

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Permasalahan Konsumen

Permasalahan konsumen menjadi salah satu landasan dalam menghasilkan sebuah produk ataupun jasa yang memberikan penawaran berupa solusi dan nilai-nilai keunggulan yang dibutuhkan perilaku dan permintaan konsumen. Hal ini juga menjadi salah satu penunjang dalam pengembangan produk berkelanjutan di wilayah yang ditargetkan (Nabila Annisa Rahmadhani Siregar, 2024) maka semakin tinggi pemahaman terhadap perilaku dan permintaan konsumen peluang pengembangan produk dan pemenuhan kebutuhannya akan mengalami keberlanjutan.

Dalam konteks penelitian ini, Zuriscase sebagai penyedia kebutuhan *casing handphone* berupaya memberikan solusi dengan menghasilkan *casing* untuk melindungi dari goresan dan benturan yang menciptakan representasi pengguna melalui kreativitas dan inovasi desain serta akses layanan pembelian yang mudah.

Dalam perkembangan industri *casing handphone* Alim dan Monika (2020), menyatakan adanya perbandingan lurus terhadap perkembangan telepon dengan penggunaan *casing handphone*. Dalam hal ini juga didukung dengan adanya kategori produk fesyen dan aksesoris di tahun 2022 dalam *marketplace* yang berada dalam peringkat pertama melalui jajak pendapat (Cindy, 2022). Provinsi Jawa Tengah dan Yogyakarta juga menduduki peringkat 1 dan 2 dalam periode 12 bulan pada *keyword* aksesoris *handphone* dengan pilihan kategori *shopping*. Ketiga hal tersebut menunjukkan adanya peluang produk Zuriscase yang dihasilkan.



Gambar 1.2 Pencarian Keyword Aksesoris HP pada
Google Trends
(Sumber : Google Trends)

Selain perkembangan dan peluang dari industri *casing handphone* yang ada, Zuriscase juga melakukan riset internal dan eksternal terkait permasalahan konsumen. Berikut ini adalah hasil riset permasalahan yang dialami konsumen melalui penilaian pada *marketplace* Shopee :

No.	Penilaian dari Pembeli	Permasalahan
1	 <p> cello 12 5.0 Ulasan: 12 ulasan salah dalam desain, foto yg dijanjikan apa yg di terima apa, katanya idry mau diganti tapi sampai sekarang nggak ada tanggapan jawab nya. bukannya enak harga tapi kalo nggak kenapa buat apa, kiderayuan nomor 1 ini malah ada harga </p>	Representasi design dengan hasil cetak yang tidak sesuai

2		Hasil cetak yang mudah memudar

d**p** Membantu (1) 🗨️ ...
Varian: Hybrid Crystal Case iPhone 13 Pro
Kualitas: sangat jelek, cetakan mudah terkelupas
Kecewa sih, beli belum ada sebulan tapi cetakan gambarnya udah ngelupas. Padahal, disebutin "Gambar Scratch Resistant", komplain malah dighosting 😞



Hybrid Case For iPhone 15 14 13 12 11

31-08-2024 12:35

meyachdan Membantu 🗨️ ...
Varian: OPPQ
Paddy Premium Case Design KPOP - Cas...

23-09-2024 21:25

Respon Penjual: ...

Update Penilaian:
Print nya blm ada 2 minggu udh ngelopek sendiri

23-09-2024 21:26

	<p>Penilaian Produk Penilaian Toko</p> <p>@andrahafidias</p> <p>Varian: SAMSUNG</p> <p>Baru kali ini beli case tapi zok sekali. Embel-embelnya premium case dengan printing yang baik tapi baru kupakai 3 hari langsung ngelupas, entah saya dapat yang jelek atau memang printingnya yang jelek in general. tapi saya beli 2 case dengan tipe yang sama dan 2-nya sama sama ngelupas bukan yang satu lebih PARAH, jadi kemungkinan bukan daya yang bad luck. OC-nya aja yang kurang diperhatikan wkwk padahal sudah pakai casenya sesuai instruksi yang diberikan.</p> <p>oh iya, i waited for almost a MONTH for this bad quality case with quite of a high price. nyesel juga jadinya. tolong next time gak usah pakai kaca2 premium kalau hasilnya seperti ini. so disappointing.</p> <p>Spesifikasi barang: Gak worth it wkwk</p> <p>#HudHudok</p>	
3.	<p>@zaluska</p> <p>Membantu</p> <p>Varian: case custom untuk lewat chat</p> <p>pesan tipe hp poco c65 yang datang malah ga sesuai</p>  <p>Case Custom bebas desain Logo Foto N...</p> <p>09-10-2024 11:08</p>	Tidak adanya layanan garansi yang diberikan untuk kesalahan tipe pemesanan konsumen



Gambar 1.1 Ulasan Marketplace Shopee

(Sumber : Marketplace Shopee)

Selain melalui hasil riset eksternal, permasalahan konsumen pada Zuriscase juga dilakukan melalui aspek internal dengan dilakukannya survei pada <https://forms.gle/reN9xPU2V7oBhknC7> dengan 56 responden yang terdiri dari 37 konsumen dan 19 calon konsumen yang ditargetkan pada 27 Februari – 10 Maret 2025 berikut adalah hasil riset dengan pendekatan melalui metode *customer profile segment* untuk melakukan identifikasi

terhadap konsumen dan calon konsumen dan permasalahan konsumen (Dellyana dkk., 2021)

Tabel 1.1 Hasil Survei G-Form
Permasalahan Konsumen Internal

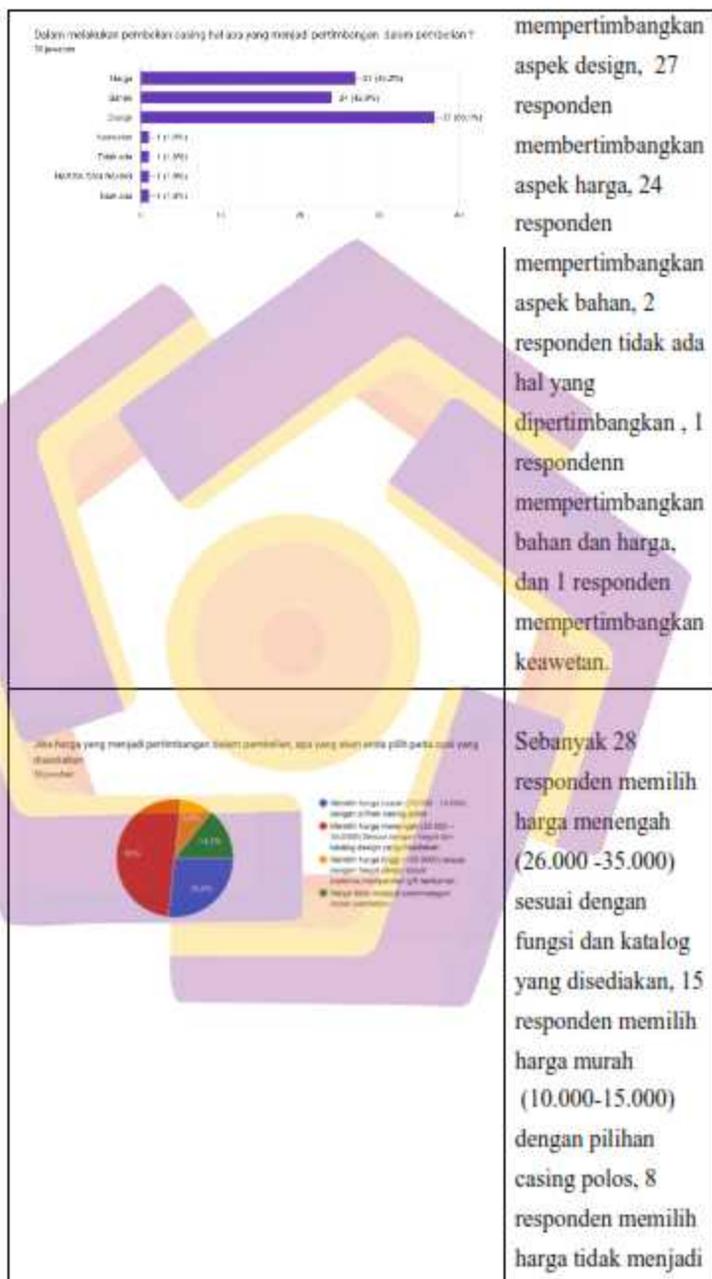
Identifikasi identitas konsumen dan calon konsumen	Hasil
<p>Jenis Kelamin Responden</p>  <p> ● Perempuan ● Laki-laki </p>	<p>Jenis kelamin responden diperoleh 41 Perempuan dan 15 laki-laki</p>
<p>Usia Responden</p>  <p> ● 17-20 tahun ● 21-25 tahun ● 26-35 tahun </p>	<p>42 responden diperoleh usia 21-25 tahun, 17-20 tahun diperoleh 12 responden, dan 2 responden diperoleh usia 26-35 tahun</p>
	<p>Untuk pekerjaan responden 29</p>

<p>Pekerjaan 18 responden</p> <p> ● Pelajar ● Mahasiswa ● Pekerja </p>	<p>mahasiswa, 25 pekerja, dan 2 pelajar</p>
<p>Domisili 26 responden</p> <p> ● Yogyakarta ● Magelang ● Purwodadi ● Sulawesi Selatan ● Wonosobo ● Muntilan ● Klaten ● Makassar Sulawesi Selatan ● Kulonprogo </p>	<p>Domisili responden diperoleh 26 berdomisili di Magelang, 23 berdomisili di Yogyakarta, dan 1 responden di Purwodadi, 1 responden di Sulawesi Selatan, 1 responden di Wonosobo, 1 responden di Muntilan, 1 responden di Klaten, 1 responden di Makassar Sulawesi Selatan, dan 1 responden di Kulonprogo</p>
<p>Preferensi Pembelian Casrng HP dan Permasalahan Konsumen</p>	<p>Hasil</p>



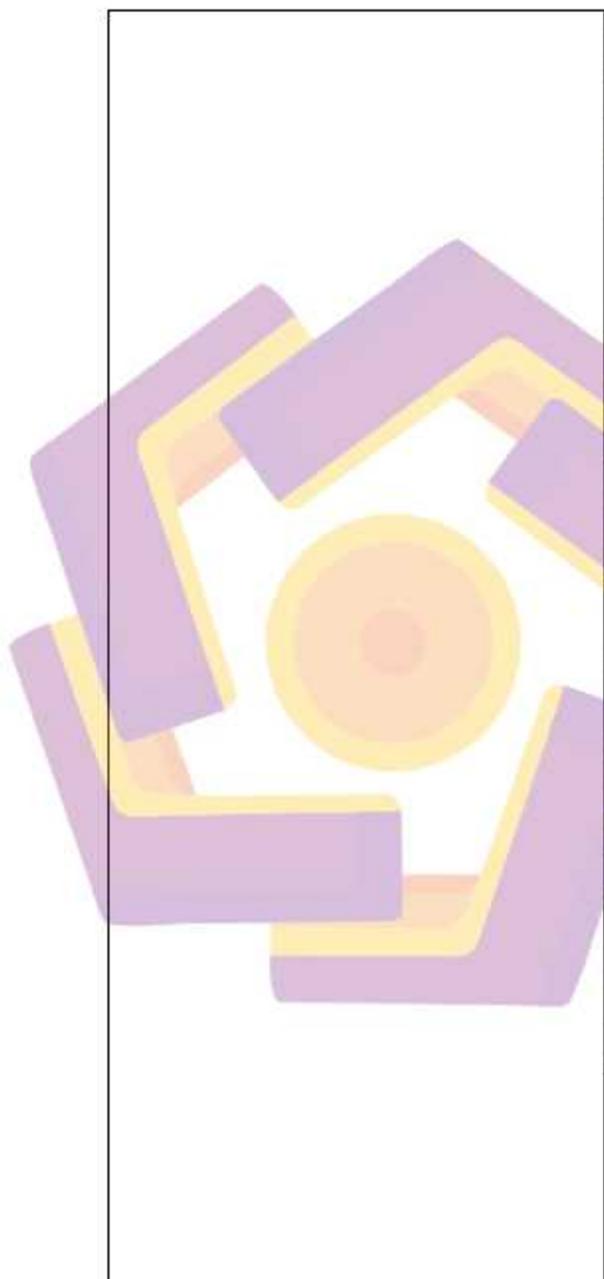
	<p>responden melakukan pembelian melalui WhatsApp, dan 8 responden melakukan pembelian melalui instagram</p>										
<p>Jika anda melakukan pembelian melalui marketplace, platform apa yang anda gunakan ? 16 responden</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Platform</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Shopee</td> <td>81.25%</td> </tr> <tr> <td>Tokopedia</td> <td>6.25%</td> </tr> <tr> <td>Lazada</td> <td>6.25%</td> </tr> <tr> <td>Tidak melakukan pembelian melalui marketplace</td> <td>4.25%</td> </tr> </tbody> </table>	Platform	Persentase	Shopee	81.25%	Tokopedia	6.25%	Lazada	6.25%	Tidak melakukan pembelian melalui marketplace	4.25%	<p>Untuk pembelian melalui marketplace platform yang digunakan 47 responden memilih Shopee, 6 responden tidak melakukan pembelian melalui marketplace, dan 3 responden melakukan pembelian melalui Tokopedia</p>
Platform	Persentase										
Shopee	81.25%										
Tokopedia	6.25%										
Lazada	6.25%										
Tidak melakukan pembelian melalui marketplace	4.25%										
<p>Jika anda melakukan pembelian secara offline dimana anda melakukan pembelian ? 16 responden</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Lokasi</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Toko Hardware Kurnia Jember City</td> <td>62.5%</td> </tr> <tr> <td>Jember City</td> <td>31.25%</td> </tr> <tr> <td>Bina</td> <td>6.25%</td> </tr> <tr> <td>Tidak melakukan pembelian secara offline</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Lokasi	Persentase	Toko Hardware Kurnia Jember City	62.5%	Jember City	31.25%	Bina	6.25%	Tidak melakukan pembelian secara offline	0%	<p>Untuk pembelian secara offline 24 responden tidak melakukan pembelian secara offline, 23 responden melakukan</p>
Lokasi	Persentase										
Toko Hardware Kurnia Jember City	62.5%										
Jember City	31.25%										
Bina	6.25%										
Tidak melakukan pembelian secara offline	0%										

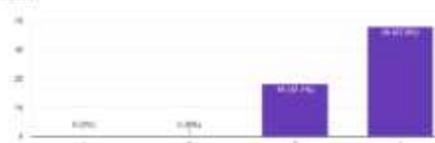
	<p>pembelian melalui toko aksesoris khusus penyedia casing hp, dan 9 orang melakukan pembelian di counter HP</p>										
<p> Berapa kali dalam 3 bulan terakhir melakukan pembelian casing hp? (n=50) </p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1-2 kali</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>3-5 kali</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>lebih dari 5 kali</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Tidak pernah melakukan pembelian casing hp (mempakai casing hp bawaan)</td> <td>10%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	1-2 kali	50%	3-5 kali	20%	lebih dari 5 kali	20%	Tidak pernah melakukan pembelian casing hp (mempakai casing hp bawaan)	10%	<p>Pembelian casing hp dalam 3 bulan terakhir dilakukan 1-2 kali oleh 50 responden, 2 responden melakukan 3-5 kali, 2 responden lebih dari 5 kali, dan 2 responden tidak melakukan pembelian casing hp (memakai casing hp bawaan)</p>
Kategori	Persentase										
1-2 kali	50%										
3-5 kali	20%										
lebih dari 5 kali	20%										
Tidak pernah melakukan pembelian casing hp (mempakai casing hp bawaan)	10%										
	<p>Pertimbangan dalam melakukan pembelian casing hp sebanyak 37 responden</p>										

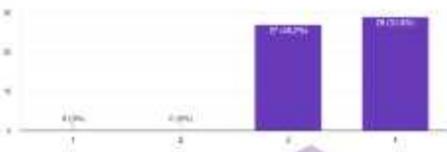
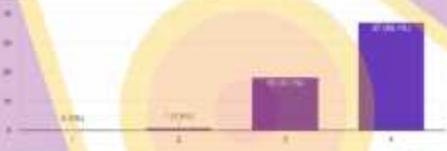


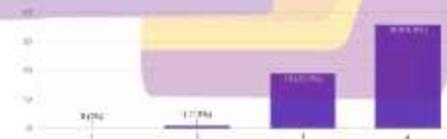
	<p>pertimbangan dalam pembelian, 5 responden memilih harga tinggi (>35.0000) sesuai dengan fungsi, design dapat custome, dan memperoleh gift tambahan</p>										
<p>„Jika bahan menjadi pertimbangan, bahan seperti apa yang anda pilih? (5 responden)</p> <table border="1"> <caption>Data for Material Preference Chart</caption> <thead> <tr> <th>Bahan</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hardcase</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>Softcase</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>Hybridcase</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Bahan tidak menjadi pertimbangan</td> <td>20%</td> </tr> </tbody> </table>	Bahan	Persentase	Hardcase	30%	Softcase	40%	Hybridcase	10%	Bahan tidak menjadi pertimbangan	20%	<p>Jika bahan menjadi pertimbangan pembelian sebanyak 34 responden memilih softcase, 12 responden memilih hardcase, 6 responden memilih bahan tidak menjadi pertimbangan dalam pembelian, dan 4 responden memilih hybridcase</p>
Bahan	Persentase										
Hardcase	30%										
Softcase	40%										
Hybridcase	10%										
Bahan tidak menjadi pertimbangan	20%										
<p>„Jika Design menjadi pertimbangan dalam pembelian, layanan seperti apa yang anda butuhkan? (7 responden)</p> <table border="1"> <caption>Data for Design Service Preference Chart</caption> <thead> <tr> <th>Layanan</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Desain sesuai dengan harga yang dibutuhkan</td> <td>29%</td> </tr> <tr> <td>Fleksibel-Design custom</td> <td>43%</td> </tr> <tr> <td>Tidak sesuai kebutuhan design case karena yang diperlukan design lainnya</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Design tidak menjadi pertimbangan dalam pembelian</td> <td>14%</td> </tr> </tbody> </table>	Layanan	Persentase	Desain sesuai dengan harga yang dibutuhkan	29%	Fleksibel-Design custom	43%	Tidak sesuai kebutuhan design case karena yang diperlukan design lainnya	14%	Design tidak menjadi pertimbangan dalam pembelian	14%	<p>Layanan dalam pembelian casing dalam aspek desig sebanyak 24 responden memilih</p>
Layanan	Persentase										
Desain sesuai dengan harga yang dibutuhkan	29%										
Fleksibel-Design custom	43%										
Tidak sesuai kebutuhan design case karena yang diperlukan design lainnya	14%										
Design tidak menjadi pertimbangan dalam pembelian	14%										

	<p>dapat memilih keduanya design pada katalog yang tersedia dan design custome, 15 responden memilih design yang sesuai katalog yang disediakan, 10 responden memilih design custome, 7 orang memilih design tidak menjadi pertimbangan dalam pembelian</p>																											
<p>Dalam pembelian casing HP Persoalan apa yang sering anda jumpai dalam pembelian casing f 32 berikut</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Persoalan</th> <th>Jumlah Responden</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Harga yang mahal</td> <td>17</td> <td>51%</td> </tr> <tr> <td>Foto yang tidak sesuai</td> <td>16</td> <td>48%</td> </tr> <tr> <td>Kualitasnya HP tidak sesuai</td> <td>14</td> <td>42%</td> </tr> <tr> <td>Casing yang tidak menarik</td> <td>10</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>Tidak ada pilihan warna</td> <td>10</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>Desain casing yang kurang menarik</td> <td>1</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>Casing mudah bergeser</td> <td>1</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>Tidak ada</td> <td>1</td> <td>3%</td> </tr> </tbody> </table>	Persoalan	Jumlah Responden	Persentase	Harga yang mahal	17	51%	Foto yang tidak sesuai	16	48%	Kualitasnya HP tidak sesuai	14	42%	Casing yang tidak menarik	10	30%	Tidak ada pilihan warna	10	30%	Desain casing yang kurang menarik	1	3%	Casing mudah bergeser	1	3%	Tidak ada	1	3%	<p>Dalam pembelian casing Hp persoalan yang sering dijumpai adalah hasil cetak mudah memudar dengan jumlah 25 responden, sebanyak 17 responden memilih harga yang tidak</p>
Persoalan	Jumlah Responden	Persentase																										
Harga yang mahal	17	51%																										
Foto yang tidak sesuai	16	48%																										
Kualitasnya HP tidak sesuai	14	42%																										
Casing yang tidak menarik	10	30%																										
Tidak ada pilihan warna	10	30%																										
Desain casing yang kurang menarik	1	3%																										
Casing mudah bergeser	1	3%																										
Tidak ada	1	3%																										

	<p>sesuai dengan produk yang dihasilkan, 16 responden memilih desain yang tidak sesuai representasi, 13 responden memilih tidak ada garansi produk, 10 responden memilih kesalahan tipe hp saat proses cetak, 5 responden memilih pengiriman lambat, 3 responden memilih tidak responsif, 1 responden memilih bagian tombol yang kurang pas, 1 responden memilih belum pernah membeli casing secara online, dan tidak ada persoalan dalam pembelian yang dijumpai.</p>
--	--

<p>Produk apa saja yang pernah anda beli pada Zuriscase? 18 responden</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Produk</th> <th>Jumlah Responden</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Casing Polos</td> <td>18 (100%)</td> </tr> <tr> <td>Custom Case</td> <td>13 (72.2%)</td> </tr> <tr> <td>Aksesoris Strap Phone</td> <td>3 (16.7%)</td> </tr> <tr> <td>Casing Karakter by Katalog</td> <td>3 (16.7%)</td> </tr> <tr> <td>Belum pernah melakukan pembelian pada Zuriscase</td> <td>18 (100%)</td> </tr> </tbody> </table>	Produk	Jumlah Responden	Casing Polos	18 (100%)	Custom Case	13 (72.2%)	Aksesoris Strap Phone	3 (16.7%)	Casing Karakter by Katalog	3 (16.7%)	Belum pernah melakukan pembelian pada Zuriscase	18 (100%)	<p>Produk yang sering dibeli oleh konsumen Zuriscase sebanyak 25 responden memilih casing polos 18 responden belum pernah melakukan pembelian, 13 responden memilih custom case, 3 orang memilih aksesoris (Strap Phone), dan 3 orang memilih casing karakter by katalog</p>
Produk	Jumlah Responden												
Casing Polos	18 (100%)												
Custom Case	13 (72.2%)												
Aksesoris Strap Phone	3 (16.7%)												
Casing Karakter by Katalog	3 (16.7%)												
Belum pernah melakukan pembelian pada Zuriscase	18 (100%)												
<p>Evaluasi dan Harapan Untuk Produk dan Layanan Zuriscase</p>	<p>Hasil</p>												
<p>Harga yang ditawarkan oleh Zuriscase sesuai dengan produk yang dihasilkan? 18 responden</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Level Kesesuaian</th> <th>Jumlah Responden</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>18</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>18</td> </tr> </tbody> </table>	Level Kesesuaian	Jumlah Responden	1	0	2	0	3	18	4	18	<p>Sebanyak 38 responden sangat setuju dan 18 responden memilih setuju terhadap harga dan keseusian produk yang dihasilkan.</p>		
Level Kesesuaian	Jumlah Responden												
1	0												
2	0												
3	18												
4	18												

<p>Zuriscase memberikan Produk berbahan Casing Glossy untuk hasil cetak yang tidak memudar</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Skala</th> <th>Jumlah</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>27</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>29</td> </tr> </tbody> </table>	Skala	Jumlah	1	0	2	0	3	27	4	29	<p>Sebanyak 29 responden sangat setuju dan 27 responden memilih setuju terhadap Zuriscase memberikan Produk berbahan Casing Glossy untuk hasil cetak yang tidak memudar</p>
Skala	Jumlah										
1	0										
2	0										
3	27										
4	29										
<p>Zuriscase memberikan Representasi design sesuai dengan produk yang dihasilkan</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Skala</th> <th>Jumlah</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>18</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>37</td> </tr> </tbody> </table>	Skala	Jumlah	1	0	2	0	3	18	4	37	<p>Sebanyak 37 responden memilih sangat setuju, 18 responden memilih setuju, dan 1 responden memilih tidak setuju terhadap Zuriscase yang memberikan representasi design yang sesuai dengan produk yang dihasilkan.</p>
Skala	Jumlah										
1	0										
2	0										
3	18										
4	37										
<p>Zuriscase memberikan layanan konfirmasi pesanan dan video konten edukasi untuk memastikan merek dan tipe hp pengguna agar tidak terjadi kesalahan cetak</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Skala</th> <th>Jumlah</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>17</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>22</td> </tr> </tbody> </table>	Skala	Jumlah	1	0	2	0	3	17	4	22	<p>Zuriscase memberikan layanan konfirmasi pesanan dan video konten edukasi untuk memastikan merek dan tipe hp pengguna agar tidak</p>
Skala	Jumlah										
1	0										
2	0										
3	17										
4	22										

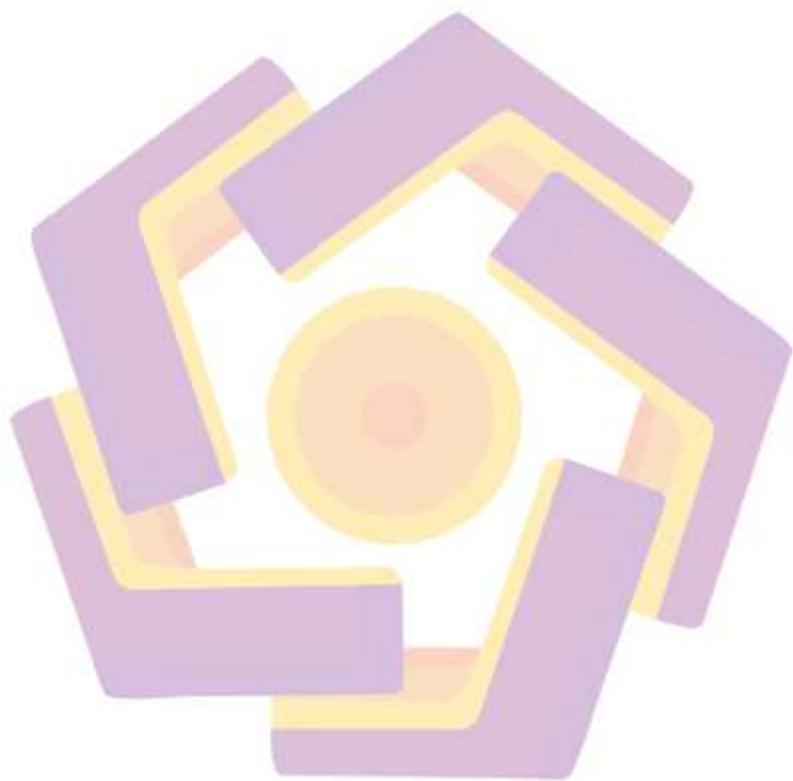
	<p>terjadi kesalahan cetak sebanyak 33 responden memilih sangat setuju, 22 responden memilih setuju, dan 1 responden memilih tidak setuju</p>										
<p>Zuriscase memberikan layanan yang responsif saat proses pemesanan</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Level of Agreement</th> <th>Number of Respondents</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 (Sangat Setuju)</td> <td>42</td> </tr> <tr> <td>2 (Setuju)</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>3 (Tidak Setuju)</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>4 (Sangat Tidak Setuju)</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Level of Agreement	Number of Respondents	1 (Sangat Setuju)	42	2 (Setuju)	13	3 (Tidak Setuju)	1	4 (Sangat Tidak Setuju)	0	<p>Zuriscase memberikan layanan yang responsif saat proses pemesanan sebanyak 42 responden sangat setuju, 13 responden setuju, 1 orang memilih tidak setuju</p>
Level of Agreement	Number of Respondents										
1 (Sangat Setuju)	42										
2 (Setuju)	13										
3 (Tidak Setuju)	1										
4 (Sangat Tidak Setuju)	0										
<p>Zuriscase memberikan estimasi 3-7 hari proses cetak dan pengiriman hingga sampai kepada konsumen</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Level of Agreement</th> <th>Number of Respondents</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 (Sangat Setuju)</td> <td>36</td> </tr> <tr> <td>2 (Setuju)</td> <td>19</td> </tr> <tr> <td>3 (Tidak Setuju)</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>4 (Sangat Tidak Setuju)</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Level of Agreement	Number of Respondents	1 (Sangat Setuju)	36	2 (Setuju)	19	3 (Tidak Setuju)	0	4 (Sangat Tidak Setuju)	0	<p>Zuriscase memberikan estimasi 3-7 hari proses cetak dan pengiriman hingga sampai kepada konsumen sebanyak 36 responden memilih sangat setuju, 19 responden setuju.</p>
Level of Agreement	Number of Respondents										
1 (Sangat Setuju)	36										
2 (Setuju)	19										
3 (Tidak Setuju)	0										
4 (Sangat Tidak Setuju)	0										

	dan 1 responden tidak setuju
<p>Zuriscase memberikan layanan garansi produk dengan S&K yang berlaku Terdapat:</p>	Sebanyak 35 responden memilih sangat setuju, 20 responden memilih setuju, dan 1 responden tidak setuju terhadap pemberian layanan garansi produk dengan S&K yang berlaku

Berdasarkan hasil survei internal dapat disimpulkan bahwa konsumen dan calon konsumen dari Zuriscase memiliki permasalahan yang dapat dipetakan sebagai berikut :

Tabel 1.2 Kesimpulan Hasil Riset Internal
Permasalahan Konsumen

Aspek Permasalahan	Uraian permasalahan
Harga	-Ketidaksesuaian dengan produk yang dihasilkan
Hasil Cetak	-Warna mudah memudar, port yang tidak sesuai dengan type hp, dan tidak tahan lama
Design	-Representasi yang dihasilkan tidak sesuai
Layanan	-Tidak responsif -Pengiriman yang lambat -Garansi Produk



Dari riset yang dilakukan secara internal dan eksternal dapat disimpulkan bahwa diperoleh permasalahan konsumen sebagai berikut :



Gambar 1.2 Permasalahan Konsumen

1.Aspek Harga :

- Produk casing yang dihasilkan tidak sesuai dengan harga yang ditetapkan

2.Aspek Hasil Cetak :

- Produk casing yang dihasilkan warnanya mudah memudar sehingga tidak tahan lama serta adanya ketidaksesuaian dengan type yang dihasilkan sehingga port tidak dapat bekerja secara maksimal

3.Aspek Layanan :

- Layanan kurang responsif dan pengiriman yang lambat serta tidak adanya garansi yang diberikan

4.Aspek Desain.

- Representasi desain yang dihasilkan tidak sesuai dengan produk casing yang dihasilkan

1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan

Solusi menjadi bagian yang erat kaitannya dari adanya persoalan yang ada. Penentuan solusi menjadi bentuk upaya dalam aktivitas yang menghasilkan 2 aspek yaitu proses dan strategi yang kompleks menurut Abadiyah (2020).Proses

dan strategi dalam pemberian solusi akan menghasilkan nilai lebih yang ditawarkan yang merujuk pada ciri khas produk yang dihasilkan. Daya jual yang dihasilkan dari perbedaan produk yang diciptakan dari produk lain harus memiliki makna bagi konsumen hal ini akan menciptakan diferensiasi produk dan posisi yang kuat dari kompetitor lain (Suca dkk., 2021) dalam hal ini semakin produk memiliki diferensiasi produk yang berbeda dari kompetitor lain posisi produk akan lebih kuat dan mampu menciptakan makna untuk konsumen dan calon konsumen tersendiri sehingga besar peluang adanya pembelian ulang dilakukan yang didukung dengan strategi-strategi lainnya.

Zuriscase berupaya dalam proses pengembangannya untuk memberikan solusi atas persoalan konsumen yang terjadi dengan inovasi produk dan memberikan nilai lebih yang disesuaikan pada kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai berikut:

1. Memberikan klasifikasi bahan dengan harga yang berbeda pada katalog yang tersedia atau produk *custome* sesuai dengan kebutuhan konsumen (Aspek Harga)
2. Berfokus pada bahan *Casing Glossy* untuk menghasilkan warna yang tidak mudah memudar dan memastikan *port* lubang sesuai dengan tipe *handphone* yang dipesan konsumen sebelum proses pengiriman (Aspek Hasil Cetak)
3. Memberikan layanan prima yang responsif dengan estimasi 3-7 hari produk diterima pada konsumen serta memberikan garansi dengan syarat dan ketentuan yang tersedia (Aspek Layanan)
4. Menciptakan representasi desain yang dibutuhkan konsumen sesuai dengan hasil cetaknya dengan memberikan *mockup* produk sebelum dicetak (Aspek Desain)

1.3 Nooble Purpose

Nooble Purpose merupakan bagian dari tujuan mulia yang dapat diterapkan dalam kebermanfaatannya untuk segala aspek selain dari tujuan individu

1. Memberikan representasi *design* berkelanjutan dengan hasil cetak yang maksimal dan harga yang terjangkau untuk pengguna

Hal ini menjadi wujud apresiasi Zuriscase terhadap hasil *design* dengan landasan aspek personalia atau identitas diri pada *customer* dan calon *customer* untuk mengabadikan momen yang dihasilkan.

2. Menciptakan lapangan pekerjaan

Zuriscase juga berupaya dalam menciptakan lapangan pekerjaan baru dalam setiap lini divisi yang berkaitan dengan operasional Zuriscase.

3. Menjadi wadah dan sarana pemberdayaan kreativitas dan inovasi lokal

Zuriscase berupaya untuk berkolaborasi dengan *brand-brand* lokal aksesoris telepon untuk saling menghasilkan produk yang memiliki inovasi dan berkelanjutan.

1.4 Visi, Misi, dan Logo Bisnis

Berikut ini adalah Visi dan Misi dari Zuriscase :

Visi :

Menjadi penyedia kebutuhan produk pelindung telepon terlengkap di area Yogyakarta dan Magelang dengan menciptakan desain yang mampu merepresentasikan pengguna dengan akses layanan yang mudah.

Misi :

1. Menciptakan *upgrading* produk yang adaptif dan inovatif terhadap persoalan *customer* secara periodik
2. Menjalin *customer relationship* yang berkelanjutan

Logo

Berikut ini adalah logo dari Zuriscase dan makna logo



Gambar 1.3 Logo Zuriscase

Makna logo :

1. Angka 3 memiliki filosofi gabungan antara huruf Z dan huruf C keduanya ini melambangkan brand yaitu Zuriscase
2. Filosofi angka 3 menunjukkan adanya proses hingga pencapaian tidak selalu berjalan dalam satu garis lurus melainkan akan ada gelombang ataupun cekungan hingga pada akhir bentuk angka 3 menunjukkan garis yang menjulang tinggi artinya bahwa Zuriscase akan senantiasa memiliki semangat hingga puncaknya tercapai visi dan misinya sehingga terus untuk maju, berkembang, dan berkelanjutan.
3. Lambang titik yang artinya Zuriscase akan berfokus untuk selalu berorientasi pada tercapainya visi dan misi dengan satu tujuan yang pasti
4. Kata Zuriscase di bawah menunjukkan adanya representasi dari logo yang diciptakan
5. Adanya penambahan tagline untuk mendorong brand awareness yang ada pada Zuriscase dengan menggunakan tagline satu genggam aneka ragam dimana hal ini memiliki arti bahwa satu genggam yang diciptakan Zuriscase memiliki aneka ragam kebermanfaatan yang dihasilkan dari produk-produk Zuriscase
6. Warna dasar logo berwarna putih melambangkan kesucian yang dikombinasikan dengan warna hitam sebagai penegas wujud adanya kekuatan yang ditekankan