

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan manusia terdiri dari kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Salah satu kebutuhan yang mendasar adalah kebutuhan manusia terhadap pakaian. Pakaian merupakan kebutuhan primer manusia yang berfungsi untuk menutupi tubuh dan melindungi tubuh dari dunia luar, contohnya di daerah yang bersuhu dingin pakaian yang digunakan berbahan tebal yang bertujuan untuk menjaga suhu tubuh agar tetap normal. Namun seiring dengan perkembangan zaman pakaian tidak hanya dilihat dari fungsinya, lebih jauh dari itu pakaian sekarang digunakan sebagai media untuk mengekspresikan diri. “*Fashion* terutama busana, merupakan sisi kehidupan masyarakat yang saat ini sedemikian penting sebagai salah satu indikator bagi muncul dan berkembangnya gaya hidup” (Featherstone, 2001, h.582).

Salah satu bisnis yang membuat para pemakainya bisa mengekspresikan diri adalah *custom clothing*. Bisnis model ini sudah banyak dipraktikkan di Dunia dengan munculnya First Corporate Clothing sebagai *custom clothing online* pertama di dunia, First Corporate Clothing telah ada sejak tahun 1997 dengan menyediakan *custom* pakaian untuk kebutuhan industri pada waktu itu. Seiring perkembangan zaman, First Corporate Clothing mengembangkan bisnisnya melalui media *online* dengan situs www.firstcorporateuk.com sehingga bisa mencapai seluruh pasar di masyarakat.

Menurut Zulqarnain Rosano pemilik Iwearzule *custom clothing* adalah model bisnis pakaian dimana konsumen dapat memilih warna dan ukuran sesuai dengan keinginan konsumen, jadi konsumen bebas mengekspresikan dirinya dan berbeda dengan yang lain. Model bisnis *Custom Clothing* ini pun diadaptasi oleh Iwearzule dan baru diperkenalkan di Indonesia pada tahun 2012 dan karena Iwearzule merupakan pelopor *custom clothing* pada waktu itu masyarakat belum mengerti apa itu *custom clothing*. Pemasaran Iwearzule pada awalnya mendapat respon yang kurang dimasyarakat Indonesia, karena masyarakat yang belum terbiasa dengan konsep dari *custom clothing*.

Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang *custom clothing* berdampak pada penjualan Iwearzule yang hanya 3-4 potong pakaian dalam waktu satu minggu. Baru pada tahun 2013 masyarakat Indonesia sudah mulai mengenal apa itu *custom clothing* ini terbukti dengan meningkatnya penjualan Iwearzule. Iwearzule pun sudah memiliki karyawan pada tahun 2013 yaitu bagian *customer service*, *marketing* dan *designer*.

Saat ini Iwearzule sudah menjadi perusahaan *custom clothing* pertama dan terbesar di Indonesia dengan penjualan 90 - 100 buah per hari, namun ini masih belum mencapai target penjualan yaitu 400 buah per hari. Menurut Robby *marketing* Iwearzule, masih belum tercapainya target karena masih ada yang belum mengerti bagaimana proses dan keuntungan dari model bisnis *custom clothing* di Iwearzule, terlihat dari 10 orang yang menghubungi *customer service* Iwearzule 4 orang diantaranya masih belum mengerti proses dan keuntungan pembelian *custom clothing* Iwearzule. Menurut data Iwearzule 80% konsumen Iwearzule berasal dari luar kota Bandung, itu artinya Iwearzule kurang dikenal oleh masyarakat Bandung, padahal Iwearzule merupakan produk asli dari Bandung

Saat ini pengetahuan masyarakat tentang Iwearzule sebenarnya sudah cukup baik, terbukti dari jumlah pengikut Instagram Iwearzule mencapai 225.000 orang dengan rata - rata *like* pada *feed* sebanyak 2000 *like*, bahkan ada yang tembus 8.000 *like* ini artinya ada 8.000 orang yang melihat dan menyentuh gawainya sebanyak dua kali pada postingan Iwearzule. Tapi ini belum cukup untuk menaikkan penjualan Iwearzule dan membuat konsumen dari Bandung bertambah.

Masalah yang ditemui di masyarakat, menjadikan penelitian ini bertujuan untuk mencari cara mempromosikan *custom clothing* kepada masyarakat Bandung sehingga bisa mencapai target penjualan dari Iwearzule.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat diidentifikasi poin – poin permasalahan sebagai berikut :

- Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang *custom clothing*.
- Kurangnya ketertarikan masyarakat dengan model bisnis *custom clothing* yang Iwearzule terapkan.
- Saat ini target penjualan Iwearzule belum tercapai.
- Kurangnya penjualan lewat toko *Offline* Iwearzule.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan di atas maka dapat disimpulkan rumusan masalah yaitu:

“Bagaimana cara mempromosikan toko dan konsep *custom clothing* yang Iwearzule terapkan kepada masyarakat“

I.4 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas maka batasan masalah hanya membatasi pada *custom clothing* yang Iwearzule terapkan dengan responden dalam perancangan ini adalah masyarakat Bandung yang dewasa dengan rentang umur 20 – 30 tahun. Pemilihan responden berdasarkan target market Iwearzule yaitu mahasiswa dan *fresh graduated*.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Berdasarkan penjelasan di atas maka ditemukan tujuan dan manfaat dari perancangan ini antara lain :

I.5.1 Tujuan Perancangan

- Memberikan informasi kepada masyarakat Bandung mengenai *custom clothing* yang Iwearzule terapkan agar bisa menaikkan penjualan Iwearzule.
- Memberi pengetahuan kepada masyarakat Bandung tentang bahan dan warna yang digunakan oleh produk Iwearzule.
- Memberikan informasi tentang lokasi toko *offline* Iwearzule

I.5.2 Manfaat Perancangan

- Menambah penjualan Iwearzule agar sesuai dengan target.
- Mempermudah pekerjaan *customer service* Iwearzule lebih mudah.
- Meminimalkan tingkat kekecewaan konsumen yang disebabkan oleh perbedaan warna dan bahan pada situs Iwearzule.