

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Permasalahan Konsumen

Target pasar Elsse Scarves adalah perempuan muslim yang berusia 15 - 40 tahun, dengan fokus khusus pada wilayah Pemalang, Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Kelompok usia ini merupakan fase dimana banyak wanita mulai mengenakan hijab. Hijab telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari wanita muslim, digunakan dalam berbagai aktivitas seperti sekolah, kuliah, rekreasi, dan bekerja. Oleh karena itu, kenyamanan dalam menggunakan hijab menjadi faktor yang sangat penting dalam memilih hijab.

Berdasarkan situasi tersebut, Elsse Scarves melaksanakan survei kepada **26 calon pelanggan** yang terdiri dari 22 responden di daerah Pemalang dan 4 responden di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 13 - 30 Desember 2024 menggunakan alat berupa kuesioner. Pada beberapa pertanyaan dalam kuesioner ini, responden diberikan kebebasan untuk memilih lebih dari satu jawaban sesuai dengan pengalaman dan preferensi mereka masing-masing, supaya hasil dari kuisisioner ataupun data dapat lebih baik. Berikut adalah hasil yang diperoleh dari survei tersebut:

1. Penggunaan hijab segi empat seringkali menjadi tantangan bagi perempuan muslim yang mengenakannya dalam berbagai aktivitas sehari-hari. Hasil survei dari Elsse Scarves yang menyediakan beberapa pilihan masalah yang sering terjadi untuk dilakukan terhadap calon konsumen yang belum mengetahui produk hijab Elsse Scarves mengungkapkan beberapa kendala yang mereka hadapi. Dari 26 responden yang terlibat, teridentifikasi berbagai masalah terkait hijab segi empat. Sejumlah 23 responden mengeluhkan kesulitan dalam membentuk hijab yang tersedia di pasaran, 3 responden merasa bahwa bahan hijab terlalu tipis dan transparan, 4 responden merasakan kenyamanan hijab yang kurang saat dipakai sepanjang hari, 2 responden mengatakan bahwa warna hijab cepat pudar, dan 1 responden mengeluhkan bahan hijab yang licin.

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa kualitas hijab menjadi salah satu aspek yang sangat diperhatikan oleh konsumen. Dengan demikian hijab yang berkualitas baik ditunjukkan dengan bahan mudah dibentuk, nyaman digunakan untuk berbagai aktivitas, dan warnanya tahan lama (tidak cepat pudar).

2. Ketika membeli hijab, konsumen sering merasa bahwa kebutuhan mereka belum sepenuhnya terpenuhi, dan hal ini disebabkan oleh beberapa faktor. Hasil survei yang diperoleh, menunjukkan bahwa 17 responden mengeluhkan kualitas bahan hijab yang mereka pilih seringkali tidak sesuai dengan harapan. Selain itu, 9 responden menekankan pentingnya harga yang terjangkau, 4 responden menginginkan desain yang modern dan trendi. Sementara itu, 11 responden menyatakan kebutuhan akan variasi warna yang beragam.
3. Perempuan seringkali memiliki kriteria untuk mempertimbangkan faktor yang dianggap penting dalam memilih hijab. Hal tersebut meliputi, kualitas bahan, harga, desain, dan faktor-faktor lainnya. Terkait dengan kriteria hijab yang dipilih diketahui bahwa 21 responden menganggap kualitas bahan menjadi prioritas utama dalam pemilihan hijab. Selain itu, 16 responden menekankan pentingnya kenyamanan, sementara 10 responden memperhatikan harga, dan 10 responden lainnya menganggap desain serta warna sebagai faktor penting. Sementara itu, hanya 1 responden yang menjadikan merek hijab sebagai pertimbangan.

Hasil survei mengungkapkan bahwa kualitas hijab segi empat menjadi perhatian utama bagi konsumen. Beberapa kendala yang sering dihadapi antara lain kesulitan dalam membentuk hijab, bahan yang terlalu tipis atau licin, kenyamanan saat digunakan, serta warna yang cepat pudar. Hal ini menunjukkan bahwa hijab yang ideal adalah hijab yang mudah dibentuk, nyaman digunakan sepanjang hari, dan memiliki warna yang tahan lama ataupun tidak cepat pudar.

Selain aspek kualitas bahan, konsumen juga mempertimbangkan harga, desain, dan variasi warna saat memilih hijab. Hal tersebut membuat merek hijab bukan menjadi pertimbangan yang utama dalam pengambilan keputusan pembelian. Oleh karena itu, Elsse Scarves perlu menghadirkan hijab dengan bahan berkualitas tinggi, desain yang modern, serta variasi warna yang lebih beragam dengan harga yang kompetitif supaya memenuhi kebutuhan konsumen.

Berdasarkan hasil survei sebelumnya mengenai preferensi dan kebutuhan calon konsumen, Elsse Scarves melanjutkan melakukan survei tambahan guna memahami preferensi konsumen yang telah memilih dan membeli produk hijab dari Elsse Scarves.

Elsse Scarves juga telah melakukan penelitian terhadap **21 responden konsumen**, dimana 12 responden diantaranya berasal dari Pemalang dan 9 berasal dari Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner pada tanggal 13 - 30 Desember 2024. Dalam beberapa pertanyaan pada kuesioner tersebut,

responden diberikan kesempatan untuk memilih lebih dari satu jawaban yang mencakup berbagai preferensi dan mendapatkan informasi yang lebih mewakili serta mendalam tentang perilaku dan kebutuhan konsumen. Berikut adalah hasil yang diperoleh dari survei tersebut:

1. Konsumen memiliki berbagai pertimbangan saat memutuskan untuk membeli hijab dari Elsse Scarves. Hasil survei, menunjukkan bahwa 11 jawaban menilai kualitas bahan Elsse Scarves merupakan alasan utama dalam memilih hijab tersebut. 6 responden menganggap harga Elsse Scarves terjangkau dan 4 responden lainnya lebih mengutamakan keberagaman warna dalam pembelian Elsse Scarves.
2. Banyak perempuan yang mengeluhkan kesulitan dalam menggunakan jenis hijab tertentu atau merasa bahwa hijab yang mereka kenakan kurang nyaman. Survei menunjukkan bahwa 75% responden mengatakan mereka tidak mengalami kesulitan saat menggunakan hijab dari Elsse Scarves, sementara 25% lainnya mengaku mengalami kesulitan saat menggunakannya.

Berdasarkan hasil survei yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih hijab Elsse Scarves, yaitu kualitas bahan, kenyamanan, harga, dan variasi warna. Meskipun sebagian besar pelanggan merasa puas dengan produk hijab Elsse Scarves, masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan mendorong peningkatan jumlah pembelian.

Hasil survei menunjukkan bahwa 75% responden tidak menghadapi kendala saat menggunakan hijab Elsse Scarves, namun 25% lainnya masih mengalami kesulitan. Hal ini disebabkan kurangnya edukasi tentang cara penggunaan hijab yang benar dan perlunya peningkatan pada kualitas bahan.

1.2 Solusi dan Nilai Lebih Yang Ditawarkan

Melihat permasalahan yang muncul dari hasil observasi yang telah dilakukan, tentunya Elsse Scarves hadir untuk memberikan solusi dalam mengatasi masalah yang ada. Berikut ini solusi yang diberikan Elsse Scarves untuk mengatasi permasalahannya:

1. **Permasalahan kualitas bahan hijab:** Elsse Scarves hadir untuk memahami kebutuhan pelanggannya dengan menghadirkan bahan hijab yang berkualitas dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi penggunanya. Bahan hijab paris premium dari Elsse Scarves dirancang khusus untuk kenyamanan setiap pengguna.

2. **Permasalahan kenyamanan dalam menggunakan hijab:** Elsse Scarves berupaya untuk meningkatkan kenyamanan dengan memilih bahan hijab yang ringan, mudah dibentuk, serta tidak terlalu kaku ataupun tebal. Pemilihan material ataupun bahan hijab yang tepat bertujuan agar hijab tetap nyaman dipakai dalam berbagai kegiatan, tanpa menghilangkan aspek estetika dan fungsionalitas.
3. **Permasalahan terkait faktor yang dianggap penting dalam memilih hijab:** Variasi warna menjadi salah satu aspek penting dalam memilih hijab, karena dapat menunjang penampilan dan mencerminkan selera setiap individu. Elsse Scarves menawarkan 17 pilihan warna hijab yang dirancang khusus untuk melengkapi berbagai gaya busana, memberikan kebebasan bagi perempuan untuk mengekspresikan diri. Keberagaman warna ini tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga meningkatkan daya tarik produk di pasar. Selain itu, Elsse Scarves juga menyediakan harga yang bersaing serta desain yang sederhana, cocok untuk berbagai aktivitas. Ciri khas merek ini terpancar melalui logo bordir yang melengkapi setiap hijabnya.
4. **Solusi lain yang ditawarkan untuk mengatasi kesulitan dalam penggunaan hijab:** Elsse Scarves telah menyediakan hijab yang terbuat dari bahan Paris Premium, yang dirancang untuk memberikan kenyamanan dalam berbagai aktivitas sehari-hari. Namun, ada beberapa tantangan yang dihadapi, terutama terkait dengan kurangnya pemahaman konsumen tentang cara pemakaian yang benar. Untuk mengatasi hal ini, Elsse Scarves berupaya memberikan edukasi yang efektif melalui sosial media, seperti panduan langsung, tutorial di media sosial, dan konten informatif lainnya. Diharapkan dengan adanya edukasi tersebut konsumen akan lebih mudah menggunakan hijab secara praktis dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

1.3 Noble Purpose

Bisnis Elsse Scarves tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga memiliki tujuan mulia. Tujuan mulia Elsse Scarves yaitu untuk mendorong perempuan muslim Indonesia agar lebih termotivasi menutup aurat namun tetap tampil trendy dan percaya diri dalam berbagai situasi, baik formal maupun informal. Oleh karena itu, Elsse Scarves berharap produknya dapat mendorong konsumen untuk merasa bahagia dan bangga dalam menjalankan kewajiban berhijab, sekaligus menginspirasi perempuan lainnya untuk berkomitmen pada gaya hidup yang islami tanpa mengesampingkan estetika.

1.4 Visi, Misi dan Logo

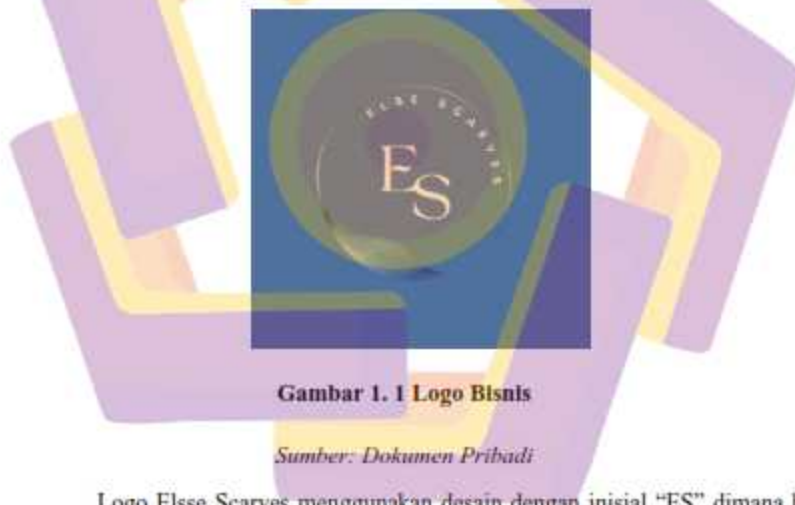
Visi

Menjadi merek hijab terdepan yang memberikan inspirasi kepada perempuan muslim dalam menutup aurat dengan penuh percaya diri, serta menciptakan tren fashion hijab modern yang nyaman dan berkualitas.

Misi

1. Menghadirkan hijab modern berkualitas tinggi yang nyaman.
2. Menyediakan berbagai macam penawaran yang memenuhi kebutuhan pelanggan mulai dari hijab instan, hijab pashmina, hijab inner dan lain lain.
3. Menginspirasi perempuan muslim untuk percaya diri dalam berhijab dengan desain yang trendy.

Logo



Gambar 1. 1 Logo Bisnis

Sumber: Dokumen Pribadi

Logo Elsse Scarves menggunakan desain dengan inisial “ES” dimana hal ini merupakan singkatan dari “Elsse Scarves”. Arti warna biru dari logo Elsse Scarves ini melambangkan kelembutan serta ketenangan dari dalam diri seorang perempuan yang percaya diri ketika menggunakan hijab. Hal ini sejalan dengan visi Elsse Scarves untuk menginspirasi perempuan Muslim dalam menutup aurat dengan percaya diri, sekaligus menciptakan tren fashion hijab modern yang nyaman dan berkualitas.