

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Teknologi semakin hari semakin berkembang pesat mengikuti perkembangan zaman yang sudah terbukti dengan banyaknya perusahaan yang bersaing untuk menyajikan teknologi dan informasi yang semakin modern terutama di bidang penjualan. Dengan *gadget* maupun *smartphone* sekarang bisa dimanfaatkan untuk keperluan mempromosikan produk. *Augmented Reality* (AR) adalah salah satu teknologi *modern* yang bisa digunakan oleh penjual untuk mempromosikan produknya.

Semakin pesatnya perkembangan teknologi saat ini banyak perusahaan perusahaan yang membutuhkan kemajuan di bidang informasi, khususnya untuk pemasaran produk yang akan di tawarkan kepada konsumen agar dapat menarik perhatian konsumen terhadap produk yang di tawarkan perusahaan tersebut. Seiring kemajuan teknologi di zaman sekarang, khususnya produk *Protect and Gamble* (P&G), pada dasarnya untuk memberikan informasi mengenai produk yang baru di keluarkan oleh P&G.

*The Procter & Gamble Company*, dikenal juga sebagai P&G, ialah perusahaan *multinasional* yang memproduksi barang atau produk konsumen secara cepat dan keperluan sehari-hari, yang berkantor pusat di kota Cincinnati, Ohio, Amerika Serikat. Pada awalnya *Procter And Gamble* menyuplai barang berupa sabun dan lilin kepada tentara *Union*. Dan secara tidak langsung juga telah memperkenalkan produk *Procter And Gamble* kepada tentara di seluruh wilayah

Amerika Serikat. Dan hingga sekarang sudah banyak produk yang telah di produksi oleh *Procter And Gamble*di antaranya, Pampers, Downy, Whisper, Pantene, *Head&Shoulders*, Rejoice, Ambipur, Gillete, Vicks, Oral-B, Olay, dan lain sebagainya.

Teknologi *Augmented Reality* merupakan sistem yang saling terhubung antara dunia maya dan nyata, *Augmented Reality* adalah bagian dari teknologi *Virtual Environment* atau yang lebih sering disebut dengan *Virtual Reality* (VR). Teknik ini sangat membantu untuk digunakan sebagai alat bantu pengenalan produk *protecter and gamble* (P&G) yang lebih inovatif. Implementasi *augmented reality* memerlukan beberapa komponen yaitu komputer, kamera, dan dengan metode *marker*. Tren industri seluler yang sering dikembangkan saat ini untuk media promosi biasanya menggunakan *augmented reality*. Adanya teknologi tampilan modern yaitu visualisasi 3D yang baru dan diaplikasikan pada android dan *Augmented Reality* dengan media berbentuk buku berbasis *marker*, maka produk yang akan dipromosikan kepada konsumen akan lebih mudah dan menarik perhatiandalam memperkenalkan produk baru tersebut. (Irwan Ukkas et al., 2018)

Android merupakan suatu sistem operasi berbasiskan *Linux* untuk telepon seluler yang menyediakan *platform* terbuka bagi para pengembang untuk menciptakan aplikasi mereka sendiri sehingga dapat digunakan oleh berbagai macam piranti bergerak.(Tijono et al., 2015)

Pada saat promosi produk baru di PT. Sumber Sari Batam ke pihak toko biasanya dilakukan hanya mempromosikan produknya melalui cara verbal dengan membagikan foto atau brosur 2D. Dimana penjualan dengan cara verbal penjualan

produk masih belum ada peningkatan yang signifikan dan kurang menarik. Selain itu ketika memperkenalkan produk baru ada kesulitan dalam menyampaikan ke pihak toko. Karena barang yang ditawarkan belum ada fisiknya dan hanya berupa gambar atau brosur 2D, sehingga butuh adanya terobosan baru dalam proses mempromosikan produk baru tersebut.

### **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dari penelitian tersebut ialah:

1. Produk baru sulit dikenalkan dan di promosikan secara langsung kepada konsumen.
2. Produk yang di tawarkan kepada konsumen hanya dalam bentuk gambar atau brosur saja.
3. Pengenalan produk melalui brosur atau gambar yang kurang menarik perhatian untuk di promosikan.

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Dari uraian di atas maka batasan masalah dalam penelitian di atas adalah:

1. Penelitian ini fokus pada PT.Sumber Sari Batam yang membahas tentang produk yang baru keluar pada satu tahun terakhir untuk pihak toko.
2. Pengembangan aplikasi ini dapat di jalankan oleh *Smartphone Android* Versi 5.0. ke atas menggunakan metode *Markerless*.

3. Aplikasi ini di buat dengan bahasa pemrograman C# (*C Sharp*) Menggunakan *Unity* dan *Vuforia SDK*.

#### **1.4 Perumusan Masalah**

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pembuatan dan cara penggunaan *Augmented Reality* dalam membangun aplikasi pengenalan produk baru *procter and gamble* berbasis android?
2. Bagaimana respon konsumen terhadap produk *procter and gamble* setelah menggunakan aplikasi?
3. Bagaimana cara mengimplementasikan aplikasi dalam memperkenalkan produk?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Aplikasi dibuat berdasarkan data lapangan dengan sepuluh item produk baru yang dimasukkan kedalam aplikasi untuk diperkenalkan dan di promosikan kepada *customer* dengan menggunakan *augmented reality* untuk menampilkan bentuk 3D suatu produk.
2. Dengan adanya aplikasi yang menampilkan gambar 3D mampu menarik minat *customer* sehingga dapat meningkatkan *income* yang lebih menguntungkan bagi perusahaan.

3. Dalam setiap kunjungan *sales* tidak harus membawa produknya karena produk belum *launching* maka *sales* hanya membawa *smartphone* yang berisi aplikasi pengenalan produk baru menggunakan *augmented reality* jika tertarik maka *sales* akan menggunakan sistem *pre-order* ke perusahaan untuk tahapan yang selanjutnya.

## 1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini di kategorikan menjadi dua, yaitu :

### 1.6.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Memahami perancangan aplikasi pengenalan produk baru *procter and gamble* menggunakan *Augmented Reality* berbasis android.
2. Memperluas penelitian yang dapat dihasilkan dengan aplikasi pengenalan produk baru *procter and gamble* menggunakan *Augmented Reality* berbasis android.
3. Sebagai referensi bagi pembaca yang ingin menggunakan aplikasi pengenalan produk baru *procter and gamble* menggunakan *Augmented Reality* berbasis android.

### **1.6.2. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Membantu konsumen untuk mengetahui produk yang baru *procter and gamble* dengan mudah.
2. Membantu sales dalam menjelaskan tentang produk baru *procter and gamble*.
3. Membantu meningkatkan *profit* perusahaan dalam penjualan produk baru.