

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri pada bidang tekstil dan mode menjadi salah satu industri yang berkembang dengan cepat serta menghasilkan sumber pendapatan yang cukup besar dalam kategori bidang manufaktur di negara Indonesia. Secara global Indonesia menempati urutan ke-12 sebagai eksportir tekstil dan pakaian dengan 1,8 persen dari total pangsa pasar pada tahun 2013 menurut Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API). Industri dibidang tekstil dan mode terus berkembang dari tahun ke tahunnya. Salah satu penyebabnya adalah terjadinya pergeseran nilai dalam masyarakat *modern* yang cenderung menjadi konsumtif menganggap bahwa *fashion* bukan lagi menjadi gaya hidup mewah, melainkan telah menjadi sebuah kebutuhan hidup. Pakaian yang dulunya hanya merupakan kebutuhan sekunder kini perlahan telah bergeser menjadi kebutuhan primer.

Sebagai kota *Trend Setter* dalam bidang kuliner, wisata, serta industri busana dengan model-model yang unik, Bandung kini telah menjadi salah satu pusat tujuan wisata belanja di Indonesia. Banyak pendatang dari luar kota Bandung yang sengaja datang untuk sekadar berbelanja pakaian. Banyaknya *Factory Outlet* (FO), *Clothing line*, serta *Distribution Store* (Distro) menjadi daya tarik konsumen dalam memilih produk yang lebih bervariasi. FO merupakan sebuah toko yang menjual berbagai macam merek busana. Tawaran yang diberikan FO yaitu barang impor dengan harga murah dan kualitas yang baik. Sedangkan *Clothing line* merupakan sebuah merek *apparel* lokal yang cenderung milik individu dan produknya didistribusikan melalui toko yang di sebut Distro.

Distro pertama kali dibangun pada tahun 97-an dengan merek yang pertama adalah 347unkl dan kemudian diikuti oleh merek lainnya yang pendirinya juga merupakan teman dari pendiri Distro pertama tersebut. Di Bandung sendiri tercatat lebih dari 1.200 buah outlet Distro pada tahun 2014, data ini menunjukkan kenaikan angka yang sangat signifikan jika dibandingkan dengan 10 tahun yang lalu hanya terdapat kurang dari 200 Distro, data tersebut di uraikan oleh Asep

Ipran dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Pengaruh Biaya *Overhead* Pabrik Terhadap Harga Pokok Produksi Pada Distro Black Jack”.

Banyaknya Distro yang beredar, hal tersebut dapat mempersulit konsumen dalam menentukan Distro dengan kualitas yang bagus. Pada tahun 2005 salah satu program berita menyatakan bahwa, pemerintah daerah menutup pembangunan *outlet* di kawasan Dago yang telah mencapai 51 toko dan cenderung terus bertambah. Salah satu hal yang memengaruhinya adalah para wisatawan yang hanya mengetahui daerah Dago sebagai tujuan berbelanja. Sehingga minimnya penyebaran informasi serta belum adanya media yang menjelaskan peta lokasi menjadi hambatan bagi calon pembeli untuk dapat berbelanja secara luas di kota-kota Bandung.

Tingginya angka persaingan pada industri pakaian mengakibatkan pelaku usaha khususnya *Clothing line* menjadi semakin kompetitif. Berbagai cara dilakukan agar menarik minat bagi calon pembeli untuk dapat melakukan transaksi terhadap produknya. Salah satu yang menjadi hambatan adalah lokasi Distro yang relatif jauh untuk dituju. Calon pembeli juga kerap kali melakukan survei barang-barang terkait model, kualitas dan harga sebelum akhirnya membeli. Penggunaan media *internet* juga telah dilakukan oleh beberapa merek Distro dalam memberikan informasi, namun untuk mencari lokasi Distro terdekat *user* masih harus mengunjungi situs yang telah disediakan oleh masing-masing Distro dan kemudian mecarnya sendiri.

E-Commerce atau sistem berbelanja secara *online* kini telah menjadi salah satu tren berbelanja di dunia. Di Indonesia sendiri tren tersebut pun telah dapat dikatakan siap digunakan bagi masyarakat yang anak mudanya sebagian besar telah melek *internet* ini. Banyaknya kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi dapat merubah perilaku masyarakat dalam mencari informasi dengan menggunakan *internet* yang dapat diakses dari berbagai macam perangkat keras. Di Indonesia sendiri telah tercatat sebanyak 139 juta jiwa telah menggunakan *internet*. Hal ini dipaparkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa *Internet* pada tahun 2014, jika dipersentasikan dengan seluruh total masyarakat Indonesia tahun 2014 sebanyak 240 juta jiwa (Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional) maka didapat sebanyak 57% masyarakat Indonesia telah menggunakan *internet*.

Didorong dengan pengguna perangkat *mobile* khususnya jenis *smartphone* di Indonesia dari tahun ke tahunnya yang mengalami pertumbuhan, tren menggunakan *smartphone* ini pun telah banyak dilakukan oleh masyarakat generasi sekarang. Dalam kehidupan sehari-hari seseorang yang menggunakan sebuah aplikasi *mobile* untuk menentukan baik dalam hal kuliner terfavorit, penginapan terfavorit bahkan sistem pemesanan tiket transportasi secara *online* pun sudah menjadi hal yang biasa. Menurut hasil studi bertajuk "*Getting Mobile Right*" yang di laksanakan pada pertengahan 2013 dan diprakarsai oleh Yahoo dan Mindshare, saat ini ada sekitar 41,3 juta jiwa atau sekitar 17% dari total penduduk Indonesia telah menggunakan *smartphone* dan 6 juta jiwa atau sekitar 2.5% telah menggunakan *tablet* di Indonesia.

Dari pertimbangan segala aspek yang menjadi permasalahan di atas, maka dalam proyek Tugas Akhir ini Penulis akan merancang sebuah aplikasi ponsel *system* belanja *online* (*e-commerce*) dengan kategori *Fashion Shopping* yang melibatkan beberapa *Clothing line* di kota Bandung sebagai *partner* untuk dapat menyebar-luaskan informasi mereka dalam aplikasi yang akan dirancang tersebut.

1.2 Permasalahan

Dalam menentukan proyek tugas akhir ini, Penulis mengambil inti sari permasalahan dalam menentukan apa yang ingin dibuat, dengan menentukan kunci-kunci permasalahan sebagai berikut:

1.2.1 Identifikasi Masalah

- a. Kian banyaknya merek Distro di kota Bandung menyulitkan konsumen untuk menemukan Distro dengan kualitas yang bagus.
- b. Belum adanya media yang menjelaskan pemetaan lokasi Distro di kota Bandung.
- c. Sulit dan terbatasnya calon pembeli dalam mencari informasi letak Distro terdekat.
- d. Belum adanya media yang terintegrasi antara satu merek dengan merek lainnya yang dapat membandingkan harga produk Distro.

1.2.2 Rumusan masalah

Bagaimana merancang sebuah tampilan aplikasi ponsel sebagai media penyampai informasi Distro di kota Bandung?

1.3 Ruang Lingkup

Dalam pengerjaan Tugas Akhir ini batasan pekerjaan yang dilakukan oleh Penulis adalah dengan menggunakan konsep 4W1H berikut:

A. What (Apa?)

Perancangan aplikasi *mobile* sistem belanja *online* atau *e-retail* dari beberapa Distro di kota Bandung.

B. Who (Siapa?)

Target pengguna aplikasi ini adalah masyarakat muda di luar kota Bandung yang telah menggunakan internet dengan level ekonomi menengah ke atas khususnya bagi mereka yang peka akan tren mode jaman sekarang.

C. Where (Dimana?)

Penelitian akan dilaksanakan dengan mengunjungi beberapa Distro di kota Bandung.

D. When (Kapan?)

Waktu penelitian dimulai dari bulan Februari – Maret 2015 dengan masa pengerjaan aplikasi *mobile* dari bulan Maret – Mei 2015.

E. How (Bagaimana?)

Penelitian akan dilakukan dengan wawancara pelaku usaha Distro, praktisi di bidang mode, serta kepada pakar *mobile developer* yang akan membantu Penulis dalam membuat aplikasi ponsel. Kuesioner disebar ke beberapa kota besar di Indonesia juga dengan melakukan studi pustaka untuk mempelajari segala aspek yang berkaitan dengan perancangan aplikasi ini.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan tugas akhir ini adalah menghasilkan sebuah aplikasi ponsel Distro kota Bandung yang dapat memberikan informasi mengenai lokasi Distro, informasi promosi, dan informasi gaya berpakaian masa kini.

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

Metode pengumpulan data serta analisis yang digunakan oleh Penulis dalam pengerjaan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Cara Pengumpulan Data

A. Studi literatur

Studi Literatur adalah kemampuan manusia untuk mengurai dan menggabungkan, memungkinkan untuk membuat teori baru dari teori yang sudah ada, dari hasil membaca. (Soewardikoen, 2013 : 6)

Studi literatur dilakukan dengan cara mencari teori yang berhubungan dengan permasalahan, dan bertujuan untuk menyimpulkan suatu hipotesa baru.

B. Wawancara

Wawancara adalah instrumen penelitian. Kekuatan wawancara adalah penggalian pemikiran, konsep dan pengalaman pribadi pendirian atau pandangan dari individu yang diwawancara. Mencoba mendapatkan keterangan secara lisan dari narasumber, dengan bercakap-cakap dan berhadapan muka. (Soewardikoen, 2013 dalam Koentjanigrat, 1980 : 165).

Wawancara dilakukan kepada beberapa narasumber dari kalangan praktisi di bidang *fashion* dan *developer mobile application*, serta pelaku usaha *apparel*, dengan bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pentingnya penggunaan media *online* dalam membantu menjalankan sebuah usaha di bidang *fashion*.

C. Observasi

Observasi adalah mengumpulkan data yang kemudian diolah menjadi sebuah informasi. Dalam hal penelitian visual adalah mengumpulkan data visual atau gambar. Gambar dilihat secara teliti, memberikan sensasi kepada otak untuk diolah menjadi persepsi kemudian dirangkaikan menjadi informasi. (Soewardikoen, 2013 : 6).

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pemetaan lokasi Distro yang menjadi objek ruang lingkup tugas akhir Penulis

khususnya di kota Bandung. Adapun empat kecamatan yang penulis ambil sebagai sampel antara lain; Lengkong, Sumur Bandung, Bandung Wetan, dan Coblong.

D. Kuesioner

Kuesioner adalah cara untuk memperoleh data dalam waktu yang relatif singkat kerana banyak orang yang dapat sekaligus dihubungi. (Soewardikoen, 2013 : 25).

Kuisisioner dibagikan dengan target 100 calon pembeli baik di kota Bandung maupun dari luar daerah kota Bandung.

1.5.2 Analisis

Analisis dilakukan pada setiap data yang didapatkan yakni; hasil koesioner terhadap 100 calon pembeli yang ada di Indonesia, hasil wawancara terhadap pakar *mobile developer* dan praktisi di bidang *fashion*, serta data kompetitor dari ShopStlye dan Zara. Metode analisis yang Penulis gunakan ialah metode matriks perbandingan. Variabel yang akan diuji antara lain; UI, UX, model navigasi, orientasi, unsur visual, gesture. Cara ini dimaksudkan agar Penulis dapat menemukan kekurangan dari produk yang telah ada dengan kemudian menambahkannya sebagai fitur baru pada produk yang akan dirancang oleh Penulis.

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

1.7 Pembabakan

Bab I: Pendahuluan

Bab ini berisikan adanya latar belakang penentuan masalah, identifikasi serta rumusan dari masalah yang diambil oleh Penulis, ruang lingkup yang menjadi cakupan tugas oleh Penulis, tujuan dari perancangan aplikasi yang dikerjakan oleh Penulis, teknik-teknik yang Penulis gunakan dalam mengumpulkan data, serta kerangka penelitian dan pembabakan dari bab-bab dalam laporan ini.

Bab II: Dasar Pemikiran

Menjelaskan teori atau dasar pemikiran yang akan digunakan sebagai landasan untuk menganalisis/ menguraikan permasalahan yang ditentukan oleh penulis.

Bab III: Uraian data hasil survei analisis

Memaparkan semua data yang didapatkan oleh Penulis dari hasil survei secara strukur.

Bab IV: Konsep dan Hasil Perancangan

Bab ini berisikan tentang konsep perancangan dengan menggunakan strategi komunikasi, strategi kreatif serta strategi visual yang kemudian disertakan hasil perancangan yang dikerjakan oleh Penulis mulai dari sketsa hingga screenshot dari hasil akhir aplikasi yang dibuat.

Bab V: Penutup

Sebagai akhir dari laporan penelitian yang akan membahas tentang kesimpulan, saran, daftar pustaka, sumber lain serta lampiran.