

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Permasalahan Konsumen

Pakaian saat ini bukan lagi hanya menjadi kebutuhan pokok selain makanan melainkan pakaian saat ini dapat menjadi identitas penggunanya sebagai salah satu media untuk menunjukkan jati dirinya. Maka dari itu berpakaian merupakan salah satu hal yang penting, sebagai contoh seorang pengusaha yang ini bertemu dengan calon kliennya maka kesan pertama untuk meyakinkan calon klien adalah lewat berpakaian yang pantas. Namun bukannya hanya untuk berkegiatan saja pakaian saat ini juga digunakan sebagai media untuk menunjukkan identitas suatu perkumpulan/komunitas. Sebagai contoh suatu komunitas motor yang ingin menunjukkan eksistensinya baik lewat sosial media ataupun secara langsung salah satunya yaitu dengan mengenakan kaos dari komunitasnya agar diketahui keberadaannya oleh khalayak. Maka dari itu komunitas tersebut akan membuat kaos custom yang memiliki desain sesuai dengan keinginan mereka sendiri untuk menunjukkan komunitas mereka. Namun didalam perjalanannya berdasarkan hasil analisis yang didapat melalui data kuisioner dari 73 responden, yang dimana ditemukan responden terbanyak berasal dari kalangan karyawan dengan rata-rata usia terbanyak antara 20-25 tahun secara keseluruhan, hasil kuesioner menunjukkan bahwa konsumen telah memiliki pengetahuan dasar mengenai ukuran, sablon, dan kain kaos custom, namun masih mengalami kendala pada tahap pengambilan keputusan. Lebih dari 25% responden masih merasa ragu atau bingung dalam menentukan spesifikasi produk. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa permasalahan utama konsumen bukan terletak pada kurangnya informasi, melainkan pada kurangnya panduan yang praktis, visual, dan berbasis kebutuhan, di beberapa titik target pasar khususnya di wilayah kalimantan timur didapati beberapa permasalahan diantaranya.

Tabel 1. 1 Permasalahan Konsumen

No	Indikator Permasalahan	Keterangan
1	Karyawan dengan pendapatan tetap dan sensitif terhadap harga	Permasalahan utama yang dihadapi segmen ini meliputi keterbatasan anggaran sehingga menginginkan harga terjangkau dengan minimum order fleksibel, kekhawatiran terhadap kualitas bahan dan ketahanan sablon, kebutuhan waktu produksi yang cepat untuk keperluan event kantor atau komunitas, serta kemudahan proses pemesanan yang praktis dan respons admin yang cepat. Selain itu, sebagian konsumen belum memiliki desain siap cetak sehingga membutuhkan bantuan desain yang kreatif dan sesuai tren.
2	Masih Ada Keraguan Menentukan Ukuran Kaos	ditemukan bahwa meskipun sebagian besar konsumen menyatakan telah memahami perbedaan ukuran kaos dan cara mengukur badan, masih terdapat konsumen yang merasa ragu dalam menentukan ukuran saat melakukan pemesanan. Keraguan ini menunjukkan bahwa informasi ukuran yang tersedia belum sepenuhnya memberikan gambaran yang jelas dan aplikatif bagi konsumen. Akibatnya, beberapa konsumen mengalami ketidaksesuaian antara ukuran kaos yang diterima dengan harapan, yang berpotensi menurunkan tingkat kepuasan terhadap produk kaos custom yang dipesan.
3	Konsumen Kesulitan Memilih Jenis Sablon	Hasil kuesioner menunjukkan bahwa konsumen pada umumnya telah mengetahui berbagai jenis sablon dan memahami perbedaan kualitasnya. Namun demikian, masih banyak konsumen yang mengalami kesulitan dalam menentukan jenis sablon yang paling sesuai dengan kebutuhan. Permasalahan ini muncul karena informasi yang disampaikan cenderung bersifat teknis tanpa disertai rekomendasi penggunaan yang spesifik. Akibatnya, konsumen merasa bingung dalam menyesuaikan jenis sablon dengan tujuan pemesanan, seperti untuk kebutuhan event, komunitas, atau usaha, sehingga proses pengambilan keputusan menjadi kurang optimal.

4	Kebingungan Menentukan Jenis Kain	Permasalahan yang paling dominan ditemukan pada aspek pemilihan jenis kain. Berdasarkan hasil kuesioner, sebagian konsumen menyatakan masih bingung dalam menentukan jenis kain yang sesuai dengan kebutuhan, meskipun telah mendapatkan informasi mengenai jenis, kenyamanan, dan kualitas kain. Hal ini menunjukkan bahwa informasi mengenai bahan kaos belum sepenuhnya mudah dipahami oleh konsumen. Kurangnya contoh penggunaan kain secara langsung atau penjelasan yang sederhana menyebabkan konsumen kesulitan dalam menyesuaikan pilihan kain dengan kebutuhan komunitas atau aktivitas tertentu.
---	-----------------------------------	---

sumber : Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil kuesioner yang diisi oleh responden mayoritas konsumen Amsoul.id adalah laki-laki berusia antara 25 tahun yang bekerja sebagai karyawan sebanyak $\pm 43\%$ yang biasanya memiliki karakteristik pendapatan tetap (UMR-Menengah) yang terkadang membutuhkan kaos untuk kegiatan seperti kerja informal, komunitas maupun event. Dari responden pengguna jasa kaos custom, diperoleh temuan bahwa tingkat pemahaman konsumen terhadap ukuran kaos tergolong cukup baik, namun masih menyisakan permasalahan dalam penerapannya. Sebanyak $\pm 68\%$ responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa mereka memahami perbedaan ukuran kaos serta mengetahui cara mengukur badan. Namun demikian, sekitar 27% responden mengaku masih ragu dalam menentukan ukuran kaos saat pemesanan, dan $\pm 22\%$ responden menyatakan ukuran kaos yang diterima belum sepenuhnya sesuai harapan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun informasi ukuran tersedia, konsumen masih membutuhkan panduan yang lebih aplikatif dan mudah dipahami.

Pada indikator pemahaman jenis sablon, hasil kuesioner menunjukkan bahwa $\pm 61\%$ responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa mereka mengetahui jenis-jenis sablon serta memahami perbedaan kualitasnya. Akan tetapi, ditemukan bahwa sekitar 30% responden merasa kesulitan dalam memilih jenis sablon yang sesuai dengan kebutuhan, sementara $\pm 24\%$ responden berada pada posisi netral. Temuan ini mengindikasikan bahwa konsumen mengetahui informasi dasar sablon, tetapi belum mendapatkan panduan yang cukup jelas untuk menentukan pilihan yang paling tepat sesuai konteks penggunaan, seperti untuk event, komunitas, atau usaha.

Pada indikator pemahaman jenis kain, hasil kuesioner menunjukkan tingkat pemahaman yang relatif lebih rendah dibanding indikator lainnya. Sebanyak $\pm 55\%$ responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa mereka memahami jenis kain serta tingkat kenyamanannya. Namun, sekitar 33% responden mengaku bingung dalam menentukan jenis kain yang sesuai dengan kebutuhan, dan $\pm 28\%$ responden menilai informasi mengenai jenis kain belum mudah dipahami. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan bahan kaos merupakan aspek yang paling membingungkan bagi konsumen, terutama ketika harus menyesuaikan dengan kebutuhan komunitas atau kegiatan tertentu.

Secara keseluruhan, hasil kuesioner menunjukkan bahwa konsumen telah memiliki pengetahuan dasar mengenai ukuran, sablon, dan kain kaos custom, namun masih mengalami kendala pada tahap pengambilan keputusan. Hal ini tercermin dari masih adanya lebih dari 25% responden yang merasa ragu atau bingung dalam menentukan ukuran, jenis sablon, dan jenis kain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa permasalahan utama konsumen bukan pada kurangnya informasi, melainkan pada kurangnya panduan yang praktis, visual, dan berbasis kebutuhan.

Penelitian ini merupakan bentuk riset konsumen yang bertujuan untuk mendukung pengembangan usaha jasa kaos custom, dengan fokus pada pemahaman dan pengalaman pelanggan dalam menentukan ukuran, jenis sablon, dan jenis kain. Berdasarkan hasil kuesioner, diketahui bahwa meskipun sebagian besar responden telah memiliki pengetahuan dasar terkait spesifikasi produk, masih terdapat lebih dari 25% konsumen yang mengalami keraguan dan kebingungan dalam pengambilan keputusan pembelian. Permasalahan ini terutama disebabkan oleh kurangnya panduan yang praktis, visual, dan berbasis kebutuhan, bukan semata karena keterbatasan informasi. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya menggambarkan perilaku konsumen, tetapi juga berfungsi sebagai riset pengembangan usaha amsoul.id dalam merumuskan strategi pelayanan dan nilai tambah produk yang lebih tepat sasaran guna meningkatkan kepuasan pelanggan serta daya saing bisnis.

1.2 Solusi dan Nilai Yang Ditawarkan

Melihat permasalahan yang timbul amsoul.id berdasarkan permasalahan konsumen pada tabel 1.1 yang meliputi keraguan dalam menentukan ukuran kaos,

kesulitan memilih jenis sablon, serta kebingungan dalam menentukan jenis kain, amsoul.id dapat menawarkan solusi berupa.

Tabel 1. 2 Variabel Permasalahan dan Solusi

No	Variabel Permasalahan Konsumen	Solusi yang Diberikan amsoul.id
1	Karyawan dengan gaji tetap dan sensitif terhadap harga	Menyediakan paket harga khusus karyawan dengan minimum order fleksibel, sistem pre-order untuk mendapatkan harga lebih hemat, serta diskon khusus untuk pemesanan dalam jumlah tertentu dan dengan memberikan beberapa pilihan bahan dengan variasi harga sehingga konsumen dapat menyesuaikan dengan anggaran tanpa mengorbankan kualitas dasar produk.
2	Keraguan dalam Menentukan Ukuran Kaos	Menyediakan <i>size guide</i> interaktif yang dilengkapi ilustrasi visual, panduan pengukuran badan, serta contoh penggunaan ukuran pada berbagai tipe tubuh guna membantu konsumen menentukan ukuran secara lebih tepat dan mengurangi risiko ketidaksesuaian produk.
3	Kesulitan Memilih Jenis Sablon	Memberikan rekomendasi jenis sablon berdasarkan kebutuhan pemesanan (event, komunitas, atau usaha), disertai penjelasan sederhana mengenai kelebihan masing-masing jenis sablon sehingga konsumen dapat memilih teknik sablon yang paling sesuai tanpa harus memahami istilah teknis.
4	Kebingungan Menentukan Jenis Kain	Menyajikan informasi jenis kain secara visual dan aplikatif, termasuk contoh penggunaan nyata serta rekomendasi bahan sesuai aktivitas, guna memudahkan konsumen dalam menentukan kain yang nyaman dan sesuai kebutuhan.

Dengan menerapkan solusi-solusi tersebut, amsoul.id dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, mengurangi kesalahan pemesanan, serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, solusi ini juga memperkuat posisi amsoul.id sebagai produk kaos custom yang informatif, solutif, dan berorientasi pada kebutuhan konsumen.

1.3 Tujuan Mulla (Noble Purpose)

Noble purpose amsoul.id adalah memberikan dampak positif bagi individu dan komunitas, bukan sekadar mengejar keuntungan. Bisnis hadir untuk membantu konsumen memahami, memilih, dan menggunakan pakaian sebagai media identitas secara tepat, melalui edukasi, panduan yang mudah dipahami, dan pendampingan

dalam proses pemesanan kaos custom. Dengan demikian, bisnis tidak hanya memenuhi kebutuhan produk, tetapi juga mengurangi kebingungan konsumen, meningkatkan kepercayaan diri, serta membangun hubungan jangka panjang yang berbasis kepercayaan dan nilai kebersamaan.

1. Mengedukasi, bukan sekadar menjual Bisnis berkomitmen untuk meningkatkan pemahaman konsumen terkait produk kaos custom melalui informasi yang jujur dan transparan, sehingga konsumen tidak hanya membeli karena harga, tetapi karena memahami nilai dan kecocokan produk dengan kebutuhannya.
2. Menciptakan pengalaman pemesanan yang berorientasi kepuasan jangka Panjang. Dengan menempatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen sebagai prioritas, bisnis bertujuan membangun hubungan jangka panjang yang berkelanjutan, bukan hanya transaksi sesaat.
3. Memberikan nilai sosial melalui produk yang fungsional dan bermakna Bisnis berupaya menghadirkan produk yang tidak hanya berfungsi sebagai pakaian, tetapi juga memiliki nilai sosial, emosional, dan simbolik bagi penggunanya, khususnya dalam memperkuat rasa memiliki dalam suatu komunitas.

1.4 Visi dan Misi

Visi

“Menjadi penyedia jasa kaos custom yang mengedepankan kualitas, inovasi, dan kepuasan pelanggan, serta berperan aktif dalam kreativitas dan ekspresi individu melalui produk fashion yang dapat dipersonalisasi”

Misi

1. Menyediakan produk berkualitas tinggi
2. Mengedukasi pelanggan dengan memberikan informasi dan panduan mengenai ukuran, jenis kain, dan metode sablon untuk membantu pelanggan membuat Keputusan yang tepat dalam mempersonalisasi kaos mereka.
3. Meningkatkan pengalaman belanja yang mudah, nyaman dan memuaskan melalui pelayanan yang ramah dan responsif.