

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Permasalahan Konsumen

Aksesori merupakan elemen penting dalam gaya dan penampilan yang digunakan banyak orang untuk mengekspresikan diri, khususnya generasi muda yang aktif mengikuti tren fashion. Namun, tidak semua produk aksesori mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Berbagai permasalahan seperti tampilan produk dan display yang kurang menarik, variasi produk yang terbatas, harga yang tidak sebanding dengan kualitas, serta pelayanan penjual yang kurang memuaskan menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Kondisi ini membuat konsumen semakin selektif dalam memilih produk, sehingga diperlukan riset untuk mengidentifikasi secara jelas kendala yang mereka hadapi guna meningkatkan kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil riset melalui penyebaran kuesioner kepada 64 konsumen dan calon konsumen di wilayah kabupaten dan kota di Yogyakarta, diketahui bahwa mayoritas responden berusia 17–25 tahun, terdiri dari laki-laki dan perempuan, berstatus mahasiswa, dan rata-rata berdomisili di Sleman. Profil ini menunjukkan bahwa target pasar didominasi oleh generasi muda dengan daya beli dan minat tinggi terhadap produk yang trendi dan berkualitas. Karakteristik tersebut berkaitan langsung dengan permasalahan yang ditemukan, seperti sensitivitas terhadap harga, kebutuhan akan variasi desain yang lebih beragam, serta pentingnya tampilan visual dan pelayanan yang baik dalam menarik minat dan membangun loyalitas konsumen.

Tabel 1.1 Permasalahan Konsumen Melalui Hasil Kuesioner

No	Indikator Permasalahan	Keterangan
1.	Tampilan Produk	Berdasarkan hasil survei 51,8% responden merasa bahwa desain dan Tampilan produk kurang menarik, yang menunjukkan bahwa daya tarik visual sangat penting bagi konsumen.
2.	Variasi Produk	sekitar 35,9% responden menilai bahwa variasi produk yang tersedia di pasaran masih kurang memuaskan, yang mengindikasikan kebutuhan akan lebih banyak pilihan dalam aksesoris.
3.	Perbandingan Harga dan Kualitas Produk yang ditawarkan	18,8% responden merasa bahwa harga produk tidak sebanding dengan kualitas yang ditawarkan, dan mereka mengharapkan nilai yang lebih adil.

4.	Pelayanan dari Penjual	17,2% responden merasakan bahwa pelayanan dari penjual tidak memenuhi harapan, sehingga ada kebutuhan untuk meningkatkan kualitas interaksi antara penjual dan pelanggan.
----	------------------------	---

Sumber : Data Primer Diolah (2025)

1.2 Solusi dan Nilai Lebih Yang Di Tawarkan

Berdasarkan Hasil Survei terhadap konsumen Aksesoris, diketahui bahwa permasalahan yang paling sering dirasakan adalah tampilan produk dan display yang kurang menarik, variasi produk yang terbatas, harga yang tidak sebanding dengan kualitas, serta pelayanan penjual yang kurang memuaskan. Menanggapi hal tersebut, Sparklinz merancang berbagai solusi dan menghadirkan nilai lebih yang mampu menjawab kebutuhan dan harapan konsumen secara langsung.

Tabel 1.2 Solusi dan Nilai Lebih

No	Indikator Permasalahan	Keterangan
1.	Tampilan Produk	Sparklinz Accessories menawarkan tampilan produk dan display yang menarik dengan menggunakan warna yang cerah menonjol dan ikonik untuk menarik perhatian konsumen
2.	Variasi Produk	Sparklinz Accessories Menawarkan berbagai pilihan varian produk aksesoris dan dekoratif lainnya untuk memenuhi berbagai preferensi dan kebutuhan konsumen
3.	Perbandingan Harga dan Kualitas Produk yang ditawarkan	harga dan kualitas produk Sparklinz Accessories sepadan dengan berbagai pilihan varian produk yang ditawarkan, sehingga dapat disesuaikan dengan budget dan kebutuhan konsumen
4.	Pelayanan dari Penjual	Sparklinz Accessories memberikan pelayanan yang ramah, responsif dan komunikatif terhadap konsumen untuk membangun pengalaman belanja yang positif dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Sparklinz Accessories menawarkan nilai lebih yang menarik melalui tampilan produk dan display yang menggunakan warna cerah dan ikonik, yang efektif dalam menarik perhatian konsumen. Dengan beragam pilihan varian aksesoris dan dekoratif, Sparklinz Accessories mampu memenuhi berbagai preferensi dan kebutuhan pelanggan. Kombinasi harga yang kompetitif dengan kualitas produk yang tinggi memastikan bahwa konsumen mendapatkan aksesoris terbaik sesuai dengan kebutuhan dan anggaran mereka. Selain itu, pelayanan yang ramah dan responsif dari tim penjual

Sparklinz Accessories menciptakan pengalaman belanja yang positif, memperkuat loyalitas pelanggan dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan mereka.

1.3 *Noble Purpose*

Noble purpose dari Sparklinz Accessories adalah untuk menghadirkan keindahan dan kreativitas dalam kehidupan sehari-hari konsumen melalui berbagai aksesoris yang menarik, sambil menciptakan pengalaman berbelanja aksesoris yang menyenangkan dan bermakna. Sparklinz bertujuan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan estetika pelanggan, tetapi juga menginspirasi mereka untuk mengekspresikan diri.

1.4 Visi, Misi dan Logo Bisnis

1.4.1 Visi

Menjadi merek aksesoris terkemuka di Yogyakarta, yang dikenal dengan penyedia beragam aksesoris berkualitas dan pelayanan pelanggan yang memuaskan.

1.4.2 Misi

1. Menawarkan produk dengan tampilan display yang menarik dan ikonik untuk menarik perhatian dan menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan.
2. Menyediakan ragam pilihan aksesoris untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan yang beragam.
3. Menawarkan aksesoris dengan harga bersaing, memastikan pelanggan dapat menemukan produk berkualitas sesuai budget mereka.
4. Menciptakan suasana belanja positif dengan layanan yang ramah, cepat, dan responsif agar pelanggan merasa dihargai.
5. Melakukan riset pasar secara aktif untuk memahami tren dan preferensi konsumen serta terus berinovasi dalam produk dan strategi pemasaran.

1.4.3 Logo Bisnis



Gambar 1.1 Logo Sparklinz Accessories

Logo Sparklinz mengandung makna yang mendalam, mencerminkan nilai inti bisnis serta hubungan personal pemiliknya. Kata "Spark" menggambarkan Percikan kreativitas dan inovasi sebagai simbol inspirasi, menciptakan energi positif. Hal ini mencerminkan semangat untuk menghasilkan ide-ide menarik dan bermakna bagi konsumen.

Elemen "Linz" berasal dari nama pemilik bisnis, memberikan identitas yang kuat dan personal. Penggunaan nama ini menciptakan keterhubungan emosional antara pemilik dan pelanggan, meningkatkan rasa kepercayaan dan loyalitas. Konsumen dapat merasakan kedekatan dan keaslian dari usaha ini, yang didorong oleh dedikasi dan visi pemiliknya.

Desain visual logo mencerminkan nilai estetika Sparklinz, dengan warna cerah yang menonjolkan keceriaan dan optimisme, serta bentuk dinamis yang mencerminkan fleksibilitas. Logo yang sederhana memudahkan pelanggan mengenali dan mengingat merek. Filosofi dasar Sparklinz berfokus pada inovasi berkelanjutan dan hubungan berharga dengan pelanggan, menjadikan setiap interaksi sebagai langkah untuk tumbuh dan beradaptasi sesuai kebutuhan mereka.

