

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Permasalahan Konsumen

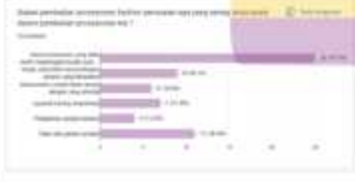
Aksesoris merupakan produk yang dibuat sebagai pelengkap pakaian agar terlihat lebih unik dan *fashionable*. Selain sebagai hiasan, aksesoris juga untuk menunjang keindahan penampilan seseorang. Aksesoris terdapat banyak macamnya, seperti bros, kalung, gelang, anting, cincin, jam tangan, kacamata, jepit rambut, bando, syal, dan jenis lainnya. Bentuk aksesoris dapat dikenakan sesuai dengan gender, usia, waktu dan kesempatan. Berdasarkan jenis kelamin, aksesoris dibedakan untuk wanita, pria maupun dapat dikenakan untuk keduanya atau *unisex*. Aksesoris dapat dikenakan mulai dari usia anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua (Maria Krisnawati, 2012).

Kerajinan adalah wujud dari kemampuan individu untuk menuangkan ide-ide kreatifnya. Hasil dari karya ini dapat memberikan keuntungan materi (Ikhsanul Ramadhan, 2024). Kerajinan merupakan barang sederhana yang dibuat dengan keterampilan tangan manusia, seperti anyaman dan tikar (Dade Mahzuni, 2017). Produk-produk ini memiliki unsur seni dan sering kali menjadi usaha kecil rumahan. UMKM perlu mengembangkan produk kreatif dan inovatif dari bahan yang mudah diperoleh. Karena itu dipilih pembuatan tasbih serta perhiasan wanita berupa gelang dan kalung berbahan manik-manik, yang murah dan mudah ditemukan di pasaran. Tasbih merupakan kerajinan sederhana yang sering digunakan umat Islam untuk berzikir, hiasan, atau hadiah. Sementara itu, manik-manik juga cocok untuk dibuat menjadi berbagai aksesoris wanita (Masitoh, 2023).

Manik-manik di Indonesia berkembang seiring dengan budaya daerah dan suku, bahkan menjadi ciri khasnya. Salah satu sentra kerajinan manik-manik yang terkenal adalah di desa Plumbon Gombang, Jombang. Usaha manik-manik di sana telah melibatkan banyak perajin sejak tahun 1970-an (Palupi dan Ratna Suhartini, 2016). Namun sejak tahun 2000-an, industri ini mengalami penurunan, terutama di Jawa Timur. Hal ini disebabkan oleh masuknya manik-manik tiruan dari Cina yang

menggunakan bahan imitasi dengan harga yang jauh lebih murah (Nanang, 2012). Menurut Hakim dan Yudha (2008) diperlukan manajemen produksi yang baik untuk menjaga kelangsungan dan pengembangan usaha. Berdasarkan konteks penelitian ini, Sekar Art.co sebagai penyedia produk aksesoris *handmade* yang senantiasa melayani *custom* produk sesuai permintaan/*by request* konsumen mulai dari model/gaya, warna, ukuran, dan jenis *beads* manik-manik, sehingga harapannya Sekar Art.co dapat mendukung konsumen untuk berani berekspresi dalam berpenampilan melalui imajinasinya. Sekar Art.co selalu berupaya dalam mengelola produksi agar menghasilkan yang terbaik, sehingga Sekar Art.co dapat terus bertumbuh dan berkembang. Namun seiring waktu, masih sering ditemukannya permasalahan konsumen saat melakukan pembelian aksesoris yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan aksesoris. Oleh karenanya, Sekar Art.co telah melakukan riset terkait permasalahan konsumen, Sekar Art.co melakukan riset permasalahan konsumen yang didapat dari konsumen Sekar Art.co langsung melalui *survey online* dengan menyebarkan *link Google forms* <https://forms.gle/ti4SqAQ5Lxqnf4Hw7> diperoleh 63 responden yang terdiri dari 33 konsumen dan 30 calon konsumen dan juga keluhan konsumen yang disampaikan langsung melalui pesan *WhatsApp*. Berikut hasil riset permasalahan dari konsumen Sekar Art.co :

Tabel 1.1 Permasalahan Konsumen

Permasalahan Konsumen	Uraian Permasalahan
	Aksesoris mudah putus karena pemasangan pengait pada aksesoris seperti gelang, terkadang ada yang kurang pas sehingga aksesoris kurang kokoh dan mudah terlepas

 Gek miah tak pajat, kotark sikit ambayar	
	Bobot pada survei menunjukkan opsi tidak setuju seimbang dengan opsi sangat setuju, yang artinya layanan Sekar Art.co kurang <i>fast respon</i> dan pengiriman mengulur waktu merupakan penilaian <i>customer</i> yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan

Selain melakukan *riset permasalahan* dari konsumen sendiri, Sekar Art.co juga melakukan *riset penilaian/ulasan* konsumen yang terdapat pada kompetitor Sekar Art.co. Berikut adalah hasil *riset permasalahan* konsumen melalui penilaian/ulasan dari konsumen salah satu kompetitor Sekar Art.co pada *marketplace* Shopee :

Tabel 1.2 Permasalahan Konsumen Kompetitor

Penilaian dari konsumen	Uraian Permasalahan
← Penilaian & Ulasan Penilaian Produk Penilaian Toko ★★★★★ Variasi: royal blue B, royal blue A, fuchsia, F... Saya memesan total 10 item. Tau berapa yang datang? HANYA 7!!! IZINYA NGGAK ADA! Padahal mau dibuat kanvas2an. Yang saya yakin kalau isinya gak beres, pasti ada aja ujan2nya ke depan. Bodo amat saya nggak perlu uang kembali, biarin makan karna sendiri!  60 Ago anggarhm ★★★★★ Variasi: royal blue, K rose pink, A, royal blue, K... Ini kejadian KEDUA KALINYA. Sebelumnya saya beli 10 item, yang datang HANYA 7. Sekarang saya beli lagi 4, yang datang HANYA 3. Saya beli lagi karena produk belum sampai dan tarlanyer percaya + mudik lebaran jadi belum sempat unboxing paket pertama 	Jumlah barang yang datang kurang dan tidak sesuai dengan permintaan konsumen
nasafarin_shop ★★★★★ Variasi: Flower name Kecil banget. Udah dibungkus untuk anak 8 th anaknya gede. Iri mah buat balita Ulasan: Terlalu kecil 12 Nov 2024	Ukuran terlalu kecil dan tidak sesuai dengan yang diminta oleh konsumen

	Hasil tidak sesuai dengan permintaan konsumen, adanya miskomunikasi antara penjual dan pembeli, penjual tidak melakukan konfirmasi dengan konsumen pada saat ada pemesanan atau sebelum aksesoris dikirimkan ke konsumen
---	---

1.2. Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan

Menurut data yang diambil oleh penulis, ditemukan sebagian besar permasalahan konsumen yang dapat disimpulkan bahwa konsumen dan calon konsumen Sekar Art.co memiliki permasalahan konsumen yang dapat dipetakan, sebagai berikut :

Tabel 1.3 Solusi Yang ditawarkan

No.	Kualifikasi Permasalahan	Solusi Sekar Art.co
1	Produksi	• Jumlah barang kurang dan tidak sesuai : memperhatikan dan teliti dalam membaca permintaan/<i>request</i> pesanan konsumen • Ukuran pesanan <i>custom</i> terlalu kecil : memperhatikan proses produksi dan melakukan <i>quality control</i> • Hasil tidak sesuai dengan permintaan konsumen :

		teliti dan memperhatikan pesanan <i>custom</i> yang diminta konsumen
2	Kualitas	Aksesoris mudah putus karena pemasangan pengait pada aksesoris seperti gelang kurang pas sehingga mudah terlepas : Melakukan <i>quality control</i> produk sebelum produk dikirim
3	Layanan	Kurang <i>fast respon</i> dan pengiriman mengulur waktu : mengupayakan pelayanan cepat tanggap/ <i>fast respon</i>

Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan *brand image* yang dimiliki perusahaan, atribut produk dengan kualitas yang baik dan harga produk yang tepat, hal ini kan mempengaruhi konsumen untuk keputusan pembelian. Kotler dan Amstrong (2010) berpendapat bahwa keputusan pembelian adalah serangkaian tahapan yang dilalui konsumen untuk menyelesaikan masalah atau kebutuhan. Tahapan ini dimulai dari saat konsumen menyadari adanya masalah, kemudian mencari informasi terkait solusi, mengevaluasi berbagai pilihan yang tersedia, membuat keputusan untuk membeli, hingga akhirnya menunjukkan perilaku setelah pembelian (Hastuti dan Anasrulloh, 2020)

Sekar Art.co berupaya secara maksimal memberikan solusi atas persoalan konsumen yang terjadi dengan memberikan pelayanan yang sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen supaya terus berkembang, adapun uraian solusi tersebut sebagai berikut :

1. Memperhatikan dan teliti dalam membaca pesanan konsumen dan dalam mengemas pesanan konsumen sebelum dilakukan pengiriman, sehingga jumlah barang/ukuran/permintaan *custom* sesuai dengan yang diminta oleh konsumen (Kualifikasi Produksi)

2. Memperhatikan proses dari awal sampai akhir produksi, khususnya pada saat pemasangan *ring*/pengait pada gelang atau kalung, dan melakukan *quality control* produk sebelum dilakukan pengiriman produk (Kualifikasi Kualitas)
3. Mengupayakan pelayanan cepat tanggap/*fast respon* dan responsif dalam menanggapi pesanan konsumen, melakukan konfirmasi pada saat ada pemesanan atau sebelum aksesoris dikirimkan ke konsumen, dan pengerjaan pesanan *custom* diestimasikan 3-7 hari dengan tetap mengutamakan sesuai urutan pesanan, sehingga pengiriman pesanan *custom* cepat sampai ke tangan *customer* tidak mengalami keterlambatan. (Kualifikasi Layanan)

1.3. Noble Purpose

Aksesoris *fashion* memiliki potensi besar, yaitu produk *handmade*, unik, dan ramah lingkungan. Maka dari itu, selain tujuan individu Sekar Art.co juga memiliki tujuan mulia yang dapat bermanfaat untuk diterapkan dalam segala aspek, diantaranya sebagai berikut :

1. Memberikan layanan *custom* sesuai permintaan/*request* konsumen
 Dengan tujuan para penggemar *accessories* tidak cepat bosan mengenakannya dan *customer* lebih puas dengan *accessories* yang diharapkannya, layanan *custom by request*/sesuai permintaan calon *customer* akan menjadi nilai lebih Sekar Art.co sehingga *customer* lebih leluasa dengan apa yang mereka mau. Dengan itu, harapan penulis bisnis *accessories* yang penulis dirikan dapat berkembang dan banyak dikenal oleh kalangan luas terutama pelajar dan mahasiswa yang tertarik/suka mengenakan *accessories*.
2. Kolaborasi dan pemberdayaan masyarakat
 Selain itu, harapan Sekar Art.co ialah dapat mengajak pelaku UMKM aksesoris untuk menjadi mitra bisnis dan masyarakat khususnya para mahasiswa yang mencari penghasilan tambahan untuk bergabung bersama Sekar Art.co dalam divisi yang berkaitan dengan produksi dan operasional Sekar Art.co.

1.4. Visi dan Misi

Atribut produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Aditi dan Hermansyur 2018). Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widiyatno, 2012) yang menyatakan bahwa atribut produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Atribut produk (merek, harga, kualitas, dan desain) secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian konsumen dengan variabel merek yang paling dominan (Khoirotunnisa dan Titis, 2016).

Visi Sekar Art.co adalah menjadi salah satu *brand fashion accessories* Indonesia yang senantiasa menerima *order custom by request*/sesuai permintaan *customer* dengan kualitas terjamin.

Misi Sekar Art.co adalah :

1. Menjadi wadah untuk mengekspresikan imajinasi seseorang ke dalam sebuah *accessories handycraft* sehingga dapat mendukung para *customer* berani berekspresi dalam penampilan melalui imajinasinya
2. *Custom* sesuai permintaan konsumen *by request* dari model/gaya, warna, ukuran, hingga harga menjadi pelayanan utama kami
3. Menyejahterakan beberapa UMKM dan para mahasiswa untuk bekerja sama dan menjadi mitra Sekar Art.co

Berikut adalah logo Sekar Art.co dan makna dari logo :



Gambar 1.1 Logo Sekar Art.co

Makna logo :

- Filosofi bentuk lingkaran menyerupai *love* melambangkan Sekar Art.co melayani *customer* dengan sepenuh hati.
- *Font* Sekar Art.co melambangkan keunikan yang dimiliki Sekar Art.co pada produk-produknya.
- Filosofi perpaduan warna ungu, pink, dan biru pada logo menunjukkan Sekar Art.co merupakan produk *unisex* yang tidak hanya menyasar pada perempuan, namun juga menyasar pada laki-laki
- Adanya penambahan *tagline* "*Express ur imagination*" pada bagian atas logo, yang pada dasarnya pelayanan utama pada Sekar Art.co yaitu *custom accessories*, dengan ini Sekar Art.co mengajak para calon *customer* untuk mengekspresikan imajinasinya melalui *custom accessories* yang diinginkannya.
- Tulisan *@sekarart.co* pada bagian bawah menunjukkan alamat akun instagram Sekar Art.co, yang mana penulisan *username* dengan awalan "*@*" umumnya pada kalangan anak muda mengartikan tersebut sebagai alamat akun instagram