

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Permasalahan Konsumen

Produk hijab segiempat paris merupakan salah satu hijab yang telah beredar diberbagai kalangan. Sebagian besar toko fashion hijab di Negara Indonesia yang salah satunya di Kota Yogyakarta menyediakan produk hijab paris dengan berbagai jenis bahan. Meski tidak terdapat data pasti yang rinci mengenai jumlah daftar toko yang menyediakan produk hijab paris di Kota Yogyakarta. Namun, Glaressa Fashion merupakan salah satu toko fashion hijab paris yang menggunakan bahan dari serat **polyester** dengan tekstur **sangat** lembut, tidak kaku, dan mudah dibentuk bahkan bahan tersebut anti bakteri.

Berdasarkan dari hasil analisis pesaing pada tabel 2.4, maka bisnis ini sangat penting untuk dikembangkan dengan melakukan survey kepada 60 responden penduduk Sleman, Yogyakarta. Hasil dari quisioner dapat disimpulkan bahwa terdapat 49 responden yang berumur 20 hingga 24 tahun, dan 51 responden yang berjenis kelamin perempuan, serta 50 responden yang berstatus mahasiswa.

Permasalahan yang telah kami dapatkan melalui hasil quisioner, sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Permasalahan Konsumen Glaressa Fashion

| No. | Indikator | Keterangan |
|-----|------------------|--|
| 1. | Bahan produk | Berdasarkan dari hasil survei, sebagian besar konsumen mengalami permasalahan dalam pembelian hijab paris dengan bahan yang tidak sesuai dengan yang diinginkan, bahan terlalu kaku dan tingkat kenyamanannya rendah. |
| 2. | Kualitas Kemasan | Berdasarkan dari hasil survei, sebagian besar konsumen mengalami permasalahan dalam pembelian hijab paris dengan kualitas kemasan yang tidak sesuai dengan yang diinginkan. |
| 3. | Harga | Berdasarkan hasil dari data quisioner, bahwa harga produk yang ditawarkan sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk hijab segiempat paris dan sebagian besar konsumen pernah melakukan pembelian hijab |

| | | |
|--|--|---|
| | | dengan kemasan yang kurang menarik dan produk kurang terlindungi. |
|--|--|---|

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan hasil dari quisioner mengenai permasalahan konsumen, jumlah 60 responden terdapat 52,5% yang melakukan pembelian hijab melalui online dan terdapat berbagai permasalahan. Pertimbangan terhadap minat konsumen yaitu penentuan terkait bahan produk hijab paris, konsumen dan calon konsumen pada usaha Glaressa Fashion sebagian besar telah mengalami permasalahan dalam melakukan pembelian produk hijab paris dengan tekstur bahan yang terlalu tebal, kaku, dan mudah kusut. Selain itu, konsumen juga mengalami pembelian produk hijab dengan kualitas kemasan terhadap produk yang cukup kurang menarik dan tingkat keamanannya yang rendah. Penjualan produk hijab segiempat paris juga dapat dipastikan bahwa harga yang ditawarkan juga sesuai dengan kualitas produk. Berdasarkan dari hasil permasalahan yang ada, bahwa banyaknya konsumen yang mengalami pembelian produk dengan harga yang ditawarkan tidak sebanding dengan kualitas produk.

Indikator dalam permasalahan konsumen pada tabel 1.1 ditentukan dari adanya keluhan-keluhan yang disampaikan oleh konsumen Glaressa Fashion. Dari indikator permasalahan konsumen tersebut bahwa Glaressa fashion perlu melakukan survey lebih dalam agar dapat menentukan solusi-solusi dari permasalahan yang telah kami dapat dari keluhan konsumen Glaressa fashion melalui responden.

1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan

Berdasarkan hasil survey permasalahan konsumen yang dilakukan oleh peneliti dengan jumlah 60 responden pada tabel 1.1 yang digunakan sebagai penentuan permasalahan konsumen dalam melakukan pembelian hijab segiempat paris. Solusi dari permasalahan konsumen di atas, yaitu Glaressa Fashion akan menjadi salah satu toko hijab dengan menyediakan kualitas produk yang lebih tinggi yaitu memproduksi hijab segiempat paris

dengan menggunakan bahan dari serat polyester yang memiliki daya tahan kualitas yang tinggi sehingga dapat dipakai dalam jangka waktu lebih lama. Selain itu, bahan serat polyester juga tahan akan bakteri, kuman, serta bahan kimia lainnya. Bahan dari serat polyester juga lebih terasa ringan, tidak terlalu tebal, sangat lembut, dan tidak mudah kusut.

Kemasan produk hijab Glaressa fashion menggunakan variasi roll hijab guna meningkatkan kesederhanaan dan daya tarik konsumen, serta menggunakan kardus dengan ukuran 20x10x5cm dan terdapat lapisan plastik guna meminimalisir kerusakan terhadap produk saat pengiriman.

Berkaitan dengan banyaknya konsumen yang melakukan pembelian hijab melalui media online sehingga terdapat permasalahan konsumen bahwa adanya pembelian produk hijab yang mana harga produk tidak sebanding dengan kualitas produk. Sehingga Glaressa Fashion memutuskan untuk memberikan solusi dengan menawarkan harga produk hijab Rp25.000. Harga yang telah ditawarkan, 96,7% dari jumlah 60 responden sangat menyetujui.

1.3 Noble Purpose

Glaressa Fashion dijalankan tidak hanya berfokus pada kepuasan konsumen yang mengutamakan kualitas bahan yang tidak mudah kusut, mudah dibentuk, penggunaan bahan hijab yang tidak perlu digosok terlebih dahulu sebelum dipakai. Namun, Glaressa Fashion juga mempunyai beberapa tujuan mulai sebagai berikut :

- 1.) Kontribusi sosial : Memberdayakan masyarakat terutama bagi para remaja yang berminat dalam dunia marketing dengan cara membuka peluang sebagai Tim Resseller yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan terhadap masyarakat mengenai dunia bisnis terutama pemasaran produk.
- 2.) Menginspirasi perempuan untuk berhijab : Dengan ketersediaan model produk hijab polos yang menarik dan elegan dapat menginspirasi para perempuan untuk berhijab.

1.4 Visi dan Misi

Visi merupakan suatu pernyataan komprehensif tentang segala sesuatu yang diharapkan suatu organisasi pada masa yang akan datang dan dibuat sebagai pedoman atau arah tujuan jangka Panjang. Sedangkan misi adalah sebuah guidelines lebih pragmatis dan konkrit yang dapat dijadikan acuan pengembangan strategi dan aktivitas dalam sebuah organisasi(Maulida dkk., 2021).

Berikut Visi dan Misi usaha Glaressa Fashion :

1.) VISI :

Mampu menjadi salah satu brand fashion hijab lokal yang menginspirasi wanita muslim untuk tampil percaya diri dan memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumen.

2.) MISI :

- a. Menciptakan inovasi model hijab yang terbaru
- b. Menjual produk dengan kualitas yang terbaik dan harga terjangkau
- c. Menciptakan peluang kerja guna meningkatkan kreatifitas remaja