

# BAB I

## PENDAHULUAN

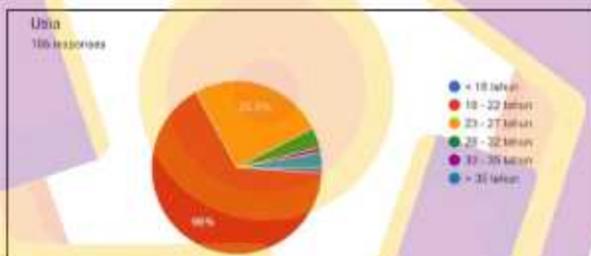
### 1.1 Permasalahan Konsumen

Fashion muslim merupakan gaya berpakaian yang mengikuti prinsip dan nilai-nilai dalam ajaran Islam. Salah satu elemen utama dalam fashion muslim adalah jilbab atau hijab. Hijab adalah kain penutup kepala yang digunakan oleh perempuan muslim untuk menutupi rambut, leher, dan bagian dada, sebagai bentuk ketaatan terhadap perintah agama. Mayoritas penduduk Indonesia menganut Agama Islam sehingga bisnis hijab memiliki peluang yang menjanjikan. Namun banyak kompetitor dengan bisnis serupa sehingga tantangan dan persaingannya juga tinggi

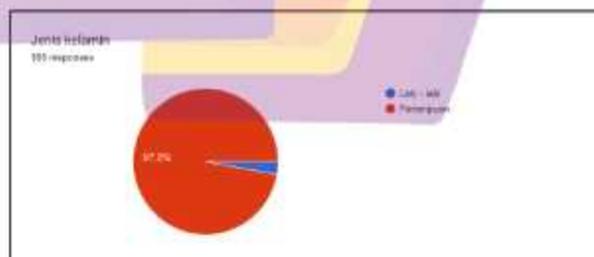
Analisis permasalahan konsumen penting dilakukan untuk mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta menciptakan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Penulis mengidentifikasi permasalahan konsumen produk hijab dengan melakukan pengamatan pada ulasan di marketplace dan sosial media serta menyebar kuesioner menggunakan google form. Hasil identifikasi permasalahan konsumen hijab di marketplace dan sosial media dapat dilihat pada Tabel 1.1 dan Tabel 1.2 sebagai berikut.



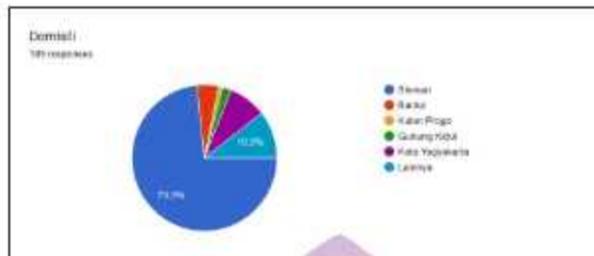
Berdasarkan identifikasi permasalahan konsumen dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga permasalahan yang kerap dialami oleh konsumen produk yang kurang berkualitas, informasi produk tidak sesuai dengan produk asli dan variasi warna yang kurang lengkap. Untuk memperkuat temuan permasalahan konsumen tersebut penulis menyebarkan kuesioner pada tanggal 16 Maret 2025 sampai 19 April 2025. Kuesioner tersebut telah diisi oleh 106 responden dengan mayoritas perempuan muslim berusia 18 hingga 35 tahun yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana relevansi permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya dengan pengalaman nyata para konsumen dalam berbelanja hijab. Berikut ini merupakan data hasil kuesioner.



**Gambar 1.1 Data Kuesioner Berdasarkan Usia**



**Gambar 1.2 Data Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin**



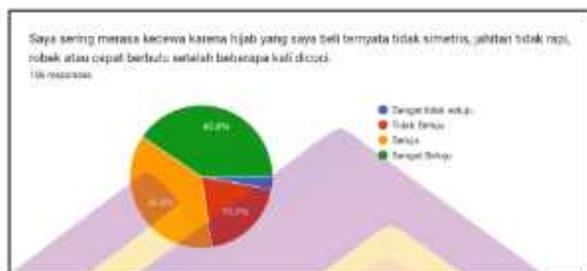
**Gambar 1.3 Data Kuesloner Berdasarkan Domisili**

Berdasarkan data pada Gambar 1.2 terkumpul 97% responden berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 70 responden usia antara 18– 22 tahun, 27 responden usia antara 23 – 27 tahun, 4 responden usia antara 28– 32 tahun, 3 responden usia di atas 35 tahun, 1 responden usia di bawah 18 tahun dan 1 responden dengan usia antara 33–35 tahun. Klasifikasi responden berdasarkan domisili pada Gambar 1.3, mayoritas berada di Kabupaten Sleman dengan jumlah 77 responden. Domisili lainnya atau luar Daerah Istimewa Yogyakarta terdapat 11 responden, domisili Kota Yogyakarta terdapat 9 responden, domisili Kabupaten Bantul terdapat 5 responden, domisili Kabupaten Gunung Kidul terdapat 2 responden, dan domisili Kabupaten Kulon Progo terdapat 1 responden. Berdasarkan data dari hasil menyebarkan kuesioner tersebut berikut beberapa permasalahan yang dialami oleh konsumen hijab.

#### 1. Produk Kurang Berkualitas

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dwijantoro, dkk (2022) kualitas produk memberikan pengaruh dalam meningkatkan keputusan pembelian. Permasalahan yang dialami oleh konsumen ketika membeli hijab diantaranya yaitu jahitan tidak simetris, jahitan kurang kuat sehingga sulit diatur dan menghasilkan

tampilan yang kurang rapi. Permasalahan ini tidak hanya mempengaruhi kepuasan konsumen, tetapi juga menurunkan kepercayaan mereka terhadap merek produk.

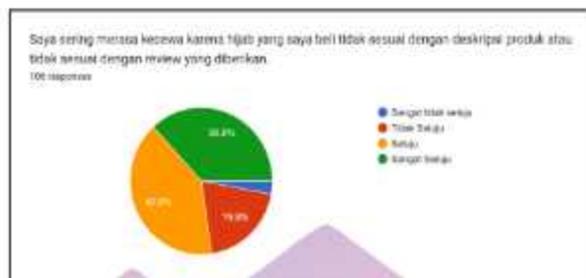


**Gambar 1.4 Permasalahan Konsumen Terkait Kualitas Hijab**

Berdasarkan data kuesioner pada Gambar 1.4 terkait permasalahan terhadap ketahanan dan kualitas produk hijab. Sebanyak 43 responden menyatakan sangat setuju dan 39 responden menyatakan setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 82 responden atau 77% responden merasa relevan dengan permasalahan tersebut.

## 2. Informasi Produk Tidak Sesuai dengan Produk Asli

Faktor utama yang menghambat keputusan belanja online adalah perbedaan antara deskripsi produk yang diberikan penjual dengan produk yang diterima oleh pembeli. Ketika berbelanja online konsumen tidak dapat melihat atau merasakan barang secara fisik sebelum melakukan pembelian. Konsumen khawatir apabila produk tidak sesuai dengan deskripsi atau warna yang tidak sesuai dengan produk asli karena efek pencahayaan dan pengeditan gambar.



**Gambar 1. 5 Permasalahan Konsumen Terkait Review Produk**

Berdasarkan data kuesioner pada Gambar 1.5. Sebanyak 39 responden sangat setuju dan 43 responden setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa 82 responden atau 77% responden mengalami masalah hijab tidak sesuai dengan informasi yang diberikan. Hal tersebut dapat membuat konsumen merasa ragu atau kecewa untuk melakukan pembelian.

### 3. Variasi Warna Kurang Lengkap



**Gambar 1.6 Permasalahan Konsumen Terkait Variasi Warna Hijab**

Keterbatasan variasi warna dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen, terutama bagi mereka yang ingin mencocokkan hijab dengan pakaian atau kebutuhan tertentu. Keragaman produk, termasuk variasi warna memudahkan konsumen dalam memilih dan menentukan keputusan pembelian sesuai dengan kebutuhan serta preferensi mereka. Ketika warna yang diinginkan tidak tersedia, konsumen akan merasa kecewa dan mencari di toko lain atau memilih warna yang

kurang sesuai dengan selera atau tema acara. Kondisi ini dapat mengurangi kepuasan belanja dan berpotensi menurunkan loyalitas konsumen terhadap merek. Dapat dilihat pada Gambar 1.6 sejumlah 29 responden sangat setuju dan 61 responden setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 90 responden atau 85% relevan dengan permasalahan ini.

## **1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan**

NEENAA Fashion merupakan bisnis yang bergerak di bidang fashion muslim, khususnya hijab. Berdasarkan identifikasi permasalahan konsumen dari ulasan-ulasan di marketplace dan sosial media, serta pengumpulan data dari kuesioner. NEENAA Fashion memberikan beberapa solusi sebagai berikut:

### **1. Memberikan Produk Berkualitas**

Berdasarkan keluhan konsumen terkait produk yang kurang berkualitas, NEENAA Fashion menawarkan hijab berkualitas yang nyaman dipakai dengan jahit tepi dan atau neci yang rapi dan kuat sehingga tidak mudah robek. Potongan hijab simetris dan tidak mudah berbulu setelah dicuci. Produk hijab yang ditawarkan menggunakan kain premium yaitu poly cotton dan paris yang ringan serta mudah diatur, sehingga memudahkan pengguna dalam memakai hijab sesuai kebutuhan.

### **2. Garansi Pengembalian Produk Dengan Syarat dan Ketentuan**

NEENAA Fashion menawarkan produk hijab disertai deskripsi yang sesuai dengan kualitas sebenarnya. Jika konsumen menerima produk yang tidak sesuai dengan klaim atau terjadi kesalahan pengiriman, konsumen bisa melakukan penukaran. Proses pengembalian berlaku dengan ketentuan bahwa produk belum

digunakan dan harus dilengkapi dengan video unboxing serta garansi berlaku dalam waktu 1x 24 jam. Syarat dan ketentuan dilakukan untuk menghindari risiko kecurangan atau penipuan dari pihak pembeli. Kebijakan ini dilakukan dengan tujuan untuk mengatasi apabila konsumen mendapati ketidaksesuaian produk dan untuk meningkatkan kepercayaan terhadap NEENAA Fashion.

### 3. Variasi Warna Beragam

NEENAA Fashion menghadirkan pilihan warna hijab yang beragam. Mulai dari warna-warna netral yang cocok untuk aktivitas sehari-hari, hingga warna-warna cerah yang ideal untuk acara spesial maupun suasana santai. Pilihan warna yang bervariasi ini dilakukan untuk memberikan keleluasaan kepada konsumen dalam menyesuaikan hijab dengan pakaian, gaya pribadi, atau tema acara. Dengan demikian, konsumen dapat merasa nyaman dan puas karena dapat menampilkan gaya yang sesuai dengan pilihan mereka.

#### 1.3 Noble Purpose

Selain untuk mendapatkan keuntungan, NEENAA Fashion juga memiliki tujuan mulia untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar. Salah satunya adalah membuka peluang kerja bagi masyarakat, termasuk memberdayakan penjahit lokal. Selain itu NEENAA Fashion diharapkan dapat membuka komunitas reseller yang mana upaya ini diharapkan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dengan melibatkan lebih banyak orang dalam kegiatan produktif. Melalui kerja sama yang terjalin, NEENAA Fashion berkomitmen untuk menjadi bagian dari perubahan positif yang menciptakan masa depan lebih cerah bagi banyak orang.

#### 1.4 Visi, Misi dan Logo Bisnis

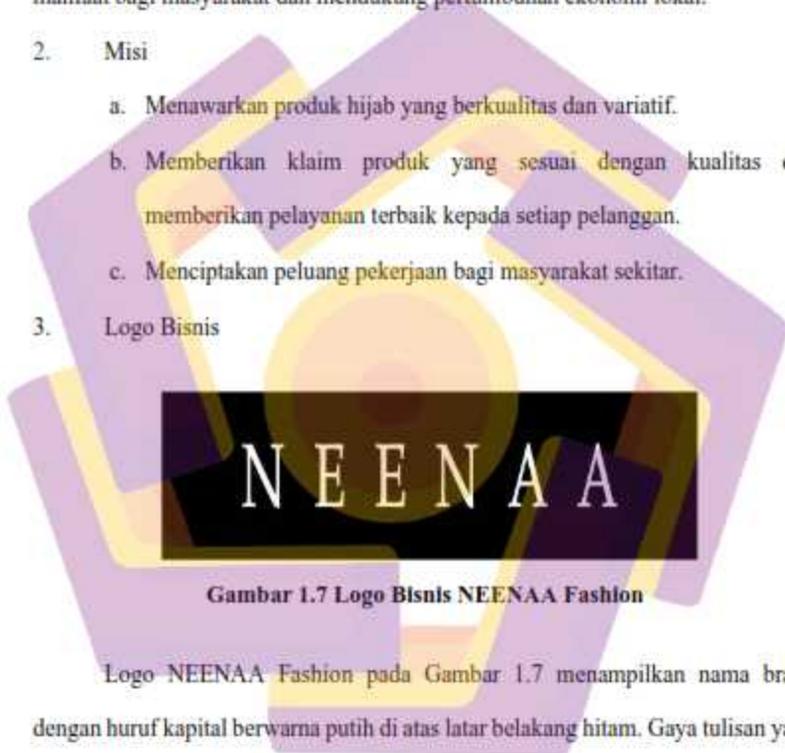
##### 1. Visi

Menjadi brand fashion muslim lokal pilihan, dengan produk yang berkualitas dan pelayanan terbaik kepada konsumen serta dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

##### 2. Misi

- a. Menawarkan produk hijab yang berkualitas dan variatif.
- b. Memberikan klaim produk yang sesuai dengan kualitas dan memberikan pelayanan terbaik kepada setiap pelanggan.
- c. Menciptakan peluang pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

##### 3. Logo Bisnis



Gambar 1.7 Logo Bisnis NEENAA Fashion

Logo NEENAA Fashion pada Gambar 1.7 menampilkan nama brand dengan huruf kapital berwarna putih di atas latar belakang hitam. Gaya tulisan yang klasik dan rapi memberikan kesan yang tegas dan elegan. Desain logo yang sederhana lebih mudah untuk dikenali dan menciptakan kesan tetap relevan meskipun tren terus berubah.