

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dunia fashion adalah salah sektor yang terus berkembang dan berfungsi sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Brand Mansion Club, sebagai salah satu brand fashion yang telah dikenal luas, memiliki peran penting dalam menentukan arah tren mode dan gaya hidup. Dengan reputasi yang solid dan koleksi produk yang beragam, Brand Mansion Club berhasil menarik perhatian konsumen dari berbagai kalangan.

Merek fashion mewah (luxury) mencakup sejarah panjang dan warisan budaya yang kaya. Merek-merek ini sering berasal dari rumah mode yang didirikan oleh desainer terkenal atau keluarga yang memiliki tradisi dalam industri fashion. Sejak awal, merek-merek fashion mewah telah dikenal karena kualitas, keahlian dalam kerajinan, dan inovasi dalam desain. Mereka sering menjadi pionir dalam menetapkan tren mode dan menciptakan produk-produk yang menjadi ikon dalam industri. Warisan merek fashion mewah sering terkait dengan nilai-nilai seperti keanggunan, keindahan, dan eksklusivitas. Selama bertahun-tahun, merek-merek ini telah membangun citra yang kuat dan prestise yang mendunia, menarik pelanggan dari berbagai lapisan masyarakat yang menghargai kualitas dan gaya yang unik. Di era digital saat ini, merek-merek fashion mewah terus beradaptasi dengan perubahan tren dan teknologi, memperluas kehadiran mereka melalui platform online dan media sosial untuk tetap relevan dan terhubung dengan

konsumen modern. Dengan warisan yang kaya dan dedikasi terhadap inovasi merek fashion mewah terus menjadi pemimpin dalam industri fashion global, mencerminkan kemewahan, gaya, dan status yang tak tertandingi.

Dalam menghadapi banyaknya persaingan yang makin ketat dalam industri fashion, brand- brand tidak hanya dituntut untuk berinovasi dalam desain produk, tetapi juga dalam memperkuat interaksi dengan konsumen. Di tengah kemajuan teknologi informasi, aplikasi mobile menjadi alat yang sangat efektif untuk memperluas jangkauan pasar, memperkuat loyalitas konsumen, serta meningkatkan kemudahan dalam berbelanja. Aplikasi mobile ini memungkinkan brand untuk menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan interaktif, seperti rekomendasi produk yang disesuaikan dengan preferensi individu, pemberitahuan mengenai promo atau diskon, serta layanan pelanggan yang lebih responsif. Selain itu, perkembangan teknologi juga telah merubah cara pelanggan berbelanja secara drastis. Dulu, pelanggan lebih banyak mengandalkan gerai fisik untuk berbelanja produk fashion. Namun, dengan adanya e-commerce dan platform belanja online, konsumen kini memiliki lebih banyak pilihan dan kemudahan untuk berbelanja kapan saja dan di mana pun berada.

Tren ini diperkuat dengan adanya media sosial yang berperan sebagai saluran pemasaran yang efektif, di mana brand dapat mempromosikan produk mereka secara lebih luas dan langsung kepada target audiens.

Lebih jauh lagi, integrasi teknologi (AR) atau augmented reality serta virtual reality (VR) dalam aplikasi belanja sudah membagikan pengalaman baru yang menarik untuk konsumen. Dengan teknologi ini, konsumen bisa berupaya produk secara virtual saat sebelum memutuskan buat membeli, sehingga kurangi ketidakpastian serta tingkatkan kepuasan berbelanja. Perihal ini pula membuka kesempatan untuk brand buat lebih kreatif dalam menyajikan produk mereka, membagikan pengalaman yang lebih mendalam serta menarik. Oleh sebab itu, untuk brand yang mau senantiasa relevan serta kompetitif di industri mode, investasi dalam teknologi serta inovasi digital jadi sesuatu keharusan. Tidak cuma buat menarik atensi konsumen, namun pula buat membangun ikatan jangka panjang yang lebih kokoh dengan mereka. Dengan menggunakan teknologi secara maksimal, brand bisa menghasilkan nilai tambah yang signifikan, baik dari segi produk ataupun layanan, yang pada kesimpulannya hendak menolong mereka bertahan serta tumbuh di tengah persaingan yang terus menjadi sengit. Konsumen modern cenderung mencari kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi, termasuk dalam mencari dan membeli produk fashion. Oleh karena itu, keberadaan aplikasi katalog yang memberikan informasi yang jelas, terperinci, dan mudah diakses menjadi sangat penting bagi brand-brand fashion, termasuk Brand Mansion Club.

Dengan aplikasi ini konsumen dengan gampang bisa mencari serta bisa dengan gampang menyamakan produk satu dengan produk yang lain, sebab membagikan data yang tidak cuma terperinci namun bisa mengenali dengan rinci produk yang disukai. Dalam mengembangkan suatu aplikasi perlu

mengikuti metodologi pengembangan tertentu, yang didasarkan pada permasalahan yang ada dan sesuai dengan model siklus hidup pengembangan aplikasi. Saat mengembangkan aplikasi, pengamat hendak melakukan analisis kebutuhan, pengembangan aplikasi, implementasi, dan evaluasi. Penggunaan teknologi Android pada gadget memiliki kelebihan berupa aksesibilitas mudah serta mengizinkan pengembangan sistem dengan biaya minimal (Kuswanto & Radiansah, 2018).

Studi ini ditujukan supaya aplikasi ini dapat membantu pelanggan serta pelakon bisnis dalam memperkenalkan dan visualisasi katalog. Buat itu dinaikan riset ini dengan judul **“RANCANG BANGUN APLIKASI KATALOG PADA BRAND MANSION CLUB BERBASIS ANDROID”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Menurut penjelasan di atas, poin utamanya jelas masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Tidak adanya penjelasan yang sesuai dari katalog tentang apa apa saja yang ditawarkan, seperti harga, promosi dan gaya fashion terlengkap.
2. Belum adanya metode untuk membuat kostumisasi mode order yang cocok untuk kemauan client.
3. Tidak adanya aplikasi mode luxury brand rumahan yang diterapkan buat menolong tingkatan penjualan.

## **1.3 Batasan Masalah**

Lingkup menimpa mode luxury brand serta pengembangan aplikasi digital katalog luxury mode rumahan di brand mansion, sehingga periset membuat

pembatasan permasalahan supaya riset ini dapat terfokus pada inti ulasan yang akan diteliti.

1. Aplikasi menampilkan berbagai fitur seperti inventaris yang tersedia, harga, promosi, kustom produk, dan fungsi pesan untuk proses transaksi.
2. Aplikasi yang tersedia untuk Android dibuat menggunakan kode Visual Studio dan dapat digunakan pada Android versi 8.0 Oreo ke atas.
3. Dengan memakai metodologi Software Development Life Cycle (SDLC), proses pengembangan terdiri dari langkah-langkah berikut: perencanaan, analisis, desain, implementasi, implementasi, dan evaluasi.
4. Perangkat lunak yang dipakai adalah Visual Studio Code, Figma, Dart dan Flutter yang berbasis sistem operasi Android.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Dari hasil penelitian diatas terlihat permasalahan yang ada sudah teratasi yaitu.

1. Seperti apa peran SDLC dalam merancang sebuah aplikasi?
2. Bagaimana cara mengimplementasikan aplikasi yang sudah dibuat untuk membantu fashion luxury brand rumahan untuk meningkatkan penjualan dan berdampak ke brand mansion.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Riset ini bertujuan untuk mengembangkan aplikasi katalog digital yang efektif, seperti berikut ini:

1. Mempraktikkan aplikasi yang telah dikembangkan untuk meningkatkan efisiensi layanan dan mempermudah proses pemesanan merek fashion premium
2. Tujuan dari aplikasi ini adalah untuk memudahkan pemesanan digital bagi pelanggan dan menambah pengetahuan pelanggan tentang gaya fashion.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

manfaat dari teori atau manfaat jangka Panjang, dalam pengembangan teori pembelajaran dari penelitian di atas

1. Terdapat manfaat teoritis dalam penelitian yang sedang dilakukan yaitu diharapkan dapat memberikan tingkatan penjualan bagi brand mansion dalam menjual fashion luxury brand rumahan dan mempermudah customer dan calon customer Selama proses pemesanan terkomputerisasi.
2. Penelitian ini dapat membantu penulis dalam memahami konsep akademik terkait efisiensi operasional dan proses digitalisasi dalam fashion luxury brand rumahan. Pengarang dapat menjelaskan pengetahuan teoritis yang ada dan menyoroti literatur yang ada di lapangan.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Berikut beberapa manfaat praktisnya atau manfaat yang bisa di ambil dari penelitian tersebut oleh peneliti itu sendiri.

1. Penelitian ini diharapkan dapat membantu memperjelas bagaimana pertumbuhan dan deskripsi siswa dalam modul kemampuan dapat digunakan

untuk menentukan tolak ukur yang tepat dalam keberhasilan siswa dalam warga.

2. Penelitian ini Diharapkan demikian meningkatkan Pedoman penulisan aplikasi e-katalog pada mansion club untuk peningkatkan ordering product di brand mansion club.
3. Penulis yakin katalog dan aplikasi ini dapat meningkatkan efisiensi pemesanan barang bagi pelanggan dan kru Mansion Club.