

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Permasalahan

Seiring dengan perkembangan zaman, hingga kini perubahan tren dalam dunia fashion juga sangat cepat. Adanya media sosial menyebabkan perubahan mode-mode dan tren dalam industri *fashion* dengan cepat menyebar ke masyarakat. Perubahan tren yang cepat di sosial media menyebabkan sebagian besar masyarakat mempunyai keinginan untuk terus mengikuti tren, bahkan cenderung takut tertinggal atau yang saat ini sering disebut *FOMO (Fear of Missing Out)*, sehingga masyarakat cenderung membeli barang *fashion* dari berbagai *brand* yang tidak berkelanjutan.

Menurut data yang diambil oleh penulis melalui survei online dengan menyebar kuesioner Google Forms pada tanggal 6 Februari 2024, ditemukan terdapat beberapa permasalahan konsumen, sebagai berikut :

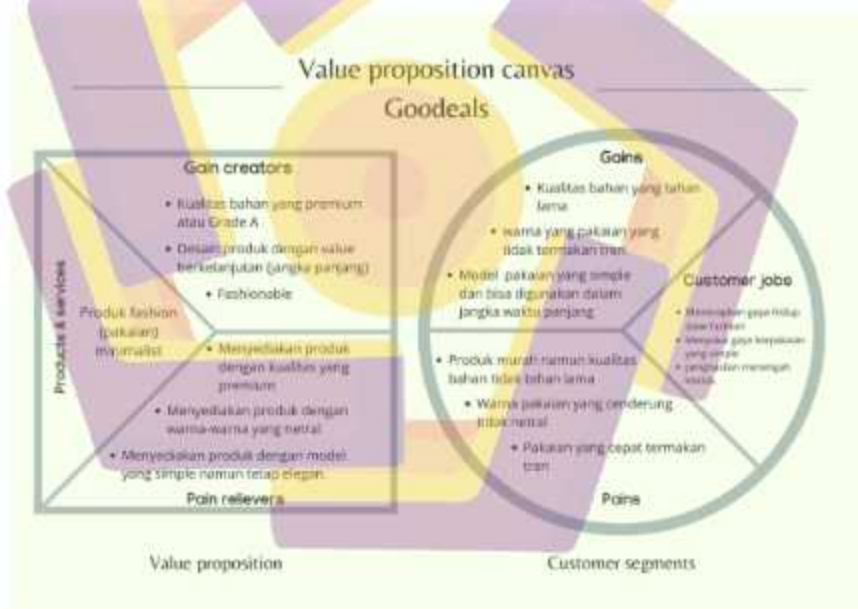
1. Produk tidak bisa digunakan dalam jangka waktu yang panjang.
2. Kekacauan pada ruang penyimpanan pakaian.
3. Sulit mengambil keputusan dan rasa ketidakpuasan.
4. Beban keuangan pribadi yang signifikan.

Data diatas menunjukkan konsumen seringkali terjebak pada budaya *overconsumption* atau membeli pakaian yang tidak diperlukan dan hanya dipakai beberapa kali, sehingga menyebabkan banyaknya lembaran pakaian yang tidak terpakai sehingga akhirnya berpengaruh pada kekacauan penyimpanan. Meskipun

memiliki banyak pakaian, sebagian besar konsumen merasa bingung dengan pilihan yang dimilikinya. Terlalu banyak pilihan dapat menyulitkan pengambilan keputusan dan menimbulkan rasa ketidakpuasan. Selain itu juga, *overconsumption* pada barang *fashion* menyebabkan beban keuangan pribadi yang cukup signifikan.

1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan

Melihat permasalahan yang ada pada konsumen, Goodeals menawarkan solusi dan nilai lebih melalui produk pakaian minimalis. Berikut solusi dan nilai lebih dari Goodeals yang sudah kami rangkum dalam bentuk Value Proposition Canvas:



Gambar 1. 1 Value Proposition Canvas

1.3 Noble Purpose

Mewujudkan *brand fashion* wanita dengan konsep *minimalist fashion* sebagai upaya mengurangi fenomena *fast fashion* dan menerapkan *sociopreneurship* serta memberdayakan masyarakat desa yang memiliki keahlian menjahit.

1.4 Visi dan Misi, Logo Bisnis

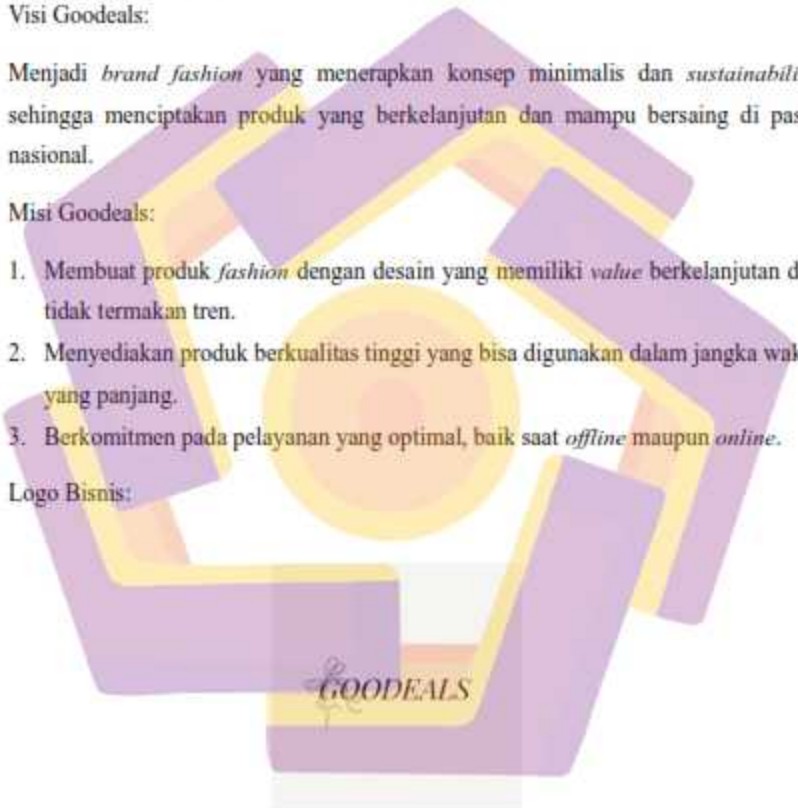
Visi Goodeals:

Menjadi *brand fashion* yang menerapkan konsep minimalis dan *sustainability*, sehingga menciptakan produk yang berkelanjutan dan mampu bersaing di pasar nasional.

Misi Goodeals:

1. Membuat produk *fashion* dengan desain yang memiliki *value* berkelanjutan dan tidak termakan tren.
2. Menyediakan produk berkualitas tinggi yang bisa digunakan dalam jangka waktu yang panjang.
3. Berkomitmen pada pelayanan yang optimal, baik saat *offline* maupun *online*.

Logo Bisnis:



Gambar 1. 2 Logo Bisnis