



INTISARI

Saat ini, pasar produk perangkat lunak aplikasi perkantoran di Indonesia masih didominasi oleh Microsoft Office. Hal ini merupakan peluang untuk lebih berkembangnya perangkat lunak sejenis di Indonesia. OpenOffice.org, sebagai salah satu aplikasi perkantoran dengan menerapkan prinsip sumber kode terbuka (*open source*), dapat didistribusikan dan digunakan secara gratis, memiliki peluang yang cukup besar untuk digunakan oleh pengguna komputer di Indonesia. Oleh sebab itu, rencana pemasaran perlu dibuat untuk memasyarakatkan penggunaan perangkat lunak OpenOffice.org di Indonesia.

Strategi pemasaran produk ini di Indonesia akan berfokus pada beberapa hal, yaitu:

- a. Produk yang ditawarkan adalah produk yang dapat diunduh secara gratis termasuk sumber kodenya (*source code*), sehingga distribusinya akan berfokus pada media internet.
- b. Merangkul pemerintah Indonesia dalam mempromosikan penggunaan perangkat lunak OpenOffice.org.
- c. Merangkul sekolah-sekolah di Indonesia dalam mempromosikan dan mengkampanyekan budaya penggunaan produk legal dengan alternatif membeli lisensi atau menggunakan produk sumber kode terbuka (*open source*) seperti OpenOffice.org.
- d. Merangkul para pengembang perangkat lunak independen di Indonesia untuk berkontribusi dalam pengembangan perangkat lunak OpenOffice.org melalui komunitas OpenOffice.org.

Berbagai strategi pemasaran tersebut diharapkan dapat mendukung pencapaian proyeksi pertumbuhan pengguna perangkat OpenOffice.org dalam lima tahun ke depan, yaitu sekitar 50% dari jumlah penjualan komputer rakitan di Indonesia.

Beberapa kontrol implementasi untuk mencapai target yang telah ditetapkan akan berfokus kepada aktifitas pengunjung situs resmi OpenOffice.org yang berasal dari Indonesia, yaitu jumlah pengunjung dan jumlah pengunduh perangkat lunak OpenOffice.org. Hasil pemantauan tersebut selanjutnya akan menjadi bahan evaluasi strategi pemasaran yang dijalankan dan koreksi yang akan dijalankan dalam memperbaiki atau meningkatkan kinerja dari strategi pemasaran.

Kata Kunci: rencana pemasaran, perangkat lunak, sumber kode terbuka, pasar Indonesia.



ABSTRACT

Nowadays, market share of the office suite software in Indonesia is still dominated by Microsoft Office. This will be a good opportunity for the other similar software to grow in Indonesian market. OpenOffice.org, as one of office suites which is introduced on the open source principle, allowing to be freely distributed and used, has a great opportunity to be used by the computer users in Indonesia. Thereby, it is necessary to build a marketing plan to widely introduce the OpenOffice.org di Indonesia.

The marketing strategy of this product will focus on some ideas as follow:

- a. The offering product is a software that can be downloaded at no charge including the source code. By that means, the distribution will focus on the internet channel.
- b. Promoting the OpenOffice.org together with Indonesian Government.
- c. Promoting and conducting campaign side by side with some schools throughout Indonesia regarding a habit on using legal software instead of the illegal one. The alternative to promote is that the users may choose to buy proprietary software or just use the open-source software at no charge like OpenOffice.org.
- d. Inviting the independent software developers in Indonesia to contribute ideas in developing OpenOffice.org through the OpenOffice.org community.

Those marketing strategies are expected to be a great way in achieving growth of projected users for the next coming five years which is about 50% of the growth of customized-personal computer in Indonesia.

Some implementation controls have been noted that focus on the Indonesian visitor of official website of the OpenOffice.org. It consists of the number of visitors and the number of the visitor who download the OpenOffice.org. This monitoring result will afterwards be evaluation data to the implemented marketing strategy, and corrective actions to improve the strategy.

Keywords: marketing plan, software, open source, Indonesian market.