

BAB I

PENDAHULUAN

Industri *fashion* lokal di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam satu dekade terakhir. Dinamika tersebut tidak terlepas dari perubahan perilaku konsumen yang semakin dipengaruhi oleh media sosial, terutama dalam hal penemuan produk, evaluasi merek, dan keputusan pembelian. Penelitian (Atrisia et al., 2023) menunjukkan bahwa pemasaran melalui media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen pada industri *fashion*, khususnya di negara dengan ekonomi transisi seperti Indonesia. Hal ini menegaskan pentingnya strategi digital marketing sebagai salah satu elemen utama dalam persaingan bisnis *fashion* masa kini.

Selain strategi pemasaran digital, kualitas produk juga menjadi faktor yang secara konsisten memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Studi yang dilakukan oleh (Dewi et al., 2022) menemukan bahwa kualitas produk, strategi media sosial, serta penetapan harga memberikan pengaruh positif terhadap niat beli konsumen terhadap brand *fashion* lokal. Temuan ini memperlihatkan bahwa konsumen tidak hanya mempertimbangkan aspek visual produk, tetapi juga material, kenyamanan, serta ketahanan produk yang ditawarkan.

Di sisi lain, generasi Z sebagai segmen konsumen terbesar *fashion* lokal memiliki karakteristik unik yang perlu dipahami oleh pelaku usaha. nyatakan bahwa generasi Z di Indonesia cenderung dipengaruhi oleh kualitas produk dan sentimen etnosentrisme dalam keputusan pembelian, bahkan lebih kuat dibandingkan brand image dan harga. Hal ini membuka peluang bagi brand lokal untuk menguatkan identitas produk dan menjaga kualitas sebagai strategi utama dalam menarik segmen konsumen muda.

Interaksi konsumen dengan brand melalui media sosial juga berperan penting dalam membentuk hubungan emosional dan persepsi terhadap suatu merek. Penelitian (Zeqiri et al., 2025) menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran di media sosial berpengaruh positif terhadap *consumer brand engagement*, yang pada akhirnya meningkatkan brand awareness dan brand image pada *fashion* lokal. Keterlibatan konsumen ini menjadi modal penting bagi brand dalam memperkuat posisi bisnis di tengah persaingan.

Butterfly Store merupakan salah satu *brand t-shirt* lokal yang berfokus pada produk kasual dengan estetika desain yang kuat. Sebagai brand yang sedang berkembang, Butterfly Store menghadapi tantangan dalam memahami perilaku konsumennya, khususnya generasi

muda, serta dalam memaksimalkan pemanfaatan media sosial sebagai kanal pemasaran utama. Oleh karena itu, kajian yang komprehensif mengenai strategi pemasaran digital, kualitas produk, dan keterlibatan konsumen menjadi penting untuk merumuskan model bisnis yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi dan faktor-faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi perkembangan Butterfly Store. Pendekatan SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, sedangkan *Business Model Canvas* (BMC) digunakan untuk merumuskan struktur bisnis yang lebih terarah dan relevan dengan kondisi pasar saat ini.

1.1 Permasalahan Konsumen

Tabel 1. 1 Permasalahan Konsumen

Permasalahan konsumen	Deskripsi
	Desain kurang bervariasi
	Produk tidak sesuai ke inginan customer Produk memiliki cacat
	Kualitas sablon

 azinganteng ★★★★☆ Variasi: M Desain: tidak sesuai ekspektasi seller nipu bajunya tipis ga enak di pake tutup aja lah produk ini 17-12-2024 22:35 Membantu (1)  Respon Penjual 	Bahan terlalu tipis
 zayonalightari ★★★★☆ Variasi: M Keterangan: paket sangat2 lama smpek nya..baru x ini saya pesan paket terima 20-10-2024 18:23 Membantu  Respon Penjual 	Waktu pengiriman terlalu lama

Berdasarkan hasil pra-survei terhadap 35 responden serta ulasan konsumen pada marketplace, ditemukan beberapa permasalahan yang dialami konsumen saat berbelanja di Butterfly Store. Meskipun sebagian besar responden menyatakan tidak mengalami kendala, terdapat sejumlah konsumen yang memberikan masukan dan keluhan terkait desain produk, kualitas produk, dan proses pengiriman.

Hasil pra-survei menunjukkan bahwa beberapa responden menilai desain produk Butterfly Store kurang menarik, terlalu mencolok, dan kurang bervariasi. Tanggapan seperti “desain terlalu mencolok”, “desain kurang menarik, tolong ditingkatkan lagi”, serta “desain produk kurang bervariasi” menunjukkan bahwa konsumen mengharapkan pilihan desain yang lebih beragam dan sesuai dengan selera mereka. Kondisi ini mengindikasikan bahwa variasi desain produk merupakan salah satu aspek penting yang dapat memengaruhi minat dan keputusan pembelian konsumen.

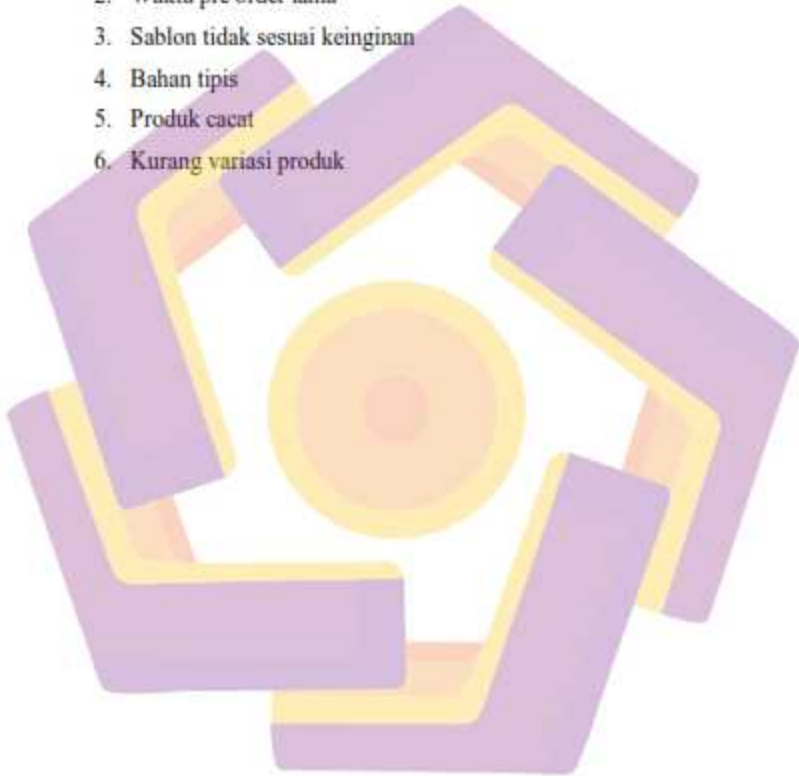
Selain itu, berdasarkan ulasan konsumen pada marketplace, ditemukan keluhan terkait keterlambatan pengiriman. Salah satu konsumen menyampaikan bahwa paket memerlukan waktu yang sangat lama untuk sampai ke tangan pembeli. Permasalahan ini menunjukkan bahwa aspek pelayanan, khususnya ketepatan waktu pengiriman, masih belum sepenuhnya memenuhi harapan konsumen.

Keluhan lainnya berkaitan dengan kualitas sablon produk. Konsumen menyatakan bahwa kualitas sablon yang diterima kurang baik dan tidak sesuai dengan tampilan produk pada gambar. Hal ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara ekspektasi konsumen dengan kondisi produk yang diterima, sehingga dapat menurunkan tingkat kepuasan konsumen.

Selanjutnya, terdapat ulasan yang menyebutkan bahwa kualitas produk dinilai mengecewakan dan tidak sebanding dengan harga yang dibayarkan. Konsumen juga mengeluhkan bahwa produk terlihat seperti barang bekas. Kondisi tersebut mencerminkan adanya persepsi negatif terhadap nilai produk, yaitu ketika kualitas yang diterima dianggap tidak sesuai dengan pengorbanan yang telah dikeluarkan oleh konsumen.

Dengan demikian permasalahan konsumen yang dapat di ambil;

1. Wesain kurang bervariasi
2. Waktu pre order lama
3. Sablon tidak sesuai keinginan
4. Bahan tipis
5. Produk cacat
6. Kurang variasi produk



1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan

Tabel 1. 2 Solusi dan Nilai Lebih

Permasalahan konsumen	Solusi
Desain Kurang Bervariasi	1. Melakukan riset tren fashion terkini melalui media sosial, <i>marketplace</i>, dan kompetitor. 2. Mengadakan <i>polling</i> desain di Instagram agar konsumen bisa memilih desain yang mereka sukai.
Waktu Pre-Order Terlalu Lama	1. Meningkatkan efisiensi proses produksi, seperti menambah tenaga kerja sementara <i>saat</i> permintaan tinggi. 2. Menyediakan informasi yang transparan dan <i>real-time</i> mengenai estimasi waktu pre-order di Instagram.
Kualitas Produk Tidak Sesuai Keinginan <i>Customer</i> dari Segi Sablon	Bekerja sama dengan vendor sablon yang memiliki standar kualitas tinggi dan pengalaman di bidang fashion.
Bahan yang digunakan dinilai terlalu tipis dibandingkan dengan harga yang ditawarkan, sehingga menimbulkan ketidakpuasan di kalangan konsumen	Ganti bahan dengan kualitas lebih tebal atau premium, terutama untuk produk yang ditujukan ke segmen harga menengah ke atas.
Produk Memiliki Cacat atau Rusak	Melakukan <i>quality control</i> ketat sebelum produk dikirim ke pelanggan
Kurangnya Variasi Produk	Menambah kategori produk seperti hoodie, jaket denim, tote bag, atau aksesoris <i>fashion</i>. Melakukan peluncuran koleksi berkala (<i>seasonal</i>) agar katalog produk terus berkembang.

a. Nilai Lebih

Butterfly Store secara konsisten memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan customer. Hal ini terlihat dari berbagai aspek pelayanan yang diterapkan, mulai dari komunikasi yang responsif, hingga kemudahan dalam proses pemesanan dan pengiriman barang.

Pelayanan yang diberikan oleh Butterfly Store mencerminkan pemahaman yang baik terhadap harapan customer, seperti kecepatan tanggapan dalam menjawab pertanyaan, kejelasan informasi produk, serta ketepatan waktu dalam pengiriman. Selain itu, Butterfly Store juga aktif dalam menerima masukan dan melakukan perbaikan layanan, sehingga mampu menciptakan pengalaman belanja yang nyaman dan memuaskan bagi pelanggan.

1.3 Noble Purpose

Butterfly Store hadir untuk memberikan pilihan pakaian yang nyaman dan terjangkau bagi customer, sekaligus menjadi brand lokal yang terus berkembang sedikit demi sedikit dengan mengutamakan kualitas dan kepercayaan pelanggan.

1.4 Visi dan Misi

a. Visi:

Menjadi brand fashion lokal di Indonesia yang dikenal karena inovasi desain, kualitas unggul, serta pelayanan pelanggan yang memuaskan, dengan jangkauan pasar nasional.

b. Misi:

1.) Menyediakan produk kualitas terbaik

Butterfly Store berkomitmen untuk menyediakan produk dengan kualitas terbaik melalui pemilihan bahan yang nyaman, proses produksi yang teliti, serta kontrol kualitas yang ketat. Dengan demikian, konsumen dapat memperoleh produk yang sesuai dengan harapan dan memiliki nilai pakai yang baik.

2.) Selalu mengikuti tren

Butterfly Store berupaya untuk selalu mengikuti perkembangan tren *fashion* dan kebutuhan pasar agar produk yang ditawarkan tetap modern, menarik, dan diminati konsumen. Dengan mengikuti tren terkini, Butterfly Store dapat meningkatkan daya saing serta memenuhi selera pelanggan yang terus berubah.

3.) Berkomitmen selalu menjadi yang terbaik

Butterfly Store memiliki komitmen untuk terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan demi memberikan kepuasan maksimal kepada konsumen. Komitmen ini diwujudkan melalui inovasi, evaluasi berkelanjutan, serta pelayanan yang responsif agar Butterfly Store dapat menjadi pilihan terbaik bagi pelanggan.

