

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Permasalahan Konsumen

Kaos polos adalah pilihan pakaian yang praktis, nyaman, dan fleksibel untuk berbagai kesempatan, serta menjadi pilihan utama untuk berbusana santai atau non-formal. Bisnis kaos polos dan desain seperti SuryaStore memang memiliki potensi besar untuk berkembang, terutama di wilayah Yogyakarta, Sleman, dan sekitarnya yang dikenal sebagai pusat kreativitas dan populasi muda yang tinggi. Kaos polos masih menjadi pilihan menarik karena mudah dipadukan dengan berbagai outfit dan cocok untuk semua kalangan, dari anak-anak hingga dewasa. Bahkan, produk-produk seperti Dagadu, Joger, hingga Erigo menggunakan bahan dasar kaos sebagai pondasi utama bisnis mereka, membuktikan bahwa kaos polos memiliki daya tarik tersendiri di pasar fashion Indonesia (Bisnis, 2021).

Selanjutnya mengenai survei yang SuryaStore susun dengan menggunakan metode kuantitatif, yaitu membuat kuisioner melalui google forms lalu disebar di WhatsApp. Kuisioner tersebut mendapatkan total 47 responden yang sebagian besar adalah calon konsumen dan sebagian kecilnya konsumen SuryaStore sendiri. Data yang berjumlah 47 responden tersebut diolah dan dianalisis mengenai permasalahan konsumen maupun calon konsumen yang sesuai dengan isi kuisioner tersebut. Berdasarkan survei tersebut analisis permasalahan konsumen SuryaStore berfokus pada preferensi desain, kenyamanan bahan, dan persepsi harga. Responden dari berbagai kelompok usia dan wilayah seperti Jogja, Sleman, dan Bantul ditanya mengenai minat mereka terhadap kaos berdesain dan polos. Sebagian besar konsumen menyukai kaos berdesain, dengan ketertarikan tinggi terhadap gaya *american style*, anime, budaya lokal, dan desain abstrak. Namun, di sisi lain, kaos polos juga memiliki peminat tersendiri, terutama untuk konsumen yang menyukai tampilan sederhana.

Kualitas bahan kaos, yaitu cotton combed 24s, dinilai cukup hingga sangat baik oleh mayoritas responden. Mereka juga merasa nyaman mengenakan bahan tersebut, menunjukkan bahwa dari sisi kenyamanan dan material, produk SuryaStore telah memenuhi ekspektasi konsumen. Namun, perlu dicermati bahwa

tidak semua konsumen tertarik dengan gaya desain tertentu seperti *american style*, meskipun sebagian besar menganggapnya layak dikembangkan. Ini menandakan pentingnya diversifikasi desain agar menjangkau selera yang lebih luas

Dari sisi harga, sebagian konsumen menilai harga Rp85.000 per kaos masih tergolong wajar, namun ada juga yang menganggapnya mahal, tergantung pada persepsi nilai terhadap desain dan bahan yang digunakan. Oleh karena itu, tantangan utama SuryaStore adalah menciptakan desain yang relevan dengan selera pasar, mempertahankan kualitas bahan yang nyaman, dan menjaga keseimbangan antara nilai produk dan harga yang ditawarkan.

Tabel 1. 1 Permasalahan Konsumen

Desain yang Beragam	Konsumen memiliki selera desain yang sangat bervariasi, mulai dari <i>american style</i> , anime, budaya Indonesia/Jawa, hingga desain abstrak. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua desain bisa diterima secara merata oleh pasar, sehingga diperlukan strategi segmentasi desain yang lebih tajam agar produk dapat memenuhi selera tiap kelompok target pasar.
Minat Terbagi Antara Kaos Polos dan Berdesain	Sebagian konsumen menyukai kaos polos, sementara yang lain lebih menyukai kaos dengan desain tertentu. Ini menjadi tantangan bagi SuryaStore untuk menyeimbangkan stok dan koleksi antara kaos polos dan kaos desain agar keduanya dapat memenuhi kebutuhan pasar.
Persepsi Harga	Harga Rp85.000 per kaos dinilai wajar oleh sebagian konsumen, namun ada juga yang merasa harganya terlalu mahal. Permasalahan ini bisa disebabkan oleh perbedaan persepsi

	nilai terhadap desain dan kualitas bahan yang ditawarkan. Ini menunjukkan pentingnya edukasi pasar tentang kualitas bahan dan eksklusivitas desain.
--	---

1.2 Solusi dan Nilai yang Lebih Ditawarkan

Solusi :

Untuk menjawab berbagai permasalahan yang ditemukan dari analisis konsumen, SuryaStore menghadirkan sejumlah solusi strategis yang juga memberikan nilai tambah nyata bagi pelanggan. Salah satu langkah utama adalah menyediakan variasi desain yang lebih beragam dan disesuaikan dengan segmentasi pasar. Konsumen dari usia muda hingga dewasa memiliki preferensi berbeda, ada yang menyukai gaya American style, sementara yang lain lebih tertarik pada desain anime, abstrak, atau budaya lokal. Dengan mengembangkan koleksi tematik dan desain yang diluncurkan secara berkala, SuryaStore dapat menjangkau lebih banyak segmen dan membuat konsumen merasa desainnya mewakili karakter mereka.

Selain itu, untuk mengatasi perbedaan minat antara kaos polos dan kaos berdesain, SuryaStore akan memisahkan kedua lini produk ini secara strategis. Kaos polos akan difokuskan untuk kebutuhan harian dengan pilihan warna yang variatif, sementara kaos desain difokuskan pada ekspresi gaya personal dan koleksi edisi terbatas. Dengan pendekatan ini, pelanggan bisa memilih sesuai kebutuhan dan selera mereka.

Melihat bahwa tidak semua konsumen menyukai satu jenis desain, SuryaStore juga akan mendiversifikasi gaya visual produknya. Kolaborasi dengan desainer lokal, menghadirkan desain dengan sentuhan budaya Indonesia dapat memperluas jangkauan pasar dan menciptakan ciri khas brand yang lebih kuat.

Dari sisi harga, SuryaStore menyadari bahwa harga Rp85.000 dianggap mahal oleh sebagian konsumen. Untuk mengatasi hal ini, kami akan menghadirkan promo bundling, diskon pre-order, serta sistem membership loyalitas. Tak hanya itu, kami juga akan lebih menonjolkan kualitas bahan cotton combed 24s yang digunakan, sehingga konsumen memahami nilai di balik harga tersebut.

Agar konsumen semakin yakin terhadap produk yang ditawarkan, SuryaStore juga akan aktif mengedukasi pasar melalui konten media sosial tentang

keunggulan bahan, proses produksi, hingga cerita di balik setiap desain. Dengan transparansi ini, kepercayaan pelanggan akan meningkat, dan mereka akan merasa memiliki ikatan yang lebih personal dengan brand. Semua solusi ini dirancang untuk menjawab kebutuhan konsumen secara lebih menyeluruh dan menjadikan SuryaStore sebagai brand kaos lokal yang relevan, berkualitas, dan dekat dengan pelanggannya.

1. Variasi Desain yang Disesuaikan dengan Segmentasi Pasar

Solusi :

Melakukan segmentasi pasar berdasarkan usia dan minat desain (misalnya: remaja cenderung menyukai anime, usia 25+ lebih menyukai desain lokal atau abstrak). Meluncurkan koleksi desain tematik secara berkala sesuai tren dan minat audiens tertentu

Nilai Tambah :

Konsumen merasa lebih diperhatikan karena desain sesuai dengan identitas dan minat mereka, menciptakan rasa keterikatan dengan brand.

2. Diversifikasi Gaya Desain

Solusi :

SuryaStore tidak hanya mengandalkan satu gaya seperti American style. Kombinasikan dengan desain custom, kolaborasi dengan ilustrator lokal, atau komunitas seni. Bisa juga mengadakan voting desain sebelum produksi.

Nilai Tambah :

Konsumen merasa dilibatkan dan dihargai pendapatnya, serta menciptakan keunikan yang membedakan dari brand lain.

3. Penyesuaian Harga dan Peningkatan Persepsi Nilai

Solusi :

Menawarkan paket bundling (beli 2 lebih hemat), promo pre-order, atau sistem membership loyalitas. Menekankan kualitas bahan (cotton combed 24s), proses sablon berkualitas, dan orisinalitas desain dalam setiap promosi.

Nilai Tambah : Konsumen merasa harga Rp85.000 lebih masuk akal karena mendapat nilai lebih (bukan hanya kaos biasa, tapi juga desain unik dan bahan nyaman).

1.3 Noble Purpose

SuryaStore bertujuan untuk memberikan ruang bagi konsumen agar mereka bisa mengekspresikan kepribadian dan selera mereka melalui desain kaos yang beragam dan unik, mulai dari desain yang modern hingga yang mengangkat budaya lokal atau sesuai request dari konsumen sendiri. Hal ini membantu konsumen merasa lebih percaya diri dan terhubung dengan produk yang mereka pakai.

SuryaStore tidak hanya fokus pada desain yang menarik, tetapi juga memastikan kenyamanan bahan kaos (seperti cotton combed 24s) untuk penggunaan sehari-hari. Dengan demikian, setiap pembelian kaos bukan hanya tentang fashion, tetapi juga tentang memberikan kenyamanan dan kualitas bagi konsumen dalam aktivitas sehari-hari mereka (Mulyadi, D. 2021).

1.4 Visi, Misi dan Logo Bisnis

Visi SuryaStore :

SuryaStore ingin menjadi pilihan pertama bagi konsumen yang mencari produk kaos, baik polos maupun desain custom dengan tema tertentu dan mendorong konsumen untuk memakai produk yang dapat mengekspresikan kepribadian mereka, menekankan pada pengalaman emosional yang dapat diberikan oleh produk.

Misi SuryaStore :

1. Menghadirkan koleksi kaos polos dan desain yang selalu mengikuti tren terkini
2. Memastikan setiap produk dibuat dari bahan berkualitas tinggi yang nyaman dan tahan lama, sehingga memenuhi ekspektasi pelanggan.
3. Menyediakan layanan pelanggan yang responsif dan ramah, serta mendengarkan umpan balik pelanggan untuk perbaikan berkelanjutan.

Logo SuryaStore :



Gambar 1. 1 Logo SuryaStore

Arti Logo “SURYA STORE”

1. Nama dan Identitas

Logo ini menampilkan nama “SURYA STORE” dengan huruf besar tebal, menunjukkan kekuatan, keberanian, dan kepercayaan diri sebagai merek dagang baru.

2. Tahun Berdiri

Teks “SINCE 2022” berarti toko atau brand ini telah berdiri sejak tahun 2022. Hal ini menunjukkan kepercayaan diri dan pengalaman walau masih terbilang baru.

3. Tagline “NEW BRAND”

Kalimat ini menandakan bahwa “SURYA STORE” merupakan merek

baru, sehingga logo ini juga berfungsi sebagai pengenalan (branding) di pasar.

4. **Warna dan Efek 3D**

Penggunaan warna biru keunguan pada tulisan dengan efek 3D memperkuat kesan modern, dinamis, dan profesional. Efek goresan pada font memberikan nuansa unik dan sekaligus dinamis.

5. **Bentuk Lingkaran**

Logo berbentuk lingkaran melambangkan kesatuan, kontinuitas, serta kemudahan adaptasi dalam berbagai platform promosi.

Pengertian Logo

Secara keseluruhan, logo ini bertujuan memberi citra sebagai toko atau brand yang:

1. Modern dan profesional.
2. Memiliki visi untuk berkembang sejak awal berdirinya pada 2022.
3. Mengedepankan identitas jelas sebagai brand baru di bidangnya.
4. Ingin tampil menarik, mudah dikenali, dan berkesan di mata konsumen.

