

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Permasalahan Konsumen

Konsumen memikirkan kualitas keseluruhan, biaya, dan desain citra produk saat mengambil keputusan. Untuk menawarkan berbagai macam produk yang memuaskan pelanggan, barang dengan desain yang menarik, harga yang wajar, merek yang dapat dikenali atau bergaya, dan produk berkualitas tinggi menarik bagi mereka. (Dewi & Sutrisna, 2024)

Dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen cenderung mengevaluasi secara matang apakah akan membeli, memakai atau menggunakan atau ada nilai manfaat dari produk tersebut, harga sesuai dengan yang diinginkan dan risiko yang mungkin timbul. (Allolinggi & Ramba, 2024)

Pada permasalahan konsumen ini dari penelitian-penelitian sebelumnya kami menemukan pokok permasalahan mengenai beberapa permasalahan konsumen yang terjadi antara lain yaitu kualitas keseluruhan yang mana konsumen akan mengevaluasi kualitas produk secara menyeluruh untuk memastikan produk tersebut memenuhi kebutuhan mereka. Kemudian pada harga produk yang mana akan dipertimbangkan dengan baik oleh konsumen dengan melihat keuangan mereka dan harga produk serupa di pasaran untuk memastikan nilai yang sepadan. Kemudian konsumen juga mengevaluasi secara matang apakah akan membeli dengan melihat desain terbaru yang membuat konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut. Kemudian konsumen akan menilai apakah produk menawarkan manfaat seperti solusi untuk masalah tertentu dan peningkatan kenyamanan ketika dipakai. Kemudian pada citra atau keunikan yang ada di dalam produknya juga menjadi permasalahan yang mana saat ini konsumen cenderung hanya melihat merek dagang yang menjadi tolak ukur pembelian dan hanya berdasarkan keinginan mereka, namun disisi lain produk terkadang belum memiliki ciri khas untuk yang diciptakan.

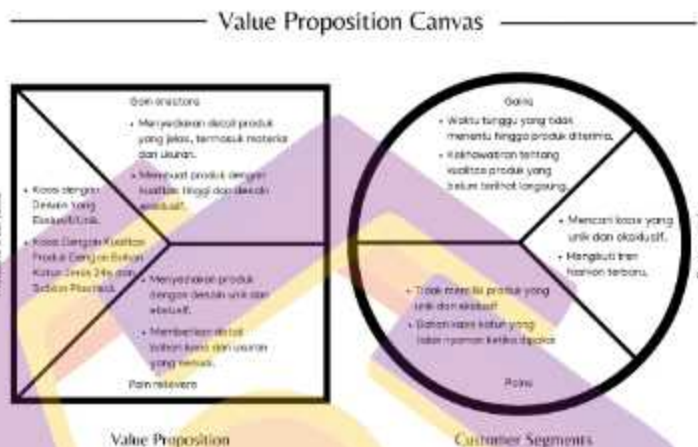
1.2. Solusi dan Nilai Lebih Yang Ditawarkan

Dalam menghadapi permasalahan tersebut, terdapat beberapa solusi dan nilai tambah yang dapat diimplementasikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mendukung perkembangan bisnis kaos *pre order* sebagai berikut antara lain yaitu kami memberikan informasi secara lengkap dan jelas mengenai spesifikasi produk, termasuk bahan dan proses pembuatan, sehingga konsumen merasa yakin terhadap kualitas produk kaos. Kami menetapkan harga yang wajar sesuai dengan kualitas produk dan menawarkan diskon setiap pembelian 3 produk kaos dan melayani sistem COD serta memberikan gratis ongkir setiap pembelian disekitar wilayah kami. Kemudian kami juga memberikan pelayanan pelanggan dengan menyediakan dukungan yang cepat dan efisien melalui berbagai saluran komunikasi seperti *whatsapp business* untuk menjawab pertanyaan yang konsumen berikan. Untuk nilai lebih yang kami berikan yaitu dengan melakukan pemilihan kualitas produk kaos berbahan katun 24s yang mana bahan kaos tersebut bersifat nyaman ketika dipakai, tidak mudah luntur warnanya, tidak mudah molor, serta juga pengawasan mutu pada finishing produk kami cek ulang kembali supaya konsumen dapat melakukan pembelian kembali/*repeat order*. Kami juga selalu mengikuti perkembangan zaman dengan selalu melihat trend saat ini dalam hal desain yang akan menjadi hal utama dalam perkembangan produk kaos *pre order*, dengan desain-desain terbaru konsumen tidak merasa *monoton* akan membeli produk tersebut. Kemudian dalam keunikan produk ini kami memberikan desain dengan unsur misterius yang mana menjadi kekuatan/ciri khas kami yang dapat menjangkau pada usia 16 hingga 35 tahun.

1.3. Noble Purpose

Tujuan mulia dari brand MISTYQ adalah mewujudkan kepercayaan diri dan kreativitas melalui pakaian. MISTYQ bertekad untuk memberdayakan orang lain terutama pada orang-orang didekatnya yang belum memiliki pekerjaan, dan melalui konsep *pre order* memungkinkan mereka memiliki pakaian berkualitas tinggi dengan desain eksklusif. Bisnis ini juga diharapkan

dapat meningkatkan penjualan melalui platform marketplace Shopee, Tiktok, Lazada.



Gambar 1. 1 Value Proposition Canvas

1.4. Visi dan Misi

a. Visi

“Menjadi perusahaan kaos yang memberikan produk berkualitas tinggi dengan desain yang inovatif dan berkontribusi pada perubahan sosial yang lebih baik.”

b. Misi

1. Mampu memberikan kualitas yang tinggi dan premium seperti bahan kain, sablon, packaging
2. Mampu memberikan desain yang kekinian dengan tema misterius.
3. Mampu menyisihkan beberapa keuntungan untuk diberikan kepada yang membutuhkan seperti fakir miskin, anak yatim piatu, dan kaum dhuafa.
4. Meningkatkan penjualan dengan menggunakan pemasaran digital, sehingga dapat menjangkau pangsa pasar yang luas