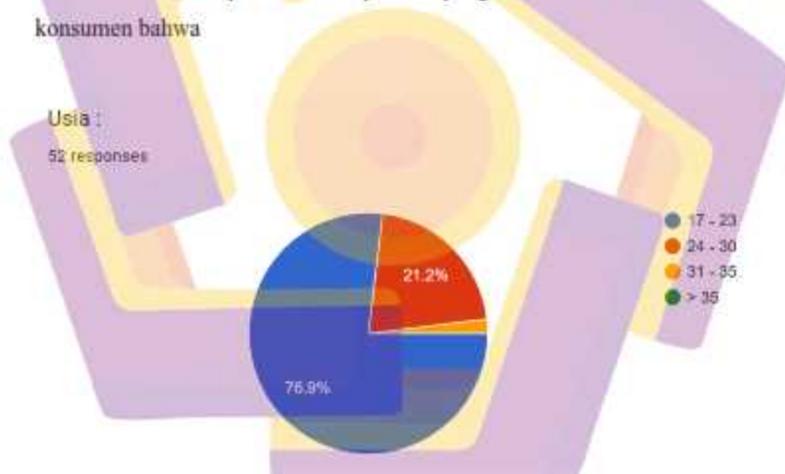


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Permasalahan Konsumen

Sayvara Label merupakan usaha yang menjual hijab dengan mengedepankan bahan yang nyaman serta pilihan warna yang basic dan varian produk yang *timeless*. Dalam proses pengembangan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen sayvara melakukan survei dengan menggunakan kuisisioner google form yang dilakukan dengan melihat kebutuhan dan keinginan target pasar lalu memperlihatkan produk yang Sayvara Label jual apakah sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan target pasar. Kuisisioner dilakukan pada tanggal 25 – 31 Oktober 2024, didapatkan 52 responden yang terdiri dari konsumen dan calon konsumen bahwa

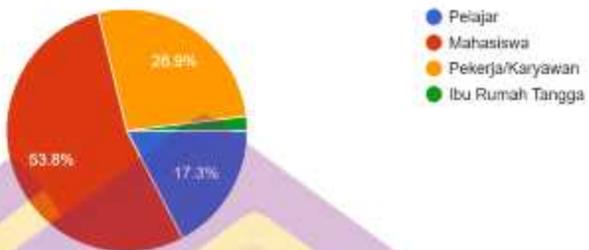


Gambar 1.1 Responden Berdasarkan Umur

Terdapat 40 responden berusia antara 17 – 23 tahun 11 responden berusia 24 – 30 tahun, dan satu responden berusia 31 – 35 tahun.

Status :

52 responses



Gambar 1.2. Responden Berdasarkan Status

Klasifikasi berdasarkan pekerjaan, terdapat responden dengan pekerjaan mahasiswa sejumlah 14 orang, pekerja/karyawan sejumlah 9 orang, responden pelajar berjumlah 28 orang, dan 1 responden Ibu Rumah Tangga.

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner, beberapa permasalahan konsumen terkait hijab dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Pilihan hijab yang terbatas
2. Lebih memilih berbelanja secara offline dibandingkan online
3. Customer menginginkan produk yang *versatile*
4. Harga tidak sesuai kualitas

1.2. Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan

Sayvara Label hadir sebagai merek yang berkomitmen untuk memberikan produk hijab yang berkualitas dari segi bahan dan variasi yang berkelanjutan. Dalam dunia fashion yang terus berkembang konsumen semakin mencari tidak hanya estetika, tetapi juga nilai lebih yang ditawarkan dari setiap produk dari merek yang akan dipilih. Oleh karena itu, Sayvara Label berusaha memenuhi harapan ini dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan customer.

Sayvara Label memahami kebutuhan dan preferensi konsumen melalui hasil kuisisioner yang kami lakukan. Dari analisis tersebut, mengidentifikasi beberapa permasalahan yang dihadapi oleh target pasar dan menawarkan solusi yang tepat serta nilai lebih yang kami berikan.

Dalam era yang semakin kompetitif, memahami kebutuhan dan preferensi konsumen menjadi kunci untuk keberhasilan suatu produk, termasuk hijab. Hasil riset yang dilakukan melalui kuisioner menunjukkan bahwa konsumen memiliki beragam permasalahan yang terkait dengan produk hijab. Dari tingginya permintaan terhadap hijab hingga preferensi berbelanja yang lebih mengutamakan pengalaman offline, setiap aspek menggambarkan kompleksitas pasar hijab saat ini.

Melihat fenomena ini, penting bagi produsen dan pemasaran untuk merumuskan strategi yang tepat guna mengatasi permasalahan yang dihadapi konsumen. Solusi yang efektif tidak hanya akan meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat posisi merek di pasar. Dalam konteks ini, kami telah mengidentifikasi empat permasalahan utama yang dihadapi konsumen dan mengembangkan solusi yang dapat diimplementasikan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dengan pendekatan yang tepat, diharapkan dapat tercipta hubungan yang lebih baik antara merek dan konsumen, serta mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan dalam industri hijab.

Tabel 1.1. Permasalahan dan Solusi

Permasalahan	Solusi
1. Pilihan yang terbatas	Diversifikasi Produk
2. Lebih menyukai berbelanja offline	Penjualan offline (titip jual)
3. Menginginkan hijab yang <i>versatile</i>	Hijab yang fleksibel
4. Harga yang tidak sesuai dengan kualitas	Harga yang terjangkau tanpa mengorbankan kualitas

1. Diversifikasi produk, berdasarkan umpan balik dari responden yang menyatakan ketertarikan tidak hanya pada pashmina, tetapi juga hijab segi empat, Sayvara Label telah berinovasi dengan koleksi hijab segi empat paris polos. Dengan memberikan variasi yang lebih luas bagi pelanggan untuk memilih hijab yang sesuai gaya dan kebutuhan mereka. Mengembangkan

- berbagai jenis hijab dengan desain dan fungsi yang berbeda untuk memenuhi berbagai kebutuhan konsumen
2. Penjualan offline, menyadari bahwa banyaknya konsumen yang lebih suka membeli hijab secara offline agar dapat melihat dan merasakan kualitas produk secara langsung. Untuk itu, Sayvara Label telah mengimplementasikan sistem titip jual di beberapa toko offline guna mempermudah pelanggan dalam mendapatkan produk.
 3. Hijab yang fleksibel untuk berbagai acara baik formal maupun kasual sangat diinginkan oleh target pasar, Pashmina Rayon, Oval Jersey, dan Paris Polos terbukti dapat digunakan di berbagai acara formal maupun kasual untuk memenuhi kebutuhan pengguna dengan tetap tampil stylish di berbagai situasi.
 4. Harga yang terjangkau tanpa mengorbankan kualitas dan standar dari Sayvara Label

1.3. Nilai Lebih Sayvara Label

Dengan fokus penggunaan bahan yang nyaman, Sayvara Label memastikan setiap hijab yang dihasilkan memberikan kenyamanan dan kepraktisan penggunaannya. Berbagai pilihan produk yang diperjualkan menambah daya tarik memungkinkan pelanggan untuk mengekspresikan diri dengan gaya yang berbeda. Selain itu komitmen Sayvara Label memahami pentingnya pengalaman pelanggan yang memuaskan dengan menyediakan garansi produk yang sudah berstandar. Dalam konteks ini, nilai lebih yang ditawarkan oleh Sayvara Label tidak hanya terletak pada produk itu sendiri, tetapi juga pada keseluruhan pengalaman yang diberikan kepada konsumen, menjadikannya merek pilihan utama bagi mereka yang mencari hijab berkualitas dan ramah kantong tanpa mengorbankan kualitas produk itu sendiri.

Dengan solusi dan nilai lebih ini, Sayvara Label berharap dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan target pasar, serta terus berinovasi untuk memberikan produk hijab yang dibutuhkan di pasaran.

1.4. Noble Purpose

Tujuan sebuah usaha tentu untuk mendapat keuntungan, Selain itu, tujuan lainnya yakni Sayvara Label ingin Menciptakan Kepercayaan Diri dan Kecantikan bagi Wanita Muslim Melalui Hijab yang nyaman dan *timeless*.

Sayvara Label berkomitmen untuk kepercayaan wanita muslim dengan menyediakan hijab yang tidak hanya modis, tetapi juga nyaman dan praktis. Kami percaya bahwa setiap wanita berhak merasa percaya diri dan cantik dalam setiap kesempatan. Melalui desain yang *timeless* dan bahan yang berkualitas serta pilihan warna yang basic, kami berusaha untuk menjadi solusi bagi wanita muda yang ingin mengepresikan diri mereka dengan hijab yang nyaman.

1.5. Visi dan Misi

Visi : Menjadi merk hijab yang diandalkan dan menginspirasi wanita muslim untuk tampil modis, percaya diri dan nyaman dalam setiap momen mereka.

Misi :

1. Menghadirkan Produk Berkualitas
2. Inovasi Berkelanjutan
3. Menjaga Hubungan dan Kerjasama dengan para stakeholder

Dengan visi dan misi ini, Sayvara Label berkomitmen untuk menciptakan dampak positif dalam kehidupan wanita muslim sekaligus membangun merek yang kuat dan berkelanjutan.