

# **BAB I**

## ***BUSINESS PLAN MYC INTERIOR CONSULTANT***

### 1.1. Ringkasan Umum

#### 1.1.1. Gambaran Usaha Secara Keseluruhan

Kota Makassar merupakan ibukota dari provinsi Sulawesi Selatan yang berkembang dengan pesat dan menjadi kota dengan lokasi strategis sebagai pintu *gate-way* untuk wilayah Indonesia Timur. Perkembangan pesat ini mendorong pertumbuhan ekonomi yang juga mengakibatkan banyaknya pembangunan secara besar-besaran dan cepat di wilayah Makassar. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya program "Makassar Sombere dan Smart City" yang dicanangkan oleh pemerintah kota dengan mengedepankan pemanfaatan teknologi, kemudahan perizinan usaha demi perkembangan kota. Selain itu menurut Sirajuddin selaku walikota periode 2004-2014. menyatakan bahwa "akhir tahun hingga awal tahun 2015 sedikitnya ada 38 hotel baru yang akan terbangun di kota Makassar." Selain itu pasar properti sangat berkembang ditandai dengan masuknya *developer* besar ke Makassar. Semua ini menegaskan bahwa kota Makassar sedang berkembang dengan pesat dan kondusif sebagai iklim bisnis.

Pembangunan dan perkembangan kota yang begitu cepat bila dikaitkan dengan perkembangan industri kreatif yang cenderung lambat, khususnya dalam hal ini kondisi perkembangan bisnis konsultan interior di kota Makassar sangat bertolak belakang. Dengan kata lain banyaknya permintaan dan kebutuhan akan jasa desain interior di kota Makassar, yang disebabkan karena meningkatnya pembangunan kota. Namun tidak diikuti dengan ketersediaan perusahaan

konsultan desain di wilayah kota Makassar yang berkompetensi dalam menjawab kebutuhan pembangunan yang begitu pesat.

Hal ini semakin ditegaskan dan nyata dengan kondisi realita di lapangan. Berdasarkan observasi yang dilakukan, maka nampak bahwa proyek-proyek besar seperti kafe, hotel, restoran, proyek residensial yang elit, dan lain-lain. Desain interiornya dipercayakan pada konsultan interior di luar kota Makassar seperti Surabaya dan Jakarta. Menurut beberapa sumber menegaskan bahwa hal ini terjadi karena kurangnya kompetensi serta pengalaman biro konsultan interior di Makassar untuk menghasilkan desain yang *up to date* dengan kebutuhan proyek bila dibandingkan dengan biro konsultan di Surabaya maupun Jakarta.

Sehingga dengan hadirnya perusahaan biro konsultan interior MYC dengan semangat profesionalisme perusahaan, yang menyediakan layanan interior dengan pengolahan dan penyampaian konsep desain dan usaha *branding* positif perusahaan. Hal ini diharapkan dapat menjadi solusi untuk kebutuhan desain interior di wilayah kota Makassar dan sekitarnya.

Namun kendala yang dihadapi oleh perusahaan MYC sebagai biro konsultan baru adalah kurangnya portofolio kerja, referensi proyek, kurangnya *network* untuk masuk ke dalam pasar. Selain itu kecenderungan klien yang ingin mempercayakan proyek interiornya pada perusahaan yang direkomendasi oleh kontraktor *furniture*, biro arsitek, rekomendasi teman, dan lain-lain, turut menjadi *problema* yang dihadapi mengingat masih kurangnya portofolio, referensi proyek dan *network* yang dimiliki perusahaan khususnya pada fase awal *start-up*.

Oleh karena itu perusahaan MYC diharapkan dapat menangani banyak proyek untuk mendapat pengalaman, portofolio kerja, dan memperkuat *network*.

Hal ini dapat dicapai dengan memanfaatkan relasi yang dimiliki untuk mendapat kepercayaan dalam menangani proyek. Selain itu perlu adanya pendekatan untuk menjadikan kontraktor interior/arsitektur, biro arsitek, agen perumahan, dan lain-lain sebagai *key-partner* yang dapat dijadikan batu loncatan untuk mendapat proyek-proyek yang nantinya akan menambah pengalaman, portofolio kerja, & *awereness* masyarakat.

Selain itu untuk menaikkan reputasi perusahaan MYC agar perusahaan makin berkembang dan maju, maka perusahaan diharapkan dapat mengerjakan proyek-proyek yang dianggap sebagai *key-project* untuk mendapatkan *awereness* dan kepercayaan masyarakat, menaikkan citra perusahaan, dan lain-lain. yang nantinya akan membuat perusahaan dapat terus berkembang dari waktu ke waktu.

**Tabel 1. Tabel Gambaran Usaha**

<i>Problem</i>	<i>Solution</i>
1). Masih sedikit biro konsultan interior yang berkompentensi khususnya untuk perancangan area komersial & <i>retail</i> , <i>hospitality</i> (menurut HDII).(sumber: observasi langsung)	1).MCY mentargetkan kontraktor interior, arsitektur, biro arsitek, agen perumahan, dan lain-lain untuk menjadi <i>key A partner</i> , agar perusahaan direferensikan pada klien dan mendapat banyak portofolio yang diperlukan khususnya di fase awal <i>start-up</i> dan semakin memperkuat <i>network</i> perusahaan
2). Kebanyakan konsultan desain interior di Makassar tidak memperhatikan pengolahan dan penyajian konsep desain dalam menggarap suatu proyek.	2).Perusahaan fokus untuk menggalakkan semangat profesionalisme yang terwujud dalam -strategi <i>marketing</i> untuk mendapat <i>awereness</i> dan citra perusahaan yang profesional
2). Proyek desain dengan klasifikasi 2 & 3 lebih banyak dipercayakan kepada biro konsultan di luar pulau Makassar seperti Jakarta, Surabaya, dan lain-lain. (sumber: <i>interview</i> )	-Pengolahan dan penyajian konsep desain secara mendalam pada setiap proyek.

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

Tabel 1. Tabel Gambaran Usaha (Sambungan)

<i>Problem</i>	<i>Solution</i>
<p>3).Perusahaan sebagai perusahaan biro konsultan interior baru (fase awal <i>start-up</i>) di kota Makassar, belum memiliki portofolio, proyek untuk direferensikan, dan jejaring yang kuat</p>	<p>3).MYC pada fase <i>start-up</i> memanfaatkan <i>network</i> yang dimiliki masing-masing <i>owner</i> untuk mendapat kepercayaan menangani proyek, guna menambah portofolio, dan pengalaman</p>
<i>Opportunity</i>	
<p>1). Dikarenakan kurangnya biro konsultan yang berkompeten &amp; berpengalaman. Sehingga perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pasar untuk perancangan desain untuk kategori klasifikasi proyek 2 &amp; 3 untuk area kota Makassar, dan sekitarnya.</p> <p>2). Perusahaan MYC menawarkan layanan dengan desain yang mengolah konsep dan menyampaikannya kepada klien sebagai keunggulan bersaing dan mengedukasi masyarakat lebih mendalam mengenai desain yang baik.</p> <p>3). Perusahaan MYC dalam proses <i>start-up</i> sebagai perusahaan baru diharapkan dapat menjalin kerja sama dengan kontraktor interior, arsitektur, biro arsitek. Dengan tujuan agar perusahaan MYC direferensikan pada klien, sehingga berpeluang untuk mendapat proyek yang sangat dibutuhkan khususnya pada fase <i>start-up</i>.</p>	<p>4).Perusahaan MYC menargetkan untuk mengerjakan proyek-proyek yang dapat dikategorikan sebagai <i>key project</i>, sehingga dapat menaikkan reputasi dan mendapat <i>awereness</i> masyarakat kota Makassar.</p>

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

### 1.1.2. Visi

Menjadikan "MYC Interior *Consultant*" sebagai perusahaan interior terkemuka di wilayah Indonesia Timur dan meningkatkan citra industri kreatif di Indonesia

### 1.1.3. Misi

- a. Membuat desain sebagai bagian dari masyarakat dan untuk meningkatkan kualitas kehidupan melalui desain.
- b. Untuk memproduksi desain yang dapat menghasilkan solusi untuk masalah dan kebutuhan pengguna.
- c. Untuk bekerja sesuai dengan standar etika yang tinggi.
- d. Untuk menciptakan sebuah tim dengan kreativitas, solidaritas, dan loyalitas.
- e. Untuk meningkatkan keterampilan dan potensi melalui pendidikan dan pelatihan.
- f. Untuk memperluas jaringan dengan kolaborasi bersama perusahaan lain & kedisiplinan.

### 1.1.4. Tujuan

Tujuan didirikannya jasa desain MYC Interior *Consultant* bagi pengguna adalah:

- a. Meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui desain yang merupakan solusi bagi permasalahan yang dihadapi.
- b. Mengedukasi masyarakat mengenai peran serta manfaat dari jasa konsultan interior, pentingnya desain interior untuk meningkatkan kualitas hidup, dan informasi seputar dunia interior yang berguna.

Tujuan didirikannya jasa desain MYC Interior *Consultant* bagi perusahaan sendiri adalah:

- a. Menjadi perusahaan yang unggul, yang terdiri atas tim yang solid dan sejahtera.

- b. Menjadi tempat penyaluran *passion* dan kreativitas bagi seluruh karyawan

#### 1.1.5. Kunci Keberhasilan

Perusahaan MYC diharapkan optimis dapat berkembang menjadi biro konsultan interior yang unggul dan berkembang. Hal ini didukung dengan kondisi iklim pembangunan di kota Makassar dan sekitarnya yang semakin berkembang dan membuat banyaknya proyek-proyek yang dibangun. Sehingga akan membuat berbagai sektor usaha semakin berkembang, termasuk sektor industri kreatif. Dalam hal ini lebih khusus lagi meningkatkan kebutuhan akan biro konsultan desain interior di wilayah kota Makassar dan sekitarnya.

Selain itu perusahaan MYC dalam fase awal *start-up* sampai perkembangannya diharapkan dapat masuk ke dalam pasar dengan semangat profesionalisme yang terwujud dari kualitas desain yang baik dengan pengolahan serta penyajian konsep desain secara mendalam dan strategi *marketing* perusahaan. Selain itu sebagai cerminan visi perusahaan dalam edukasi untuk menjadikan desain sebagai bagian dari masyarakat. Perlakuan upaya perluasan *network* dengan (kontraktor interior/arsitektur, biro arsitek, agen perumahan, dan lain-lain.) sebagai faktor penting bagi perkembangan perusahaan dan peningkatan kualitas kerja sumber daya manusia sebagai faktor kunci dalam operasional yang juga menjadi perwujudan misi perusahaan.

Perusahaan diharapkan dapat mengerjakan proyek-proyek yang termasuk *key-project* sebagai sarana untuk menaikkan citra & kepercayaan masyarakat kepada perusahaan. *Key-project* juga menjadi faktor yang membuat perusahaan dapat terus berkembang dan bersaing dalam industri kreatif.

Dalam operasionalnya perusahaan juga bekerja sama sebagai tim yang solid, kreatif, dan terdiri atas SDM yang *passionate* dalam menjalankan peran masing-masing dalam mencapai hasil yang maksimal. Seluruh staf maupun *owner* bekerja sama sebagai tim yang tampak dari adanya kegiatan *meeting* internal setiap minggu yang bersuasana kekeluargaan untuk membahas *progress* dan tujuan yang ingin dicapai bersama, serta *training* berkala untuk setiap karyawan dalam meningkatkan kualitas kerja yang efektif. Adanya tim perusahaan yang kuat yang terdiri dari SDM yang solid dan kreatif sebagai kunci keberhasilan dalam menjalankan perusahaan yang terus berkembang.

## 1.2. Ringkasan Usaha

### 1.2.1. Kepemilikan Perusahaan

Perusahaan MYC Interior *Consultant* merupakan perusahaan biro konsultan interior yang didirikan dan dimiliki oleh 3 pimpinan. Sehingga 3 pimpinan yaitu Marcelina Agnes C., Yunian, Claudia M.L. merupakan pemilik perusahaan yang sekaligus merangkap sebagai *head chief designer* dan pemegang saham dalam perusahaan MYC yang berbentuk CV.

Perusahaan MYC dibentuk oleh 3 pimpinan dengan kompetensi dan potensi yang dapat memperkuat perusahaan. *Channel* perusahaan diperkaya dari masing-masing *network* yang dimiliki *owner* pendiri, secara geografis Claudia memiliki *network* yang luas di wilayah Maluku, Sulawesi Utara, serta kota Surabaya, Makassar dan Jakarta. *Network* yang dimiliki meliputi kenalan, kerabat, pihak-pihak yang berhubungan dengan disiplin seperti arsitek, kontraktor, *supplier* material dan aksesoris interior, teknik sipil, *drafter*, dan lain-lain. Bisnis orang tua Yunian bergerak dalam bidang pembuatan sofa, *springbed* dan *supplier*

material kain maupun busa. Hal ini membuat Yunian memiliki *network* yang luas di kota Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Makassar. *Network* yang dimiliki meliputi tukang-tukang produsen *furniture* di Makassar, *supplier* material interior di Surabaya serta berbagai disiplin seperti arsitek, kontraktor interior, desainer produk, dan juga *marketing* properti di Jakarta. Marcelina sebagai *owner* juga memiliki *network* di kota Makassar, Manado, Pinrang, dan Surabaya dengan *network* baik kerabat maupun kenalan serta dengan pihak-pihak seperti arsitek, kontraktor, teknik sipil, *drafter*, serta *supplier* material maupun pendukung interior. Orang tua Marcelina juga mempunyai usaha valuta asing sehingga memiliki *network* yang luas dengan kenalan yang berasal dari berbagai golongan pekerjaan maupun kelas ekonomi dari golongan menengah hingga menengah ke atas. Sehingga *network* yang dimiliki ini dapat dijadikan sebagai *channel* perusahaan dalam memasuki segmentasi yang dituju.

*Owner* Claudia memiliki pengalaman yang kaya dalam pengetahuan material maupun konstruksi interior karena pernah bekerja magang di perusahaan interior sekaligus kontraktor. Claudia juga memiliki pengalaman dalam menjalankan bisnis kuliner selama dua tahun sehingga sering terlibat dalam kegiatan administrasi, *marketing*, dan pengelolaan keuangan dalam menjalankan bisnis berkelanjutan serta bertemu banyak tipe *customer*. Potensi ini yang membuat Claudia memiliki pengalaman dalam menjalankan bisnis untuk nantinya disumbangkan khususnya dalam strategi manajemen operasional perusahaan. *Owner* Yunian memiliki pengalaman bekerja di perusahaan konsultan interior murni yang cukup ternama sehingga Yunian banyak belajar mengenai sistem kerja sebuah konsultan interior yang baik, khususnya karena pimpinan yang sering ke

luar kota membuatnya memahami mekanisme operasional perusahaan secara efektif serta metode pengawasan kerja yang baik, bagaimana sistem kerja pada saat berhubungan dengan kontraktor, SOP perusahaan, hubungan dengan arsitek dan *supplier*, pentingnya hasil kerja yang mendetail, mulai dari sisi desain, gambar kerja hingga pada pemilihan material serta pembelajaran pengalaman pimpinan dalam merintis perusahaan. Selama melakukan program *apprentice* juga menyempatkan untuk meningkatkan jejaring, khususnya untuk kontraktor *furniture* yang memiliki hasil kerja yang baik. Hal ini membuat Yunian sudah melihat sistem manajemen dan pengaturan sebuah perusahaan konsultan interior murni sehingga dari pemahaman dan pengetahuan tersebut Yunian dapat membantu mengarahkan perusahaan dalam operasional serta rencana pengembangan perusahaan. Marcelina sebagai *owner* memiliki pengalaman kerja di kantor interior sekaligus kontraktor sehingga memiliki pengetahuan akan material serta konstruksi interior dan dibekali pengetahuan akan strategi *start-up* bisnis. Selama proses *apprentice*, banyak pengalaman yang diperoleh dari observasi lokasi langsung, meeting dengan klien, proses revisi desain, pembuatan gambar kerja sampai realisasi desain. Selain itu Marcelina juga memiliki pengalaman bekerja sebagai *freelance* desain interior untuk proyek residensial dan komersial sehingga mempunyai pengalaman dalam menghadapi klien. Sehingga Marcelina dapat membantu dengan pengetahuan serta pengalamannya untuk menjalankan perusahaan.

Semua potensi yang dimiliki oleh ketiga *owner* pendiri tidak akan lengkap tanpa adanya rasa saling percaya antara pendiri perusahaan yang sudah dipupuk semenjak semester satu dari proses pembelajaran di universitas. Faktor kuat yang

menyebabkan terjalinnya kesepakatan untuk membuat perusahaan bersama dikarenakan adanya kesamaan sistem kerja dari pendiri MYC yaitu dengan ritme kerja yang detail dan saling membantu untuk mencapai hasil yang maksimal.

#### Manajemen konflik perusahaan

Pengertian manajemen konflik menurut Wirawan (2010) mendefinisikan manajemen konflik sebagai proses pihak yang terlibat konflik atau pihak ketiga menyusun strategi konflik dan menerapkannya untuk mengendalikan konflik agar menghasilkan resolusi yang diinginkan. Maka dari itu perusahaan MYC sebagai perusahaan yang terdiri dari 3 *owner* yang menjalankan perusahaan tidak terlepas dari kemungkinan menghadapi konflik baik yang disebabkan oleh faktor internal maupun faktor eksternal yang mempengaruhi. Dalam menghadapi konflik perlu strategi yang tepat sehingga semua pihak tetap diuntungkan dan bukannya mengarah kepada hal-hal yang merusak.

Oleh karena itu strategi yang digunakan dengan cara pembagian aset perusahaan, berdasarkan dua kemungkinan yang terjadi yaitu apabila 3 *owner* tetap ingin melanjutkan usaha dalam bidang interior namun adanya ketidaksepakatan untuk menjalankan operasional bersama atau terdapat pihak yang ingin keluar dari MYC dan tidak mau melanjutkan bisnis interior.

Pada fase satu jika konflik yang terjadi karena adanya salah satu atau semua *owner* yang tidak ingin meneruskan perusahaan MYC dan ingin merintis bisnis interior sendiri maka 3 *owner* akan berunding dan membagi aset serta keuntungan perusahaan secara merata. Nama perusahaan MYC juga tidak akan lagi digunakan dan menggunakan nama perusahaan masing-masing.

Apabila konflik terjadi pada fase dua atau tiga, yaitu adanya pihak yang ingin keluar dari perusahaan dan tidak lagi ingin mengerjakan interior maka *owner* perlu melakukan perundingan untuk membahas pembagian aset dan keuntungan perusahaan. Posisi perusahaan sudah berkembang dan maju dengan *image* perusahaan MYC sehingga akan diusahakan untuk tetap mempertahankan nama perusahaan, dengan menawarkan kepada pendiri yang ingin keluar untuk tetap menjadi pemegang saham pasif dengan mempertahankan investasi aset di perusahaan namun tidak perlu melakukan kegiatan operasional perusahaan. Nantinya pendiri tersebut akan mendapat persen dari imbalan keuntungan perusahaan sesuai dengan kesepakatan. Jika pendiri yang akan keluar menolak alternatif pilihan yang dibuat maka perusahaan wajib mengganti nama perusahaan dan pendiri dapat juga berdiskusi untuk mencari *partner* baru untuk menggantikan peran pendiri yang mengundurkan diri.

### 1.2.2. Fase Usaha

Fase usaha perusahaan dibagi atas tiga fase perkembangan yang dimulai pada pertengahan tahun yaitu Juni 2017, lalu setelah dua tahun beroperasi perusahaan masuk ke fase dua dan setelah empat tahun perusahaan masuk ke fase yang ketiga yang terlihat pada tabel yang dicantumkan, sebagai berikut:

**Tabel 1.1. Tabel Fase Usaha**

	Fase 1 (Juni 2017-2019)	Fase 2 (2020-2024)	Fase 3 (2024-....)
Bentuk Kepemilikan	CV ( <i>Commanditaire Vennootschap</i> )	CV ( <i>Commanditaire Vennootschap</i> )	CV ( <i>Commanditaire Vennootschap</i> )

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

**Tabel 1.1. Tabel Fase Usahan (Sambungan)**

	Fase 1 (Juni 2017-2019)	Fase 2 (2020-2024)	Fase 3 (2024-....)
Layanan Produk / Jasa	- Perancangan desain interior	- Perancangan desain interior	- Perancangan desain interior
Klasifikasi Proyek	Menerima segala jenis proyek, tanpa spesialisasi tertentu	Menerima segala jenis proyek, tanpa spesialisasi tertentu	Menerima segala jenis proyek, tanpa spesialisasi tertentu
Sumber Daya Manusia (SDM)	- <b>Chief Designer:</b> <i>Owner (3)</i>	- <b>Chief Designer:</b> <i>Owner (3)</i>	- <b>Chief Designer:</b> <i>Owner (3)</i>
	- <b>Designer + Drafter :</b> <i>Owner</i> - <b>Administrasi :</b> <i>Owner</i> - <b>Public Relation :</b> <i>Owner</i>	- <b>Interior Designer :</b> 1 orang - <b>Arsitek :</b> 1 orang - <b>Project staff:</b> 1 orang - <b>Drafter :</b> 1 orang <b>Operational Staff:</b> 1 orang	- <b>Interior Designer :</b> 2 orang - <b>Arsitek :</b> 1 orang - <b>Project staff:</b> 2 orang - <b>Graphic designer:</b> 1 orang - <b>Product Designer:</b> 1 orang - <b>Drafter :</b> 2 orang
		- <b>Administrasi + Akuntan</b> 1 orang - <b>Public Relation:</b> <i>Owner</i> <b>Marketing:</b> 1 orang - <b>Office Boy :</b> 1 Orang	- <b>Administrasi :</b> 2 orang - <b>Akuntan :</b> 1 orang - <b>Marketing:</b> 1 orang - <b>Public Relation:</b> <i>Owner</i> - <b>Office Boy :</b> 2 Orang

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

**Tabel 1.1. Tabel Fase Usahan (Sambungan)**

	Fase 1 (Juni 2017-2019)	Fase 2 (2020-2024)	Fase 3 (2024-....)
<i>Partnership</i>	Kontraktor, <i>supplier</i> aksesoris interior, <i>lighting</i> , <i>furniture</i> , dan lain-lain., biro arsitek, dan <i>property developer</i>	Kontraktor, <i>supplier</i> aksesoris interior, <i>lighting</i> , <i>furniture</i> , dan lain-lain., arsitek, dan <i>property developer</i>	Kontraktor, <i>supplier</i> aksesoris interior, <i>lighting</i> , <i>furniture</i> , dan lain-lain., arsitek.
Segmentasi	<b>Demografi</b> -Masyarakat dengan ekonomi menengah ke atas -Menerima segala jenis proyek	<b>Demografi</b> -Masyarakat dengan ekonomi menengah ke atas -Menerima segala jenis proyek	<b>Demografi</b> -Masyarakat dengan ekonomi menengah ke atas -Menerima segala jenis proyek
	<b>Geografis</b> Klien yang membutuhkan jasa desain interior di Makassar	<b>Geografis</b> Klien yang membutuhkan jasa desain interior di Makassar, Manado	<b>Geografis</b> Klien yang membutuhkan jasa desain interior di Makassar, Manado serta daerah sekitarnya dan di kota Surabaya
	<b>Psikografis</b> -Klien yang memanfaatkan teknologi & belum memanfaatkan teknologi		
	<b>Perilaku</b> -Menurut manfaat membagi atas kepentingan pribadi /personal dan pengguna fasilitas interior -Menurut ketertarikan akan desain menjadi yang tidak sadar dan tertarik		
Promosi	<i>Social Media, website, marketing tool</i>	<i>Social Media, maintenance website</i>	<i>Social Media, maintenance website</i>
	<i>Word of Mouth promotion</i>	<i>Word of Mouth promotion</i>	<i>Word of Mouth promotion</i>
		Pameran	

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

**Tabel 1.1. Tabel Fase Usaha (sambungan)**

	Fase 1 (Juni 2017-2019)	Fase 2 (2020-2024)	Fase 3 (2024-....)
Promosi		Peningkatan kualitas porfolio untuk kepentingan promosi dan dokumentasi dengan menyewa fotografer profesional	
	<i>Network</i> dengan kontraktor, <i>supplier</i> biro arsitek, dan lain-lain	<i>Network</i> dengan kontraktor, <i>supplier</i> biro arsitek, dan lain-lain	<i>Network</i> dengan kontraktor, <i>supplier</i> biro arsitek, dan lain-lain
			Program desain tanpa biaya jasa
	<i>Greetings</i> , pemberian karangan bunga pada <i>event</i> klien		
	<i>Network</i> yang dimiliki dengan pendekatan langsung		
IT : <i>Software &amp; Hardware</i>	<i>Software:</i> -Autocad, 3Ds Max, Sketchup, -Photoshop, Corel Draw, -Microsoft <i>Office</i> <i>Hardware :</i> Laptop, <i>Printer</i> , Komputer	<i>Software:</i> -Autocad, 3Ds Max, Sketchup Pro, -Photoshop, Corel Draw, -Microsoft <i>Office</i> <i>Hardware :</i> Laptop, <i>Printer</i> , Komputer	<i>Software:</i> -Autocad, 3Ds Max, Sketchup Pro, -Photoshop, Corel Draw, -Microsoft <i>Office</i> <i>Hardware :</i> Laptop, <i>Printer</i> , Komputer, LCD
Pendanaan	Orang tua (85%) <i>Revenue Profit</i>	<i>Revenue Profit</i> Perusahaan	<i>Revenue Profit</i> Perusahaan
Pengeluaran	-Biaya operasional(listrik, transportasi, sewa, internet dan telepon) - <i>Marketing</i> , -Administrasi umum -Pajak -Renovasi bangunan -Peralatan kantor -Peralatan elektronik dan <i>software</i>	-Gaji karyawan, THR, bonus kerja -Biaya operasional(listrik, transportasi, sewa, internet dan telepon) - <i>Marketing</i> , -Administrasi umum -Pajak -Renovasi kantor dan <i>showroom</i> (Makassar) -Peralatan kantor -Peralatan elektronik dan <i>software</i>	-Gaji karyawan, THR, bonus kerja -Biaya operasional(listrik, transportasi, sewa, internet dan telepon) - <i>Marketing</i> , -Administrasi umum -Pajak -Renovasi kantor (Manado) -Peralatan kantor -Peralatan elektronik dan <i>software</i> - Program <i>social responsibily</i>

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

**Tabel 1.1. Tabel Fase Usaha (sambungan)**

	Fase 1 (Juni 2017-2019)	Fase 2 (2020-2024)	Fase 3 (2024-....)
Lokasi	Jl. Mesjid Raya No. 68 H, Makassar	Jl. Mesjid Raya No. 68 H, Makassar	Jl. Mesjid Raya No. 68 H, Makassar Jl. Pinkan Matingdas Ruko Dendengan Residence No.6
Operasional	SOP	SOP	SOP

Sumber: Data Olahan Pribadi (2014)

### 1.3. Usaha Biro Konsultan Interior MYC Interior *Consultant*

#### 1.3.1. Gambaran Usaha

Biro konsultan interior MYC Interior *Consultant* hadir untuk berkomitmen bekerja secara profesional untuk memberikan pelayanan konsultasi dan desain interior yang mengedepankan pengolahan dan penyajian desain yang berkonsep pada setiap proyek. Hal ini juga sebagai wujud visi dan misi perusahaan, untuk mengedukasi masyarakat mengenai desain interior yang baik agar dapat menjadi bagian dari masyarakat.

Pelayanan meliputi konsultasi desain, perancangan desain interior, persiapan dokumen kerja & lelang, sampai pada tahap pengawasan implementasi desain. MYC Interior *Consultant* memberikan layanan dalam lingkup perancangan ruang dan tidak menyediakan layanan dalam lingkup kontraktor.

Perusahaan MYC Interior *Consultant* dalam perencanaan perkembangannya dibagi atas tiga fase/tahap perkembangan. Fase awal perusahaan sudah berbentuk CV (*Commanditaire Vennootschap*) yang terdiri atas tiga pimpinan perusahaan. Awalnya kantor utama di buka di Makassar sebagai tempat operasional perusahaan yang dijalankan oleh Marcelina, Yunian, dan

Claudia. Selain itu Claudia juga akan memulai mempersiapkan diri dengan rencana untuk melakukan kegiatan *marketing* ke kota Manado yang akan direalisasikan pada fase kedua.

Pada fase kedua di mana perusahaan MYC Interior *Consultant* telah berhasil mendapatkan pasar dan operasional perusahaan berjalan dengan baik di Makassar. Sehingga perusahaan akan membuka fasilitas *front office* di kantor yang sudah ada di Makassar untuk menjangkau masyarakat lebih luas. Perusahaan juga akan melakukan pengembangan ke kota Manado dengan melakukan kegiatan *marketing* yang dilakukan langsung oleh Claudia selaku *owner* yang dibantu dengan *operational staff*. Kegiatan *marketing* akan berfokus pada mencari dan memperkuat jejaring serta mengenalkan perusahaan MYC di kota Manado.

Pada fase ketiga ketika perusahaan MYC Interior *Consultant* sudah semakin besar dan berkembang. Maka direncanakan perusahaan akan membuka kantor operasional di cabang Manado. Sehingga akan ada dua kantor yang juga beroperasi dan memproduksi desain. Pada fase ini SOP perusahaan akan disesuaikan dengan kebutuhan operasional yang sudah berbeda dari fase-fase sebelumnya sehingga pada nantinya baik cabang utama yang ada di Makassar maupun Manado semua bekerja dengan efektif untuk memajukan perusahaan MYC Interior *Consultant*. Selain itu perusahaan pada fase ketiga (2024) direncanakan telah mempunyai pengalaman kerja, portofolio, dan *network* yang luas dan siap untuk lebih meningkatkan posisi perusahaan dengan cara perusahaan menargetkan mengerjakan proyek-proyek di luar Sulawesi yaitu di kota Surabaya. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan dapat disamakan dengan

perusahaan konsultan lain di kota besar dengan mengerjakan proyek di luar kota serta perwujudan visi perusahaan yang ingin semakin berkembang.

### 1.3.2. Layanan Usaha

Layanan usaha yang ditawarkan perusahaan MYC meliputi perancangan interior yang mencakup proses kerja sebagai berikut,

**Tabel 1.2. Tabel Layanan Usaha**

LAYANAN	SISTEM LAYANAN	DETAIL LAYANAN
Perancangan desain interior	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Pertemuan awal</li> <li>-Persetujuan kesepakatan dengan penerbitan SPK</li> <li>-Pradesain (<i>project brief</i>, konsep desain, perkiraan RAB)</li> <li>-Revisi desain (max. 2x)</li> <li>-Presentasi <i>final design &amp; concept</i></li> <li>-Pengembangan desain</li> <li>-Dokumen pelelangan</li> <li>-Pelelangan</li> <li>-Pengawasan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Pertemuan awal yang dilakukan untuk mengetahui <i>project brief</i> dari proyek yang akan ditangani, menunjukkan portofolio kerja, memberikan gagasan awal pada proyek tersebut untuk membangun relasi dan kepercayaan klien. Sehingga klien nantinya mau mempercayakan proyeknya pada MYC</li> </ul>

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

### 1.3.3. Spesifikasi Produk

Layanan perancangan desain interior sebagai produk dari perusahaan MYC, dengan spesifikasi produk yang ditawarkan MYC sebagai berikut:

**Tabel 1.3. Tabel Spesifikasi Produk**

LAYANAN	SPESIFIKASI	HARGA
Perancangan desain interior	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Pertemuan awal</b></li> <li>-<i>Project brief</i> awal, <i>needs &amp; wants of client</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Harga tercantum berdasarkan ketentuan HDII</li> </ul>

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

Tabel 1.3. Tabel Spesifikasi Produk (Sambungan)

LAYANAN	SPESIFIKASI	HARGA
Perancangan desain interior	<p><b>Persetujuan &amp; kesepakatan</b> -Penerbitan SPK</p> <p><b>Pra desain</b> 1. Membuat <i>Terms Of Requirement</i> 2. Membuat <i>moodboard</i> dan mendapat <i>feed-back</i> dari klien 3. Membuat visualisasi awal (sketsa/<i>3D modelling</i> tanpa render) dan gambaran konsep desain awal 4. Membuat perkiraan RAB awal 5.Revisi dari klien sebanyak maksimum 2 x 6.<i>Final design &amp; concept presentation</i></p> <p><b>Pengembangan Desain</b> -Persiapan gambar kerja proyek</p> <p><b>Dokumen pevelangan</b> 1. Persiapan dokumen yang meliputi Gambar Kerja, Rencana Kerja dan Syarat-Syarat, Spesifikasi Teknis, &amp; <i>Bill of Quantity</i></p> <p><b>Pevelangan</b> (Apabila diperlukan klien) 1. Kualifikasi calon kontraktor yang diundang 2. Memberikan penjelasan teknis pada rapat 3. Membantu klien melakukan evaluasi &amp; negosiasi terhadap kontraktor 4. Memberikan rekomendasi pemenang lelang</p> <p><b>Pengawasan berkala</b> 1. Rapat koordinasi dengan kontraktor, pemasok, dan lain-lain. 2.Melakukan pengawasan &amp; bimbingan berkala di lokasi (namun bukan sebagai konsultan pengawas) 3. Pengawasan dilakukan paling sedikit sekali dalam empat minggu dan sebanyak-banyaknya seminggu sekali.</p>	-Harga tercantum berdasarkan ketentuan HDII yang terlampir di poin 1.6.2.2 <i>Price</i>

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

#### 1.3.4. Inovasi Usaha

Perusahaan MYC sebagai perusahaan konsultan interior saat ini belum menemukan inovasi khusus yang dapat dijadikan *value-added* perusahaan.

Perusahaan dianggap menjalankan operasional bisnis seperti layaknya biro konsultan pada umumnya.

#### 1.4. Analisa Industri

##### 1.4.1. Kompetisi Industri

Berikut ini adalah posisi perusahaan MYC Interior *Consultant* dan kompetitor yang ada dalam industri ini, hal ini diperlukan agar MYC Interior *Consultant* dapat memahami strategi-strategi yang harus dilakukan agar perusahaan mampu bersaing. Pada fase satu kompetitor yang dihadapi ialah konsultan sesama *fresh graduate*, toko/*supplier* yang juga menyediakan layanan desain dan interior konsultan interior yang ada di Makassar.

Pada fase satu posisi MYC terhadap konsultan *fresh graduate* lebih tinggi karena perusahaan dikelola oleh tiga *owner* yang memiliki kompetensi *interior architecture* serta bekal pengetahuan *entrepreneurship* yang telah mempersiapkan *owner* secara matang dalam perencanaan bisnis berupa *business plan* dari masa *start-up* sampai rencana beberapa tahun kemudian.

Pada fase pertama posisi MYC terhadap toko *furniture* yang menyediakan layanan desain adalah sejajar karena secara kualitas desain perusahaan dapat unggul namun secara *network* maupun *channel* lebih kurang. Pada fase kedua dan

ketiga posisi MYC sudah lebih tinggi dari pihak ini karena perusahaan sudah memiliki portofolio maupun *awareness* masyarakat.

Pada fase pertama posisi perusahaan MYC lebih rendah dengan konsultan desain interior lainnya di Makassar karena belum memiliki banyak pengalaman serta *network*. Namun pada fase kedua posisi perusahaan sudah sejajar karena sudah memiliki pengalaman dan *awareness* masyarakat. Pada fase ketiga perusahaan memiliki posisi yang lebih tinggi dibandingkan dengan konsultan interior di kota Makassar karena sudah memiliki pengalaman dan disertai semangat profesionalisme yang terwujud dalam penyajian konsep dan *public relation* perusahaan. Selain itu posisi perusahaan sejajar dengan konsultan interior di kota besar lainnya karena pada fase ini perusahaan sudah beroperasi cukup lama dan memiliki banyak portofolio.

Kompetitor MYC yaitu konsultan interior *fresh graduate* memiliki posisi yang lebih rendah dibandingkan dengan klien karena perusahaan baru *start-up* dan belum memiliki banyak pengalaman serta *awareness*. Posisi konsultan *fresh graduate* terhadap produk substitusi yaitu *retail furniture* juga lebih rendah karena belum memiliki *channel* dan *network* yang luas. Namun memiliki posisi lebih tinggi terhadap produk substitusi kontraktor dengan layanan desain karena menawarkan kualitas desain yang lebih baik dibandingkan kontraktor. Posisi perusahaan konsultan *fresh graduate* terhadap *supplier* juga lebih tinggi karena tersedianya beragam perusahaan *supplier* di Makassar dan juga perusahaan berada pada posisi klien sehingga memiliki posisi yang lebih tinggi untuk mengawasi kualitas yang diberikan.

Kompetitor MYC yaitu toko/*supplier furniture* yang melihat peluang dan akhirnya menyediakan layanan desain interior memiliki posisi yang lebih tinggi terhadap klien karena sudah memiliki *channel* dan *network* yang kuat sebagai usaha yang telah lama berdiri sehingga memiliki *awareness* yang tinggi dari masyarakat. Posisi toko/*supplier furniture* terhadap produk substitusi seperti perusahaan *retail* yang menjual *furniture & interior accessories* lebih tinggi karena memiliki produk yang juga dijual ditambah lagi dengan layanan desain interior. Posisi terhadap produk substitusi kontraktor dengan layanan desain sejajar karena menawarkan kualitas desain yang sama pada klien. Posisi toko/*supplier furniture* terhadap *supplier* seperti pabrik/*workshop* yang memproduksi serta *outsourc*e SDM lainnya lebih tinggi karena berada pada posisi pemborong dan pemakai jasa yang dapat mengontrol pembelian dan kualitas yang ditawarkan.

Konsultan interior yang telah ada sebelumnya, memiliki posisi yang lebih tinggi terhadap klien karena sudah memiliki reputasi dan pengalaman kerja. Posisi perusahaan terhadap produk substitusi toko *retail furniture* juga lebih tinggi karena menawarkan desain yang unik sesuai dengan kebutuhan proyek bila dibandingkan hanya dengan penataan produk *furniture* maupun aksesoris interior. Posisi perusahaan lebih tinggi dibandingkan produk substitusi kontraktor dengan layanan desain karena menawarkan proses dan kualitas desain yang lebih maksimal dibandingkan dengan kontraktor. Posisi perusahaan terhadap *supplier* yaitu SDM *outsourc*e yang membantu produksi maupun *supplier* peralatan kantor karena perusahaan berada pada posisi sebagai klien yang dapat mengontrol keputusan pembelian dan kontrol kualitas yang ditawarkan.

**Tabel 1.4. Tabel Kompetisi Industri Fase 1**

Jenis Perusahaan	Layanan	Deskripsi
MYC Interior <i>Consultant</i>	Desain & konsultan interior	-Kantor di ruko, Jl. Mesjid Raya No. 68 H, Makassar
Konsultan interior <i>fresh graduate</i>	Desain interior komersial & <i>retail</i> dan residensial	-Berkompetisi dengan lulusan desainer interior lainnya.

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

**Tabel 1.5. Tabel Kompetisi Industri Fase 2**

Jenis perusahaan	Layanan	Deskripsi
MYC Interior <i>Consultant</i>	- Jasa desain & konsultan interior	-Kantor di ruko, Jl. Mesjid Raya No. 68 H, Makassar
Konsultan desain interior	-Konsultan & desain interior	-Lebih memiliki banyak pengalaman
Toko/ <i>showroom furniture</i> yang juga menyediakan layanan desain interior	-Jasa desain interior -Toko yang <i>supply furniture</i> & aksesoris interior.	-Kategori proyek, komersial & <i>retail</i> dan residensial. -Memiliki <i>network</i> yang luas -Layanan (desain & realisasi) cukup diminati kebanyakan klien -Desain yang dihasilkan rata-rata sama, tanpa ciri khas.

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

**Tabel 1.6. Tabel Contoh Perusahaan Kompetitor Fase 2**

Deco Abadi	
Faktor	Keterangan
Alamat	Jl. Veteran Selatan, No. 265, Makassar
Layanan	-Jasa konsultan dan desain interior -Toko <i>supply furniture</i>
Harga	Rp. 50,000 - Rp.100,000
Deskripsi	-Klasifikasi desain meliputi residensial, komersial & <i>retail, hospitality &amp; working space</i> - Produksi desain berkisar dua sampai tiga minggu
Keunggulan	- Berpengalaman dalam desain sejak 2011 - Memiliki <i>workshop</i>
Wilz Interior	
Alamat	Makassar
Layanan	- Jasa konsultan dan desain interior
Harga	Rp. 100,000/m <sup>2</sup>
Deskripsi	- Proyek lebih banyak residensial
Keunggulan	-Klasifikasi desain meliputi residensial, komersial & <i>retail, hospitality &amp; working space</i> - Tidak ada batasan untuk revisi desain

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

**Tabel 1.7. Tabel Kompetisi Industri Fase 3**

Jenis perusahaan	Layanan	Deskripsi
MYC Interior <i>Consultant</i>	-Jasa desain & konsultan interior	-Kategori proyek, komersial & <i>retail</i> dan residensial, <i>hospitality</i> , <i>office</i> , <i>working space</i> -Kantor di ruko, Jl. Mesjid Raya No. 68 H, Makassar
Konsultan desain interior di Makassar maupun di luar Makassar	-Jasa desain & konsultan interior	-Kategori proyek, komersial & <i>retail</i> , residensial, & <i>hospitality</i> -Lebih memiliki banyak pengalaman

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

**Tabel 1.8. Tabel Contoh Perusahaan Kompetitor Fase 3**

Q-bic Space	
Faktor	Keterangan
Alamat	Ruko Taman Internasional A-21, Citraland Surabaya - Indonesia
Layanan	- Jasa konsultan & desain interior - Kontraktor interior (sistem internal <i>partnership</i> )
Harga	Rp. 350,000 - Rp.400,000
Deskripsi	- Kategori proyek, komersial & <i>retail</i> , residensial, & <i>hospitality</i>
Keunggulan	- Punya jaringan <i>supplier</i> yang luas - Berpengalaman dalam desain dan sekaligus kontraktor - Memiliki <i>official website</i> perusahaan - Menerima <i>feed back</i> dan testimoni klien
Budi Interior	
Faktor	Keterangan
Alamat	Surabaya
Layanan	- Jasa konsultan & desain interior - Jasa perancangan arsitektur
Harga	Rp. 100,000/m <sup>2</sup>
Deskripsi	- Proyek lebih banyak residensial
Keunggulan	- Memiliki jejaring yang luas di Makassar - Memiliki jejaring di Surabaya
Sonyarchitect	
Faktor	Keterangan
Alamat	Jl. Karang Mulya MP 1 D6/19, Jakarta
Layanan	- Jasa konsultan & desain interior - Jasa perancangan arsitektur
Harga	Rp. 500,000,-
Deskripsi	- Kategori proyek, komersial & <i>retail</i> , residensial, & <i>hospitality</i>
Keunggulan	- Punya jejaring di Makassar

	- Perusahaan sudah berpengalaman, berdiri sejak tahun 2000 Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)
--	--

**Tabel 1.8. Tabel Contoh Perusahaan Kompetitor Fase 3 (Sambungan)**

Dexa Interior	
Faktor	Keterangan
Alamat	Jl. G. Latimojong 147 Makassar
Layanan	- Jasa konsultan & desain interior - Layanan kontraktor <i>partnership</i>
Harga	Rp. 125,000/m <sup>2</sup>
Deskripsi	- Kategori proyek lebih banyak residensial tetapi ada juga komersial & <i>retail</i> - Punya jejaring <i>supplier</i> yang luas di Jakarta, menyediakan servis untuk menemani klien berbelanja kebutuhan interior
Keunggulan	- Punya kantor utama dan <i>workshop</i> di Jakarta - Memiliki fasilitas <i>front office</i> dan <i>showroom</i> - Memiliki <i>official website</i> perusahaan - Jasa <i>aftersales</i> untuk komplain

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

#### 1.4.2. Konsumen

Pada fase satu dan dua posisi konsumen lebih tinggi dibandingkan perusahaan karena perusahaan baru *start-up* dan belum memiliki banyak pengalaman kerja sehingga klien lebih banyak ikut campur dan mengambil peran dalam penentuan desain. Pada fase ketiga posisi perusahaan sudah lebih tinggi dibandingkan klien karena desainer lebih mendominasi dalam memberikan gambaran desain yang ideal bagi suatu proyek.

#### 1.4.3. Produk Substitusi

Saat ini dalam era yang moderen dimana informasi dan komunikasi di seluruh dunia sudah sangat terhubung yang memungkinkan semua layanan, informasi bersifat instan dan praktis yang juga mempengaruhi industri bisnis saat

ini. Industri kreatif juga tidak terlepas dari pengaruh ini yang menyebabkan persaingan yang semakin ketat.

Produk substitusi merupakan kompetitor tidak langsung yang harus dihadapi perusahaan. Salah satunya ialah perusahaan *retail*/ toko yang menjual produk siap pakai menawarkan produk pendukung elemen interior yang biasanya sudah komplit. Produk tersedia dengan ukuran standar dan paket di mana klien dapat langsung menerapkan produk ini dalam memenuhi kebutuhan desainnya. Contoh: Paket perlengkapan *furniture* kamar tidur yang langsung melingkupi panel, lemari, tempat tidur, dan lain-lain. Kekurangan dalam produk pendukung elemen interior ini adalah desain yang massal, kurang unik dan belum tentu benar-benar dapat memenuhi kebutuhan klien dengan spesifik. Posisi perusahaan pada fase awal terhadap produk substitusi yaitu perusahaan *retail* yang menjual produk *furniture* maupun aksesoris siap pasang lebih rendah karena perusahaan belum memiliki *network* dan *channel* sebesar perusahaan ini sehingga belum mendapat *awareness* masyarakat. Posisi perusahaan pada fase kedua dan ketiga lebih tinggi karena perusahaan dengan layanan desain interior memberikan hasil desain yang unik sesuai dengan *problem* yang ada pada suatu proyek sehingga hasil lebih maksimal.

Produk substitusi lainnya ialah kontraktor yang memberikan layanan desain sekaligus dengan realisasi. Biasanya desain yang dihasilkan standar karena mengacu pada efisiensi desain. Posisi perusahaan terhadap kontraktor dengan layanan desain pada fase awal lebih rendah dikarenakan perusahaan belum memiliki portofolio, pengalaman, dan *network* seperti yang sudah dimiliki kontraktor yang telah lama berdiri. Pada fase dua posisi perusahaan lebih tinggi,

karena perusahaan menawarkan kualitas desain yang lebih baik dan benar-benar menjawab *problem* klien, tidak seperti kontraktor yang biasanya mengejar efektifitas kerja sehingga desain kurang maksimal.

**Tabel 1.9 Tabel Contoh Perusahaan Produk Substitusi**

Perusahaan Bernini Living	
Jenis	Spesifikasi
Produk yang ditawarkan	-Produk <i>furniture</i> berbagai jenis yang diproduksi dengan pilihan bervariasi. -Aksesoris interior yang <i>ready stock</i> di <i>showroom</i>
Lokasi	Sistem <i>franchise</i> di seluruh Indonesia <i>Showroom</i> : Jl. Gunung Latimojong No.46E, Makassar
<i>Customer segment</i>	Berdasarkan segmentasi membidik <i>target market</i> menengah ke atas dengan produk yang ditawarkan tergolong mewah dan harga jual yang tinggi
Harga	Bervariasi sesuai dengan jenis produk
<i>Value Added</i>	Produk dipesan memiliki variasi jenis pilihan <i>finishing</i> dan fitur <i>custom</i> .

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

#### 1.4.4. Pemasok/*supplier*

Perusahaan MYC bergerak dalam bidang jasa yaitu menawarkan jasa desain interior, sehingga *supplier* dari perusahaan MYC berupa sumber daya manusia yang membantu melancarkan dan mendukung operasional perusahaan.. Posisi perusahaan terhadap *supplier* yaitu *outsorce drafter* maupun jasa render adalah lebih tinggi karena perusahaan sebagai klien yang juga melakukan pengawasan pada kualitas kerja yang diharapkan.

Posisi perusahaan lebih tinggi dibandingkan *supplier hardware electronic* maupun toko alat tulis karena perusahaan sebagai konsumen memiliki banyak

pilihan *supplier-supplier* produk-produk ini sehingga memiliki kemampuan dalam melakukan seleksi dan pemilihan.

**Tabel 1.10 Tabel Perusahaan Pemasok**

No.	Jenis	Nama perusahaan	Alamat
1.	<i>Jasa drafter</i>	Makassar Kontraktor	Jl. Haji Bau No.40a, Makassar
		Bpk. Ardi Manye	Jl. Veteran Selatan, Makassar
2.	Jasa render 3D	Bpk. Bondan C.	Surabaya Bondan3dviz@gmail.com
		Ibu. Melina A.	Surabaya
		Bpk. Ardi Manye	Jl. Veteran Selatan, Makassar
3	<i>Hardware Electronic Equipment</i>	<i>Laser Computer</i>	Jl. Mesjid Raya No. 86, Makassar
4	Toko alat tulis	Agung	Jl. Sam Ratulangi

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

#### 1.4.5. Ancaman Pendetang Baru

Era ini merupakan era pergerakan bisnis yang sangat cepat, sehingga di mana ada sebuah bisnis/industri yang berhasil dan menjajikan. Maka orang-orang akan berlomba untuk meniru ataupun membuat inovasi yang dapat menyaingi bisnis yang sudah ada. Pihak-pihak pendatang baru ini dapat berasal dari pelaku bisnis yang baru terjun ke industri tersebut dan dapat juga berasal dari pelaku bisnis yang sejenis yang sudah berpengalaman, namun ikut melirik bisnis yang menjanjikan.

Pada fase satu ancaman datang dari konsultan *fresh graduate* yang dirintis oleh lulusan-lulusan baru yang juga membuka layanan desain interior. Posisi perusahaan terhadap konsultan *fresh graduate* lebih tinggi karena perusahaan

dikelola oleh tiga *owner* yang memiliki kompetensi *interior architecture* dengan bekal pengetahuan *entrepreneurship* yang telah mempersiapkan *owner* secara matang dalam perencanaan bisnis berupa *business plan* dari masa *start-up* sampai rencana beberapa tahun kemudian.

Toko *supplier furniture* aksesoris interior yang juga akhirnya melihat peluang dalam bisnis ini dan ikut menyediakan jasa desain untuk klien mereka. Hal ini dimungkinkan dengan memperkerjakan para lulusan-lulusan atau desainer interior untuk mengerjakan desain. Posisi perusahaan pada fase satu sejajar dengan pihak ini karena secara desain perusahaan dapat lebih unggul namun di saat yang sama pihak ini juga unggul pada kekuatan *network* dan *channel* yang dimiliki untuk menjangkau calon klien. Namun pada fase kedua dan ketiga maka posisi perusahaan lebih tinggi karena sudah memiliki pengalaman, *network*, dan *awareness* masyarakat.

Pendatang baru juga bisa datang dari biro konsultan interior yang berasal dari luar area Makassar (Surabaya, Jakarta, dan lain-lain.) yang membidik *customer segment* proyek area Makassar dan sekitarnya. Posisi perusahaan pada fase satu dan dua masih lebih rendah dibandingkan pihak ini, namun pada fase ketiga perusahaan sudah sejajar dikarenakan sudah memiliki cukup pengalaman maupun *network*.

Seiring dengan sangat pesatnya globalisasi dan mudahnya komunikasi dan bisnis bahkan sampai cakupan internasional. Maka pendatang baru dapat berasal dari perusahaan desain interior yang berasal dari luar negeri. Pada fase ketiga posisi perusahaan sudah sejajar secara kualitas kerja dengan biro konsultan luar

negeri apalagi ditambahkan dengan *network* yang dimiliki perusahaan MYC lebih baik dibandingkan perusahaan asing.

Setelah melihat kemungkinan persaingan yang akan timbul, khususnya kehadiran pendatang baru dalam industri kreatif dan jasa yang ditekuni perusahaan maka mulai sekarang perusahaansudah harus mengambil strategi bijak yang menentukan keberlangsungan bisnis. Perusahaan harus mengambil sikap yang tepat dalam menghadapi pendatang baru, dengan terus-menerus berinovasi maju sehingga tidak ketinggalan untuk membangun bisnis yang *sustainable* dari waktu ke waktu.

**Tabel 1.11. Tabel Kesimpulan Analisa Industri**

Analisa Industri ; <i>Porter's Five Forces</i>	
<b><i>Competitive Rivalry</i></b>	<p>1). Konsultan <i>fresh-graduate</i> dan toko <i>furniture</i> yang menyediakan layanan desain interior, pada fase satu posisi perusahaan lebih tinggi Posisi konsultan <i>fresh graduate</i> lebih rendah dari klien, posisi terhadap produk substitusi <i>retail furniture</i> juga lebih rendah, posisi terhadap produk substitusi kontraktor dengan layanan desain lebih tinggi, dan posisi perusahaan terhadap <i>supplier</i> lebih tinggi.</p> <p>2). Toko <i>furniture</i> dengan layanan desain, posisi perusahaan pada fase satu adalah sejajar, mulai pada fase kedua posisi perusahaan lebih tinggi. Posisi toko lebih tinggi dibandingkan klien, posisi terhadap produk substitusi <i>retail furniture</i> lebih tinggi, posisi terhadap produk substitusi kontraktor dengan layanan desain sejajar,.</p> <p>3). Konsultan interior yang sudah ada sebelumnya di Makassar, pada fase satu posisi perusahaan MYC lebih rendah tetapi pada fase dua sudah sejajar dan pada fase tiga lebih tinggi. Posisi konsultan interior yang sudah ada sebelumnya di Makassar lebih tinggi dari klien, posisi terhadap produk substitusi <i>retail furniture</i> juga lebih tinggi, posisi terhadap produk substitusi kontraktor dengan layanan desain lebih tinggi, dan posisi perusahaan terhadap <i>supplier</i> lebih tinggi</p> <p>4). Konsultan interior di luar kota(Surabaya, Jakarta, dan lain-lain), pada fase satu dan dua posisi perusahaan MYC lebih rendah lalu pada fase ketiga posisi perusahaan terhadap pihak ini sudah sejajar.</p>

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

Tabel 1.11. Tabel Kesimpulan Analisa Industri (Sambungan)

Analisa Industri ; <i>Porter's Five Forces</i>	
<b><i>Bargaining Power of Buyers</i></b>	Posisi perusahaan terhadap konsumen pada fase satu dan dua adalah lebih rendah dari klien. Pada fase ketiga posisi perusahaan lebih tinggi dari konsumen
<b><i>Threat of Substitute Products</i></b>	Posisi perusahaan terhadap <i>retail furniture and interior accessories</i> lebih rendah. Pada fase kedua dan ketiga posisi perusahaan terhadap pihak ini lebih tinggi. Posisi perusahaan terhadap kontraktor dengan layanan desain dari fase awal sudah lebih tinggi
<b><i>Bargaining Power Of Suppliers</i></b>	Posisi perusahaan terhadap <i>supplier</i> baik SDM maupun toko yang menyediakan peralatan kantor serta elektronik adalah lebih tinggi
<b><i>Threats Of New Entrants</i></b>	<p>1). Konsultan <i>fresh-graduate</i> hanya mengancam perusahaan pada fase awal karena perusahaan MYC juga dalam posisi baru <i>start-up</i>. Namun posisi perusahaan terhadap pihak ini lebih tinggi.</p> <p>2). Toko <i>furniture</i> yang melihat peluang dan membuka layanan desain hanya mengancam pada fase pertama, dan pada fase dua dan tiga posisi perusahaan terhadap pihak ini lebih tinggi.</p> <p>3). Biro konsultan dari luar kota (Surabaya, Jakarta, dan lain-lain) menjadi ancaman yang terasa pada fase kedua maupun ketiga. Posisi perusahaan pada fase satu dan dua lebih rendah namun pada fase ketiga sudah sejajar.</p>

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

## 2.5. Ringkasan Strategi

### 2.5.1. Analisa *Strength, Weakness, Opportunitites, Threats (SWOT)*

Berikut adalah analisa SWOT yang dimiliki perusahaan "MYC Interior *Consultant*" bisnis dan menentukan strategi yang direncanakan perusahaan

Tabel 1.12. Tabel Analisa SWOT Fase 1

	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
	<p>1. Perusahaan dikelola tiga <i>owner</i> dengan kompetensi pendidikan <i>interior architecture</i> dengan bekal pengetahuan <i>entrepreneurship</i> yang membantu <i>owner</i> dalam perencanaan bisnis. Perusahaan berbentuk CV memiliki kompetensi untuk saling melengkapi perusahaan</p> <p>2. Perusahaan bekerja secara profesional dengan memberikan layanan desain yang mengolah dan menyajikan konsep dengan mendalam.</p>	<p>1. Perusahaan yang baru dirintis masih memiliki sedikit pengalaman, <i>network (supplier, klien, kontraktor)</i> dan portofolio kerja.</p>
<i>Opportunities</i>	<i>Strength Opportunities</i>	<i>Weakness Opportunities</i>
<p>1. Banyak konsultan interior di Makassar yang sulit untuk dijangkau karena tidak melakukan upaya <i>marketing</i> baik melalui media <i>digital</i> maupun taktis lapangan (tidak memiliki <i>website/ front desk</i>)</p>	<p>1. Perusahaan dikelola oleh 3 pimpinan dengan bekal perencanaan bisnis yang matang, sehingga diharapkan perusahaan dapat beroperasi dengan lebih maksimal &amp; kuat</p> <p>2. Perusahaan melakukan upaya <i>marketing</i> baik secara <i>digital</i> maupun taktis lapangan untuk mendapat <i>awareness</i> dan mengenalkan <i>branding</i> profesional perusahaan.</p>	<p>1. Perusahaan memperluas jejaring dengan kontraktor, <i>supplier</i>, agen properti, biro konsultan, dan lain-lain. untuk membangun <i>network</i>.</p>
<i>Threats</i>	<i>Strength-Threats</i>	<i>Weakness-Threats</i>
<p>1. Ancaman yang datang dari biro konsultan yang didirikan oleh <i>fresh-graduate</i></p> <p>2. Kontraktor dengan layanan desain sekaligus realisasi</p> <p>3. Toko <i>furniture</i>/aksesoris interior yang melihat peluang, membuka layanan desain</p>	<p>1. Perusahaan yang terdiri dari 3 <i>owner</i> dengan kompetensi pendidikan <i>interior architecture</i> diharapkan dapat menghasilkan kualitas desain yang lebih maksimal dibandingkan dengan kualitas desain yang ditawarkan kompetitor</p>	<p>1. Perusahaan yang tergolong CV. yang dimiliki 3 <i>owner</i> dengan kompetensi desain interior diharapkan dapat dengan cepat membangun <i>network</i> dan <i>awareness</i> masyarakat sehingga tampil sebagai perusahaan yang unggul.</p>

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

**Tabel 1.13. Tabel Analisa SWOT Fase 2 dan 3**

	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
	<p>1. Perusahaan menambahkan layanan <i>front office</i> di kantor utama Makassar (fase 2)</p> <p>2. Perusahaan diperbesar dengan perluasan ke kota Manado, dengan kegiatan <i>marketing</i> (fase 2)</p> <p>3. Perluasan perusahaan dengan membuka kantor operasional di Manado (fase 3)</p>	<p>1. Kantor utama dan 1 kantor cabang di kota yang berlainan mem buat komunikasi menjadi lebih sulit dan melemahnya mekanisme pengawasan pekerjaan yang dapat memecah perusahaan secara internal. (fase 3)</p> <p>2. Perusahaan yang belum memiliki pengalaman &amp; jam terbang sebanyak perusahaan besar di luar kota/negeri seperti Surabaya, Jakarta, dan lain-lain. yang sudah memiliki reputasi dan portofolio kerja yang beragam.</p>
<i>Opportunities</i>	<i>Strength Opportunities</i>	<i>Weakness Opportunities</i>
<p>1. Sangat sedikit biro konsultan desain interior di kota Manado yang berkompeten.(fase 2)</p> <p>2. Pada fase ini Makassar diperkirakan sudah menjadi kota yang besar sebagai <i>gate-way</i> Indonesia Timur. Selain itu dapat dipastikan banyaknya pembangunan dan proyek yang dikerjakan. (fase 2)</p>	<p>1.Perusahaan diperkuat posisi &amp; reputasi, memiliki 2 kantor cabang di wilayah Sulawesi (fase 3)</p> <p>2. Perusahaan dengan kantor utama di Makassar akan membantu pencitraan dan promosi bagi kegiatan <i>marketing</i> di Manado (fase 2 dan 3)</p> <p>3. Seiring dengan perkembangan kota Makassar, maka perusahaan juga akan meraih reputasi sebagai biro konsultan yang telah berkarya di kota besar.</p>	<p>1. Penentuan SOP dalam operasional perusahaan yang disepakati dalam perjanjian tertulis dapat melancarkan operasional sehingga tetap ada kesatuan visi &amp; misi perusahaan. (fase 3)</p> <p>2. Pemanfaatan teknologi komunikasi telepon, basis internet, <i>social media</i>, dan lain-lain. (fase 2 dan 3)</p> <p>3. Menetapkan jadwal kunjungan rutin di antara kantor utama dan cabang yang ada (fase 2 dan 3)</p>

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

**Tabel 1.13. Tabel Analisa SWOT Fase 2 dan 3 (Sambungan)**

<i>Threats</i>	<i>Strength-Threats</i>	<i>Weakness-Threats</i>
<p>1. Kontraktor yang sekaligus menerima layanan desain dan realisasi yang lebih banyak dikenal masyarakat Manado (fase 2)</p> <p>2. Ancaman yang datang dari biro konsultan interior dari luar daerah/negeri seperti Jakarta, Surabaya, dan lain-lain. (fase 2 dan 3)</p>	<p>1. Perusahaan sebagai biro konsultan desain interior murni diharapkan dapat menghasilkan kualitas desain yang lebih maksimal dibandingkan dengan kualitas desain kontraktor.(fase 2)</p> <p>2. Perusahaan yang memiliki kantor utama di Makassar dapat membantu menaikkan reputasi, mendapat <i>awareness</i> yang membantu promosi kantor Manado.(fase 2)</p>	<p>1. Perusahaan yang memiliki dua cabang dipastikan membuat operasional perusahaan menjadi lebih kompleks &amp; merepotkan. Tetapi dengan adanya dua kantor operasional membuat perusahaan berekspansi lebih luas dan memiliki pengalaman yang kaya sebagai suatu perusahaan (fase 2 dan 3)</p> <p>2. Perusahaan mengeluarkan strategi untuk mendapatkan proyek di luar wilayah Sulawesi seperti Surabaya. Hal ini dimaksudkan untuk memperkaya pengalaman kerja dan sekaligus menaikkan citra &amp; reputasi perusahaan yang sudah bisa disejajarkan dengan perusahaan biro konsultan interior lainnya yang berskala nasional (fase 3)</p> <p>3. Perusahaan yang berbasis di Makassar dan Manado memiliki keunggulan dalam hal <i>network</i> dan <i>channel</i> pada <i>supplier</i>, kontraktor, dan lain-lain serta pemahaman mengenai kota yang lebih baik. Di mana hal ini belum tentu dimiliki konsultan dari luar pulau.</p>

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

### 1.5.2. *Competitive Advantage Strategy*

MYC Interior *Consultant* sebagai konsultan desain interior memilih diferensiasi untuk dijadikan strategi perusahaan dalam persaingan di industri ini.

Diferensiasi dalam hal sebagai berikut:

#### - Produk

MYC menghasilkan produk desain yang berkualitas, dalam hal ini MYC menekankan pada pengolahan dan penyajian konsep kepada klien sesuai kebutuhan tiap proyek. Hal ini sebagai perwujudan visi dan misi perusahaan untuk mengedukasi masyarakat mengenai desain interior yang baik.

Layanan desain diatur dalam tahapan SOP layanan desain yang diberikan sebagai *value* perusahaan dalam bentuk proses desain untuk menghasilkan desain yang berkualitas dari tahap perancangan sampai pelelangan dan pengawasan pada setiap proyek. *Value* ini yang menjadikan perusahaan lebih unggul dibandingkan produk substitusi seperti kontraktor dengan layanan desain maupun *retail furniture and interior accessories*.

#### - Layanan

MYC Interior *Consultant* sebagai biro konsultan desain interior memposisikan perusahaan berada pada pihak klien untuk membantu klien dalam mewujudkan desain yang sesuai dalam tiap proyek. Sehingga dalam layanaannya perusahaan menjalin hubungan layaknya pertemanan dengan klien, untuk memberikan masukan dan membantu klien melewati proses desain untuk menghasilkan *final design* yang paling sesuai pada akhirnya.

Selain itu memberikan pelayanan yang profesional antara perusahaan dan klien yang terwujud dalam upaya proses perancangan yang selalu disesuaikan dengan SOP perusahaan yang disepakati dalam kontrak kerja yang jelas dan terikat secara hukum.

#### - Sumber Daya Manusia

MYC Interior *Consultant* berkomitmen untuk menjadikan SDM perusahaan sebagai satu tim yang solid dan terdiri atas orang-orang yang unggul dan kreatif. Hal ini terwujud dari kegiatan *meeting* interen yang bersifat membangun & mengakrabkan hubungan antara staf. Selain itu adanya pelatihan bagi staf sesuai dengan kebutuhan kerja untuk meningkatkan kualitas kerja.

#### - Kepemilikan Usaha

MYC Interior *Consultant* sebagai perusahaan berbentuk CV yang didirikan dan dikelola 3 pimpinan dengan keunggulan (potensi, *skill*, *network*) *interior architecture* dengan basis *entrepreneurship* untuk memperkaya dan memperkuat perusahaan agar cepat berkembang

#### - Segmentasi

MYC Interior *Consultant* membagi *customer segment* berdasarkan demografis pendapatan dan jenis proyek, geografis yang tampak pada pembagian kantor utama di kota Makassar dan Manado serta pengembangan ke kota Surabaya. Hal ini menjadikan perusahaan menjadi perusahaan yang memiliki potensi yang besar untuk berkembang dan memiliki *network* yang luas. Segmentasi psikografis yang terbiasa memanfaatkan teknologi maupun tidak,

dengan menggencarkan strategi *marketing* melalui media *digital* maupun taktis lapangan untuk menjangkau masyarakat. Segmentasi perilaku yang membagi atas manfaat dan ketertarikan akan jasa desain interior.

- Channels

Pada fase awal diharapkan tampil sebagai perusahaan yang memiliki citra profesional guna memperoleh *customer awareness* masyarakat melalui *channels* yang tepat. Hal ini dicapai dengan upaya *public relation* dan *marketing* meliputi *maintenance website*, *up date social media*, dan yang upaya memperkuat *brand* agar tercermin sikap profesionalitas. Tidak lupa senantiasa memberikan layanan *after sales* untuk menjaga relasi dengan klien dengan menerima *feed-back* dari klien guna menjadi saran untuk meningkatkan perusahaan, *greetings* pada *event customer*, & *follow-up* proyek yang berpotensi dimasa akan datang. Pada fase awal perusahaan beroperasi di Makassar dengan memanfaatkan *network* yang dimiliki dan membuka kantor operasional. Pada fase kedua meluaskan cakupan perusahaan ke kota Manado dengan kegiatan *marketing* yang dilakukan *owner* Claudia serta adanya penambahan fasilitas *front office* untuk menjangkau lebih banyak orang. Kemudian pada fase tiga baru membuka kantor operasional di kota Manado serta menargetkan untuk mendapatkan proyek di luar Sulawesi yaitu kota Surabaya sebagai bagian dari visi perusahaan yang ingin terus berkembang, melalui *network* yang dimiliki dan kegiatan *marketing* perusahaan. Selain itu perusahaan menggunakan *channel* berupa kegiatan *social responsibility* dengan mengerjakan proyek desain tanpa biaya jasa sebagai *channel* unik dalam upaya untuk meningkatkan citra positif perusahaan

### 1.5.3. Strategi Memasuki Pasar & Strategi Menghadapi Pesaing

Perusahaan MYC Interior *Consultant* dalam memasuki pasar secara umum menggalakkan semangat profesionalisme perusahaan guna mendapatkan citra perusahaan yang profesional dengan memberikan layanan desain interior yang mengolah dan menyajikan konsep secara mendalam pada setiap proyek. Hal ini sebagai keunggulan perusahaan MYC dari kompetitor lainnya di kota Makassar.

Selain itu perusahaan melakukan strategi-strategi dalam kegiatan *public relation* dan *marketing*, promosi untuk mendapatkan *awareness* dari *customer segment* perusahaan dan memperluas *network* untuk mendukung dan memperkuat posisi perusahaan. Beberapa contoh strategi yang dilakukan yaitu pada fase awal perusahaan menggencarkan kegiatan *marketing* yang dilakukan baik dari media *digital*, maupun *marketing* tidak langsung melalui pendekatan pada kontraktor, toko *supplier*, agen properti, dan lain-lain agar perusahaan yang baru *start up* dapat menembus pasar, serta perkuatan *branding* perusahaan yang terwujud pada upaya *marketing* dan *marketing tool* perusahaan.

Selain itu pada fase kedua perusahaan melakukan promosi melalui pameran yang juga membantu memperluas *network* serta menegaskan posisi keberadaan/eksistensi perusahaan di kota Makassar dengan adanya fasilitas *front office* yang dapat menjangkau banyak orang. Perusahaan melakukan perluasan ke kota Manado dengan kegiatan *marketing* yang dilakukan oleh *owner* Claudia dengan bekal *network* yang dimilikinya serta membawa nama kantor cabang di Makassar sebagai keunggulan bersaing.

Pada fase tiga perusahaan ingin memperluas jangkauan dengan membuka kantor operasional di kota Manado sehingga dapat mengerjakan lebih banyak proyek dengan efektif. Selain itu pada fase ini (2024) perusahaan yang telah beroperasi cukup lama sehingga memiliki bekal pengalaman, portofolio kerja, serta *network* yang luas, ingin mengembangkan perusahaan dengan menargetkan untuk mengerjakan proyek-proyek di luar pulau Sulawesi yaitu ke kota Surabaya. Hal ini juga merupakan bagian dari visi perusahaan untuk menjadi perusahaan yang semakin berkembang di Indonesia Timur. Perusahaan secara umum melakukan kegiatan *marketing* baik *digital* yaitu melalui *official website*, *social media* perusahaan yang menjelaskan mengenai perusahaan MYC sendiri serta portofolio desain yang pernah digarap perusahaan. Hal ini diharapkan dapat membantu menyebarkan *brand* perusahaan kepada masyarakat secara luas. Selain itu perusahaan merencanakan untuk ikut pameran di kota Surabaya untuk mempromosikan perusahaan. Selain itu tiga *owner* pendiri perusahaan MYC pernah tinggal di kota Surabaya, sehingga memiliki jejaring *network* yang pernah dijalin sebelumnya dengan kenalan, kerabat serta pihak-pihak seperti kontraktor, biro arsitek, *supplier* material serta pendukung interior di kota Surabaya. Sehingga *network* yang dimiliki ini dijadikan *channel* perusahaan dalam menargetkan proyek-proyek di kota Surabaya.

Dalam menghadapi persaingan maka perusahaan MYC harus terus menjaga *value* perusahaan yang terwujud dari kualitas desain dan layanan kepada klien, hubungan dengan *key partner*, manajemen perusahaan yang baik dan terutama pembentukan tim SDM yang solid dan unggul.

## 1.6. Konsep Pemasaran & Penjualan

### 1.6.1. *Marketing Strategy*

#### Segmentation

Perusahaan melakukan segmentasi berdasarkan acuan dari (Bogadenta 2013) dan menggunakan variabel demografis, geografis, psikografis, dan perilaku.

- Demografi

Melakukan segmentasi berdasarkan kelas ekonomi untuk mengetahui calon pengguna interior yang siap dan mampu menggunakan jasa desain interior.

Segmentasi kelas ekonomi:

- Menengah ke bawah = < Rp.2,600,000,-
- Menengah = Rp.2,600,000,-Rp.6,000,000,-
- Menengah ke atas = > Rp.6,000,000,-

Segmentasi berdasarkan jenis proyek, dilakukan untuk membantu perusahaan menentukan calon pengguna jasa berdasarkan kategori proyek yang akan dikelola. Segmentasi berdasarkan kategori proyek yang ditetapkan HDII:

- Institusional (pemerintahan), proyek ini umumnya bersifat permanen karena status dan fungsinya yang memiliki nilai formal, representatif, monumental. Pekerjaan dalam skala besar dalam ukuran, bersifat khusus dari segi pemakaian, merupakan fasilitas pemerintah pusat atau pemerintah daerah, dan menjadi fasilitas pelayanan umum bagi masyarakat setempat.

- Komersial dan Retail, fasilitas yang dihasilkan dari pekerjaan ini bukan untuk memenuhi kebutuhan pribadi, melainkan diperuntukkan bagi kelompok, publik, atau umum. Dasar pemikiran dan tujuan utama bagi Pemilik atau Pemberi Tugas adalah untuk menghasilkan nilai tambah atau keuntungan, baik dalam bentuk uang atau finansial maupun bentuk lainnya.

- Hospitality, jenis pekerjaan yang dikategorikan *hospitality*, merupakan pengolahan ruang yang digunakan untuk aktivitas yang bersifat sangat menonjolkan unsur kemanusiaan yang khusus dan kompleks, sehingga akan sangat berkaitan dengan pelayanan guna memenuhi kebutuhan psikologis pemakainya.

- Pelayanan Kesehatan (Health Care), fasilitas ruang untuk aktivitas pelayanan kesehatan fisik dan psikologis pemakainya.

- Fasilitas Hunian (Residential), desain fasilitas hunian sangat fokus pada desain yang sangat mendetil, khusus, serta mampu menampilkan citra pribadi calon penghuninya.

- Geografis

Penggunaan variabel geografis didasarkan pada perencanaan perusahaan yang nantinya akan berkembang dengan kantor operasional awal di kota Makassar dan berkembang ke kota potensial lainnya.

Segmentasi berdasarkan geografis pulau utama di Indonesia yaitu Sumatera, Kalimantan, Jawa, Sulawesi, Papua, dan Bali dengan kota-kota besar masing-masing.

- Psikografis

Penggunaan variabel psikografis berdasarkan gaya hidup masyarakat untuk menentukan strategi perusahaan yang tepat untuk mentargetkan pasar. Melakukan segmentasi berdasarkan gaya hidup masyarakat dan membagi menjadi orang yang bergaya hidup moderen dan terbiasa akan pemanfaatan teknologi serta orang yang belum mengerti dan belum memanfaatkan teknologi.

- Perilaku

Melakukan segmentasi perilaku masyarakat untuk membidik target perusahaan dengan tepat. Segmentasi perilaku berdasarkan manfaat penggunaan jasa desain interior menjadi kepentingan pribadi/personal dan pengguna/pemakai fasilitas interior.

Melakukan segmentasi berdasarkan ketertarikan akan jasa desain interior untuk membagi strategi yang tepat dalam memasuki pasar. Segmentasi terbagi menjadi orang yang tidak sadar, tertarik dan tidak tertarik kepada jasa desain interior.

### Targeting

Perusahaan mentargetkan segmen-segmen berikut untuk dijadikan *target* perusahaan. Pada fase pertama, secara geografis mentargetkan pulau Sulawesi dengan wilayah konsentrasi kota Makassar dengan kelas ekonomi menengah ke atas, baik yang memanfaatkan teknologi maupun tidak, baik untuk kepentingan pribadi maupun pengguna fasilitas interior karena perusahaan tidak membatasi

jenis proyek yang diterima. Perusahaan juga menargetkan orang yang tidak sadar dan yang tertarik untuk menggunakan jasa desain interior. Alasan perusahaan menargetkan kelompok ini dikarenakan selain karena kota Makassar merupakan kota maju dan strategis tetapi juga didasarkan karena latar belakang pendiri yang berasal dari kota Makassar dan memiliki banyak jejaring dan pengetahuan di kota ini. Selain itu pengguna kelas menengah ke atas sebagai segmen yang mampu menggunakan jasa desain interior. Selain itu perusahaan menyadari gaya hidup masyarakat terbagi atas dua golongan besar yaitu yang terbiasa memanfaatkan teknologi maupun tidak sehingga melakukan strategi yang sesuai. Perusahaan juga menargetkan orang yang tidak sadar akan jasa desain interior untuk tetap mengedukasi pentingnya peran desainer dalam menghasilkan desain yang baik sebagai visi perusahaan, serta tentunya orang yang tertarik menggunakan jasa desain interior. Strategi *targeting* dengan membuka kantor operasional di Makassar dengan strategi *marketing digital* maupun taktis lapangan untuk menjangkau banyak golongan masyarakat baik pengguna jasa desain secara langsung maupun tidak. Upaya menargetkan orang yang tidak sadar akan jasa desain interior dengan melakukan edukasi dan promosi seperti melalui media *digital*, *word of mouth* dari pengguna jasa yang pernah menggunakan, referensi melalui *network* perusahaan, serta pendekatan langsung. Menargetkan orang yang sudah tertarik menggunakan desain interior, lebih menitik beratkan pada upaya mendapatkan kepercayaan dan *value* yang berbeda dari kompetitor lain. Sehingga langkah yang diambil perusahaan dengan memberikan pelayanan yang profesional dan *marketing* yang tepat.

Pada fase kedua melakukan perluasan bisnis dengan menargetkan masyarakat kota Manado dengan kelas ekonomi menengah ke atas, baik yang memanfaatkan teknologi maupun tidak, baik untuk kepentingan pribadi maupun pengguna fasilitas interior karena perusahaan tidak membatasi jenis proyek yang diterima. Perusahaan juga menargetkan orang yang tidak sadar akan jasa desain interior untuk tetap mengedukasi pentingnya peran desainer dalam menghasilkan desain yang baik sebagai visi perusahaan, serta tentunya orang yang tertarik menggunakan jasa desain interior. Alasan perusahaan menargetkan kelompok ini didasarkan selain karena Manado merupakan ibukota Sulawesi Utara yang sedang berkembang juga dikarenakan *owner* Claudia memiliki jejaring dan pengetahuan yang cukup kuat di kota Manado. Selain itu pengembangan perusahaan ke Manado sebagai bagian dari visi perusahaan untuk menjadi *leading company in Eastern Indonesia*. Strategi targeting pada fase ini dengan melakukan kegiatan *marketing* langsung oleh Claudia sebagai *owner* di kota Manado, dengan strategi *marketing* yang mengandalkan reputasi perusahaan yang telah memiliki cabang di kota Makassar.

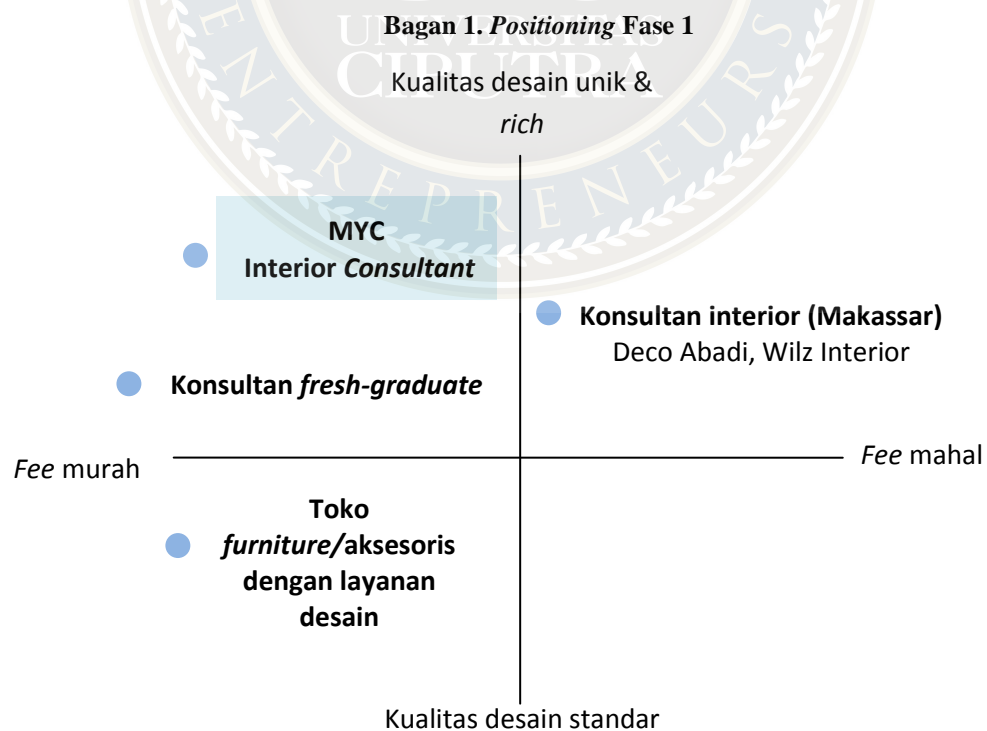
Pada fase ketiga setelah perusahaan sudah semakin berkembang maka diharapkan perusahaan secara geografis menargetkan masyarakat di luar pulau Sulawesi dengan kegiatan *marketing* dan *channel* ke kota Surabaya. Menargetkan masyarakat kelas ekonomi menengah ke atas, dengan gaya hidup moderen dan menggunakan teknologi maupun tidak, baik untuk kepentingan pribadi maupun pengguna fasilitas interior karena perusahaan tidak membatasi jenis proyek yang diterima. Alasan perusahaan menargetkan kota Surabaya tersebut dengan tujuan karena perusahaan ingin mengembangkan reputasi dan *network* dengan

mengerjakan proyek-proyek di kota lain. Strategi *targeting* yang dilakukan dengan metode *digital marketing*, *word of mouth*, pameran dan *network* yang dimiliki. Pola penentuan *target* yaitu menggunakan strategi *Concetrated Marketing*. *Concetrated Marketing* menurut (Bogadenta 2013) adalah perusahaan memilih berkonsentrasi pada segmen tertentu.

### Positioning

Setelah perusahaan memetakan pasar dengan langkah segmentasi, menyesuaikan sumber daya perusahaan dengan langkah *targeting*. Maka perusahaan dapat menentukan posisi perusahaan sehingga mengetahui persepsi perusahaan di mata konsumen.

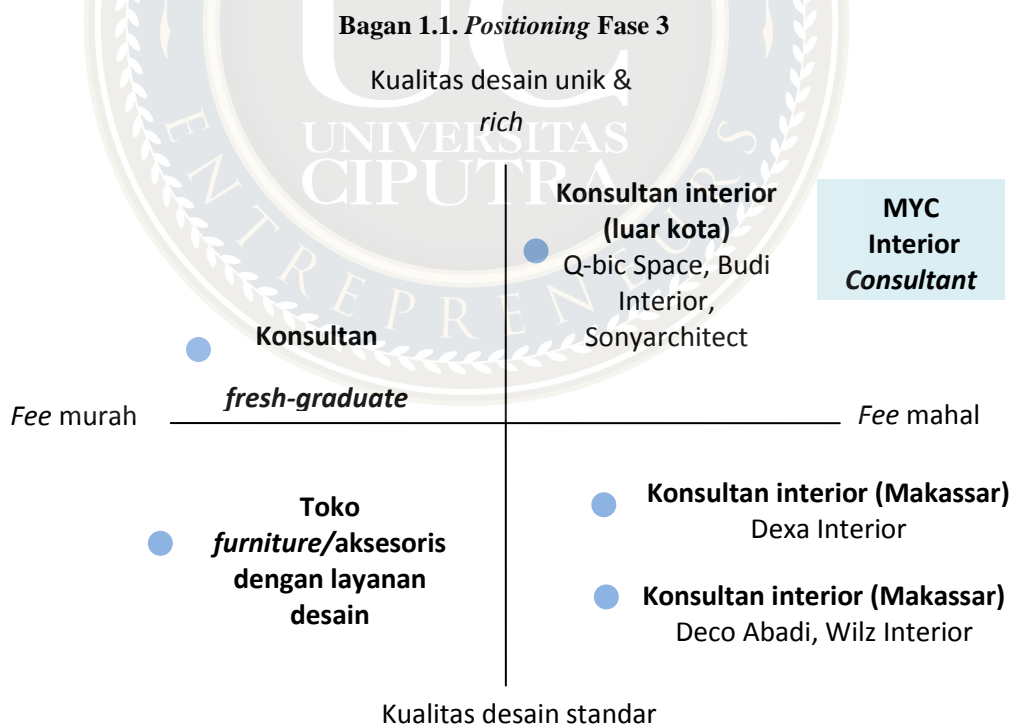
Penentuan produk jasa layanan yang ditawarkan MYC Interior *Consultant* berdasarkan harga dan kualitas yang ditawarkan, sebagai berikut:



Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

Pada fase 1 perusahaan MYC Interior *Consultant* baru melakukan *start-up business*, perusahaan menawarkan desain dengan kualitas yang baik berupa pengolahan konsep desain secara mendalam sesuai ciri khas perusahaan yang unik dengan harga *fee* desain yang murah. Perusahaan MYC menawarkan nilai lebih di mata konsumen bila dibandingkan kompetitor biro konsultan lain dengan menawarkan kualitas desain yang unik & *rich* dengan harga yang murah dibandingkan *fee* yang dipatok konsultan interior lain. Selain itu memberikan kualitas desain yang lebih dengan harga yang sama dengan kontraktor/toko dengan kualitas desain standar.

Ini merupakan strategi bagi perusahaan untuk mencari *awareness* dan pengalaman kerja untuk mengumpulkan portofolio kerja sebanyak-banyaknya di awal *start-up* perusahaan.



Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

Pada fase 2 dan 3 setelah perusahaan sudah lebih berkembang dan memiliki *network* yang luas, pengalaman kerja bertahun-tahun, dan SDM yang memadai maka direncanakan perusahaan dapat memposisikan diri sebagai biro konsultan desain yang memberikan kualitas desain yang baik dengan *fee* desain yang sesuai dengan kualitas desain yang diberikan kepada klien.

### 1.6.2. *Marketing Mix* (7P)

#### 1.6.2.1. *Product*

Perusahaan MYC Interior *Consultant* sebagai biro konsultan desain interior menawarkan produk perusahaan dalam bentuk layanan jasa. Produk yang ditawarkan perusahaan yaitu jasa desain interior meliputi layanan pertemuan awal untuk membahas *project brief*, pra desain, pengembangan desain, dokumen pevelangan, (bila diperlukan) pevelangan, dan pengawasan sebagai konsultan. Produk ini diatur dalam SOP desain yang jelas dan konsisten yang mengacu pada ketentuan HDII sehingga setiap klien diharapkan mendapat perlakuan yang sama. Tahapan SOP layanan desain yang diberikan ini sebagai *value* perusahaan dalam bentuk proses desain untuk menghasilkan desain yang berkualitas dari tahap perancangan sampai pevelangan dan pengawasan. *Value* ini yang menjadikan perusahaan lebih unggul dibandingkan produk substitusi seperti kontraktor dengan layanan desain maupun *retail furniture and interior accessories*.

Layanan interior yang ditawarkan perusahaan dalam perancangan interior menekankan pada pengolahan dan penyajian konsep desain pada setiap proyek. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan citra profesionalisme perusahaan dan

mengedukasi masyarakat mengenai desain interior yang baik yang disesuaikan dengan visi perusahaan, dan disampaikan kepada masyarakat/customer yang terwujud dalam penjabaran konsep desain pada media *marketing* seperti *company's website*, *company's social media*, *advertising* dan *company's portfolio book*.

#### 1.6.2.2. Price

Penentuan harga imbalan jasa mengacu pada perhitungan prosentase dari nilai rencana biaya pelaksanaan pada kurun waktu tertentu sesuai dengan kategori yang dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh HDDI.

**Tabel 1.14. Tabel Presentase Imabaln Jasa**

Nilai Proyek (juta rp)

Klasifikasi Proyek	s/d 100	100 s/d 250	250 s/d 500	500 s/d 1000	1000 s/d 2000	2000 s/d 3000	3000 s/d 4000	4000 s/d 5000	5000 s/d 10000	10000 s/d 20000
Klasifikasi 1		15	15 s/d 11,8	13,5 s/d 12,7	12 s/d 11,7	10,7 s/d 10,4	10,4 s/d 10,1	10,1 s/d 9,8	9,8 s/d 9,5	9,5 s/d 9
Klasifikasi 2	12,5	12,5 s/d 11	11 s/d 10,2	10,2 s/d 9,5	9,5 s/d 8,8	8,8 s/d 8,5	8,5 s/d 8,2	8,2 s/d 8	8 s/d 7,7	7,7 s/d 7,5
Klasifikasi 3	10,5	10,5 s/d 9,3	9,3 s/d 8,7	8,7 s/d 8,1	8,1 s/d 7,6	7,6 s/d 7,4	7,4 s/d 7,2	7,2 s/d 7	7 s/d 6,8	6,8 s/d 6,5
Klasifikasi 4	8,5	8,5 s/d 7,6	7,6 s/d 7,1	7,1 s/d 6,7	6,7 s/d 6,3	6,3 s/d 6,2	6,2 s/d 6,1	6,1 s/d 6	6 s/d 5,8	5,8 s/d 5,6
Klasifikasi 5	6,5	6,5 s/d 5,9	5,8 s/d 5,8	5,8 s/d 5,3	5,3 s/d 5	5 s/d 4,9	4,9 s/d 4,8	4,8 s/d 4,7	4,7 s/d 4,6	4,6 s/d 4,5

Sumber: HDDI (2006)

Tahapan pembayaran yang disepakati dengan klien yang tertuang dalam surat kontrak perjanjian kerja didasarkan pada tahapan pembayaran sebagai berikut:

1. Tahap 1 (Tahap persetujuan) sebesar 10%

Klien menerima & menyetujui penugasan dan lingkup pekerjaan perusahaan, bersamaan dengan itu perusahaan menerbitkan Surat Perintah Kerja (SPK)

2. Tahap 2 (Tahap Pra-Desain) sebesar 35%

Setelah tahap pekerjaan selesai dan disetujui dengan penerbitan berita acara

3. Tahap 3 (Tahap Pengembangan Desain) sebesar 25%

Setelah tahapan pekerjaan selesai, lengkap dan diterima dengan penerbitan berita acara

4. Tahap 4 (Tahap Dokumen Pelelangan) sebesar 20%

Dibayarkan setelah dokumen dinyatakan lengkap dan diterima dengan penerbitan berita acara

5. Tahap 5 (Tahap Pelelangan) /opsional sebesar 5%

Dibayarkan sebelum proses penunjukkan kontraktor oleh klien

6. Tahap 6 (Tahap pengawasan berkala) sebesar 5%

Dibayarkan setelah serah terima kedua pekerjaan

### 1.6.2.3. *Promotion*

Perusahaan melakukan promosi untuk memasarkan perusahaan dalam membidik *customer segment* yang dituju. Pada fase satu perusahaan melakukan promosi yang disesuaikan dengan kemampuan finansial dan kebutuhan perusahaan mengingat cakupan layanan desain yang masih terbatas. Berikut adalah promosi yang dilakukan perusahaan pada fase 1:

- Promosi *word to mouth*, merupakan metode yang paling efektif dan tidak perlu mengeluarkan biaya berupa rekomendasi klien pada kenalan yang lain.
- *Network*, memanfaatkan *network* yang dimiliki dan melakukan pendekatan langsung, metode ini diharapkan efektif khususnya pada fase *start-up*
- *Maintenance Official Website*, mempromosikan dan mengenalkan *brand*, produk, dan portofolio kerja perusahaan
- Promosi melalui *social media*, hal ini merupakan strategi yang merespon minat masyarakat terhadap penggunaan teknologi komunikasi seperti ini.
- Menjalin *network* yang luas (*toko/supplier furniture*, kontraktor, biro arsitek, agen perumahan, dan lain-lain.) dengan melakukan pendekatan langsung serta bila diperlukan memberikan portofolio hasil kerja perusahaan yang dijadikan *marketing tool*.
- Pemberian *greetings* berupa papan karangan bunga bila ada *event* dari klien sebagai sarana untuk membangun *customer relationship* dan juga membantu promosi

Pada fase kedua dan ketiga setelah perusahaan makin berkembang, memiliki cakupan layanan desain yang lebih luas dan pengalaman kerja yang baik

maka perusahaan sebenarnya sudah mendapat *awareness* dan reputasi yang cukup baik. Maka dalam hal ini perusahaan fokus melakukan promosi yang dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan, dengan cara sebagai berikut:

- Promosi *word of mouth*, merupakan metode yang paling efektif dan tidak perlu mengeluarkan biaya berupa rekomendasi klien pada kenalan yang lain
- *Maintenance Official Website*, mempromosikan dan mengenalkan *brand*, produk, dan portofolio kerja perusahaan
- Peningkatan kualitas portofolio sebagai sarana promosi *digital* dengan menyewa tenaga profesional untuk pemotretan ketika proyek selesai
- Pemberian *greetings* berupa papan karangan bunga bila ada *event* dari klien sebagai sarana untuk membangun *customer relationship* dan juga membantu promosi
- Promosi melalui *social media*, hal ini merupakan strategi yang merespon minat masyarakat terhadap penggunaan teknologi komunikasi seperti ini. *Social media* yang digunakan ialah *instagram*, *facebook*, *foursquare* yang terhubung dengan *google map* untuk menandai lokasi.
- *Partnership* dengan kontraktor, biro arsitek, *supplier* yang bisa dipercaya dengan menjalin hubungan kerja sama untuk membantu mengenalkan sekaligus sebagai *network*.
- Perusahaan mengikuti pameran-pameran tertentu yang bisa menambah *network* dan *awareness*
- Perusahaan memberikan perancangan desain pada fasilitas publik yang dianggap berpotensi yang dilakukan pada fase tiga berdasarkan pertimbangan kondisi dan kesiapan perusahaan. Perancangan desain diberikan tanpa adanya

biaya jasa sebagai bentuk *social responsibility* dan bagian dari misi perusahaan untuk menjadikan masyarakat yang sadar akan pentingnya desain

#### 1.6.2.4. *Place*

Makassar merupakan kota *gate-way* Indonesia Timur yang berkembang maju dengan tingkat pembangunan yang sangat pesat, sehingga membuka peluang bagi keberhasilan perusahaan MYC Interior *Consultant* untuk ikut berkembang maju.

Perusahaan pada fase kedua menambahkan fasilitas *front office* pada bangunan kantor sebelumnya dengan melakukan renovasi estetika dan fungsional untuk melakukan *meeting* dengan klien, menyimpan koleksi, dan lain-lain. Hal ini dimaksudkan untuk menaikkan citra perusahaan dan menjangkau *awareness* banyak orang. Bangunan kantor dan *front office* akan terletak di Jl. Masjid Raya No. 68 H. Jalan Masjid Raya merupakan jalan yang penting dan ramai dengan di kota Makassar. Bangunan kantor diapit di antara bangunan English First kursus les bahasa inggris dan International School Bambini sehingga mudah untuk dilihat oleh orang yang lalu lalang. Selain itu Sehingga kantor terletak di lokasi yang strategis untuk dijangkau banyak orang.

Pada fase ketiga perusahaan membuka kantor cabang operasional di kota Manado. Hal ini sebagai strategi untuk memperluas pasar dan perusahaan, sebagai bagian dari misi perusahaan untuk menjadi *leading company* di Indonesia Timur. Sehingga akan memperluas pasar baru di kota Manado. Pemilihan kota Manado bukan hanya karena pertimbangan kota yang merupakan ibukota provinsi

Sulawesi Utara namun juga karena belakangan ini telah mengalami banyak kemajuan dan perkembangan akibat intensif pemerintah yang memprogramkan kota sebagai sebagai kota *eco*-wisata.

Kantor cabang yang dibuka di Manado terletak di Jl. Pinkan Matingdas Dendengan Residence No.6 sebagai tempat operasional aktivitas internal perusahaan di Manado. Tempat ini merupakan aset yang dimiliki keluarga Claudia. Area ini merupakan area yang berkembang dengan adanya pusat-pusat pertokoan, sekolah, dan area *hospitality*. Sehingga kantor terletak di area yang ramai dilewati dan akhirnya memudahkan masyarakat untuk mengakses dan mengetahui keberadaan kantor.

#### 1.6.2.5. *People*

Perusahaan dalam beroperasi membutuhkan pihak-pihak yang terlibat dalam membantu menjalankan fungsi *marketing* baik secara langsung maupun tidak langsung. Pihak-pihak yang terlibat adalah sebagai berikut:

- *Owner*, melakukan pendekatan pada calon-calon klien, berhubungan dengan klien dan membantu dalam merencanakan dan melakukan kegiatan *marketing* perusahaan
- Desainer grafis, pihak yang termasuk dalam tim SDM perusahaan yang bertanggung jawab untuk memproduksi *marketing* dan *presentation tool* untuk keperluan *marketing* dan presentasi.

- *Marketing*, pihak yang termasuk dalam SDM perusahaan yang *stand-by* di kantor untuk menyambut calon klien yang datang ke *front office*, serta melakukan kegiatan promosi dan berinteraksi dengan masyarakat.
- *Operational Staff*, membantu *owner* dalam melakukan kegiatan *marketing* pada fase kedua di Manado.
- Pihak seperti kontraktor, biro arsitek, *supplier* aksesoris interior dan *furniture*, sebagai pihak yang penting yang terlibat dalam suatu proyek interior. *Network* dengan pihak-pihak ini penting khususnya pada fase awal yang dapat membantu mempromosikan eksistensi perusahaan selain itu dapat membantu klien dengan memberikan referensi kontraktor *network* yang baik.
- Fotografer, mulai dari fase dua pihak ini akan membantu proses dokumentasi secara profesional dari proyek yang sudah dikerjakan perusahaan. Hal ini untuk membantu *marketing* dalam media promosi seperti portofolio, *website*, maupun *social media*.
- Pihak *IT*, yang membantu mengurus keperluan pembuatan *website* sebagai bagian dari *marketing* maupun pemasangan peralatan elektronik maupun *software* yang diperlukan.
- Klien yang puas, akan menjadi pihak yang membantu merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Cara ini menitik beratkan pada promosi *mouth to mouth* yang sangat efektif.

#### 1.6.2.6. *Process*

Proses-proses pada perusahaan MYC yang membantu *marketing* perusahaan diterapkan dalam upaya perusahaan untuk menjaga hubungan dengan klien ataupun calon klien perusahaan serta operasional perusahaan. Berikut adalah proses yang terjadi dalam perusahaan:

- *Greetings* pada *customer*, dilakukan setelah sebuah proyek selesai seperti memberikan karangan bunga pada acara peresmian proyek tersebut sebagai bagian dari *customer relationship* sekaligus *promosi*.
- Kontak dengan klien secara berkala untuk menanyakan perkembangan proyek baik sedang berlangsung maupun setelah proyek tersebut selesai. Bila proyek telah selesai perusahaan meminta izin untuk melakukan pemotretan proyek untuk dijadikan portofolio perusahaan sekaligus menerima *feed back* dan testimoni dari klien. Setelah beberapa lama, perusahaan akan melakukan *follow-up* mengenai prospek proyek baru.
- *Operational Front Office*, Pada fase membuka *front office* yang dapat membantu dalam menjangkau *customer* dan disiapkan staf yang *stand-by* untuk melayani *customer*.

#### 1.6.2.7. *Physical Evidence*

Perusahaan MYC Interior *Consultant* adalah biro konsultan interior yang menyediakan layanan jasa dalam desain interior. Sehingga *physical evidence* yang

disediakan perusahaan agar klien dapat merasakan servis/jasa yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.15. Tabel *Physical Evidence***

<i>Physical Evidence</i>	Deskripsi
<i>Frontoffice</i> perusahaan (Makassar) Jl. Masjid Raya No. 68 H (Manado) Jl.Pinkan Matingdas RukoDendengan Residence No.6	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Layanan dari SDM <i>marketing</i> yang <i>stand by</i> di <i>office</i> yang memberi informasi perusahaan dan mempromosikan perusahaan.</li> <li>b) Penataan interior <i>office</i> yang menggambarkan <i>brand image of the company</i>. <i>Front office</i> yang mempromosikan perusahaan dalam menjangkau banyak orang</li> </ul>
<i>Official Website</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) <i>Website</i> dapat mewakili perusahaan dalam berpromosi &amp; menyatakan <i>brand image</i> perusahaan dari tampilan <i>website</i> yang dapat menjangkau banyak orang</li> <li>b) Isi <i>website</i> menjelaskan mengenai <i>company profile</i>, layanan jasa, kontak perusahaan, portofolio kerja, <i>special offer</i>.</li> <li>c) <i>Website</i> yang <i>educational</i> berisi informasi dan tips berguna yang sesuai dengan tujuan perusahaan untuk mengedukasi masyarakat</li> </ul>
<i>Social Media</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Media perusahaan berinteraksi &amp; membangun <i>image</i> masyarakat terhadap perusahaan.</li> <li>b) Kegiatan yang bisa dilakukan dengan <i>update</i> portofolio kerja, <i>sharing</i> informasi ataupun <i>special offer</i></li> </ul>
Portofolio	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Portofolio berisi kumpulan proyek-proyek yang dikerjakan oleh perusahaan untuk meyakinkan orang.</li> <li>b) Portofolio dititipkan pada <i>network</i> sebagai <i>marketing tool</i>, serta digunakan untuk diperlihatkan</li> <li>c) Portofolio yang berisi proyek-proyek yang termasuk <i>key-project</i> maupun proyek di luar kota seperti Surabaya, Jakarta, dan lain-lain akan sangat membantu dalam meraih <i>trust</i> dan citra perusahaan</li> </ul>

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

### 1.6.3. *Marketing Plan & Sales Forecast*

#### *Marketing Plan*

Perusahaan didalam perkembangannya membutuhkan strategi *marketing plan*, berikut adalah strategi yang direncanakan perusahaan:

**Tabel 1.16. Tabel *MarketingPlan***

No	Kegiatan	Agenda Periode	Tujuan	Dana
1	<i>Updatte website</i>	Setiap minggu	- Menarik <i>awareness</i> masyarakat	Operasional Rp. 100,000
2	Promosi di media sosial	Min. 2x /minggu	-Promosi untuk menjangkau calon klien -Facebook, instagram, -Mendapatkan atensi publik dg. citra <i>branding</i> perusahaan yang positif	Operasional Rp. 100,000
3	Promosi dimulai dari <i>network</i> yang dimiliki	Dilakukan pada <i>start-up</i>	-Mengenalkan dan mempromosikan diri kepada <i>network</i> yang dimiliki dengan pendekatan langsung	
4	<i>Network</i> dengan toko aksesoris interior, kontraktor, dan biro arsitek, dan lain-lain	Dilakukan dari <i>start-up</i> dan terus berkembang	-Meluaskan jaringan pendukung perusahaan -Memberikan buku portofolio berisi hasil kerja perusahaan sebagai <i>marketing tool</i>	Percetakan Rp. 400,000,
5	Menyewa jasa fotografer	Dilakukan bila ada proyek yang selesai	Untuk menghasilkan foto yang dapat mencatat hasil karya proyek dengan baik	Rp.500,000
6	Pameran	Waktu tertentu yang disesuaikan dengan <i>event</i>	-Memperluas <i>network</i> dan <i>awareness</i>	Rp.8,000,000
7	Percetakan <i>marketing tool</i> seperti kartu nama	Rutin untuk <i>supply</i> stok	-Mempromosikan perusahaan	Rp.200,000,
8	<i>Greetings</i> pada <i>event</i> dari klien	Selesai setiap proyek	- Menjaga <i>relationship</i> sekaligus promosi	Rp.500.000

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

## Sales Forecast

Perusahaan direncanakan mengalami kenaikan *sales* yang dipengaruhi oleh kegiatan *marketing* yang dilakukan dan peningkatan reputasi perusahaan.

**Tabel 1.17. Tabel Sales Forecast**

Fase	Tahun	Harga realisasi/m <sup>2</sup> (juta Rp) inflasi 10%	Jumlah Proyek	Perkiraan Luas Proyek	Perkiraan Nilai Tiap Proyek (juta Rp)	Presentase Fee Tiap Proyek (persen)	Jumlah Fee Tiap Proyek (juta Rp)	Total Pendapatan (juta Rp)
1	Juli 2017	4,235	3	70	296,45	11	32,6	97,82
	2018	5,124	8	150	768,8	10	76,86	614,88
	2019	5,637	10	225	1268,32	9,5	120,49	1204,9
2	2020	6,201	14	300	1860,3	9,5	176,73	2474,19
	2021	6,821	12	350	2387,35	9	214,86	2578,33
	2022	7,503	11	400	3001,2	9	270,1	2971,18
	2023	8,253	10	450	3713,85	9	334,24	3342,46
3	2024	9,078	8	550	4992,9	8,75	436,87	3495,03

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

### 1.7. Ringkasan Manajemen Sumber Daya

#### 1.7.1. Personel dan Uraian Pekerjaan

Pada fase awal perusahaan belum merekrut SDM untuk membantu operasional perusahaan. Namun dengan seiring berkembangnya perusahaan maka diperlukan dukungan SDM untuk membantu operasional perusahaan. Perusahaan semakin berkembang dari fase ke fase akan membuat jumlah dan variasi SDM yang diperlukan akan semakin banyak.

**Tabel 1.18. Tabel Personel**

Fase	Sumber Daya Manusia	Jumlah Pegawai
1 (satu) Juni 2017-2019	- <i>Owner</i> Pada fase awal merangkap fungsi semua operasional perusahaan, pembagian kerja antara <i>owner (jobdesk)</i>	-
2 (dua) 2020-2024	- <i>Owner</i> : mengambil fungsi <i>public relation</i> - Desainer Interior : 1 orang - Arsitek : 1 orang - <i>Project Staff</i> : 1 orang - <i>Operational Staff</i> : 1 orang - <i>Drafter</i> : 1 orang  - Administrasi + Akuntan : 1 orang - <i>Office Boy</i> : 1 orang - <i>Marketing</i> : 1 orang	8 orang
3 (tiga) 2024-...	- <i>Owner</i> : mengambil fungsi <i>public relation</i> - Desainer Interior : 2 orang - Desainer Grafis : 1 orang - Desainer Produk : 1 orang - Arsitek : 1 orang - <i>Project Staff</i> : 2 orang - <i>Drafter</i> : 2 orang  - Administrasi : 2 orang - Akuntan : 1 orang - <i>Office Boy</i> : 1 orang	

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

Berikut adalah tabel personel dan uraian kerja SDM dalam perusahaan MYC:

**Tabel 1.19 Tabel Personel dan Uraian Pekerjaan**

JABATAN	JOB DESCRIPTION
<i>Owner</i> secara garis besar	- Melakukan pengecekan keuangan - <u>Melakukan fungsi desainer</u> yaitu menjalakan proses <i>meeting</i> , desain dan produksi kelengkapan data yang diperlukan - <u>Melakukan kegiatan marketing</u> (Misalkan: pendekatan pada calon-calon klien dengan ikut dalam berbagai organisasi klub tertentu) untuk memperluas <i>network</i> . Kegiatan <i>marketing</i> operasional dibantu dengan dukungan <i>marketing</i> - <u>Melakukan pengawasan</u> pada <i>progress</i> proyek melalui <i>project staff</i>

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

**Tabel 1.19 Tabel *Personel* dan Uraian Pekerjaan (Sambungan)**

JABATAN	JOB DESCRIPTION
<i>Owner</i> secara garis besar	- Melakukan pengawasan pada kualitas dan operasional kantor serta SDM dengan bantuan administrasi.
Desainer Interior	- Mengawasi pekerjaan dan kualitas kerja asisten dan staf lain yang terkait - Melakukan koordinasi dengan staf yang terlibat dalam suatu proyek - Desainer dan konseptor - Mempersiapkan dokumen presentasi (sketsa, 3D render, <i>mood-board</i> , dan lain-lain.)
<i>Project Staff</i>	- Bertanggung jawab atas suatu proyek dari awal hingga akhir, termasuk dalam tanggung jawab pengawasan - Terlibat mendesain dan memberi ide konsep - Koordinasi dengan staf lain yang terkait - Membuat rangkuman hasil <i>meeting</i> - Membuat surat perjanjian kerja dan berkas lain terkait desain - Mengawasi pekerjaan & kualitas kerja asisten dan staf lain yang terkait - Melakukan koordinasi dengan staf yang terlibat dalam suatu proyek - Desainer dan konseptor - Mempersiapkan dokumen presentasi (sketsa, 3D render, <i>mood-board</i> , dan lain-lain.)
<i>Architect</i>	- Bekerja sama dengan desainer lain, dan staf lain yang terkait - Kepala perancangan arsitektur - Mengawasi pekerjaan dan kualitas kerja asisten dan staf lain - Survey langsung ke lokasi proyek
Desainer grafis	- Desainer dan konseptor elemen 2D - Memberi masukan, ide, dan konsep desain - Berkoordinasi dengan desainer dan staf lain
Desainer produk	- Membuat desain produk yang diperlukan dalam proyek perancangan interior - Mempersiapkan gambar kerja untuk keperluan produksi kontraktor/tukang

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

**Tabel 1.19 Tabel *Personel dan Uraian Pekerjaan (Sambungan)***

JABATAN	JOB DESCRIPTION
<i>Drafter</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat gambar kerja dari hasil desain</li> <li>- Menerjemahkan sketsa dan membuat gambar kerja terkomputerisasi</li> <li>- Membuat <i>rendering</i> 3D</li> <li>- Mengumpulkan dan dokumentasi agar gambar kerja siap</li> </ul>
<i>Public relation (owner)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan kontak dan follow up klien/<i>network</i> seperti menerima &amp; membalas <i>email</i>, fax, dan lain-lain</li> <li>- Melakukan dan merencanakan strategi <i>marketing</i> dan promosi</li> <li>- Mendata klien potensial dan mencari klien potensial</li> <li>- Merencanakan dan menyiapkan kebutuhan <i>marketing</i></li> </ul>
<i>Marketing</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bertanggung jawab <i>stand-by</i> operasional <i>front office</i> dan melayani pelanggan yang datang dengan memberikan penjelasan keterangan yang diperlukan dan promosi mengenai layanan perusahaan.</li> <li>- Menguasai produk layanan perusahaan, <i>company's profile</i>, dan lain-lain agar bisa memberikan informasi</li> <li>- Melakkan pendataan pengunjung yang datang</li> <li>- Melakukan kegiatan promosi sesuai dengan jadwal perusahaan</li> <li>- Menerima telpon, <i>email</i>, dan surat-surat penting untuk diberikan kepada administrasi</li> </ul>
<i>Operational Staff</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membantu kegiatan promosi</li> <li>- Menjadi asisten <i>owner</i> dalam melakukan pengukuran, <i>survey</i> lokasi, dan aktivitas-aktivitas lainnya</li> </ul>
Administrasi + Akuntan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyelesaikan pekerjaan administrasi perusahaan</li> <li>- Melakukan dokumentasi pembukuan dan keuangan</li> <li>- Menangani operasional kantor, bayar listrik, telpon, dan lain-lain</li> <li>- Mengatur perihal tenaga Sumber Daya Manusia perusahaan</li> </ul>
<i>Office boy</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan dan membantu mendukung pekerjaan - administrasi, <i>public relation</i> dan staf lain</li> <li>- Membantu menjaga kebersihan dan operasional kantor</li> </ul>

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

**Tabel 1.20 Tabel Uraian Pekerjaan Owner**

JABATAN	JOB DESCRIPTION
Fase 1	
<i>Owner/Yunian</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Melakukan fungsi desainer</u> yaitu menjalankan proses <i>meeting</i>, desain dan produksi kelengkapan data yang diperlukan</li> <li>- <u>Melakukan fungsi marketing</u> yaitu menjalankan kegiatan promosi &amp; <i>marketing</i> perusahaan</li> <li>- <u>Melakukan fungsi project staff</u> yang bertanggung jawab atas sebuah proyek serta melakukan pengawasan pada proyek</li> <li>- <u>Mengurus operasional kantor</u> yaitu hal-hal yang menyangkut operasional gedung kantor di Makassar maupun penyediaan peralatan pendukung.</li> </ul>
<i>Owner (Claudia M.L.)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Melakukan fungsi desainer</u> yaitu menjalankan proses <i>meeting</i>, desain dan produksi kelengkapan data yang diperlukan</li> <li>- <u>Melakukan fungsi marketing</u> yaitu menjalankan kegiatan promosi &amp; <i>marketing</i> perusahaan</li> <li>- <u>Melakukan fungsi project staff</u> yang bertanggung jawab atas sebuah proyek serta melakukan pengawasan pada proyek</li> </ul>
<i>Owner (Marcelina A.C)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Melakukan fungsi desainer</u> yaitu menjalankan proses <i>meeting</i>, desain dan produksi kelengkapan data yang diperlukan</li> <li>- <u>Melakukan fungsi marketing</u> yaitu menjalankan kegiatan promosi &amp; <i>marketing</i> perusahaan</li> <li>- <u>Melakukan fungsi project staff</u> yang bertanggung jawab atas sebuah proyek serta melakukan pengawasan pada proyek</li> <li>- <u>Melakukan fungsi administrasi</u> yang mengatur jadwal, <i>check-list</i> dokumen, dan lain-lain</li> </ul>
Fase 2	
<i>Owner (Yunian)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Melakukan fungsi desainer</u> yaitu menjalankan proses <i>meeting</i>, desain dan produksi kelengkapan data yang diperlukan</li> <li>- <u>Melakukan kegiatan marketing</u> (Contoh: pendekatan pada calon-calon klien dengan ikut dalam berbagai organisasi/klub tertentu) untuk memperluas <i>network</i>.</li> </ul>

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

**Tabel 1.20 Tabel Uraian Pekerjaan *Owner* (Sambungan)**

JABATAN	JOB DESCRIPTION
Fase 2	
<i>Owner</i> (Yunian)	<p>Kegiatan <i>marketing</i> operasional dibantu dengan dukungan <i>marketing</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan pengawasan pada <i>progress</i> proyek melalui <i>project staff</i></li> <li>- <u>Menjalankan fungsi <i>finance &amp;</i> bendaraha yang mengatur keuangan</u></li> </ul>
<i>Owner</i> (Claudia M.L.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Melakukan fungsi desainer</u> yaitu menjalankan proses <i>meeting</i>, desain dan produksi kelengkapan data yang diperlukan</li> <li>- <u>Melakukan kegiatan <i>marketing</i></u> (Contoh: pendekatan pada calon-calon klien dengan ikut dalam berbagai organisasi/klub tertentu) untuk memperluas <i>network</i>. Kegiatan <i>marketing</i> operasional dibantu dengan dukungan <i>marketing</i></li> <li>- Melakukan pengawasan pada <i>progress</i> proyek melalui <i>project staff</i></li> <li>- <u>Menjalankan fungsi <i>finance &amp;</i> bendaraha yang mengatur keuangan</u></li> </ul>
<i>Owner</i> (Marcelina A.C. )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Melakukan fungsi desainer</u> yaitu menjalankan proses <i>meeting</i>, desain dan produksi kelengkapan data</li> <li>- <u>Melakukan kegiatan <i>marketing</i></u> (Contoh: pendekatan pada calon-calon klien dengan ikut dalam berbagai organisasi/klub tertentu) untuk memperluas <i>network</i>. Kegiatan <i>marketing</i> operasional dibantu dengan dukungan <i>marketing</i></li> <li>- <u>Melakukan pengawasan</u> pada <i>progress</i> proyek melalui <i>project staff</i></li> <li>- Melakukan pengawasan pada kualitas &amp; operasional kantor serta SDM dengan bantuan administrasi.</li> </ul>
Fase 3	
<i>Owner</i> (Yunian)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Melakukan fungsi desainer</u> yaitu menjalankan proses <i>meeting</i>, desain dan produksi kelengkapan data yang diperlukan</li> <li>- <u>Melakukan kegiatan <i>marketing</i></u> (Contoh: pendekatan pada calon-calon klien dengan ikut dalam berbagai organisasi/klub tertentu) untuk memperluas <i>network</i>. Kegiatan <i>marketing</i> operasional dibantu dengan dukungan <i>marketing</i></li> </ul>

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

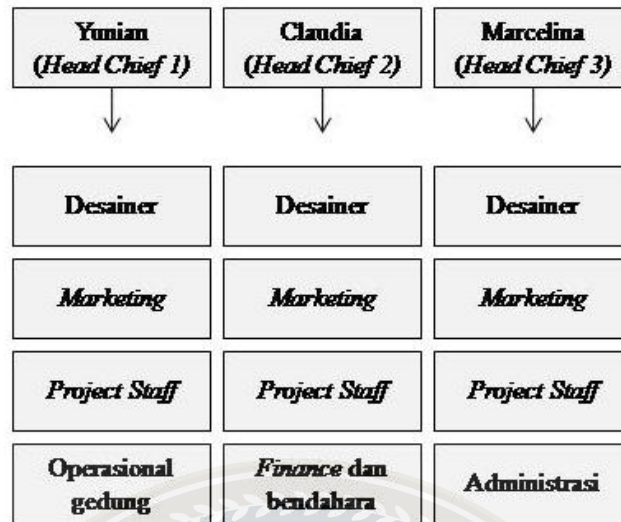
**Tabel 1.20 Tabel Uraian Pekerjaan Owner (Sambungan)**

JABATAN	JOB DESCRIPTION
Fase 3	
Owner (Yunian)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan pengawasan pada <i>progress</i> proyek melalui <i>project staff</i></li> <li>- <u>Melakukan pengawasan pada keuangan</u> perusahaan dengan peran sebagai <i>finance</i> + akuntan</li> </ul>
Owner (Claudia M.L.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Melakukan fungsi desainer</u> yaitu menjalankan proses <i>meeting</i>, desain dan produksi kelengkapan data yang diperlukan</li> <li>- <u>Melakukan kegiatan marketing</u> (Contoh: pendekatan pada calon-calon klien dengan ikut dalam berbagai organisasi/klub tertentu) untuk memperluas <i>network</i>. Kegiatan <i>marketing</i> operasional dibantu dengan dukungan <i>marketing</i></li> <li>- <u>Menjalankan fungsi finance</u> di area Manado dan berkoordinasi dengan <i>finance</i>+akuntan di Makassar</li> </ul>
Owner (Marcelina A.C. )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Melakukan fungsi desainer</u> yaitu menjalankan proses <i>meeting</i>, desain dan produksi kelengkapan data yang diperlukan</li> <li>- <u>Melakukan kegiatan marketing</u> (Contoh: pendekatan pada calon-calon klien dengan ikut dalam berbagai organisasi/klub tertentu) untuk memperluas <i>network</i>. Kegiatan <i>marketing</i> operasional dibantu dengan dukungan <i>marketing</i></li> <li>- <u>Melakukan pengawasan</u> pada <i>progress</i> proyek melalui <i>project staff</i></li> <li>- Melakukan pengawasan pada kualitas &amp; operasional kantor serta SDM dengan bantuan administrasi.</li> </ul>

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

Perusahaan memiliki struktur organisasi SDM fase satu sebagai berikut:

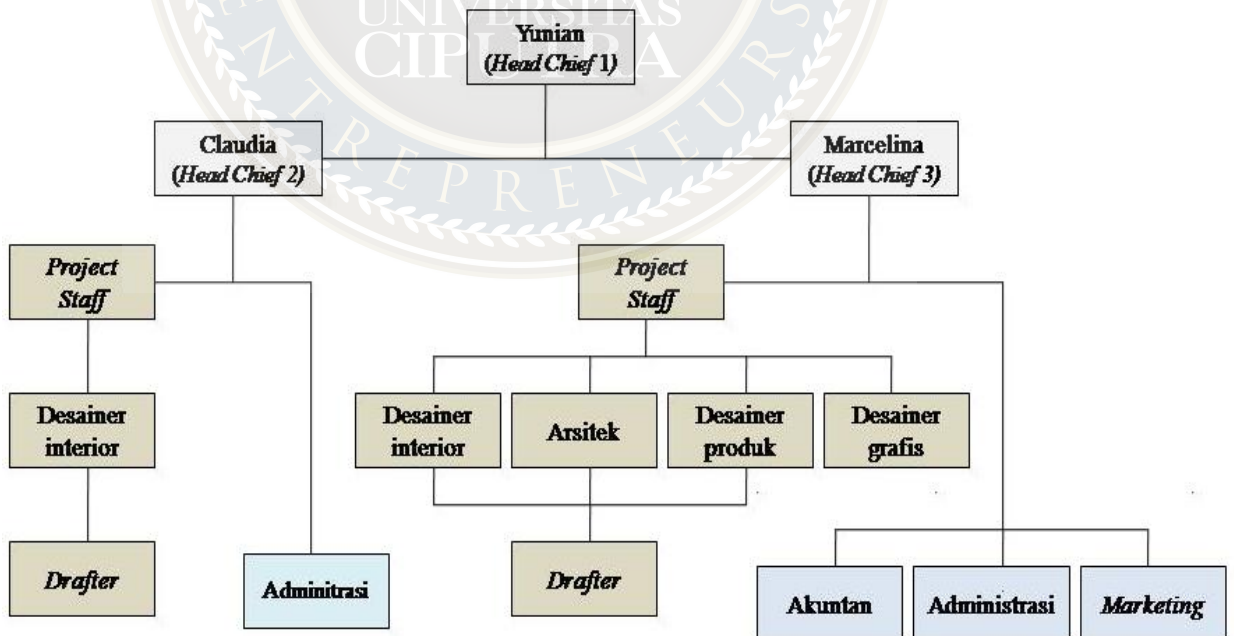
Bagan 1.2. Uraian Pekerjaan Fase Satu



Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

Perusahaan menambahkan tenaga SDM untuk mendukung operasional perusahaan yang semakin berkembang, berikut adalah struktur organisasi perusahaan pada fase 3:

Bagan 1.3 Struktur Organisasi Fase Tiga



Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

### 1.7.2. Pelaksanaan pada Sistem *Recruiting, Training, Rewarding*

#### Sistem *recruiting*

Perekrutan karyawan merupakan hal yang penting sehingga perlu standarisasi perekrutan SDM, dengan tujuan mendapatkan SDM yang unggul dan berkualitas. Tahapan *recruitment* yang ideal sebagai berikut:

- 1). Identifikasi kebutuhan
- 2). Rekrutmen
- 3). Seleksi dan evaluasi
- 4). Masa percobaan
- 5). Perekrutan

**Tabel 1.21 Tabel Divisi dan Kriteria Perekrutan**

Divisi	Kriteria Perekrutan
Desainer Interior	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pendidikan S1 dibidang desain</li><li>- Pengalaman kerja minimal 1 tahun</li><li>- Dapat bekerja dalam tim</li><li>- Menguasai aplikasi yang diperlukan seperti Autocad, Autodesk, Photoshop, &amp; Corel Draw</li><li>- <i>Full Time</i></li><li>- Kemampuan desain proyek residensial dan komersial</li></ul>
Desainer Produk	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pendidikan S1 dibidang desain</li><li>- Pengalaman kerja minimal 1 tahun</li><li>- Dapat bekerja dalam tim</li><li>- Menguasai aplikasi yang diperlukan seperti Autocad dan Autodesk</li><li>- <i>Full Time</i></li><li>- Kemampuan perancangan dan pembuatan gambar kerja produksi <i>furniture</i> dan aksesoris produk interior</li></ul>
Desainer Grafis	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pendidikan D3 dibidang desain</li><li>- Pengalaman kerja minimal 1 tahun</li></ul>

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

**Tabel 1.21 Tabel Divisi dan Kriteria Perekrutan (Sambungan)**

Divisi	Kriteria Perekrutan
Desainer Grafis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dapat bekerja dalam tim</li> <li>- Menguasai aplikasi yang diperlukan seperti Photoshop, Adobe Illustrator &amp; Corel Draw</li> <li>- <i>Full Time</i></li> </ul>
Arsitek	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pendidikan S1 dibidang arsitektur</li> <li>- Pengalaman kerja minimal 2 tahun</li> <li>- Memahami konstruksi bangunan</li> <li>- Dapat bekerja dalam tim</li> <li>- Menguasai aplikasi yang diperlukan seperti Autocad, Autodesk, Photoshop.</li> <li>- <i>Full Time</i></li> <li>- Kemampuan desain proyek residensial dan komersial</li> </ul>
<i>Project Staff</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pendidikan S1 dibidang desain atau arsitektur</li> <li>- Pengalaman kerja minimal 2 tahun</li> <li>- Dapat memimpin dan bekerja dalam tim</li> <li>- Menguasai aplikasi yang diperlukan seperti Autocad, Autodesk, &amp; Photoshop</li> <li>- <i>Full Time</i></li> <li>- Kemampuan dan pemahaman dari proses desain sampai pengawasan</li> </ul>
Drafter	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pendidikan minimal D3 Teknik Bangunan</li> <li>- Pengalaman kerja 1 tahun</li> <li>- Menguasai program 2D &amp; 3D seperti Autocad, Autodesk, &amp; Sketch Up</li> <li>- Dapat bekerja dan berkoordinasi dalam tim</li> <li>- Memiliki tanggung jawab membuat gambar kerja, <i>shop-drawing</i>, detail kerja, dan lain-lain.</li> </ul>
Administrasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pendidikan minimal D3 Manajemen/Ekonomi</li> <li>- Pengalaman kerja minimal 1 tahun</li> <li>- Dapat mengoperasikan Microsoft <i>Office</i></li> <li>- Teliti, rapi, jujur, dan telaten</li> <li>- <i>Full Time</i></li> </ul>
Akuntan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pendidikan minimal akuntani S1 Ekonomi</li> <li>- Pengalaman kerja minimal 1 tahun</li> <li>- Dapat mengoperasikan Microsoft <i>Office</i></li> <li>- Teliti, rapi, jujur, dan telaten</li> <li>- <i>Full Time</i></li> <li>- Bertanggung jawab membuat pencatatan &amp; pembukuan keuangan</li> </ul>

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

**Tabel 1.21 Tabel Divisi dan Kriteria Perekrutan (Sambungan)**

Divisi	Kriteria Perekrutan
<i>Marketing</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pendidikan minimal manajemen-<i>marketing</i> S1 Sarjana Ekonomi</li> <li>- Pengalaman kerja minimal 1 tahun</li> <li>- Dapat mengoperasikan Microsoft <i>Office</i>, operasional <i>website</i>, dan lain-lain.</li> <li>- Kreatif dan memiliki minat dalam <i>marketing</i></li> <li>- <i>Full Time</i></li> <li>- Bertanggung jawab melakukan kegiatan promosi dan <i>marketing</i></li> </ul>

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

Pekerja di perusahaan MYC wajib menerima Tunjangan Hari Raya Keagamaan diatur berdasarkan Peraturan Menteri Tenaga Kerja Republik Indonesia. Menurut pasal 1 THR adalah pendapatan pekerja yang wajib dibayarkan oleh pengusaha kepada pekerja menjelang Hari Raya Keagamaan yang berupa uang atau bentuk lain. Besarnya THR pada pasal 3 kepada pekerja dengan masa kerja 12 bulan sebesar 1 (satu) bulan upah.

#### Sistem *training*

Perusahaan perlu mekanisme *training* dalam meningkatkan kualitas kerja SDM. Pada fase awal perusahaan memprioritaskan perekrutan karyawan yang sudah memiliki *skill* dan pengalaman untuk membantu mendukung operasional perusahaan yang baru didirikan di awal sehingga tidak membutuhkan banyak biaya dan waktu untuk *training*. Namun apabila dirasa SDM masih belum menguasai keahlian tertentu maka akan diadakan *training* bagi karyawan sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Selain itu diharapkan adanya mekanisme saling mengajar dan mengawasi antara karyawan yang lebih senior dengan karyawan yang lebih junior.

**Tabel 1.22. Tabel *Training* SDM**

<i>Training</i> Secara Umum	
Melibatkan dalam proyek langsung baik dalam tanggung jawab, obsevasi, <i>survey</i> , dan lain-lain	Dengan cara ini secara rutin dan dalam operasional sehari-hari, secara tidak langsung dan langsung staf akan terlatih dan mampu melakukan tanggung jawab bila dipercayakan lain waktu
<i>Sharing</i> dan diskusi antara divisi yang bersangkutan	Setiap minggu atau frekuensi sebulan beberapa kali sehingga staf dengan kemampuan lebih dapat membagikan ilmu dan bertukar pikiran tentang kendala yang dihadapi semua staf
Ikut dalam seminar, <i>workshop</i> , pameran, ataupun <i>training</i> dan lain-lain	Untuk meningkatkan pengetahuan akan bidang tertentu staf dapat mengikuti kegiatan/ <i>training</i> yang sesuai dengan kebutuhan

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

### *Training*

- 1). Desainer interior maupun arsitek dilatih secara profesional untuk dapat mengoperasikan aplikasi penting seperti Autocad dan 3DMax dengan tujuan agar desainer dapat mengoperasikan *software* dengan lebih efisien dan dapat menghasilkan gambar 3D *render* sesuai desain yang diterapkan
- 2). *Marketing* diikuti berbagai kelas-kelas yang dapat mengajarkan strategi promosi yang efektif kepada klien.
- 3). *Project Staff* akan lebih banyak dilatih oleh *owner* sendiri dalam menangani sebuah proyek mulai dari prosedur *meeting*, menangani klien, maupun koordinasi dengan staf lain dalam sebuah proyek.
- 4). Desainer grafis akan dilatih menggunakan *powerpoint* ataupun aplikasi pembuatan *slide* presentasi secara profesional sehingga dapat membantu dalam pembuatan slide presentasi yang interaktif untuk keperluan presentasi ke klien

## Rewarding

Perusahaan perlu untuk menghargai usaha kerja keras karyawan dengan cara memberikan *reward* dengan pemberian bonus kerja keras pegawai yang dianggap telah bekerja dengan maksimal dengan nominal Rp. 250.000,- sampai dengan Rp. 1.500.000,- sesuai dengan jenis dan besaran nilai proyek. Bonus akan diberikan sesuai dengan jadwal pembagian gaji kerja.

*Reward* diberikan untuk memicu semangat dan sebagai suatu tindakan penghargaan atas kerja keras perusahaan. Perusahaan juga menghargai staf yang bekerja dengan menyediakan konsumsi *snack* seperti teh, makanan kecil, dan lain-lain yang diberikan minimal 3 kali dalam seminggu untuk dinikmati bersama. Selain itu ketika perusahaan sudah cukup berkembang dan bisnis stabil maka perusahaan merencanakan untuk memberikan *reward* bagi karyawan dalam kegiatan *field trip* bersama yang tidak hanya sebagai sarana rekreasi tetapi sekaligus memperkaya pengetahuan dan mempererat hubungan antar rekan kerja.

### 1.8. Rencana Pemanfaatan Teknologi Informasi

#### 1.8.1. Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Departemen

Pemanfaatan teknologi informasi merupakan faktor yang penting untuk diperhatikan perusahaan, karena saat ini semua pekerjaan dituntut untuk dikerjakan secara efektif, efisien, dan cepat. Perusahaan juga ke depannya diharapkan dapat terus mengikuti perkembangan teknologi terbaru untuk yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Pemanfaatan teknologi untuk bagian

operasional desain mempergunakan *software* untuk produksi desain serta gambar kerja. Pemanfaatan teknologi juga digunakan sebagai sarana *marketing* yaitu melalui *website*, *social media*, serta *email* perusahaan. Bagian administrasi dan akunting memanfaatkan teknologi dalam bentuk *software* yang dapat membantu dalam pendataan informasi dan pembuatan laporan keuangan. Berikut adalah tabel perincian pemanfaatan teknologi yang dibutuhkan perusahaan:

**Tabel 1.23. Tabel Pemanfaatan Teknologi Informasi**

No	Departemen	<i>Software</i>	<i>Hardware</i>
1.	Desainer Interior	Autocad, Autodesk 3Ds Max, Sketch Up.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Komputer PC</li> <li>- <i>Printer</i></li> <li>- <i>Scanner</i></li> <li>- <i>Hard drive</i> eksternal</li> <li>- Telepon genggam</li> <li>- Kamera <i>digital</i></li> </ul>
2.	Desainer Grafis	Photoshop, Corel Draw, Adobe Illustrator	
3.	Desainer Produk	Photoshop, Autocad, Autodesk Product DesignSuite.	
4.	Arsitek	Autocad, Sketch Up, Autodesk Revit	
5.	<i>Drafter</i>	Autocad, Photoshop	
6.	<i>Project Staff</i>	Autocad, Autodesk 3Ds Max, Sketch Up.	
7.	<i>Marketing</i>	Microsoft <i>Office Suite</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Laptop</li> <li>- <i>Printer</i></li> <li>- <i>Scanner</i></li> <li>- Telepon genggam</li> </ul>
8.	Akuntan	Microsoft <i>Office Suite</i>	
9.	Administrasi	Microsoft <i>Office Suite</i>	

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

### 1.8.2. Peralatan dan Sistem yang akan Dimiliki Serta Persiapannya

Perusahaan membutuhkan peralatan dan sistem dalam mendukung operasional perusahaan sesuai dengan kebutuhan perusahaan yang akan semakin kompleks seiring dengan perkembangan perusahaan.

**Tabel 1.24. Tabel Pemanfaatan Perangkat Teknologi Informasi**

Fase 1	Jumlah
<p><u>Hardware</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- PC Komputer</li> <li>- Laptop</li> <li>- <i>Printer+Scanner</i></li> <li>- <i>Harddisk</i> eksternal</li> </ul> <p><u>Software</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Microsoft <i>Office</i> 2010 Small Business</li> <li>- Autocad 2013 dan Autodesk 3Ds Max 2013</li> <li>- Adobe CS3 Photoshop</li> <li>- Google Sketch Up</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2 buah</li> <li>5 buah</li> <li>2 buah</li> <li>3 buah</li> </ul>
Fase 2	Jumlah
<ul style="list-style-type: none"> <li>- PC Komputer</li> <li>- Laptop</li> <li>- <i>Printer+Scanner</i></li> <li>- <i>Harddisk</i> eksternal</li> </ul> <p><u>Software</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Microsoft <i>Office</i> 2010 Small Business</li> <li>- Autocad 2013 dan Autodesk 3Ds Max 2013</li> <li>- Adobe CS3 Photoshop</li> <li>- Corel Draw X5</li> <li>- Google Sketch Up Pro</li> <li>- Adobe Illustrator CS6</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>7 buah</li> <li>7 buah</li> <li>2 buah</li> <li>5 buah</li> </ul>
Fase 3	Jumlah
<ul style="list-style-type: none"> <li>- PC Komputer</li> <li>- Laptop</li> <li>- <i>Printer+Scanner</i></li> <li>- <i>Hard dirve</i> eksternal</li> </ul> <p><u>Software</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Microsoft <i>Office</i> 2010 Small Business</li> <li>- Autocad 2014 dan Autodesk 3Ds Max 2014</li> <li>- Adobe Photoshop CS5</li> <li>- Corel Draw X7</li> <li>- Google Sketch Up Pro</li> <li>- Adobe Illustrator CC</li> <li>- Autodesk Product Design Suite.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3 buah</li> <li>1 buah</li> <li>2 buah</li> <li>7 buah</li> </ul>

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

## 1.9. Sistem Operasi.Produksi

### 1.9.1. Pertimbangan Operasi

Perusahaan dalam menjalankan perusahaan didasarkan pada pertimbangan operasi dalam operasional perusahaan, sebagai berikut:

#### Product

MYC Interior *Consultant* sebagai biro konsultan interior memberikan layanan jasa desain interior yang tidak membatasi jenis proyek yang diterima dari fase awal sampai fase ketiga. Proses layanan dan penetapan harga didasarkan pada ketentuan HDII yang dijadikan acuan standar perusahaan dan dijalankan sesuai SOP perusahaan.

#### Quality

Berdasarkan (Garvin 2011), terdapat delapan dimensi untuk menentukan kualitas produk yang dihasilkan, sebagai berikut:

- *Performance*, yaitu hal-hal yang menyangkut karakteristik operasi dasar
- *Durability*, yang menyangkut jangka waktu hidup sebelum akhirnya diganti
- *Serviceability*, yaitu kemudahan servis atau perbaikan ketika dibutuhkan
- *Aesthetics*, yaitu hal yang menyangkut tampilan, rasa, kualitas, bunyi, bau
- *Perceived Quality*, yaitu mutu/kualitas yang diterima atau dirasa *customer*
- *Conformance*, kesesuaian kinerja dan mutu produk dengan standar
- *Reliability*, kinerja yang bisa diandalkan

- *Features*, adalah *item-item* ekstra yang ditambahkan pada fitur dasar

Kualitas produk perusahaan menurut delapan dimensi berdasarkan (Garvin 2011), sebagai berikut:

- *Performance*, perusahaan memberikan pelayanan tepat waktu dan maksimal dengan komitmen pada apa yang dijanjikan yang tertuang dalam perjanjian kerja.

- *Reliability*, berada pada pihak klien untuk membantu klien dalam menghasilkan desain yang berkualitas

- *Perceived Quality*, standar kualitas produk jasa yang dihasilkan konsisten dengan adanya sistem SOP dan surat kontrak

### Process

Proses yang terjadi di dalam perusahaan MYC Interior *Consultant* sebagai proses yang menentukan operasional perusahaan secara keseluruhan diantaranya adalah proses *marketing* yang tertuang dalam konsep pemasaran dan penjualan, proses produksi desain yang tertuang dalam alur produksi/SOP perusahaan, proses koordinasi di dalam perusahaan yang mengatur sistem kerja SDM berikut pemberdayaan teknologi yang digunakan yang terlihat pada ringkasan manajemen sumber daya serta rencana pemanfaatan teknologi, dan proses perencanaan keuangan perusahaan yang tertuang pada rencana keuangan. Selain itu adanya kegiatan perusahaan untuk mengedukasi masyarakat mengenai peran desainer interior dan manfaat desain melalui media *digital* dengan melakukan *posting* artikel-artikel seputar interior di *website* dan *social media* perusahaan, sebagai bagian dari misi perusahaan. Selain itu pada fase tiga setelah perusahaan cukup

lama berdiri dan berkembang maka akan mulai melakukan perancangan desain tanpa dikenakan biaya jasa pada fasilitas publik yang berpotensi sebagai bentuk *social responsibility* dan misi perusahaan untuk menjadikan desain sebagai bagian dari masyarakat.

### Location



(a) Jl. Masjid Raya No. 68H



(b) Jl. G. Lompobattang No.180

**Gambar 1. Foto Fasad Kantor Potensial**

sumber: Dokumentasi pribadi (2014)

Perusahaan pada fase awal akan memiliki kantor operasional di kota Makassar yang terletak di Jl. Masjid Raya No. 68 H dan pada fase kedua menambahkan fasilitas *front office*. Gedung kantor yang digunakan merupakan aset yang dimiliki oleh orang tua Yunian (*owmer*) namun MYC sebagai bisnis bersama tetap membayar biaya sewa tempat. Gedung kantor terletak di lokasi yang strategis yang tepat berada di tengah kota Makassar. Pada fase ketiga perusahaan membuka kantor operasional di Manado yang terletak di Jl. Pinkan Matingdas Ruko Dendengan Residence No.6. Ruko ini merupakan aset yang dimiliki orang tua Claudia (*owner*) yang terletak di lokasi yang strategis karena merupakan akses jalan menuju jalan utama. Pertimbangan pemilihan lokasi kota

maupun kantor yang akan digunakan berdasarkan pertimbangan faktor internal maupun eksternal sebagai berikut:

**Tabel 1.25. Tabel Pertimbangan Lokasi**

No	Pertimbangan	Prioritas	Surabaya		Makassar		Manado	
		100%	%	poin	%	poin	%	poin
1	<i>Network</i>	25	60	15	80	20	80	20
2	Aset	25	10	2,5	100	25	100	25
3	Persaingan bisnis	10	40	4	70	7	90	9
4	Peluang bisnis	10	90	9	80	8	60	6
5	Pertumbuhan ekonomi	10	90	9	90	9	90	9
6	Pemerintahan	5	80	4	80	4	80	4
7	Kependudukan	10	50	5	90	9	40	4
8	Teknologi	5	75	3,75	40	2	35	1,75
Total poin				52,2		84		78.7

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

Pertimbangan penentuan prioritas dan jumlah persentase disesuaikan dengan pertimbangan sebagai faktor yang dianggap sebagai penentu utama yaitu *network* dan aset yang sangat menentukan keberhasilan dan kemudahan bisnis. Kemudian baru diikuti faktor persaingan dan peluang bisnis, pertumbuhan ekonomi, kependudukan, pemerintahan serta teknologi. Melihat dari hasil pengukuran berdasarkan faktor-faktor penentu maka kota Makassar dan Manado mendapatkan perolehan poin yang cukup tinggi, sehingga bisa disimpulkan bisnis akan bertumbuh secara kondusif pada fase-fase awal perusahaan berdiri. Namun kota Surabaya juga memiliki potensi untuk dijangkau perusahaan mengingat faktor pertumbuhan ekonomi, peluang bisnis, dan *network*. yang dimiliki *owner*. Sehingga pada fase ketiga perusahaan ingin menjangkau proyek-proyek di kota Surabaya untuk semakin mengembangkan perusahaan dan bukannya dimulai dari fase awal karena faktor aset yang dimiliki sangat minim di kota Surabaya untuk membuka kantor operasional.

Selanjutnya adalah pertimbangan pemilihan lokasi kantor di kota Makassar berdasarkan aset yang dimiliki oleh orang tua Yunian yang terletak di Jl. Mesjid Raya No.68H maupun orang tua Marcelina yang terletak di Jl. G. Lompobattang No. 180 sebagai *owner* MYC.

**Tabel 1.26. Tabel Pertimbangan Lokasi di Makassar**

No	Pertimbangan	Prioritas	Jl. Mesjid Raya No.68 H		Jl. G. Lompobattang No. 180	
		100%	%	poin	%	poin
1	Akses	25	90	22,5	60	15
2	Perkembangan bisnis	25	80	20	50	12,5
3	Transportasi umum	10	90	9	60	6
4	Suasana; kenyamanan	15	80	12	90	13,5
5	Kondisi bangunan	25	80	20	40	10
Total poin				83,5		57

Sumber: Data Olahan Pribadi (2015)

Dalam penentuan lokasi bangunan kantor mempertimbangkan faktor akses sebagai penentu apakah lokasi tersebut ramai dan mudah diakses. Selain itu perkembangan bisnis dan transportasi umum menggambarkan apakah lokasi tersebut merupakan wilayah berkembang dan maju serta suasana dan kenyamanan yang menentukan kondisi keamanan bisnis di daerah tersebut. Kondisi bangunan sebagai faktor yang menentukan seberapa banyak biaya yang dibutuhkan untuk merenovasi gedung yang ada.

Pada kesimpulannya sesuai dengan hasil analisa berdasarkan faktor penentu maka perusahaan memutuskan membuka kantor di ruko Jl. Mesjid Raya No. 68 H dikarenakan kondisi perkembangan bisnis, akses serta kondisi bangunan yang cukup baik sehingga tidak diperlukan biaya yang besar untuk renovasi.

### Human Resources

Sumber daya manusia di dalam perusahaan MYC adalah faktor yang sangat penting dalam mendukung operasional perusahaan. Pada fase awal perusahaan belum merekrut sumber daya manusia dan semua pekerjaan dikerjakan sendiri oleh *owner*. Barulah pada fase dua perusahaan merekrut SDM. Sumber daya manusia yang terdapat dalam perusahaan MYC terbagi atas dua golongan yaitu bagian produksi yaitu produk desain dan operasional perusahaan. Pada fase dua untuk kantor area Makassar, perusahaan merekrut satu desainer interior, arsitek, *project staff*, dan *drafter* untuk membantu bagian produksi serta administrasi sekaligus akuntan, *office boy*, dan *marketing* yang membantu operasional perusahaan. Sedangkan di area Manado merekrut *operational staff* yang membantu *owner* Claudia dalam kegiatan *marketing*, total karyawan yang dimiliki pada fase ini sejumlah 8 orang. Pada fase ketiga perusahaan untuk kantor Makassar merekrut satu desainer grafis dan produk untuk memperkaya kualitas desain untuk keperluan presentasi perusahaan dan efisiensi kerja. Perusahaan pada fase ini membuka kantor operasional di Manado sehingga merekrut masing-masing satu orang untuk posisi desainer interior, *project staff*, *drafter*, serta administrasi untuk membantu produksi dan operasional perusahaan di kota Manado, total karyawan yang dimiliki ialah 13 orang.

### Inventory

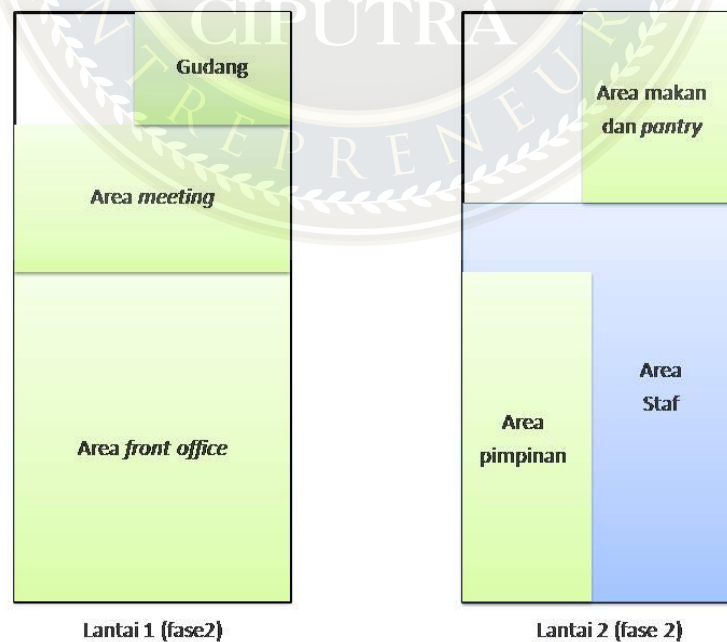
*Inventory* yang dimiliki perusahaan MYC Interior *Consultant* berupa peralatan alat tulis, perangkat teknologi (*laptop*, *hard drive* eksternal, komputer,

*printer+scanner, router wifi, dan lain-lain.), furniture* pendukung seperti meja dan kursi, lemari penyimpanan data, rak-rak, dan lain-lain.

### Maintenance

Pada fase awal untuk gedung kantor hanya dioperasikan dan dikelola oleh *owner* sendiri yang berjumlah tiga orang. Sehingga kantor tidak akan didesain dan hanya mengacu pada kerapian dan peletakan *furniture* sehingga *easy to maintain*. Pada fase kedua selain fasilitas kantor untuk kegiatan internal akan ditambahkan area *front office* untuk menyambut pelanggan. Desain pada area kantor maupun *front office* menekankan pada desain yang *low maintenance* yang tampak pada pemilihan material yang *low treatment* seperti keramik untuk lantai serta menghindari material kain yang cenderung menyimpan debu, bentuk interior dan *furniture* yang *flat* sehingga mudah dibersihkan.

### Lay Out



Gambar 1.2. Lay Out Kantor

sumber: Dokumentasi pribadi (2015)

Kantor di Makassar terletak pada ruko dengan bangunan tiga lantai. Pada fase awal kantor hanya akan difungsikan pada lantai satu berisi meja dan lemari seperlunya karena belum memiliki SDM. Pada fase dua sudah ada SDM yang dipekerjakan dan penambahan fasilitas *front office* sehingga prediksi penggunaan area lantai satu efektif sebagai *front office* dan ruang *meeting* sedangkan area lantai dua sebagai tempat operasional produksi perusahaan.

### Supply Chain

Perusahaan MYC sebagai perusahaan konsultan desain interior dalam operasionalnya membutuhkan *supplier* untuk mendukung keberlangsungan aktivitas. *Supplier* yang penting bagi perusahaan mengacu pada SDM *outsourc* seperti jasa *drafter*, *3d render*, dan lain-lain yang diharapkan berasal dari area kota Makassar, Manado, serta Surabaya mengingat target pasar dan lokasi kantor di area Makassar dan Manado sehingga memudahkan komunikasi dan efisiensi.