

ABSTRAK

Banyaknya pengguna *e-commerce* di Indonesia membuat situs *e-commerce* di Indonesia banyak bermunculan, contohnya adalah tokobagus yang kini berubah menjadi olx, berniaga.com, tokopedia.com, bukalapak.com, dan sebagainya. Dalam strategi pemasaran yang dibuat oleh Jerome McCarthy yang sudah lama dikenal dan diterapkan hingga saat ini, bahwa faktor penting dalam memasarkan produk disebutkan dalam 4 P, diantaranya *Product, Price, Place, Promotion* untuk memenuhi aspek *promotion* pengguna *e-commerce* yang ingin memasarkan barang-barangnya akan menggunakan berbagai situs sekaligus sementara untuk aspek *place* banyaknya pengguna *smartphone* di Indonesia maka akan lebih efektif jika pengguna yang ingin menjual barangnya dapat menggunakan *smartphonenya* untuk memasarkan barang yang akan dijual hal ini dapat disebut dengan *m-commerce*. Untuk mempermudah hal tersebut diperlukan aplikasi untuk perangkat *mobile* agar pengguna memasarkan barangnya ke berbagai situs *e-commerce* sekaligus.

Penelitian ini membahas tentang bagaimana membuat aplikasi untuk menyebar iklan dengan metode *iterative* dan *incremental*. Perancangan aplikasi dengan metode ini dilakukan dengan beberapa iterasi dalam penentuan *scope* hingga dalam mengembangkan fitur-fitur didalamnya Iterasi tersebut perlu dilakukan untuk melakukan adaptasi terhadap situs *e-commerce* tujuan.

Penelitian ini merupakan versi *mobile Android* dari penelitian yang berjudul perancangan web portal pemasaran produk dan jasa ke beberapa situs *e-commerce* indonesia dengan metode *iterative* dan *incremental*. Aplikasi ini akan melengkapi versi *website* tersebut, yang berarti bahwa segala aktivitas pemasarn dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun selama *smartphone* terkoneksi Internet

Kata kunci—*mobile commerce, e-commerce, 4P, iterative, incremental, Android*