

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Permasalahan konsumen menjadi landasan dalam menghasilkan produk, oleh karena hal tersebut diperlukannya solusi dan nilai lebih yang ditawarkan untuk konsumen sebagai keberlanjutan dalam proses bisnis. Dalam hal ini Zuriscase berupaya untuk memberikan solusi kepada konsumen dan calon konsumen yang berfokus pada representasi *design* dan fungsionalitas produk, harga, dan layanan yang mudah. Hal ini juga merujuk pada *noble purpose* yang ingin di hasilkan oleh Zuriscase. Dalam visi nya Zuriscase juga berupaya untuk menjadi penyedia kebutuhan produk pelindung telepon terlengkap di area Yogyakarta dan Magelang yang didukung oleh misi yang di rancang.

Dalam proses mewujudkan visi dan misi yang diciptakan berdasarkan model bisnis yang dihasilkan dengan BMC. Perancangan dilakukan Zuriscase melakukan riset melalui ukuran pasar, analisis posisi perusahaan di banding pesaing lalu dihasilkan strategi pengelolaan bisnis untuk sebagai landasan dalam rencana pengembangannya dengan menggunakan metode Matriks SWOT. Dalam pengembangannya ini kondisi bisnis Zuriscase saat ini berdasarkan IFAS dan EFAS yang dihasilkan Zuriscase berada pada kuadran I yang artinya memiliki peluang kekuatan produk yang tinggi dan diterima oleh pasar, hal ini menjadi peluang oleh Zuriscase, selain dengan metode Matriks SWOT pendekatan strategi dengan konsep Anshoff Matrix juga diimplementasikan dalam aspek marketing, operasional, keuangan, dan kreatif dalam masa *peak seasson* maupun *low seasson*.

5.2 Saran

Dalam rencana pengembangannya Zuriscase berupaya untuk mengembangkan strategi-strategi yang sudah dirancang untuk menghasilkan usaha yang berkelanjutan dari aspek internal maupun

eksternal salah satunya dengan mengembangkan *platforms* online marketing terintegrasi yang saling dioptimalisasikan.

