

ABSTRAK

PERANCANGAN APLIKASI *SMARTPHONE* UNTUK KONSUMEN DI KAWASAN TEKSTIL CIGONDEWAH

Oleh :
Gary Tandanajaya
NRP 1064062

Bandung dikenal masyarakat sebagai kota *fashion*. Banyaknya *outlet*, distro, dan mall yang berada di kota Bandung membuat para pengusaha di bidang industri *fashion* semakin meningkat. Kebutuhan akan bahan baku tekstil pun semakin tinggi sehingga banyak pemilik usaha kecil menengah lebih memilih berbelanja kain ke daerah yang lebih murah.

Di Bandung Kulon tepatnya di Kawasan Tekstil Cigondewah terdapat sentra kain yang sudah cukup lama berdiri. Di kawasan ini mayoritas pedagangannya menjual bahan tekstil hampir 90% dengan berbagai macam jenis barang. Banyaknya jenis bahan tekstil yang diperjualbelikan di daerah ini, membuat konsumen mengalami kesulitan sehingga harus berkeliling mencari ke toko - toko lain di Kawasan Tekstil Cigondewah.

Oleh karena itu dengan permasalahan yang ada dibuatlah aplikasi *smartphone* yang berguna untuk mempermudah konsumen dalam mencari jenis barang yang dibutuhkan. Sehingga konsumen tidak perlu repot - repot berkeliling di Kawasan Tekstil Cigondewah. Karena aplikasi ini dibuat khusus untuk *smartphone* yang sekarang sudah menjadi kebutuhan bagi sebagian masyarakat, sehingga aplikasi ini sangat membantu para konsumen dalam mencari kebutuhan mereka di Kawasan Tekstil Cigondewah.

Kata kunci : Kawasan Tekstil Cigondewah, KTC, sentra kain cigondewah

ABSTRACT

SMARTPHONE APPLICATION DESIGN FOR CUSTOMERS OF CIGONDEWAH TEXTILE REGION

Submitted by
Gary Tandanajaya
NRP 1064062

Bandung is well-known as a fashion city. The number of outlets, bistros, and malls in Bandung has encouraged the fashion business people to increase their production. The need of raw material increases and this results in the owner of small businesses' choosing to get their material at places which sells them inexpensively.

In West Bandung, at Cigondewah Textile Region to be exact, there is a textile center that has been standing for a long time. The majority of people in this area sell various kinds of textile material. The large variety of material makes it difficult for the customers to find what they need as they have to walk around the region to find the right material.

As a solution of the problem, the writer designs a smartphone application which purpose is to help customers to find the material they need without having to walk around the textile region. This application is specifically created for smartphones, which now have been considered a necessity by most people; therefore, this application will help the customers to find the material they need at Cigondewah Textile Region.

Keywords: Cigondewah Textile Region, KTC, Cigondewah Textile Center

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR DIAGRAM.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.2.1 Rumusan Masalah.....	2
1.2.2 Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	4
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 6
2.1 Pengertian Sentra	5
2.2 Aplikasi	6
2.2.1 Pengertian Aplikasi.....	6
2.2.2 Aplikasi <i>Mobile</i>	6
2.3 Definisi Pemasaran.....	7
2.4 Strategi Pemasaran.....	8
2.5 Konsep - Konsep Pemasaran.....	9
2.6 Pengertian UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).....	10

2.7 Teori Promosi.....	10
2.8 Jenis - Jenis Kain.....	11
2.8.1 Jenis Serat Kain.....	11
2.8.2 Sifat dari Bahan Tekstil.....	12
 BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	14
3.1 Data dan Fakta	14
3.1.1 Data Instansi Terkait.....	14
3.2 Hasil Wawancara.....	17
3.3 Kuesioner	19
3.4 Tinjauan Karya Sejenis.....	26
a) Pasar Baru Trade Centre.....	26
3.5 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	27
3.6 SWOT	28
 BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	30
4.1 Konsep Komunikasi.....	30
4.2 Konsep Kreatif	30
4.2.1 Konsep Visual.....	31
4.2.2 Konsep Warna.....	31
4.2.3 Konsep Tipografi.....	32
4.2.4 Konsep Layout.....	32
4.3 Konsep Media	33
4.4 Hasil Karya.....	33
4.4.2 Media Sosial.....	42
4.5 Budjeting.....	42
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	43
5.1 Kesimpulan.....	43
5.2 Saran.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Perancangan.....	4
Gambar 3.1 Logo Kawasan Tekstil Cigondewah	14
Gambar 3.2 Peta Lokasi Kawasan Tekstil Cigondewah.....	15
Gambar 3.3 Denah Kawasan Tekstil Cigondewah.....	16
Gambar 3.4 Lokasi Kawasan Tekstil Cigondewah.....	18
Gambar 3.5 Website Pasar Baru Trade Centre.....	27
Gambar 4.1 Tampilan Awal Layout KTC.....	33
Gambar 4.2 Tampilan Beranda Layout KTC.....	34
Gambar 4.3 Tampilan Lokasi Denah KTC.....	34
Gambar 4.4 Tampilan Letak Wilayah KTC.....	35
Gambar 4.5 Tampilan Jenis Bahan.....	35
Gambar 4.6 Tampilan Jenis Bahan Katun.....	36
Gambar 4.7 Tampilan Jenis Bahan Polyster.....	36
Gambar 4.8 Tampilan Jenis Bahan Spandex.....	37
Gambar 4.9 Tampilan Jenis Bahan Denim.....	37
Gambar 4.10 Tampilan Jenis Bahan Satin.....	38
Gambar 4.11 Tampilan Jenis Bahan Batik.....	38
Gambar 4.12 Tampilan Jenis Bahan Drill.....	39
Gambar 4.13 Tampilan Jenis Bahan Korduroy.....	39

Gambar 4.14 Tampilan Jenis Bahan Jersey.....	40
Gambar 4.15 Tampilan Keranjang.....	40
Gambar 4.16 Tampilan Toko Penjual Bahan.....	41
Gambar 4.17 Tampilan Toko Penjual Bahan.....	41



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Usia Responden.....	19
Diagram 3.2 Pekerjaan Responden.....	19
Diagram 3.3 Tempat Responden Membeli Kain.....	20
Diagram 3.4 Pendapat Responden Tentang Cigondewah.....	20
Diagram 3.5 Alasan Responden Membeli Kain di Cigondewah.....	21
Diagram 3.6 Seberapa Sering Responden Datang ke Cigondewah.....	21
Diagram 3.7 Hal Apa Yang Menjadi Pertimbangan Responden.....	22
Diagram 3.8 Jenis Bahan Apa Yang Sering Dibeli Responden.....	22
Diagram 3.9 Media Iklan Apa yang Responden Sering Perhatikan.....	23
Diagram 3.10 Seberapa Penting Iklan Bagi Konsumen.....	23
Diagram 3.11 Apakah Responden Pernah Datang ke KTC.....	24
Diagram 3.12 Faktor yang Membuat Responden Tidak Membeli di KTC.....	24
Diagram 3.13 Faktor yang Harus Diperbaiki Dari KTC.....	25
Diagram 3.14 Pendapat Responden Terhadap Promosi dari Pihak KTC.....	25
Diagram 3.15 Media Iklan Apa yang Responden Inginkan Dari KTC.....	26