aplikasi cepat yaitu *Rapid Application Development* (RAD). Pilihan metode ini didasarkan pada gagasan bahwa aplikasi dapat dibuat secara cepat dan iteratif dengan memanfaatkan umpan balik pengguna. Proses ini terdiri dari 4 tahapan yaitu tahap *requirements planning* (perencanaan kebutuhan), tahap *User Design Phase* (pemodelan sistem), tahap *Construction Phase* (implementasi), dan tahap *cutover* (pengujian sistem) [9]. Adapun gambaran tahapan dari metode tersebut dapat dilihat pada gambar 1. berikut:



Gambar 1. Metode *Rapid Application Development* (RAD)

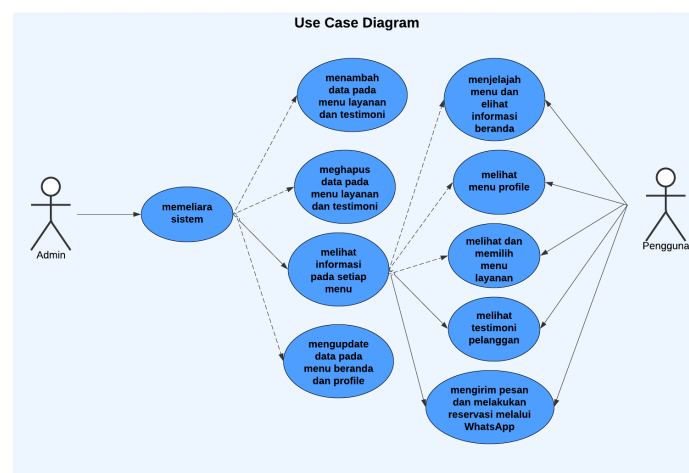
HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Perancangan Desain

Perancangan desain aplikasi yang dipakai dalam penelitian ini, menggunakan UML (*Unified Modeling Language*).

a. Use Case Diagram

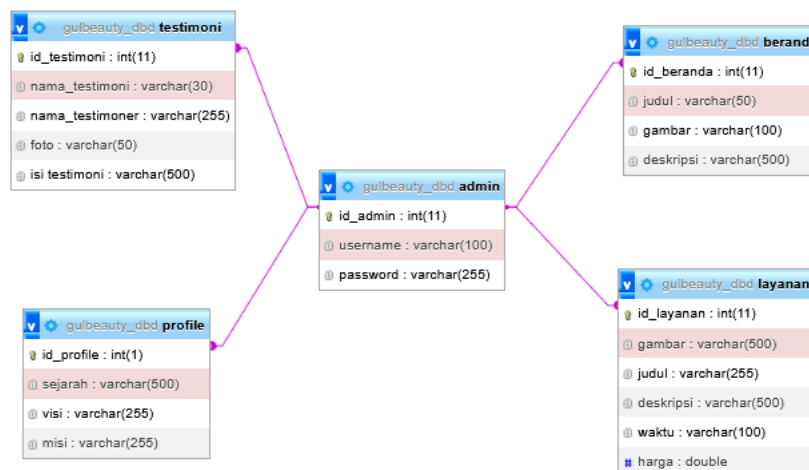
Use case diagram pada penelitian ini memodelkan interaksi antara pengguna dan aplikasi, *use case* diagram dibuat pertama kali untuk mendeskripsikan interaksi antara satu *actor* dengan *actor* yang lainnya [10], dimana pada penelitian ini terdapat terdapat dua aktor yang berinteraksi dengan sistem yaitu admin dan pengguna, yang dapat dijelaskan pada gambar 2. berikut:



Gambar 2. *Use Case* Diagram Sistem Aplikasi

a. Database

Database pada sistem aplikasi *company profile*, menggambarkan tentang hubungan antar table pada sistem aplikasi, yaitu kelas-kelas yang akan merepresentasikan entitas. Setiap kelas dilengkapi dengan atribut yang mencerminkan karakteristik entitas dan metode untuk mengelola data [11]. Pada gambar 3. berikut ini, mendeskripsikan beberapa *table* database yang saling terhubung secara sistematis:



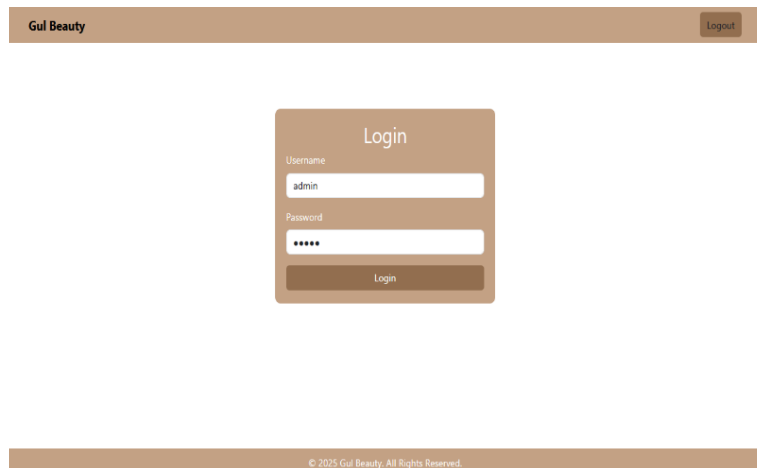
Gambar 3. Rancangan Database Sistem Aplikasi

3.2 Implementasi

Berikut ini adalah hasil implementasi berdasarkan perancangan desain yang telah dibuat untuk sistem aplikasi *company profile*:

3.2.1 Halaman Login

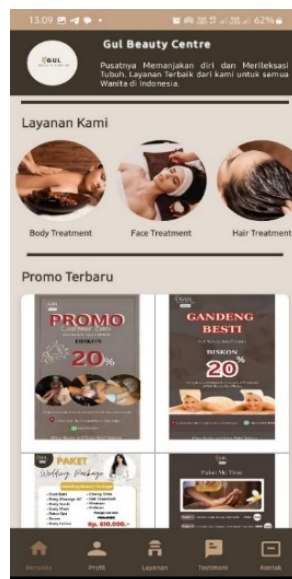
Halaman *login* digunakan oleh admin sebagai akses utama menuju halaman beranda untuk dapat mengolah data, halaman login terdiri dari *username* dan *password*, halaman *login* juga disediakan untuk menjaga keamanan data agar tidak disalahgunakan oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Adapun tampilan untuk halaman *login* ditunjukkan pada gambar 4. berikut:



Gambar 4. Halaman *Login*

3.2.2 Halaman Beranda

Halaman ini menyajikan informasi umum tentang perusahaan. Di sini, pengguna dapat menjelajah navigasi ke berbagai menu dan kategori yang tersedia, serta melihat konten informasi penting dan promosi terkini. Halaman ini juga menampilkan navigasi layanan cepat dan testimoni pelanggan sehingga langsung memberikan gambaran baru untuk pengguna. Adapun tampilan untuk halaman beranda ditunjukkan pada gambar 5. berikut:



Gambar 5. Halaman Beranda

3.2.3 Halaman Profile

Halaman ini memberikan informasi mendetail tentang perusahaan, terdapat empat kategori menu pada Menu *Profile* yaitu kategori menu Tentang Kami, Fasilitas, Galeri dan Terapis. Setiap kategori berfungsi untuk memberikan wawasan kepada pelanggan mengenai

layanan dan keunggulan perusahaan. Adapun tampilan untuk halaman *profile* ditunjukkan pada gambar 6. berikut:



Gambar 6. Halaman *Profile*

3.2.4 Halaman Layanan

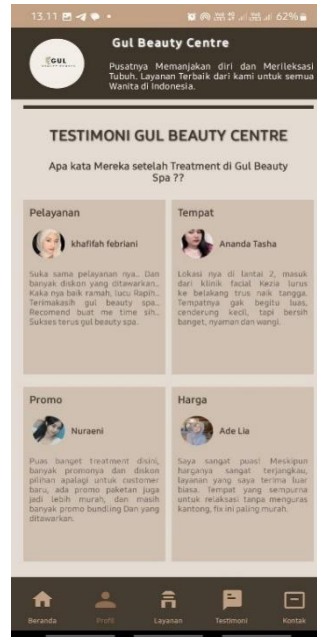
Halaman ini menampilkan berbagai jenis layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Setiap kategori dirancang untuk memberikan informasi jelas dan terperinci mengenai layanan. Adapun tampilan untuk halaman Layanan ditunjukkan pada gambar 7. berikut:



Gambar 7. Halaman Layanan

3.2.5 Halaman Testimoni

Halaman ini menampilkan ulasan dan testimoni pelanggan yang telah menggunakan layanan di perusahaan, di mana hanya admin yang dapat menambahkannya, untuk memberikan bukti sosial dan meningkatkan kepercayaan pengguna. Adapun tampilan untuk halaman testimoni ditunjukkan pada gambar 8. berikut:



Gambar 8. Halaman Testimoni

3.2.6 Halaman Kontak

Halaman ini menyediakan informasi kontak perusahaan, termasuk alamat, nomor telepon, alamat email, peta lokasi dan sosial media. Pengguna juga dapat menemukan kotak kirim pesan untuk interaksi langsung dan konsultasi *online* yang akan mengarahkan pengguna ke WhatsApp. Halaman ini memudahkan pengguna untuk berkomunikasi dengan pihak perusahaan. Adapun tampilan untuk halaman kontak ditunjukkan pada gambar 9. berikut:



Gambar 9. Halaman Kontak

3.2 Pengujian

Pengujian sistem menjelaskan tahap di mana sistem dievaluasi atau diuji dengan cara memasukkan data ke dalam tabel *form* uji yang telah disiapkan. Pengujian sistem menggunakan metode *blackbox* untuk melakukan verifikasi dan validasi terhadap sistem untuk memastikan kinerjanya apakah sudah berjalan sesuai yang dirancang atau tidak:

Tabel 1. Pengujian Sistem Aplikasi

Komponen Yang Diuji	Langkah Pengujian	Hasil Yang Diharapkan	Kesimpulan
Halaman Beranda	Memuali dengan membuka aplikasi	Menampilkan navigasi utama, konten promo, testimoni pelanggan, dan info terbaru	Valid
Halaman <i>Pofile</i>	Klik navigasi bawah menu <i>profile</i>	Menampilkan 4 kategori menu profile yaitu tentang kami, fasilitas, galeri dan terapis	Valid
Halaman Layanan	Klik navigasi bawah menu layanan	Menampilkan daftar kategori layanan yang tersedia	Valid
Halaman Testimoni	Klik navigasi bawah menu testimoni	Menampilkan <i>card</i> testimoni pelanggan yang telah menggunakan layanan perusahaan	Valid
Halaman Kontak	Klik navigasu bawah menu kontak	Menampilkan informasi alamat, nomor telepon, email dan kotak kirim pesan ke WhatsApp	Valid

<i>Reservasi</i> langsung pada jenis layanan	Klik gambar pada jenis layanan tertentu	Membuka dan mengarahkan ke WhatsApp admin untuk <i>reservasi</i>	Valid
Mengirim pesan ke WhatsApp untuk konsultasi <i>online</i>	Klik tombol WhatsApp di halaman kontak atau ketik pesan pada kotak pesan	Membuka aplikasi WhatsApp dengan nomor yang sudah ditentukan untuk memulai konsultasi <i>online</i>	Valid

Aplikasi berjalan dengan baik dan responsif di semua perangkat, berdasarkan pengujian aplikasi menggunakan metode *Black Box* pada *smartphone*. Aplikasi sudah berjalan dengan baik secara keseluruhan dan sudah menunjukkan hasil cukup maksimal pada tes tampilan aplikasi, meskipun ada beberapa masalah kecil dengan konsistensi tampilan dan penyajian konten. Namun, perbaikan dan pembaruan diperlukan untuk meningkatkan desain dan memastikan aplikasi tetap sesuai dengan kebutuhan pengguna serta tren teknologi terbaru.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pengembangan aplikasi *mobile company profile* untuk pemasaran dan branding meningkatkan interaksi dan aksesibilitas pelanggan. Pelanggan dapat mengakses layanan, promosi, dan informasi terkait kapan saja dan di mana saja melalui aplikasi, sehingga meningkatkan hubungan mereka dengan perusahaan. Selain itu, fitur interaktif seperti reservasi online membantu bisnis dan pelanggan lebih dekat satu sama lain. Fitur ini memungkinkan pelanggan berinteraksi dengan perusahaan secara langsung, yang pada akhirnya menghasilkan pengalaman pelanggan yang lebih baik dan lebih memuaskan.

SARAN

Aplikasi *company profile* yang dikembangkan masih dalam versi sederhana, maka diperlukan pengembangan lebih lanjut untuk menambahkan fitur interaktif seperti notifikasi promosi dan integrasi media sosial. Uji coba berkala disarankan untuk memastikan kualitas aplikasi tetap sesuai harapan pengguna dan tetap relevan dan menarik bagi pengguna. Selain itu, aplikasi ini dapat digunakan dengan baik sebagai alat pemasaran online dengan memasarkan produk melalui berbagai saluran, seperti media sosial dan situs web.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, J. L., & Joachimsthaler, E. (2023). *Brand Leadership: The Next Level of the Brand Revolution*. New York: Free Press.
- Argenti, P. A., & Druckemiller, B. (2023). *Company Profile*. In *Corporate Communication* (8th ed.). McGraw Hill.
- Baker, J., & McKenzie, L. (2023). *Mobile Website Design: Best Practices for Mobile User Experience*. New York: Wiley.
- Ryan, D. (2022). *Understanding Digital Marketing: Marketing in the Digital Age*. [Publisher].
- Alharbi, A., & Alzahrani, A. (2020). "Mobile Web Design: A Study of User Experience and Navigation." *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36(10), 950-964. DOI: 10.1080/10447318.2020.1751234.
- Nielsen Norman Group. (2020). "How to Design Navigation for Mobile Apps." Diakses dari: Nielsen Norman Group.
- Sugiono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. (Tahapan Pengembangan Sistem) Alfabeta. p,272.
- Prehanto, D. R. (2020). Konsep Sistem Informasi. Jakarta: Scopindo Media Pustaka.
- Pressman, R. S., & Maxim, B. R. (2023). *Software Engineering: A Practitioner's Approach* (10th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Booch, G., Rumbaugh, J., & Jacobson, I. (2022). *UML Definition Reference*. [Penerbit].
- Hindrianto, Hindro. (2019). Pengantar Basis Data, Pengertian Database dan Rancangan Struktur Database. Yogyakarta: Andi Offset.