

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Permasalahan Konsumen

Seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap kacamata, konsumen kini tidak hanya menuntut fungsi penglihatan yang optimal, tetapi juga kenyamanan, desain yang menarik, serta harga yang sebanding dengan kualitas. Dalam praktiknya, masih banyak konsumen yang mengalami ketidaknyamanan saat penggunaan jangka panjang, seperti rasa berat di hidung, tekanan pada telinga, hingga masalah ketahanan frame. Selain itu, desain produk yang dinilai monoton dan kurang mengikuti tren turut memengaruhi minat konsumen dalam melakukan pembelian. Kondisi tersebut menegaskan pentingnya bagi L.seeglasses untuk menghadirkan produk yang ergonomis, estetik, bernilai kompetitif, serta didukung pelayanan yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen.

Permasalahan yang paling sering dirasakan konsumen adalah ketidaknyamanan saat digunakan dalam waktu lama. Banyak pengguna mengeluhkan kacamata terasa berat di hidung, menekan telinga, atau tidak seimbang ketika dipakai beraktivitas sehari-hari. Kondisi ini umumnya disebabkan oleh kualitas frame yang kurang ergonomis serta penggunaan material yang kurang ringan dan tidak fleksibel. Selain itu, beberapa konsumen juga mengalami masalah frame yang mudah longgar atau bahkan patah, sehingga menimbulkan rasa kecewa karena produk tidak dapat digunakan dalam jangka panjang.

Desain kacamata merupakan salah satu aspek yang memiliki pengaruh signifikan terhadap minat dan keputusan pembelian konsumen. Pada era modern, kacamata tidak lagi dipandang semata-mata sebagai alat bantu penglihatan, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup dan identitas diri. Konsumen cenderung memilih produk yang mampu menunjang penampilan sekaligus mencerminkan karakter personal. Namun demikian, banyak kacamata yang beredar di pasaran masih dinilai memiliki desain yang kurang variatif. Model yang monoton dan kurang mengikuti tren menyebabkan produk terlihat kurang menarik di mata konsumen. Selain itu, keterbatasan pilihan gaya membuat konsumen kesulitan menemukan kacamata yang sesuai dengan preferensi mereka. Kondisi ini dapat menurunkan minat konsumen untuk melakukan pembelian, meskipun kebutuhan terhadap kacamata tetap ada. Konsumen modern cenderung lebih selektif dan mempertimbangkan nilai estetika sebelum

mengambil keputusan. Apabila desain produk tidak mampu memenuhi ekspektasi pasar, maka potensi penjualan dapat terhambat. Oleh karena itu, inovasi desain dan pembaruan model menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk kacamata.

Permasalahan berikutnya berkaitan dengan harga dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk kacamata. Tidak sedikit konsumen merasa harga kacamata yang ditawarkan tidak sebanding dengan kualitas yang diperoleh. Keraguan ini semakin besar ketika konsumen membeli dari merek yang belum terlalu dikenal, terutama karena adanya kekhawatiran salah ukuran, ketidaksesuaian lensa, serta minimnya informasi mengenai garansi dan layanan purna jual. Kurangnya transparansi harga dan edukasi produk juga membuat konsumen merasa bingung dan tidak yakin dalam mengambil keputusan pembelian.

Berbagai permasalahan tersebut menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya membutuhkan kacamata sebagai alat bantu penglihatan, tetapi juga menginginkan produk yang nyaman, berkualitas, memiliki desain menarik, harga yang wajar, serta didukung oleh pelayanan yang dapat dipercaya. Kondisi inilah yang menjadi dasar penting bagi I.seeglasses untuk menghadirkan solusi yang lebih relevan dengan kebutuhan konsumen saat ini.

Tabel 1. 1 Permasalahan konsumen I.seeglasses

No	Aspek Permasalahan	Uraian Permasalahan Konsumen
1	Kualitas dan Kenyamanan Frame	I.seeglasses perlu melakukan perbaikan melalui penggunaan material frame yang lebih ringan dan fleksibel, seperti TR90 atau bahan sejenis yang dikenal nyaman untuk pemakaian jangka panjang. Selain itu, perusahaan dapat menyediakan nose pad berbahan silikon yang lebih lembut untuk mengurangi tekanan pada hidung. Desain frame juga perlu memperhatikan aspek ergonomis, terutama pada bagian temple agar tekanan pada telinga dapat diminimalkan. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, I.seeglasses dapat memberikan layanan penyesuaian (adjustment) frame secara gratis saat pembelian serta menawarkan garansi kenyamanan dalam periode tertentu.

2	Desain Produk	Solusi yang dapat diterapkan adalah melakukan pembaruan koleksi secara berkala agar sesuai dengan perkembangan tren pasar dan preferensi konsumen. Variasi model perlu ditingkatkan dengan menghadirkan beragam gaya, seperti minimalis, fashion, vintage, maupun modern. Pemanfaatan teknologi digital, seperti fitur virtual try-on atau preview foto, juga dapat membantu konsumen dalam menentukan pilihan. Selain itu, perusahaan dapat melibatkan konsumen melalui interaksi di media sosial, misalnya melalui polling desain atau peluncuran edisi terbatas untuk meningkatkan daya tarik produk.
3	Harga Produk	Iseeglasses perlu menerapkan strategi transparansi harga dengan menjelaskan secara rinci perbedaan harga antara frame dan lensa. Penyediaan paket bundling dengan harga yang lebih terjangkau dapat menjadi alternatif untuk meningkatkan persepsi nilai konsumen. Segmentasi harga juga penting dilakukan dengan menawarkan pilihan kategori basic, medium, dan premium sesuai dengan daya beli pasar sasaran. Di samping itu, program promosi berkala, seperti potongan harga untuk pelajar atau promo periode tertentu, dapat membantu meningkatkan minat beli sekaligus memperkuat citra harga yang kompetitif.

Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 61 responden, permasalahan utama yang paling dominan adalah aspek harga produk dengan persentase 56,7%, diikuti oleh kualitas dan kenyamanan frame sebesar 43,3%, serta desain produk sebesar 36,7%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Iseeglasses sangat mempertimbangkan kesesuaian antara harga, kualitas, dan kenyamanan sebelum melakukan pembelian.

1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan

Untuk mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi konsumen dalam pemilihan dan penggunaan kacamata, Iseeglasses menghadirkan solusi yang berorientasi pada kebutuhan konsumen. Pendekatan ini dilakukan melalui peningkatan kualitas produk serta perbaikan standar layanan. Perusahaan tidak hanya berfokus pada fungsi koreksi penglihatan, tetapi juga

memperhatikan aspek kenyamanan penggunaan. Hal tersebut diwujudkan melalui pemilihan material frame yang ringan, fleksibel, dan ergonomis. Selain itu, I.seeglasses turut menekankan pentingnya desain yang estetik dan sesuai dengan tren pasar. Transparansi informasi produk dan harga juga diterapkan guna meningkatkan kepercayaan konsumen. Dengan strategi tersebut, I.seeglasses berupaya menciptakan pengalaman pembelian yang lebih memuaskan dan berkelanjutan.

Solusi utama yang diberikan oleh I.seeglasses adalah penyediaan layanan konsultasi pemilihan frame secara personal. Melalui layanan ini, konsumen mendapatkan pendampingan dalam menentukan frame yang sesuai dengan bentuk wajah, kebutuhan aktivitas, dan preferensi gaya masing-masing. Pendekatan ini bertujuan untuk mengurangi risiko ketidaksesuaian produk serta meningkatkan kenyamanan penggunaan kacamata dalam jangka panjang.

I.seeglasses memberikan edukasi produk lensa secara komprehensif dan transparan kepada konsumen. Informasi yang disampaikan mencakup jenis lensa, fungsi, keunggulan, serta manfaat yang dapat diperoleh pengguna. Penjelasan diberikan secara sistematis agar mudah dipahami oleh berbagai segmen konsumen. Perusahaan juga memberikan rekomendasi lensa yang disesuaikan dengan kebutuhan dan gaya hidup pelanggan. Kebutuhan tersebut meliputi aktivitas kerja, penggunaan perangkat digital, serta kegiatan luar ruangan. Edukasi ini membantu konsumen memahami perbedaan karakteristik dan performa setiap jenis lensa. Dengan demikian, konsumen dapat menilai kesesuaian produk dengan kebutuhan penglihatannya. Pendekatan edukatif juga berperan dalam mengurangi keraguan saat proses pengambilan keputusan pembelian. Transparansi informasi menjadi faktor penting dalam membangun rasa percaya konsumen terhadap produk. Melalui strategi ini, I.seeglasses berupaya menciptakan pengalaman pembelian yang informatif, rasional, dan memuaskan.

Dalam rangka meningkatkan kepercayaan konsumen, I.seeglasses menerapkan transparansi harga yang jelas dan terbuka. Setiap produk ditawarkan dengan informasi harga yang mudah dipahami tanpa adanya biaya tersembunyi. Selain itu, tersedia pilihan paket produk yang disesuaikan dengan kemampuan finansial konsumen, sehingga kacamata berkualitas dapat diakses oleh berbagai segmen pasar.

I.seeglasses menyediakan layanan pembuatan kacamata yang dirancang secara efisien dan tepat waktu, terutama untuk jenis resep tertentu. Layanan ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang memerlukan kacamata dalam waktu singkat. Meskipun mengutamakan kecepatan, kualitas hasil akhir produk tetap menjadi prioritas utama. Proses pengerjaan dilakukan dengan standar operasional yang terkontrol dan sistematis. Ketepatan waktu layanan menjadi nilai tambah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, efisiensi proses membantu konsumen memperoleh produk tanpa harus menunggu terlalu lama. Dengan demikian, layanan ini mampu memberikan kemudahan sekaligus menjaga kepercayaan konsumen terhadap I.seeglasses.

Adapun nilai lebih yang ditawarkan I.seeglasses terletak pada kualitas pelayanan yang profesional dan berorientasi pada kepuasan konsumen. Perusahaan menempatkan pengalaman pelanggan sebagai prioritas utama dalam setiap proses layanan. Setiap konsumen dilayani secara ramah, komunikatif, dan informatif untuk menciptakan interaksi yang positif. Pendekatan ini bertujuan membangun rasa nyaman dan kepercayaan selama proses pembelian. Pelayanan yang responsif juga membantu konsumen dalam memahami produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Konsistensi kualitas layanan menjadi faktor penting dalam menjaga loyalitas pelanggan. Dengan demikian, I.seeglasses berupaya menghadirkan pengalaman berbelanja yang memuaskan dan berkesan.

Nilai lebih lainnya yang dimiliki I.seeglasses terletak pada integrasi antara aspek kesehatan mata dan unsur fashion. Perusahaan tidak hanya memposisikan kacamata sebagai alat bantu penglihatan, tetapi juga sebagai bagian dari identitas dan gaya hidup modern. Pendekatan ini mencerminkan pemahaman bahwa konsumen masa kini mempertimbangkan fungsi sekaligus estetika produk. I.seeglasses menghadirkan frame dengan desain yang mengikuti perkembangan tren pasar. Variasi model yang ditawarkan dirancang untuk menyesuaikan preferensi dan karakter pengguna. Inovasi desain menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya tarik visual produk. Selain itu, kesesuaian desain dengan gaya pribadi diharapkan mampu meningkatkan rasa percaya diri konsumen. Produk yang fungsional dan estetik memberikan nilai tambah dalam pengalaman penggunaan. Strategi ini sekaligus memperkuat diferensiasi I.seeglasses di tengah persaingan industri optik. Dengan demikian,

integrasi kesehatan dan fashion menjadi keunggulan kompetitif yang relevan dengan kebutuhan pasar modern.

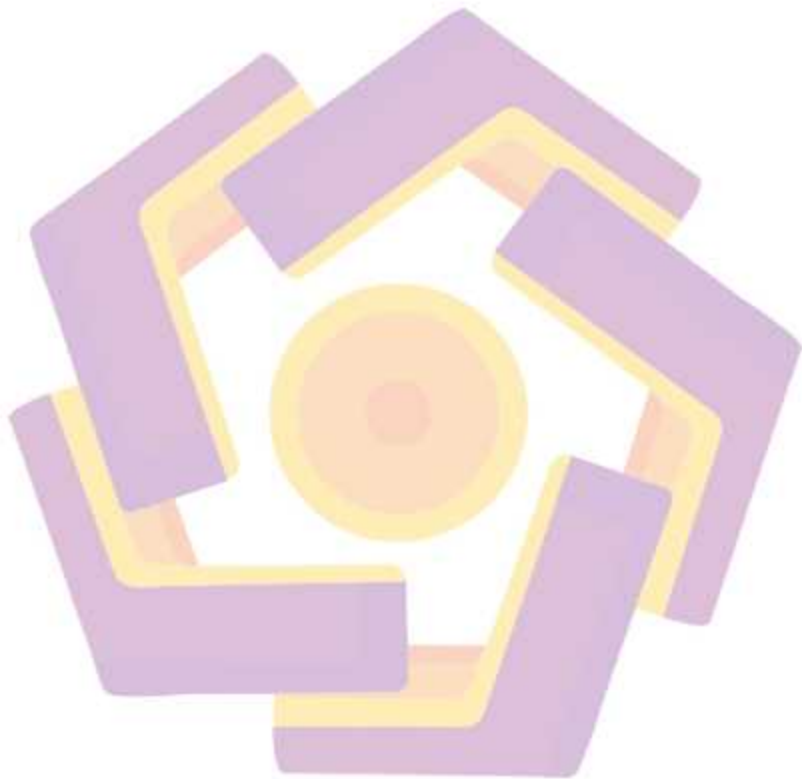
Lseeglasses berkomitmen untuk menghadirkan produk kacamata yang berkualitas dengan harga yang kompetitif di pasar. Perusahaan menempatkan keseimbangan antara kualitas dan keterjangkauan sebagai strategi utama dalam menarik minat konsumen. Penggunaan material frame yang ergonomis dan ringan menjadi prioritas guna meningkatkan kenyamanan pemakaian. Selain itu, lensa yang digunakan memenuhi standar optik yang baik untuk menjamin fungsi koreksi penglihatan yang optimal. Komitmen terhadap kualitas tidak hanya diwujudkan pada produk, tetapi juga pada layanan yang diberikan. Lseeglasses menyediakan layanan purna jual sebagai bentuk tanggung jawab terhadap kepuasan pelanggan. Layanan tersebut meliputi penyesuaian ulang frame dan perawatan ringan sesuai kebutuhan konsumen. Kehadiran layanan purna jual memberikan rasa aman dan jaminan kenyamanan setelah pembelian. Pendekatan ini bertujuan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dengan demikian, komitmen kualitas dan pelayanan menjadi nilai tambah yang memperkuat kepercayaan konsumen terhadap Lseeglasses.

Melalui solusi dan nilai lebih yang ditawarkan, Lseeglasses diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Perusahaan berupaya menghadirkan produk yang tidak hanya fungsional, tetapi juga nyaman dan estetik. Peningkatan kualitas layanan menjadi bagian penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Pendekatan ini bertujuan membangun kepercayaan konsumen terhadap produk dan brand. Kepercayaan yang terjaga akan mendorong terciptanya kepuasan pelanggan. Kepuasan tersebut selanjutnya berpotensi meningkatkan loyalitas konsumen dalam jangka panjang. Dengan demikian, Lseeglasses dapat memperkuat posisinya sebagai penyedia kacamata yang berorientasi pada nilai dan kepuasan pelanggan.

1.4 Noble Purpose

Noble purpose Lseeglasses adalah membantu setiap individu melihat dunia dengan lebih jelas, nyaman, dan penuh kepercayaan diri, dengan menghadirkan kacamata yang tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu penglihatan, tetapi juga sebagai bagian dari identitas dan gaya hidup. Lseeglasses meyakini bahwa penglihatan yang baik berperan penting dalam kualitas hidup, produktivitas, serta cara seseorang mengekspresikan dirinya. Lseeglasses

berkomitmen untuk menghadirkan produk dan layanan yang mengutamakan kepedulian terhadap kesehatan mata, kenyamanan jangka panjang, serta hubungan yang berkelanjutan antara merek dan konsumen.



1.5 Visi dan Misi

Visi merupakan pernyataan yang menggambarkan kondisi ideal yang ingin dicapai oleh suatu organisasi di masa yang akan datang dan berfungsi sebagai arah serta tujuan jangka panjang dalam menjalankan usaha. Visi memberikan gambaran strategis mengenai posisi yang ingin diwujudkan perusahaan sehingga menjadi pedoman bagi seluruh aktivitas bisnis. Sementara itu, misi merupakan pernyataan yang bersifat lebih operasional dan pragmatis, yang menjelaskan langkah-langkah, komitmen, serta kegiatan utama yang dilakukan organisasi untuk mewujudkan visi tersebut. Dengan adanya visi dan misi yang jelas, perusahaan dapat menyusun strategi usaha secara terarah, meningkatkan konsistensi pengambilan keputusan, serta menyelaraskan seluruh sumber daya dalam mencapai tujuan organisasi secara berkelanjutan (Rahmawati & Suryanto, 2025).

Berikut Visi dan Misi usaha I.seeglasses:

- 1.) **VISI** :
Menjadi brand kacamata lokal yang terpercaya dan kompetitif dengan mengutamakan kualitas produk, kenyamanan penggunaan, serta pelayanan terbaik guna mendukung kesehatan mata dan meningkatkan kepercayaan diri konsumen.
- 2.) **MISI** :
 - a. Menyediakan produk kacamata yang berkualitas dengan desain yang mengikuti perkembangan tren dan kebutuhan konsumen.
 - b. Memberikan pelayanan yang profesional, ramah, dan edukatif untuk membantu konsumen memilih kacamata yang sesuai dengan kebutuhan penglihatan dan gaya hidup.
 - c. Menawarkan harga yang kompetitif dan transparan agar produk kacamata berkualitas dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat.
 - d. Mengembangkan inovasi produk dan layanan secara berkelanjutan guna meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumen.
 - e. Menciptakan peluang kerja dan mengembangkan sumber daya manusia yang kompeten di bidang optik dan pelayanan.