

BAB 1

BUSINESS PLAN MANA STUDIO

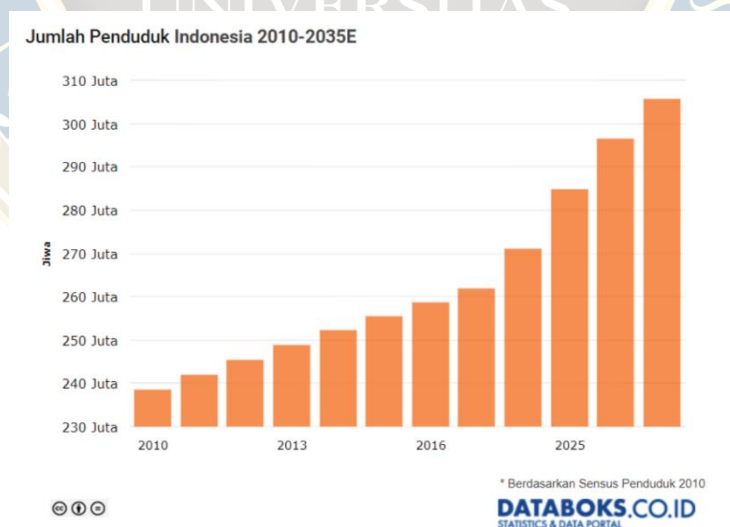
1.1 Ringkasan Eksekutif

1.1.1 Latar belakang dan ringkasan usaha

Tempat tinggal dan ruang untuk berinteraksi merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia. Semakin berkembangnya zaman semakin tinggi pula permintaan masyarakat terhadap kebutuhan tempat tinggal dan tempat berinteraksi. Menurut data yang di kutip dari databoks.katadata.co.id Indonesia memiliki jumlah penduduk sekitar 272 juta jiwa pada pertengahan 2021 dan meningkat menjadi 275 jiwa pada pertengahan 2022. Jumlah peningkatan per tahun diperkirakan sekitar 1.13% dan akan terus meningkat hingga perkiraan pada tahun 2035 jumlah penduduk Indonesia akan menembus angka 300 juta penduduk.

Sumber: databoks.katadata.co.id

Dengan meningkatnya jumlah penduduk makan kebutuhan akan properti juga semakin meningkat. Naiknya permintaan terhadap properti akan

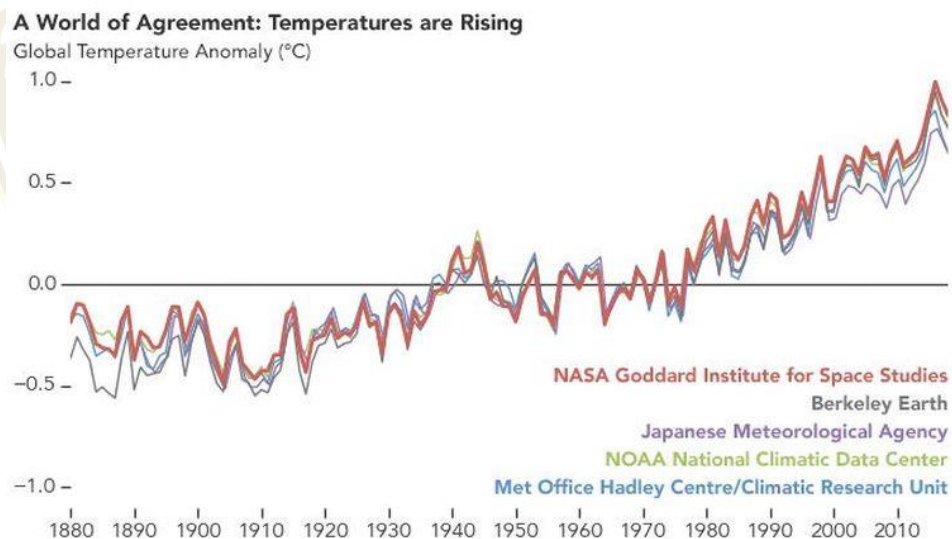


Gambar 1. 1Proyeksi Jumlah Penduduk Indonesia 2010 - 2035E

membuka peluang bagi para konsultan arsitek dan interior yang jasanya akan semakin dibutuhkan seiring berjalannya waktu. Namun dengan meningkatnya

jumlah penduduk dan permintaan properti maka akan menjadi ancaman bagi lahan terbuka hijau yang mungkin akan di alihkan menjadi pemukiman maupun bangunan komersil.

Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kelestarian lingkungan juga masih kurang ditandai dengan banyaknya bencana alam yang terjadi di Indonesia seperti banjir, longsor, pemanasan global, dan perubahan iklim sehingga masih sangat diperlukan kepedulian masyarakat terhadap kelestarian lingkungan. Namun tidak bisa di pungkiri bahwa kebiasaan yang diperlukan oleh manusia secara tidak langsung merusak lingkungan itu sendiri. Seperti kebutuhan akan kertas yang terus meningkat dalam bidang pekerjaan dan Pendidikan sehingga mengharuskan menebang pohon yang belum layak tebang sekalipun. Kebutuhan bahan bakar untuk kendaraan juga menjadi factor yang sangat berpengaruh terhadap pencemaran lingkungan. Penggunaan bahan-bahan plastic dalam kehidupan sehari-hari juga berdampak buruk bagi lingkungan dalam jangka waktu yang Panjang.



Gambar 1. 2Kenaikan suhu di dunia akibat pemanasan global

Sumber: kompasmu.github.io

Selain itu pandemi Covid-19, merupakan contoh hubungan nirharmonis antara manusia dengan alam. Dikutip dari unpad.ac.id Guru Besar Fakultas

Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Padjadjaran Prof. Johan Iskandar, PhD, mengatakan “Aktivitas perambahan hutan, perusakan hutan, perburuan hewan liar, hingga perdagangan hewan menjadi penyebabnya”. Maka dibutuhkan kesadaran manusia untuk saling menjaga lingkungan.

Masalah	Peluang
Pertumbuhan penduduk yang naik cukup tinggi dari tahun ke tahun dan peningkatan ekonomi masyarakat indonesia	Tingginya pertumbuhan penduduk berbanding lurus dengan meningkatnya permintaan akan rumah tinggal dan properti bangunan sehingga berhubungan juga dengan meningkatnya kebutuhan jasa konsultan arsitek.
Kerusakan alam dan berbagai bencana alam seperti pemanasan global yang terus meningkat, perubahan iklim yang ekstrim, banjir, polusi, dan kerusakan alam lainnya.	<i>Green architecture</i> merupakan salah satu pendalaman di bidang arsitektur yang memiliki dampak dan tujuan positif untuk lingkungan alam sehingga Mana studio yang menjadikan <i>green architecture</i> sebagai focus utama memiliki peluang besar untuk menangani proyek dari klien yang sadar akan dampak kerusakan lingkungan.

Tabel 1. 1Masalah dan peluang Berdirinya Mana Studio

Sumber: Olahan Pribadi (2023)

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dengan tingginya pertumbuhan penduduk di indonesia maka permintaan properti dan rumah tinggal juga akan meningkat. Hal ini tentunya akan menjadi peluang untuk usaha yang bergerak di bidang properti untuk menjawab permintaan masyarakat. Selain peningkatan penduduk terdapat juga masalah lain yaitu kerusakan lingkungan alam dan bencana alam yang diperkirakan akan terus

meningkat. Permasalahan lingkungan ini menjadi prioritas utama seluruh dunia karena akan berdampak sangat buruk apabila terus dibiarkan. Melalui masalah kerusakan lingkungan ini membuka peluang bagi konsultan arsitek dan interior yang bergerak di bidang *green architecture* karena dengan menggunakan pendalaman *green architecture* dapat menjawab permasalahan lingkungan ini melalui perancangan arsitektur.

Mana Studio hadir menawarkan jasa konsultan yang berfokus pada *green architecture* untuk ikut berkontribusi dalam mengatasi masalah pertumbuhan penduduk dan kerusakan alam di Indonesia. Berikut adalah logo dari Mana studio:

Sumber: Analisis penulis (2023)



MANA

M A N A S T U D I O

Gambar 1. 3 Logo Mana Studio

Arti kata “Mana” adalah esensi sumber kehidupan yang dimiliki setiap makhluk hidup. Penulis mengambil kata ini sebagai nama perusahaan yang bergerak di bidang *green architecture* karena antara spesialis perusahaan dan arti kata “Mana” memiliki kemiripan yaitu sama – sama berkaitan dengan kehidupan dan kelestarian. Warna yang digunakan melambangkan air yang dimana kata “mana” sering berkaitan dengan benda cair yang memiliki esensi kehidupan. Sehingga penulis menggunakan warna biru kehijauan untuk menggabungkan elemen air dan pepohonan. Dari nama dan warna logo yang digunakan bertujuan untuk menggambarkan perusahaan yang berkaitan dengan alam dan peduli terhadap kelestarian lingkungan.

1.1.2 Visi

Menjadi konsultan arsitektur berskala Nasional yang dapat menjawab permasalahan lingkungan melalui perancangan arsitektur dengan pendekatan *green architecture*.

1.1.3 Misi

- Bekerja dengan profesional dan memberikan perhatian penuh terhadap kualitas desain sesuai dengan standar HDII, IAI, dan GBCI.
- Memberikan pelatihan terhadap karyawan agar mendapat *sertifikat profesional green architecture*.
- Menerapkan pendalaman *green architecture* ke dalam setiap proyek yang dikerjakan perusahaan.
- Menjalin kerja sama dengan perusahaan *non-competitor* yang memiliki *value green*
- Menghasilkan desain yang dapat mengedukasi masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan dan dampak dari bangunan yang menggunakan pendalaman *green architecture* terhadap lingkungan
- Menjaga hubungan baik dengan seluruh pihak perusahaan, mengutamakan rasa kekeluargaan namun tetap menjaga sikap profesionalisme dalam bekerja.

1.2 Gambaran usaha

1.2.1 Identitas kepemilikan usaha

Mana studio merupakan konsultan interior arsitektur yang berfokus pada bangunan komersil dan residential. Mana studio adalah usaha perorangan yang didirikan oleh Angel, Kevin Samuel sebagai *Principle Designer* yang bertanggung jawab penuh terhadap Tindakan dan pengambilan keputusan perusahaan.

1.2.2 Fase usaha

Dalam mendirikan sebuah usaha diperlukan tahapan atau fase yang akan dilalui oleh perusahaan tersebut, karena setiap tahunnya akan selalu ada perkembangan penulis menargetkan mengambil proyek kecil terlebih dahulu kemudian barulah beranjak ke proyek yang lebih besar seperti tender. Adapun detail dari pembagian fase itu sebagai berikut:

Fase Satu (2023-2028)

Pada fase ini penulis menjalankan *intrapreneur* dengan bekerja di beberapa biro arsitek lain selama 5 tahun untuk menambah pengalaman dan kemampuan sebagai bekal agar bisa menjalankan bisnis sendiri di bidang konsultan arsitek. Dalam kurun waktu 5 tahun digunakan untuk memperdalam kemampuan perancangan bangunan serta untuk meningkatkan keterampilan baik itu yang berkaitan dengan arsitektur dan interior maupun di luar bidang arsitektur dan interior seperti cara menjalankan biro arsitek, cara berinteraksi dengan klien, kebiasaan-kebiasaan baik yang dilakukan oleh arsitek profesional.

Pada fase ini juga penulis akan menjalani program pendidikan profesi arsitek (PPArs) sebagai salah satu syarat untuk memperoleh surat tanda registrasi arsitek (STRA). Target penulis dalam menempuh pendidikan profesi ini adalah dapat selesai dalam kurun waktu satu tahun. Sertifikasi (STRA) yang diperoleh ini akan berguna untuk persiapan yang diperlukan untuk mendirikan badan usaha konsultan arsitektur sendiri.

Selama menjalani fase ini juga penulis akan menjalin koneksi dengan *supplier* dan beberapa perusahaan *non competitor* dari biro arsitek tempat penulis bekerja untuk bekal saat mendirikan konsultan arsitek sendiri nantinya. Selain pendidikan profesi penulis juga akan menjalani pendidikan sertifikasi *greenship* dari *green building council indonesia* (GBCI) karena penulis berencana memuat konsultan arsitek dengan pendalaman *green architecture*.

Semua kegiatan ini di lakukan dari rumah penulis dan kantor biro arsitek tempat penulis akan bekerja sehingga belum memerlukan biaya operasional yang besar. Selagi bekerja di biro arsitek penulis akan mencoba mengikuti beberapa sayembara untuk menambah portofolio yang berguna sebagai *self branding* agar lebih dikenal di masyarakat. Dengan memiliki modal *self branding* yang bagus penulis akan memiliki bekal yang cukup untuk melangkah ke fase selanjutnya yaitu fase dimana penulis akan mendirikan usahanya sendiri.

Fase dua (2028-2033)

Fase ini merupakan fase awal merintis perusahaan dengan menggunakan modal yang terkumpul dari hasil *intrapreneur* pada fase pertama. Modal ini akan digunakan untuk membeli aset perusahaan dan kebutuhan yang akan menjadi investasi perusahaan penulis seperti peralatan dan teknologi yang akan menunjang perusahaan, legalitas perusahaan, operasional perusahaan. Tempat yang akan dijadikan kantor perusahaan adalah rumah pribadi penulis yang terletak di Samarinda.

Target fase ini adalah mampu memperkenalkan konsultan arsitek dengan pendalaman *green architecture* kepada masyarakat. Perusahaan akan mulai dijalankan oleh penulis sebagai *principal architect* sendiri terlebih dahulu. Penulis akan mengincar proyek-proyek bangunan kategori 1 menurut data Honorarium Arsitek IAI. Bangunan tersebut memiliki karakteristik sederhana, kompleksitas, dan tingkat kesulitan yang rendah seperti:

- Tipe hunian: asrama, hostel, rumah tinggal.
- Tipe industri: Bengkel, Gudang.
- Tipe komersial: bangunan tidak bertingkat, tempat parkir.

Disini penulis juga berperan sebagai satu-satunya pekerja di perusahaan yang menangani semua gambar kerja arsitektur, visualisasi gambar proyek, *marketing*, meeting dengan klien, hingga turun langsung untuk melakukan pengawasan proyek saat proses konstruksi hingga selesai. Pada fase ini penulis menargetkan perusahaan harus bisa menyelesaikan 8

sampai 10 proyek per tahunnya yang mencangkup di daerah Samarinda dan sekitarnya seperti Bontang, Sangata, Tenggarong, dan Balikpapan. Pada fase ini juga penulis akan tetap berusaha mengikuti sayembara yang diadakan untuk keperluan *branding* dan *marketing*. Diharapkan pada fase ini akan berakhir dengan melewati target jumlah proyek per tahun dan nama perusahaan sudah dikenal di Samarinda dan sekitarnya.

Fase ketiga (2033-Seterusnya)

Pada fase ketiga penulis menargetkan bahwa perusahaan mana studio sudah berdiri secara resmi dan memiliki legalitas STRA. Diharapkan Mana studio sudah memiliki reputasi di kota Samarinda dan sekitarnya dan dipercaya oleh masyarakat sehingga klien dan proyek yang ditangani dapat mulai berdatangan dari seluruh Indonesia. Pada fase ini penulis akan mulai merekrut pekerja secara perlahan sebagai bagian dari perusahaan dan akan memulai menyewa ruko atau memberi bangunan yang akan ditempati sebagai kantor resmi perusahaan. Perusahaan akan membentuk divisi-divisi untuk menangani segala pekerjaan, adapun divisi yang akan di bentuk sebagai berikut:

- Divisi desain
- Divisi administrasi
- Divisi marketing
- Divisi gambar kerja
- Divisi rendering

Seluruh aktivitas di tiap-tiap divisi akan dikontrol dan ditinjau oleh pengawasan penulis sebagai *principal architect* perusahaan.

Perusahaan sudah memiliki beberapa aset milik perusahaan seperti kantor pribadi, kendaraan perusahaan, alat dan teknologi milik perusahaan, dll. Keuangan perusahaan akan lebih stabil karena sudah memiliki admin yang mengatur bagian keuangan perusahaan. Dengan kondisi seperti ini perusahaan akan mulai menangani proyek yang lebih besar dan kompleks seperti bangunan kategori 2 dan kategori 3 (IAI 2020) seperti:

- Bangunan kategori 2 yang memiliki karakteristik kompleksitas, tingkat kesulitan rata-rata, dan karakter tersendiri dalam bangunan, contohnya:
 1. Tipe hunian: apartemen, kondominium, kompleks perumahan
 2. Tipe industri: Gudang, pabrik
 3. Tipe komersial: Bangunan parkir bertingkat, kafetaria, kantor, perkantoran, ruko, toko, pusat perbelanjaan.
 4. Tipe komunitas: Perpustakaan, Kantor pelayanan umum, ruang serbaguna
 5. Tipe pelayanan medis: klinik umum, rumah jompo
 6. Tipe pendidikan: sekolah
 7. Tipe rekreasi: taman umum, gedung olahraga
- Bangunan kategori 3 memiliki karakteristik kompleksitas, tingkat kesulitan tinggi, dan bangunan yang memiliki karakter sendiri, contohnya:
 1. Tipe hunian: rumah tinggal privat
 2. Tipe komersial: hotel
 3. Tipe komunitas: galeri, museum, ruang konser
 4. Tipe pelayanan medis: rumah sakit
 5. Tipe pendidikan: kampus perguruan tinggi, pusat penelitian
 6. Tipe peribadatan: masjid, gereja, vihara, kelenteng, pura
 7. Tipe lain: renovasi bangunan/ruangan

Keterangan	Fase 1 (2028-2030)	Fase 2 (2030-2033)	Fase 3 (2033-seterusnya)
Pemilik perusahaan	Pribadi	Pribadi	Pribadi
Lokasi Bisnis	Tempat tinggal pemilik di Samarinda	Sewa ruko/rumah di Samarinda	Memiliki kantor pribadi atas nama Mana Studio di Samarinda

Badan Usaha	Perseorangan	Perseorangan	Perseorangan Terbatas (PT)
Modal	Dana pribadi dan modal yang dikumpulkan selama bekerja di perusahaan lain	Keuntungan dari fase sebelumnya	Keuntungan dari fase sebelumnya dan pinjaman dari Bank untuk menjalankan usaha
Marketing	<i>Word of Mouth</i> , Instagram, tiktok.	<i>Word of Mouth</i> , Instagram, tiktok, web perusahaan.	<i>Word of Mouth</i> , Instagram, tiktok, web perusahaan, <i>Exhibition</i>
Target market	Klien setempat prioritas daerah samarinda, Balikpapan, tenggarong, dan sekitarnya.	Klien prioritas seluruh pulau Kalimantan dan calon ibu kota baru.	Klien prioritas mencakup seluruh Indonesia dan kalo memungkinkan sampai di Malaysia.
Sumber daya manusia	Owner: Sebagai <i>principal designer</i> , <i>Conceptor</i> , <i>Analisis and deep reserch</i> , wawancara klien, <i>visiting site</i> , pengerjaan gambar 2D dan 3D, presentasi dengan klien, dan pengawasan proyek.	Owner: Sebagai <i>principal designer</i> , <i>Conceptor</i> , <i>Analisis and d2eep reserch</i> , wawancara klien, <i>visiting site</i> , presentasi terhadap klien, dan pengawas pekerjaan staff perusahaan. Senior architect: <i>Analisis and deep reserch</i> , gambar 2D	Owner: Sebagai <i>principal designer</i> , <i>Conceptor</i> , <i>Analisis and deep reserch</i> , wawancara klien, <i>visiting site</i> , presentasi terhadap klien, dan pengawas pekerjaan staff perusahaan. Senior architect: <i>Analisis and deep reserch</i> , pengolahan gambar 2D dan 3D,

		<p>dan 3D, pengawasan proyek</p> <p>Senior Interior Designer: Analisa Site, Mengerjakan 3D dan 2D interior, Pengawas proyek interior.</p>	<p>mengawasi dan mengotrol kinerja <i>Junior architect</i></p> <p>Junior Architect: <i>Analisis and deep reserch</i>, pengolahan gambar 2D dan 3D.</p> <p>Senior Interior Designer: Analisa Site, Mengerjakan 3D dan 2D interior, Mengotrol dan mengawasi kinerja Junior interior designer.</p> <p>Junior interior designer: Analisa Site, Mengerjakan 3D dan 2D interior</p> <p>Secretary: Mengatur jadwal pertemuan dengan klien dan kegiatan lainnya yang berkaitan dengan proyek, bertanggung</p>
--	--	--	---

			<p>jawab atas data klien perusahaan.</p> <p>Finence:</p> <p>Bertanggung jawab mengatur arus kas dan membuat laporan keuangan perusahaan.</p> <p>Bertanggung jawab mengelola pemasukan dan pengeluaran perusahaan termasuk oprasional dan kebutuhan perusahaan.</p> <p>Marketing:</p> <p>Bertanggung jawab mengurus publikasi perusahaan baik di <i>social media</i> seperti Instagram dan tiktok, serta mengelola website perusahaan. Selain itu <i>Marketing</i> akan mengurus jika ada kegiatan <i>Exhsibition</i></p> <p>Inspector:</p>
--	--	--	---

			Bertanggung jawab mengawasi jalannya suatu proyek.
Kebutuhan device dan program	<ul style="list-style-type: none"> - Laptop - Printer - Wifi - Handphone - Eksternal hardisk - Sketchup, autocad, photoshop, Microsoft. 	<ul style="list-style-type: none"> - Komputer - Laptop - Printer - Wifi - Handphone - Eksternal hardisk - Sketchup, autocad, photoshop, Microsoft. Adobe Illustrator, Lumion, Endscape 	<ul style="list-style-type: none"> - Komputer - Laptop - Printer - Wifi - Handphone - Eksternal hardisk - Sketchup, autocad, photoshop, Microsoft. Adobe Illustrator, Lumion, Endscape - Tablet
Finence	<p>Pengeluaran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Biaya telepon dan wifi - Biaya listrik - Biaya transportasi - Biaya printing <p>Pemasukan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jasa konsultan desain 3D 	<p>Pengeluaran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Biaya telepon dan wifi - Biaya listrik - Biaya transportasi - Biaya printing - Biaya air - Biaya <i>maintenance</i> kantor - Gaji pegawai 	<p>Pengeluaran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Biaya telepon dan wifi - Biaya listrik - Biaya transportasi - Biaya printing - Biaya air - Biaya <i>maintenance</i> kantor - Gaji pegawai

	<p>dan gambar kerja.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Biaya pajak perusahaan - Biaya oprasional aplikasi kantor <p>Pemasukan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jasa konsultan desain 3D dan gambar kerja. 	<ul style="list-style-type: none"> - Biaya pajak perusahaan - Biaya oprasional aplikasi kantor - Asuransi asset perusahaan - Biaya pengiklanan dan promosi <p>Pemasukan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jasa konsultan desain 3D dan gambar kerja.
Value Proportitions	<ul style="list-style-type: none"> - Menyajikan desain dedngan pendekatan <i>green architecture</i> - Pengerjaan tepat waktu - Terlibat dari konsultasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Menyajikan desain dedngan pendekatan <i>green architecture</i> - Pengerjaan tepat waktu - Terlibat dari konsultasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Menyajikan desain dedngan pendekatan <i>green architecture</i> - Pengerjaan tepat waktu - Terlibat dari konsultasi

	awal sampai pembangunan - Memberikan hasil akhir yang professional menurut standart IAI	awal sampai pembangunan - Memberikan hasil akhir yang professional menurut standart IAI	awal sampai pembangunan - Memberikan hasil akhir yang professional menurut standart IAI
Key Activities	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Site visiting</i> dan Analisa - Mengatasi masalah yang ada - Konsultasi desain dengan klien - Pengerjaan gambar 2D dan 3D - Pembanguann dan pengawasan 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Site visiting</i> dan Analisa - Mengatasi masalah yang ada - Konsultasi desain dengan klien - Pengerjaan gambar 2D dan 3D - Pembanguann dan pengawasan 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Site visiting</i> dan Analisa - Mengatasi masalah yang ada - Konsultasi desain dengan klien - Pengerjaan gambar 2D dan 3D - Pembanguann dan pengawasan
Physical Resources	Laptop, Printer, Hendphone	Komputer, Laptop, Printer, Handphone, Telepon kantor, Bangunan kantor	Komputer, Laptop, Printer, Handphone, tablet, Telepon kantor, Bangunan kantor, kendaraan kantor.
Intellectual Resources	Sertifikat GBCI, Pengetahuan desain arsitektur dan interior (HDII, IAI)	Sertifikat GBCI, Pengetahuan desain arsitektur dan interior (HDII, IAI)	Sertifikat GBCI, Pengetahuan desain arsitektur dan interior (HDII, IAI)

Costumer Relationship	Mempertahankan komunikasi 2 arah antara desainer dan klien, Mendampingi proyek dari awal proses konsultasi sampai pembangunan	Mempertahankan komunikasi 2 arah antara desainer dan klien, Mendampingi proyek dari awal proses konsultasi sampai pembangunan	Mempertahankan komunikasi 2 arah antara desainer dan klien, Mendampingi proyek dari awal proses konsultasi sampai pembangunan
Key Partners	<ul style="list-style-type: none"> - Kontraktor - <i>Supplier</i> material - <i>Supplier</i> furniture - <i>Supplier</i> dengan workshop costume furniture - <i>Supplier</i> peralatan elektronik dan <i>device</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Kontraktor - <i>Supplier</i> material - <i>Supplier</i> furniture - <i>Supplier</i> dengan workshop costume furniture - <i>Supplier</i> peralatan elektronik dan <i>device</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Kontraktor - <i>Supplier</i> material - <i>Supplier</i> furniture - <i>Supplier</i> dengan workshop costume furniture - <i>Supplier</i> peralatan elektronik dan <i>device</i> - Vendor tumbuhan hias - Media pengiklanan seperti majalah

Tabel 1. 2 Tabel fase usaha mana studio

Sumber: Analisis penulis (2023)

1.2.3 Perolehan modal

Dalam menjalankan suatu perusahaan, tentunya dibutuhkan modal guna membuat perusahaan tersebut dapat tetap beroperasi. Menurut KBBI sendiri, modal berarti uang yang dipakai sebagai pokok untuk berdagang dan dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. Untuk itu, dalam perolehan modal, Mana Studio memetakan perolehan modal dengan dibagi menjadi beberapa fase agar lebih terstruktur dan jelas.

Fase pertama (2023 – 2028)

Di fase pertama ini pemilik akan menabung dari hasil menjalankan intrapreneur selama dua tahun. Dalam waktu dua tahun tersebut pemilik akan mengambil beberapa proyek sederhana dan menabung dari hasil gaji bekerja di perusahaan konsultan lain. Selain dari modal pribadi pemilik juga akan diberikan modal usaha dari orang tua. Berikut rinciannya :

1. Tabungan pemilik perusahaan sebagai *intrapreneur* : Rp. 800.000 x 60 bulan = Rp. 48.000.000 Nominal tersebut didapatkan oleh pemilik dari menyisihkan uang dari hasil gaji sebesar Rp 3.300.000 diasumsikan dari nominal upah kerja minimal kota Samarinda (UMK) tahun 2023.
2. Penulis juga menyisihkan modal dari hasil proyek yang dikerjakan selama menjalani *intrapreneur*. Penulis memiliki target mengerjakan proyek setidaknya 5 proyek sederhana yang termasuk kategori 1 menurut honorarium jasa arsitek IAI (Ikatan Arsitek Indonesia).

Biaya Bangunan sampai		Kategori Bangunan				
		Khusus	Sosial	1	2	3
Kurang Rp	200 juta		≤ 2,50%	6,50%	7,00%	8,00%

Gambar 1. 4 Tabel Honorarium Jasa Arsitek IAI

Sumber : Sumber : iai-jakarta.org

Tabungan pemilik perusahaan dari proyek kategori 1 adalah: Rp. 13.000.000 x 5 proyek = Rp. 65.000.000 yang akan disimpan sebagai tambahan modal membangun usaha. Pembayaran *fee* dari proyek menggunakan metode *by term fee planning phase* yang dibuat sebagai berikut:

- Termin 1 Konsep dan rencana perancangan = 10%
- Termin 2 Deep research dan observation = 30%
- Termin 3 *Design & development* = 50%
- Termin 4 Pengawasan berkala = 10%

Total modal yang diperoleh penulis untuk melanjutkan ke fase pendirian usaha sendiri adalah sebesar Rp. 113.000.000

Fase kedua (2028 – 2023)

Pada fase kedua penulis mulai untuk mendirikan biro arsitek sendiri menggunakan modal yang telah diperoleh di fase pertama. Modal akan digunakan untuk biaya operasional perusahaan. Adapun rincian pengeluaran awal perusahaan sebagai berikut:

- Pembelian peralatan dan teknologi yang mendukung pekerjaan
- Keperluan *branding* usaha (promosi, iklan, website)
- Keperluan *software*
- Biaya transportasi
- Operasional kantor (listrik, air, internet)

Target perusahaan dapat menyelesaikan 8-10 proyek per tahunnya. Proyek-proyek disini masih mengambil bangunan dengan kategori 1

Biaya Bangunan sampai		Kategori Bangunan				
		Khusus	Sosial	1	2	3
Kurang Rp	200 juta		≤ 2,50%	6,50%	7,00%	8,00%
Rp	200 juta	Mengikuti Ketentuan	2,50%	6,50%	7,00%	8,00%

Gambar 1. 5Tabel Honorarium Jasa Arsitek IAI

menurut IAI dengan jumlah biaya bangunan lebih tinggi dari sebelumnya. Berikut pendapatan yang bisa didapat jika mengikuti standar IAI:

Sumber: Sumber : iai-jakarta.org

Pembayaran *fee* dari proyek menggunakan metode *by term fee planning phase* yang dibuat sebagai berikut:

- Termin 1 Konsep dan rencana perancangan = 10%
- Termin 2 Deep research dan observation = 30%
- Termin 3 *Design & development* = 50%
- Termin 4 Pengawasan berkala = 10%

Fase ketiga (2033 – seterusnya)

Pada fase ini klien sudah datang tidak hanya dari kalimantan saja namun klien sudah berdatangan dari seluruh Indonesia. Dikarenakan hal ini perusahaan memerlukan divisi-divisi yang lebih spesifik untuk menjalankan perusahaan. Divisi yang akan dibentuk adalah divisi desain, divisi administrasi, divisi marketing, divisi gambar teknik, divisi rendering yang dikontrol langsung oleh penulis.

Pada fase ini perusahaan sudah memiliki kantor dan aset perusahaan sendiri sehingga memiliki pengeluaran yang lebih banyak dan konsisten, berikut merupakan rincian pengeluaran perusahaan:

- Pembelian peralatan dan teknologi yang mendukung pekerjaan
- Keperluan *branding* usaha (promosi, iklan, website)
- Keperluan *software*
- Biaya transportasi
- Operasional kantor (listrik, air, internet)
- Pajak

Biaya Bangunan sampai		Kategori Bangunan				
		Khusus	Sosial	1	2	3
Kurang Rp	200 juta	Mengikuti Ketentuan dari Pemerintah yang berlaku	≤ 2,50%	6,50%	7,00%	8,00%
Rp	200 juta		2,50%	6,50%	7,00%	8,00%
Rp	2 milyar		2,50%	5,51%	5,90%	6,48%
Rp	4 milyar			4,78%	5,13%	5,60%
Rp	20 milyar			4,20%	4,52%	4,92%
Rp	40 milyar				3,71%	4,01%

Gambar 1. 6 Tabel Honorarium Jasa Arsitek IAI

Sumber: Sumber : iai-jakarta.org

Pembayaran *fee* dari proyek menggunakan metode *by term fee planning phase* yang dibuat sebagai berikut:

- Termin 1 Konsep dan rencana perancangan = 10%
- Termin 2 Deep research dan observation = 30%
- Termin 3 *Design & development* = 50%
- Termin 4 Pengawasan berkala = 10%

Pendapatan tambahan:

Pendapatan tambahan perusahaan didapat dari biaya konstruksi dan *success fee* dan apabila dari pihak klien menginginkan tambahan gambar render yang berkualitas tinggi serta pengerjaan maket.

1.2.4 Spesifikasi layanan dan produk usaha

Mana Studio merupakan perusahaan konsultan arsitektur interior yang menerapkan pendekatan *green architect* dalam setiap perancangan arsitektur maupun interior. Tahapan desain yang akan dilakukan di dalam perusahaan akan mengacu pada Standar Lingkup Pekerjaan Arsitek yang telah ditetapkan oleh Ikatan Arsitektur Indonesia (IAI) namun dengan penyesuaian terhadap fokus perusahaan. Berikut penjelasan setiap tahapan:

1. Tahap konsep perancangan

Penulis mengumpulkan data dan informasi mengenai klien dan proyek yang akan dikerjakan. Penulis bertugas mengelola data dan informasi untuk perancangan konsep dan perwujudan gagasan rancangan yang akan menjadi landasan desain.

2. Tahap *ideation*

Penulis merancang ide untuk proyek yang akan dikerjakan. Ide yang dihasilkan berdasarkan keinginan klien yang digabungkan dengan pengetahuan penulis untuk mencapai hasil akhir ide yang disetujui klien. Tentunya ide yang dihasilkan harus berkaitan dengan *green architecture*.

3. Tahap pengembangan rancangan

Penulis mengembangkan rancangan dan menyatukan dengan ide yang telah dibuat untuk membuat rancangan proyek yang sesuai dengan konsep. Pada tahap ini penulis membuat rancangan yang lebih matang dan sudah mempertimbangkan masalah, kebutuhan proyek, material, biaya, dll.

4. Tahap pembuatan desain

Penulis membuat desain dari hasil perancangan dan ideasi. Penulis akan membuat beberapa desain sebagai alternatif pilihan yang akan dipilih oleh klien. Setelah desain sudah terpilih penulis akan mengembangkan desain sembari konsultasi dengan klien sehingga hasil akhir desain nya sesuai dengan keinginan klien dan tetap melalui pertimbangan desainer.

5. Tahap pembuatan gambar kerja

Penulis membuat gambar kerja dari desain yang telah di setujui oleh klien, gambar kerja yang di buat meliputi site plan, layout, denah, tampak, potongan, *ceiling plan*, *electrical plan*, MVAC, Plumbing, *lighting plan*, dan detail lainnya.

6. Tahap pelaksanaan

Penulis mengelola hasil gambar kerja ke dalam dokumen pelelangan yang dilengkapi dengan tulisan penguraian dan detail material yang

akan digunakan. Setelah data dan gambar kerja sudah siap digunakan maka akan lanjut ke proses pelaksanaan perancangan proyek yang ditinjau dan diawasi oleh penulis. Pada tahap ini juga penulis merancang rencana anggaran biaya untuk membangun proyek.

7. Tahap pengawasan berkala

Penulis melakukan pengawasan secara berkala di lapangan saat proses pembangunan berjalan. Tujuan pengawasan untuk memastikan proyek di bangun dengan baik dan sesuai dengan rancangan yang telah dibuat. Penulis bertugas menjelaskan dan berdiskusi dengan pihak konstruksi untuk menjaga kualitas bangunan.

1.2.5 Inovasi usaha

Sekarang masih banyak masyarakat Indonesia yang belum mengetahui tentang apa itu *green architecture* dan apa manfaatnya. Hal ini akan berdampak buruk bagi perusahaan konsultan yang bergerak di bidang *green architecture*. Berikut ini adalah data survei yang diambil pada tahun 2018 di kota semarang:

No.	Pendidikan	Responden	%
1.	Tidak Sekolah	0	0,00
2.	Tidak tamat SD	2	1,43
3.	Tamat SD	5	3,57
4.	Tamat SLTP	17	12,14
5.	Tamat SLTA	67	47,86
6.	Tamat Akademi/PT	49	35,00
Jumlah		140	100,00

No.	Mata Pencarian	Responden	%
	PNS	41	29,29
2.	TNI/Polri	5	3,57
3.	Pensiunan	17	12,14
4.	Wiraswasta/Pedagang	12	8,57
5.	Swasta	33	23,57
6.	Lainnya	32	22,86
Jumlah		140	100,00

No.	Penghasilan	Responden	%
1.	< Rp. 500.000,-	14	10,00
2.	Rp. 500.000- Rp.1.000.000	14	10,00
3.	Rp. 1.000.000- Rp.1.500.000	32	22,86
4.	Rp.1.500.000- Rp.2.000.000	69	49,29
5.	> Rp.2.000.000	11	7,86
Jumlah		140	100,00

No.	Status Menghuni	Responden	%
1.	Milik sendiri	108	77,14
2.	Kontrak	13	9,29
Milik orang tua/saudara			
3.		19	13,57
Jumlah		140	100,00

No.	KDB	Responden	%
1.	40 - 59,9 %	18	12,86
2.	60 - 79,9 %	86	61,43
3.	> 80%	36	25,71
Jumlah		140	100,00

No.	Dilakukan dengan cara	Responden	%
Dilaksanakan sendiri			
1.		8	5,71
Dilaksanakan oleh tukang			
2.		103	73,57
Menggunakan jasa konsultan / kontraktor			
3.		29	20,71
Jumlah		140	100,00

No.	Penghasilan	Responden	%
Tidak memahami kepentingannya			
1.		49	35,00
Memahami namun menyadari kendalanya			
2.	a. Tidak tahu bagaimana penyelesaian teknisnya	33	23,57
	b. Biayanya mahal untuk membayar jasa arsitek/kontrakt or	41	29,29
	c. Tidak tahu harus bertanya kepada siapa	17	12,14
Jumlah		140	100,00

Gambar 1. 7 Hasil data survei tentang green architecture di masyarakat

Sumber: ejournal.undip.ac.id

Menurut hasil data di atas 35% responden tidak mengetahui tentang *green architecture* dan 65% responden mengetahui tentang *green architecture* namun tidak menerapkan *green architecture* karena berbagai alasan. Dapat disimpulkan bahwa edukasi tentang *green architecture* masih sangat kurang, oleh karena itu Mana studio merancang inovasi dalam usaha untuk membantu masyarakat lebih mengenal dan memahami apa itu *green architecture*. Inovasi usaha dalam rangka persiapan untuk bersaing dengan perusahaan competitor sejenis adalah:

1. Menerapkan pendekatan *Green architecture* pada setiap proyek yang ditangani Mana Studio agar mempertahankan konsistensi dan branding perusahaan dengan pendalaman *green architecture* semakin kuat.
2. Memprioritaskan IKN sebagai target utama proyek agar dapat menerapkan *green architecture* sebagai dasar desain bangunan di IKN.
3. Memberikan harga yang relatif berdasarkan kategori GBCI apa saja yang perlu dan ingin dipenuhi oleh klien.
4. Mendapat sertifikat *greenship* profesional (GP) untuk *Principle Designer* dan *Designer* yang ada di dalam perusahaan untuk meningkatkan kualitas kerja perusahaan.
5. Kantor perusahaan dan perilaku penggunaannya mencerminkan *green architecture* yang bertujuan untuk menggambarkan kepada klien definisi *green architecture* itu seperti apa.
6. Menyediakan konten edukasi tentang *green architecture* melalui social media dengan membuat konten hiburan yang ringan sehingga mudah diserap oleh masyarakat, hal ini bertujuan untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap *green architecture*.

1.3 Analisa lingkungan bisnis

1.3.1 Industry forces

1.3.1.1 Supplier and other value chain actors

Supply Chain adalah perusahaan yang bergerak di bidang pemasokan bahan baku, memproduksi barang, dan mengirimkannya kepada pemakai

terakhir merupakan alur dari tugas *Supply Chain*. *Supplier* yang akan bekerja sama dengan mana studio adalah *supplier* yang ber sertifikasi *green* untuk menjaga kualitas bangunan dan ciri khas perusahaan.

Supplier yang sangat berpengaruh terhadap Mana Studio adalah:

- *Supplier ceramic* yang ber sertifikasi *green*
- *Supplier plywood* yang ber sertifikasi *green*
- *Supplier recycled furniture*
- Kontraktor yang ber sertifikasi *green*

Supplier diatas merupakan faktor penting yang sangat berpengaruh terhadap Mana Studio. Hal-hal yang memiliki pengaruh besar terhadap Mana studio antara lain adalah harga bahan baku dari *supplier*. Jika *supplier* menaikkan harga bahan baku atau mematok harga yang cukup tinggi makan akan berdampak terhadap ketidak tarikan klien terhadap jasa desain berbasis *green architecture*. Hal lain yang mempengaruhi adalah kelangkaan barang, semakin produk yang dibutuhkan jarang ditemukan maka akan semakin bergantung kepada *supplier* dengan segala ketentuannya.

Supplier yang cukup berpengaruh terhadap Mana studio adalah:

- *Supplier elektronik* yang berstandar ramah lingkungan
- *Supplier lighting* yang berstandar ramah lingkungan
- *Supplier cat non toxic* yang berstandar ramah lingkungan

Supplier di atas merupakan faktor yang cukup mempengaruhi terhadap Mana studio. *Supplier* di atas tergolong tidak langka dan cukup mudah ditemukan.

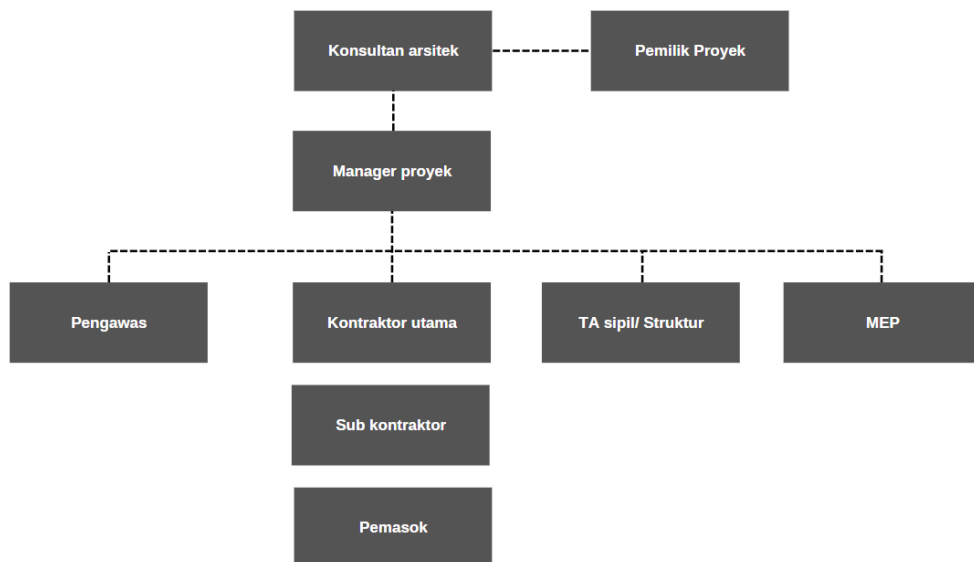
Supplier yang kurang berpengaruh terhadap Mana Studio:

- *Supplier costume furniture*
- *Supplier dekorasi interior* karpet, hiasan dinding, gordena, dll.
- *Supplier ceramic*

Supplier di atas merupakan *supplier* yang kurang berpengaruh terhadap Mana Studio karena produk tersebut sangat banyak dan sangat mudah di temukan

1.3.1.2 Stakeholder

Mana studio yang menjadi *stakeholder* internal adalah penulis sendiri karena masih baru memulai usaha. Sedangkan *stakeholder* eksternal adalah *Supplier* ber sertifikasi green, Kompetitor yang bergerak di bidang yang sama, dan *Costumer* yang tertarik dengan *green architecture*. *Supplier* memiliki pengaruh kepada perusahaan karena hubungan *supplier* dengan perusahaan mempengaruhi market perusahaan terutama *supplier* yang berkaitan dengan *green design*. Kompetitor dengan pendekatan *green architecture* juga berpengaruh terhadap perusahaan sebagai tolak ukur untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Selain itu secara tidak langsung dengan adanya kompetitor, perusahaan akan terus berkembang ke arah yang lebih baik karena persaingan usaha. *Costumer* adalah *stakeholder* eksternal terpenting yang mempengaruhi perusahaan karena tanpa adanya *costumer* perusahaan tidak akan bisa berjalan terutama *costumer* yang tertarik dengan *green design* mengingat perusahaan penulis memiliki spesialis *green architecture*. Berikut adalah skema *stakeholder* Mana studio:



Bagan 1. 1Skema Stakeholder Mana Studio

Sumber: Analisis penulis (2023)

- Pemilik proyek(klien): Klien memegang peranan berguna selaku pemangku. Klien mempunyai peran sangat besar, dimana berperan selaku pengguna jasa, pemberi pekerjaan kepada pihak perencanaan serta penerapan terpaut, dan pihak yang berikan dana sampai proyek terealisasi.
- Konsultan Arsitek: Pihak yang membuat rencana arsitektural, konsep, serta menyiapkan gambar- gambar kerja perencanaan dari proyek. Konsultan arsitek berkontribusi buat mewujudkan proyek yang mempunyai nilai lebih sesuai dengan kemauan dari klien
- Manajer Proyek: Pihak penanggung jawab proyek dari yang ditunjuk langsung oleh pemilik proyek dalam mengatasi sesuatu proyek dari awal sampai terealisasi. Manajer Proyek mempunyai peranan dalam menugaskan serta memonitor pihak- pihak yang membuat pekerjaan proyek
- Kontraktor Utama: Pihak industri maupun badan yang mengadakan pekerjaan konstruksi utama yang sudah disepakati dengan klien. Hasil dari pekerjaan kontraktor utama juga berkaitan dengan pengajuan anggaran yang sesuai dengan gambar perencanaan serta persyaratan yang digunakan.
- Sub-kontraktor: Kontraktor yang ditetapkan oleh kontraktor utama untuk menjalankan pekerjaan yang lebih detail dan bersifat khusus. Sub-kontraktor yang dipilih ditentukan dari keahlian tertentu sesuai kebutuhan.
- Teknisi Struktur: Pihak yang ditugaskan untuk menghitung dan memastikan kekuatan struktur dari bangunan pada proyek.
- Mekanikal, Elektrikal, dan Plumbing (MEP): Pihak pelaksana proyek yang memiliki cakupan pekerjaan di bidang mekanikal, eleketrikal, dan plumbing.
- Pengawas: Pihak yang bertugas dalam pengawasan, memberikan pengarahan, dan mengevaluasi secara berkala saat proses pelaksanaan proyek di lapangan. Pengawas menyediakan laporan hasil pekerjaan yang akan diberikan kepada pemilik proyek.
- Pemasok: Pihak yang dipercaya sebagai *supplier* atau yang menyediakan segala kebutuhan bahan dan material hingga kebutuhan peralatan untuk pekerjaan proyek.

1.3.1.3 Competitor (Incumbents)

Di Samarinda sekarang ini dapat dilihat, dunia arsitektur telah berkembang pesat, banyak pembangunan yang terjadi dan pesaing yang semakin beragam pun akan semakin meningkat. Banyaknya anggota dalam industri ini tentunya akan berdampak pada para anggota industry untuk bersaing menampilkan value perusahaan dan mencari kepercayaan dari customer. Berikut ini merupakan table analisa kompetisi industri bisnis yang serupa dengan perusahaan Mana Studio :

1. Fase pertama (2028-2030)

Pada fase pertama kompetitor Mana studio adalah inspirasi studio Samarinda. Inspirasi studio adalah konsultan arsitektur interior yang berdiri pada tahun 2018. Inspirasi studio sudah berdiri sekitar 5 tahun dan sudah memiliki reputasi yang baik di kota Samarinda.

Kategori	Inspirasi studio	Mana studio
Deskripsi Bisnis	Inspirasi studio kebanyakan menggunakan pendekatan <i>sense of place</i> dan <i>symbolic design</i> pada karya-karyanya.	Mana studio berfokus pada pendekatan <i>green architecture</i> sebagai spesialis desain nya.
Layanan jasa	Layanan pekerjaan konsultan arsitektur, interior, dan landscape.	Layanan pekerjaan konsultan arsitektur, interior, dan landscape.
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Media sosial • <i>Word of mouth</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Media sosial • <i>Word of mouth</i>
Keunggulan	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah memiliki reputasi yang baik di kota Samarinda. • Memiliki koneksi dengan pemerintahan sehingga sering 	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki spesialis di bidang <i>green arsitektur</i> • harga yang ditawarkan relatif lebih murah.

	<p>mendapat proyek dari pemerintah.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sudah memiliki banyak karya di kota samarinda dan sekitarnya. 	
Kelemahan	<ul style="list-style-type: none"> • Karena belum memiliki karyawan yang banyak, inspirasi studio sering membatasi proyek yang di ambil dan skala proyeknya cenderung kecil. 	<ul style="list-style-type: none"> • Belum memiliki reputasi yang baik sehingga sulit dipercaya • Karena keterbatasan SDM maka proyek yang ditangani adalah proyek berskala kecil.
Kesimpulan	Inspirasi studio memiliki value yang tidak terlalu menonjol namun perusahaan ini memiliki peluang yang banyak dikarenakan koneksi yang dimiliki perusahaan.	Mana studio memiliki spesialis yang selalu di tonjolkan namun tidak memiliki koneksi sehingga kemungkinan sulit mendapat peluang proyek.

Tabel 1. 3 Tabel Analisa kompetitor Mana studio dengan Inspirasi studio

Sumber: Analisis penulis (2023)

2. Fase kedua (2030 – 2033)

Pada fase kedua kompetitor Mana studio adalah Emporio Architect. Konsultan ini adalah konsultan arsitektur interior yang berdiri sejak tahun 2006. Emporio Architect kebanyakan mengambil proyek residensial rumah tinggal dengan target market masyarakat ekonomi atas.

Kategori	Inspirasi studio	Mana studio
Deskripsi Bisnis	Emporio Architect adalah konsultan	Mana studio berfokus pada pendekatan <i>green</i>

	arsitektur yang sering mengambil residensial dengan gaya desain yang <i>luxury</i> .	<i>architecture</i> sebagai spesialis desain nya.
Layanan jasa	Layanan pekerjaan konsultan arsitektur dan interior.	Layanan pekerjaan konsultan arsitektur, interior, dan landscape.
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Media sosial • <i>Word of mouth</i> • <i>website</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Media sosial • <i>Word of mouth</i>
Keunggulan	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah memiliki reputasi yang baik di kota Samarinda. • Memiliki koneksi dengan masyarakat dengan ekonomi atas. • Sudah memiliki banyak karya di kota samarinda dan sekitarnya. 	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki spesialis di bidang <i>green arsitektur</i> • harga yang ditawarkan relatif lebih murah.
Kelemahan	<ul style="list-style-type: none"> • hanya berfokus kepada proyek residensial dan klien di luar pemerintah. 	<ul style="list-style-type: none"> • Belum memiliki reputasi yang baik sehingga sulit dipercaya • Karena keterbatasan SDM maka proyek yang ditangani adalah proyek berskala kecil.
Kesimpulan	Emporio Architect berfokus pada proyek residensial dengan gaya yang <i>luxury</i> yang menargetkan masyarakat	Mana studio memiliki spesialis yang selalu di tonjolkan namun tidak memiliki koneksi sehingga kemungkinan

	dengan ekonomi kelas atas.	sulit mendapat peluang proyek.
--	----------------------------	--------------------------------

Tabel 1. 4 Tabel Analisa kompetitor Mana studio dengan Emporio Architect

Sumber: Analisis penulis (2023)

3. Fase ketiga (2033 –)

Pada fase Ketiga Mana studio sudah berdiri selama 5 tahun dan memiliki target untuk memiliki reputasi yang dikenal oleh masyarakat Indonesia. Maka di fase ketiga ini *competitor* Mana studio adalah konsultan dengan skala yang lebih besar yaitu AVIP

Kategori	Inspirasi studio	Mana studio
Deskripsi Bisnis	AVIP merupakan konsultan arsitektur interior yang berbasis di Jakarta. Telah ada sejak 1995 yang memiliki value green design	Mana studio berfokus pada pendekatan <i>green architecture</i> sebagai spesialis desain nya.
Layanan jasa	Layanan pekerjaan konsultan Interior.	Layanan pekerjaan konsultan arsitektur, interior, dan landscape.
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Media sosial • <i>Word of mouth</i> • <i>website</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Media sosial • <i>Word of mouth</i>
Keunggulan	<ul style="list-style-type: none"> • Menerapkan aspek <i>green architecture</i> di setiap proyeknya. • Memiliki tim yang berasal dari berbagai negara. • Biro konsultan pertama di indonesia yang memiliki sertifikasi GBCI 	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki spesialis di bidang <i>green arsitektur</i> • harga yang ditawarkan relatif lebih murah.

	dengan tingkat platinum	
Kelemahan	<ul style="list-style-type: none"> • harga yang ditawarkan relatif mahal dikarenakan sertifikasi GBCI dengan tingkat platinum. 	<ul style="list-style-type: none"> • Belum memiliki reputasi yang baik sehingga sulit dipercaya • Karena keterbatasan SDM maka proyek yang ditangani adalah proyek berskala kecil.
Kesimpulan	Konsultan AVIP memiliki pengalaman dan tenaga kerja yang sangat berkualitas. Sudah bergerak di dunia <i>green architecture</i> selama bertahun-tahun dan memiliki sertifikasi GBCI tingkat platinum.	Mana studio memiliki spesialis yang selalu di tonjolkan namun tidak memiliki koneksi sehingga kemungkinan sulit mendapat peluang proyek.

Tabel 1. 5 Analisa kompetitor Mana studio dengan CV. Piramid Global

Sumber: Analisis penulis (2023)

1.3.1.4 New Entrants (insurgents)

New Entrants yang menjadi kompetitor Mana studio adalah Oshu Studio merupakan konsultan arsitektur dan interior yang berlokasi di Surabaya, Jawa Timur, Indonesia. Oshu studio telah mengerjakan beberapa proyek diantaranya rumah hunian, apartment, kantor, dan sebuah toko. Konsultan ini memperoleh perhatian dari klien-klien barunya melalui words of mouth yang merupakan testimoni dari klien yang ditangani sebelumnya. Dengan menjembatani antara keinginan klien akan suatu style desain, Oshu Studio kerap menggabungkannya dengan menyesuaikan rancangan desain itu terhadap habit penggunaannya dan juga lingkungan sekitarnya.

Kategori	Oshu studio	Mana Studio
Deskripsi bisnis	Oshu studio merupakan konsultan arsitektur interior yang berbasis di Surabaya dengan mengutamakan lingkungan dan kebiasaan klien sebagai tolak ukur desain nya	Mana studio berfokus pada pendekatan <i>green architecture</i> sebagai spesialis desain nya.
Layanan jasa	Layanan pekerjaan konsultan arsitektur dan interior.	Layanan pekerjaan konsultan arsitektur, interior, dan landscape.
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Media sosial • <i>Word of mouth</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Media sosial • <i>Word of mouth</i>
Keunggulan	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki marketing social media yang bagus • Memiliki koneksi yang luas • Sudah memiliki beberapa proyek dan mulai membangun reputasi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki spesialis di bidang <i>green arsitektur</i> • Mengerjakan perancangan <i>landscape</i>
Kelemahan	<ul style="list-style-type: none"> • Desain yang dibuat berdasarkan adaptasi lingkungan dan tingkah laku penghuni sehingga kurang memiliki cerita dan filosofi di dalamnya. 	<ul style="list-style-type: none"> • Belum memiliki pengalaman dan koneksi seperti Oshu studio
Kesimpulan	Oshu studio sudah memiliki koneksi dan pengalaman dan sedang membangun reputasi di dunia arsitektur.	Mana studio belum memiliki pengalaman dan koneksi seperti Oshu studio sehingga masih dalam tahan proses

		mengumpulkan portofolio dan membangun nama di masyarakat.
--	--	---

Tabel 1. 6 Tabel Analisa kompetitor Mana studio dan Oshu studio

Sumber: Analisis penulis (2023)

1.3.1.5 Substitute products and service

Produk substitusi merupakan produk yang dapat digantikan namun tetap memiliki value atau fungsi yang sama. Dalam dunia arsitektur terdapat pula produk substitusi dimana konsumen tetap dapat memenuhi keinginan untuk membangun sebuah bangunan atau interior tanpa menggunakan jasa konsultan arsitek. produk-produk substitusi yang dapat menggantikan konsultan arsitek antara lain adalah:

- Kontraktor
Kontraktor biasanya mengerjakan suatu proyek dengan bayaran yang sudah termasuk jasa desain dan pembangunannya. Namun biasanya kontraktor cenderung mengerjakan proyek berskala besar seperti tender pemerintah, infrastruktur, bangunan komersil skala besar, dll.
- Perusahaan retail dan *furniture*
Banyaknya perusahaan *furniture* yang telah berkembang seperti IKEA, dan THEMA Home. Perusahaan ini menyajikan furniture yang sudah jadi dengan berbagai macam model dan tema. Perusahaan ini menawarkan desain gratis apabila membeli produk mereka sehingga hal tersebut sangat bisa menggantikan posisi konsultan arsitek interior.
- Online inspiration
Saat ini banyak masyarakat yang melakukan dekorasi ruangan berdasarkan inspirasi dari media sosial. Hal ini dikarenakan sangat tingginya minat masyarakat terhadap dekorasi ruang yang nyaman dan memiliki nilai estetika. Hal ini dipermudah lagi dengan

banyaknya bahan atau material yang bisa di beli secara online melalui *e-commerce* dan dapat dengan mudah diaplikasikan sendiri oleh masyarakat.

- Situs program desain

Saat ini telah banyak aplikasi atau situs *online* yang dapat memudahkan masyarakat dalam membuat dan merancang desain ruangan sendiri tanpa bantuan konsultan arsitektur. Beberapa contoh dari situs program desain seperti *Planner 5D*, *Design a Room*, *Magic plan*, dan *Home Outside*. Dengan menggunakan program ini, masyarakat dapat merancang suatu ruangan mulai dari pemilihan material yang digunakan sampai pada detail arsitekturnya misalnya pintu, jendela, kusen, dan partisi. Beberapa program juga menyediakantampilan grafis 3D yang menampilkan lanskap sekitar. Sama seperti referensi *online*, program ini belum tentu dapat menjawab permasalahan dan kebutuhan klien, khususnya dalam segi visual dan perhitungan kekuatan bangunan.

No	<i>Substitute Product and Service</i>	Kedudukan Mana studio terhadap <i>Substitute Product and Service</i>
1	Kontraktor	Kuat
2	Perusahaan retail dan <i>Furniture</i>	Kuat
3	Referensi <i>online</i>	Kuat
4	Situs program desain	Kuat

Tabel 1. 7 Tabel analisa kedudukan Mana Studio terhadap layanan pengganti

Sumber: Analisis penulis (2023)

Dari hasil tabel di atas dapat disimpulkan bahwa Mana studio memiliki value yang lebih kuat dibandingkan *substitute product* karena Mana studio memiliki *principle designer* dan *designer* yang merupakan lulusan arsitek serta di lengkapi dengan *greenship profesional (GP)*.

1.3.2 Market Forces

1.3.2.1 Market issues

Dalam dunia arsitektur terdapat isu permasalahan yang terjadi secara global diantaranya adalah pemanasan global, efek rumah kaca, polusi, dan *toxic* material. Strategi mengatasi masalah ini adalah dengan menyajikan desain yang ramah lingkungan dan menggunakan material yang berkelanjutan sehingga dapat mengurangi dampak bangunan terhadap lingkungan. Selain itu perhitungan penggunaan dan pengembalian lahan terbuka hijau saat melakukan pembangunan bangunan sangat perlu di perhatikan mengingat peningkatan jumlah penduduk akan terus bertambah dari tahun ke tahun.

No.	Pendidikan	Responden	%
1.	Tidak Sekolah	0	0,00
2.	Tidak tamat SD	2	1,43
3.	Tamat SD	5	3,57
4.	Tamat SLTP	17	12,14
5.	Tamat SLTA	67	47,86
6.	Tamat Akademi/PT	49	35,00
Jumlah		140	100,00

No.	Mata Pencapaian	Responden	%
	PNS	41	29,29
2.	TNI/Polri	5	3,57
3.	Pensiunan	17	12,14
4.	Wiraswasta/Pedagang	12	8,57
5.	Swasta	33	23,57
6.	Lainnya	32	22,86
Jumlah		140	100,00

No.	Penghasilan	Responden	%
1.	< Rp. 500.000,-	14	10,00
2.	Rp. 500.000-Rp.1.000.000	14	10,00
3.	Rp.1.000.000- Rp.1.500.000	32	22,86
4.	Rp.1.500.000- Rp.2.000.000	69	49,29
5.	> Rp.2.000.000	11	7,86
Jumlah		140	100,00

No.	Status Menghuni	Responden	%
1.	Milik sendiri	108	77,14
2.	Kontrak	13	9,29
3.	Milik orang tua/saudara	19	13,57
Jumlah		140	100,00

No.	KDB	Responden	%
1.	40 - 59,9 %	18	12,86
2.	60 - 79,9 %	86	61,43
3.	> 80%	36	25,71
Jumlah		140	100,00

No.	Dilakukan dengan cara	Responden	%
1.	Dilaksanakan sendiri	8	5,71
2.	Dilaksanakan oleh tukang	103	73,57
3.	Menggunakan jasa konsultan / Kontraktor	29	20,71
Jumlah		140	100,00

No.	Penghasilan	Responden	%
1.	Tidak memahami kepentingannya	49	35,00
2.	Memahami namun menyadari kendalanya		
a.	Tidak tahu bagaimana penyelesaian teknisnya	33	23,57
b.	Biayanya mahal untuk membayar jasa arsitek/kontraktor	41	29,29
c.	Tidak tahu harus bertanya kepada siapa	17	12,14
Jumlah		140	100,00

Gambar 1. 8 Hasil data survei tentang green architecture di masyarakat

Sumber: ejournal.undip.ac.id

Menurut hasil data di atas 35% responden tidak mengetahui tentang *green architecture* dan 65% responden mengetahui tentang *green architecture* namun tidak menerapkan *green architecture* karena berbagai alasan. Dapat disimpulkan bahwa edukasi tentang *green architecture* masih sangat kurang

1.3.2.2 Market Segment

Dampak pemanasan global secara global semakin parah dari tahun ke tahun. Menurut data dari cncindonesia.com kenaikan suhu udara di Indonesia akan mencapai 3°C dari suhu seharusnya. Hal ini akan berdampak besar bagi ekosistem alam seperti perubahan iklim ekstrim, peningkatan masa air laut, dan masih banyak lagi. Dari permasalahan ini maka peluang konsultan arsitek yang berfokus pada bangunan *green Building* akan sangat tinggi mengingat upaya untuk mengatasi masalah pemanasan global akan sangat diperlukan di masa Sekaran dan masa yang akan datang.

Menurut data dan penjelasan dia atas dapat disimpulkan bahwa *costumer segment* yang berpotensi saat ini adalah masyarakat yang peduli terhadap kelestarian lingkungan dan masalah pemanasan global. Penerapan *green architecture* terhadap bangunan memiliki banyak dampak positif bagi penggunanya seperti penghematan biaya listrik, penghematan penggunaan air, dan bunga yang kecil saat melakukan peminjaman dana bangunan. Diperkirakan manfaat ini akan terus berkembang di masa yang akan datang menurut pakar *green* Bapak Daud Tjondrorahardja.

Hasil dari observasi di atas menyimpulkan bahwa market yang bisa dimasuki oleh Mana studio adalah *Niche Market* yang terdiri atas beberapa kategori seperti:

- Geografis

Secara geografis, target pasar Mana studio adalah masyarakat Kota Samarinda. seiring berjalannya waktu setelah perusahaan memiliki pengalaman dan reputasi yang cukup target pasar Mana studio adalah seluruh masyarakat di Indonesia.

- Demografis
Pria dan Wanita berusia 25-50 tahun pada kalangan menengah ke atas dan ekonomi atas.
- Keunggulan
Memberikan desain yang menjawab permasalahan kelestarian lingkungan tanpa mengurangi estetika dan keinginan klien, serta kualitas yang sebanding dengan ketepatan waktu pengerjaan.
- Jenis proyek
Berfokus pada bangunan komersil dan residensial, setelah memiliki pengalaman yang cukup mana studio akan mengerjakan perancangan lanskap dan ruang publik.

1.3.2.3 Needs and Demand

Indonesia akan mengalami peningkatan jumlah penduduk yang cukup pesat setiap tahunnya sehingga permintaan rumah tinggal dan komersil juga akan meningkat. Pembangunan yang terus meningkat mengakibatkan kerusakan alam. Proses pembangunan sendiri memerlukan lahan sebagai syarat utama pembangunan berlangsung, sehingga lahan terbuka semakin lama akan menipis dan tergantikan oleh bangunan-bangunan. Menurut Ren Katili dan Riri Yakub, saat ini kepedulian masyarakat akan kelestarian lingkungan semakin tinggi dan terus meningkat, bahkan beberapa klien nya meminta agar bangunannya dibuat murni berkonsep *green* dikarenakan kesadaran akan lingkungan yang tinggi. Membentuk konsultan arsitektur yang berfokus pada *green architecture* akan sangat menjawab permasalahan yang terjadi saat ini baik dari segi permasalahan global maupun menjawab kesadaran masyarakat yang menginginkan bangunan sehat untuk lingkungan.

1.3.2.4 Switching Cost

Hal-hal yang dapat mengikat *customer* ke suatu jasa atau perusahaan berasal dari kualitas desain, komunikasi yang baik dengan pelayanan penuh, serta rekomendasi dari orang-orang yang telah menggunakan jasa perusahaan. Untuk mencegah *customer* beralih juga harus melakukan inovasi dan menawarkan nilai-nilai dari perusahaan, seperti adanya biaya desain yang lebih murah, memiliki relasi atau *stakeholder* yang mendukung proses desain, serta kepercayaan dari masyarakat.

Bagi *customer*, untuk menemukan dan membeli produk/ jasa yang serupa sudah banyak ditemukan, khususnya di kota-kota besar. Banyak jasa konsultan arsitek yang menampilkan nilai dan ciri khas masing-masing, sehingga keunggulan *branding* sangat diperlukan. *Branding* disini dapat menjadi pembeda dan memiliki keunggulan sendiri dari kompetitor lain, masyarakat menjadi sadar akan kehadiran produk dan jasa yang ditawarkan, meningkatkan nilai bisnis, dan dapat menarik *customer*.

Ketika *customer* sudah menaruh kepercayaan kepada konsultan tertentu maka *customer* itu akan sulit untuk beralih ke penyedia jasa serupa yang lain. Maka dari itu komunikasi dan produk yang diberikan harus sesuai standar *customer*.

1.3.2.5 Revenue attractive

Customer benar-benar mau membayar atau menggunakan jasa saat suatu perusahaan memiliki legalitas, pengalaman atau portofolio yang bagus, dan komunikasi dua arah yang sejalan. Margin terbesar di bidang ini terkait dengan proses perancangan dan penentuan konsep yang diinginkan. Dari pihak customer sudah cukup mudah menemukan dan membeli produk/ jasa serupa dengan harga yang lebih murah, namun kualitas yang dihasilkan berbeda. Service yang kita sediakan untuk customer juga mempengaruhi karena service yang nyaman dan hasil yang memuaskan akan membuat customer tidak ragu membayar. Sebagai konsultan professional Mana studio akan menjual pikiran dan pengetahuan yang dimiliki sehingga

menghasilkan produk akhir yang bisa menjawab masalah dan keinginan klien. Desain yang dihasilkan akan berupa keinginan klien yang dipoles lagi oleh desainer dengan menggunakan pengetahuan dan keahlian yang dimiliki sehingga hasilnya memungkinkan untuk diwujudkan dan tetap memuaskan klien.

1.3.3 Key trends

1.3.3.1 Technology Trends

Generasi z yang lahir pada rentan tahun 1995 – 2010 merupakan generasi dominan saat ini yang akan memasuki usia produktif. Generasi ini memiliki karakter *smartphone* adalah barang pokok yang dibutuhkan hampir di setiap kegiatan. Hal ini mengakibatkan peningkatan di bidang elektronik yang saling berlomba-lomba menghadirkan teknologi terbaru. Tren teknologi yang banyak diminati saat ini menurut tekno.kompas.com adalah:

- Teknologi *Augmented Reality* (Realitas Buatan/AR)

Teknologi ini sudah banyak digunakan oleh perusahaan elektronik dan teknologi. Penggunaannya hanya memerlukan kamera *smartphone* yang akan menampilkan obyek imajiner.

- Asisten Suara

Sejumlah perusahaan asisten suara seperti Alexa dari *Amazon*, Cortana dari *Microsoft*, dan Siri dari *Apple*. Asisten suara ini mampu membantu pengguna mengakses atau melakukan berbagai hal hanya dengan akses suara, seperti membuat panggilan, menuliskan pesan singkat, mengatur alarm, sampai terhubung dengan teknologi *smart home*.

- *Artificial Intelligence* (AI)

Kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI) adalah teknologi yang berfungsi mirip sebagai computer namun memiliki kecerdasan

sendiri. Umumnya teknologi ini dikembangkan untuk dapat memberikan respon yang natural dan tidak kaku seperti pemrograman. Salah satu contoh adalah robot Shopia yang dikembangkan oleh pemerintah Arab Saudi yang dapat berbicara serta merespon lawan bicaranya.

Dalam dunia arsitektur juga ada beberapa teknolog yang dapat membantu atau mendukung aspek arsitektur, diantaranya adalah:

- Teknologi ber sertifikasi ramah lingkungan

Teknologi seperti lampu *LED* yang lebih efisien dan hemat energi serta dapat digunakan dalam jangka waktu yang lebih lama, teknologi panel Surya yang dapat memanfaatkan sinar matahari yang kemudian dikonversikan menjadi daya listrik. Selain teknologi yang ramah lingkungan ada juga teknologi yang memproduksi material ramah lingkungan seperti teknologi yang dikembangkan Nippon Paint untuk memproduksi cat *Green Choice Series* yang berbahan dasar air, tidak mengandung timah dan merkuri serta kandungan *Voltile Organic Compound (VOC)* mendekati nol. (jktproperty.com)

- Teknologi simulasi bangunan

Teknologi ini memungkinkan untuk desainer dapat melihat dan menghitung energi yang diperlukan saat membangun bangunan. Dengan adanya teknologi ini desainer dapat dipermudah karena dapat memperhitungkan berbagai jenis aspek seperti cahaya, suara, penghawaan, serta kekuatan bangunan. Hasil dari simulasi energi ini sangat membantu untuk melakukan observasi lebih lanjut dan berperan penting bagi kematangan yang menggunakan pendekatan *green architecture*. Contoh *software* yang bisa digunakan untuk mensimulasikan energi pada bangunan adalah dialux, energy plus, Ecotec, dan masih banyak lagi.

Teknologi ini dapat menjadi peluang untuk memajukan konsultan Mana studio karena dengan memanfaatkan teknologi seperti AR akan mempermudah presentasi kepada klien dengan memberikan suasana langsung menggunakan *device* yang hasilnya dapat dilihat secara *Realtime* oleh klien. Teknologi lainnya seperti lampu *LED*, *solar panel*, Asisten Suara, *smart home device*, dan aplikasi simulasi bangunan akan sangat membantu dan mendukung meningkatkan *value* perusahaan

1.3.3.2 Regulatory Trends

Peraturan dan kebijakan dari organisasi IAI dan HDII yang akan menjadi pedoman bagi para arsitek untuk menjalankan usahanya. Sebagai konsultan yang berfokus pada *green architecture* maka perlu diperhatikan juga kebijakan dan peraturan yang dikeluarkan GBCI (*Green Building Council Indonesia*) sebagai pedoman dalam mendesain menggunakan pendekatan *green architecture*. Selain peraturan dan kebijakan yang telah disebutkan, pemerintah Indonesia juga memiliki peraturan dan Undang-Undang terkait diantaranya adalah:

1. Undang-Undang Republik Indonesia nomor 28 tahun 2002 tentang Bangunan Gedung
 - Pasal 14 nomor 4 mengenai arsitek
Persyaratan keseimbangan, keserasian, dan keselarasan bangunan gedung dengan lingkungannya harus mempertimbangkan terciptanya ruang luar bangunan gedung, ruang terbuka hijau yang seimbang, serasi, dan selaras dengan lingkungannya.

 - Pasal 26 nomor 1 mengenai kenyamanan
Persyaratan kenyamanan bangunan gedung sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) meliputi kenyamanan ruang gerak dan hubungan

antarruang, kondisi udara dalam ruang, pandangan, serta tingkat getaran dan tingkat kebisingan.

- Pasal 26 nomor 2 mengenai kenyamanan
Kenyamanan ruang gerak sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) merupakan tingkat kenyamanan yang diperoleh dari dimensi ruang dan tata letak ruang yang memberikan kenyamanan bergerak dalam ruangan.
- Pasal 26 nomor 3 mengenai kenyamanan
Kenyamanan hubungan antarruang sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) merupakan tingkat kenyamanan yang diperoleh dari tata letak ruang dan sirkulasi antar ruang dalam bangunan gedung untuk terselenggaranya fungsi bangunan gedung.
- Pasal 26 nomor 4 mengenai kenyamanan
Kenyamanan kondisi udara dalam ruang sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) merupakan tingkat kenyamanan yang diperoleh dari temperature dan kelembaban di dalam ruang untuk terselenggaranya fungsi bangunan gedung.
- Pasal 26 nomor 5 mengenai kenyamanan
Kenyamanan pandangan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) merupakan kondisi dimana hak pribadi orang dalam melaksanakan kegiatan di dalam bangunan gedungnya tidak terganggu dari bangunan gedung lain di sekitarnya.

2. Undang-Undang Republik Indonesia nomor 28 tahun 2002 tentang Hak Cipta

- Pasal 12 mengenai Hak Ekonomi atas Potret
Setiap Orang dilarang melakukan Penggunaan Secara Komersial, Penggandaan, Pengumuman, Pendistribusian, dan/atau Komunikasi atas

Potret yang dibuatnya guna kepentingan reklame atau periklanan secara komersial tanpa persetujuan tertulis dari orang yang dipotret atau ahli warisnya.

- Pasal 15 mengenai Hak Ekonomi atas Potret
Kecuali diperjanjikan lain, pemilik dan/atau pemegang Ciptaan fotografi, lukisan, gambar, karya arsitektur, patung, atau karya seni lain berhak melakukan Pengumuman Ciptaan dalam suatu pameran umum atau Penggandaan dalam suatu katalog yang diproduksi untuk keperluan pameran tanpa persetujuan Pencipta.

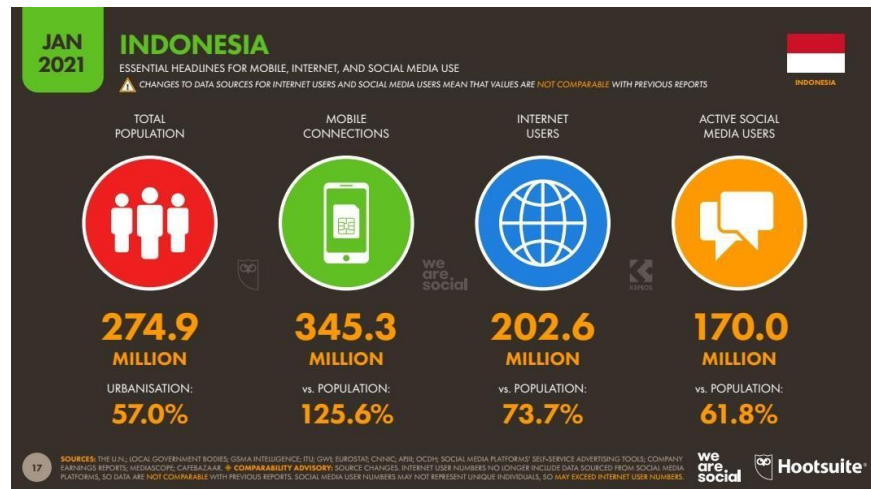
Regulasi yang diberlakukan pemerintah Indonesia ini akan dijadikan pedoman untuk Mana studio memberikan Batasan dalam mengembangkan layanan arsitektur, interior, dan desain *green building*.

Pemerintah mengeluarkan peraturan baru terkait bangunan hijau di kota bandung yang mulai berlaku sejak 1 januari 2017. Peraturan tersebut mengharuskan pengembang harus menerapkan konsep bangunan hijau pada bangunannya sebelum mengajukan surat IMB, apabila bangunan tersebut tidak menerapkan konsep bangunan hijau maka pemerintah kota bandung tidak akan memberikan izin membangun.

Dengan diberlakukannya aturan ini, pemerintah kota lainnya mulai memberlakukan aturan serupa di kota-kota lainnya sehingga akan menjadi peluang bagi Mana Studio untuk menjalankan usaha yang selaras dengan peraturan pemerintah kota setempat.

1.3.3.3 Social and Cultural Trends

Menurut data yang dikutip dari databoks.katadata.ci.id, menjelaskan bahwa orang-orang saat lebih banyak menggunakan digital dalam mencari dan mendapatkan informasi. Komunikasi lebih banyak dilakukan di sosial media. Sekitar 73% masyarakat Indonesia mengakses informasi melalui media sosial dan internet.



Gambar 1. 9 Data pengguna internet dan media sosial di indonesia tahun 2021

Sumber: Indonesia digital report 2021

Adanya perkembangan IPTEK dapat mempengaruhi model bisnis karena dengan adanya teknologi dapat memudahkan dan mempercepat dalam menyelesaikan pekerjaan. Semakin ke sini masyarakat lebih memilih membeli sesuatu dibanding membuat sesuatu sendiri. Pergeseran budaya ini juga dapat mempengaruhi model bisnis perusahaan. Tren desain arsitektur pun berubah ubah mengikuti adanya perkembangan jaman. Munculnya desain arsitektur modern pada rumah-rumah tinggal tidak saja pada kawasan perkotaan tetapi juga pada daerah-daerah perdesaan.

Trend belanja online juga sudah semakin besar sekarang. Dikarenakan pandemi masyarakat lebih memilih belanja melalui *e-commerce* yang ada karena lebih mudah dan praktis. Hal ini berdampak pada permintaan masyarakat untuk ruangan yang bagus digunakan untuk foto produk guna memasarkan produk jualan mereka.

Strategi perusahaan menanggapi pergeseran tren ini adalah dengan mengikuti tren masyarakat saat ini. Karena tingginya angka pencarian informasi melalui internet maka strategi marketing melalui internet akan sangat membantu perkembangan perusahaan. Pemasaran dan pengiklanan melalui media sosial dan internet akan sangat efektif di era serba online saat ini. Edukasi terkait *green Architecture* juga akan lebih mudah tersampaikan

ke masyarakat apabila mempublikasikan melalui media sosial dan internet. Semakin banyak masyarakat yang sadar akan pentingnya menjaga lingkungan dan pengaruh *green building* terhadap lingkungan akan menaikkan eksposur perusahaan.

1.3.3.4 Socio Economic trends

Pertumbuhan perekonomian Indonesia sedang membaik sejak kejadian pandemi pada tahun 2020. Daya beli masyarakat Indonesia termasuk cukup tinggi didukung dengan fitur-fitur seperti *cashless* dan *e-wallet* membuat masyarakat semakin konsumtif. Terdapat 5 hal yang memiliki daya beli paling tinggi di Indonesia, yaitu:

1. Kuliner

Wisata kuliner sudah menjadi *lifestyle* di kalangan generasi z pada saat ini. Ditandai dengan banyaknya publikasi yang mengulas kuliner di Indonesia yang mendapat banyak atensi dan respon positif dari masyarakat. Menurut pengamatan pribadi alasan seseorang mendatangi restoran atau *caffe* adalah untuk berfoto dan update di *social media*. Mengesampingkan kualitas dan rasa dari makanan atau minuman yang disajikan, interior yang menarik dan fotogenik adalah factor penting untuk menarik pengunjung datang ke tempat tersebut. Hal ini menjadi peluang untuk Mana architect menawarkan jasa desain bangunan komersil.

2. Traveling

Traveling sudah menjadi tren di kalangan gen-z sebagai hiburan dan moment refreshing dari pekerjaan atau rutinitas yang melelahkan. Tempat wisata yang berhubungan dengan alam juga banyak menjadi pilihan untuk dikunjungi karena dianggap memberikan suasana yang menenangkan dan santai sangat cocok untuk orang yang ingin melepas penat dan stress. Masyarakat Indonesia rela bekerja dan menabung dalam jangka waktu yang cukup lama untuk memuaskan keinginan *traveling* mereka. Hal ini juga bisa menjadi peluang untuk Mana studio

menawarkan jasa desain bagi tempat penginapan maupun destinasi wisata yang memerlukan jasa desain yang memiliki interaksi dengan alam dan lingkungan.

3. Properti

Property sering dianggap sebagai investasi jangka Panjang oleh masyarakat Indonesia. Karena harga properti yang terus naik dari tahun ke tahun maka masyarakat Indonesia mengatur segala jenis strategi dan cara agar dapat secepatnya memiliki asset property pribadi. Ini juga merupakan potensi peluang yang baik bagi mana studio untuk menawarkan jasa desain bangunan residensial dengan menggunakan pendekatan *green building*.

1.3.4 Macro Economic Forces

1.3.4.1 Global Market Condition

Global market saat ini masih dalam tahap proses pemulihan setelah terkena dampak dari pandemi. Dikabarkan pada tahun 2023 akan terjadi resesi ekonomi di dunia dan Indonesia akan terkena Sebagian kecil dampaknya. Hal itu berdampak bagi jasa konsultan arsitek karena turunnya ekonomi masyarakat maka permintaan terhadap jasa konsultan juga akan menurun. Namun itu hanya berlaku kepada masyarakat menengah ke bawah. Sedangkan masyarakat menengah ke atas akan memiliki daya beli semakin tinggi dikarenakan turunnya harga properti dan lahan merupakan peluang bagi masyarakat menengah ke atas yang memegang banyak *cash*. Sehingga hal ini juga akan berdampak positif terhadap jasa konsultan karena setelah ekonomi dirasa cukup stabil maka masyarakat yang tadinya memiliki asset properti dan lahan akan memerlukan jasa konsultan desain untuk membangun ataupun merenovasi asset mereka.

1.3.4.2 Capital Market

Menurut *Indonesia Stock Exchange* Pasar modal merupakan pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa

diperjualbelikan, baik surat utang (obligasi), ekuiti (saham), reksa dana, instrumen derivatif maupun instrumen lainnya. Pasar modal merupakan sarana pendanaan bagi perusahaan maupun institusi lain (misalnya pemerintah), dan sebagai sarana bagi kegiatan berinvestasi. Dengan demikian, pasar modal memfasilitasi berbagai sarana dan prasarana kegiatan jual beli dan kegiatan terkait lainnya. Fungsi dari pasar modal adalah sebagai berikut :

1. Pasar modal sebagai sarana penambah modal bagi usaha
2. Pasar modal sebagai sarana pemerataan pendapatan
3. Pasar modal sebagai sarana peningkatan kapasitas produksi
4. Pasar modal sebagai sarana penciptaan tenaga kerja
5. Pasar modal sebagai sarana peningkatan pendapatan negara
6. Pasar modal sebagai indikator perekonomian negara

Adanya pasar modal sangat membantu bagi para perusahaan yang baru mulai merintis, mengajukan kredit UMKM bisa menjadi pilihan apabila fase usaha pertama tidak berjalan sesuai yang direncanakan. Namun apabila modal yang diperoleh dari fase pertama usaha dirasa cukup dan tidak beresiko untuk dijadikan modal usaha maka lebih baik tidak mengambil pinjaman UMKM.

1.3.4.3 Commodity and Other Resources

Untuk membentuk sebuah jasa konsultan diperlukan adanya Sumber daya manusia, seperti drafter, marketing, administration, dll. Hal tersebut mudah didapat karena terdapat data menunjukkan adanya peningkatan pengangguran bagi lulusan universitas. Sejak 2017-2019, angka pengangguran untuk lulusan universitas meningkat sebanyak 25%. Persentase tersebut merupakan yang tertinggi dibandingkan dengan lulusan jenjang pendidikan lainnya. Angka pengangguran lulusan diploma naik sebesar 8,2%, sedangkan lulusan jenjang pendidikan lainnya mengalami

penurunan. Hal ini juga menyebabkan semakin tinggi tingkat pengangguran maka semakin rendah tingkat inflasi upah.

Untuk Sumber Daya yang melonjak lebih pada segi physical dan software pendukung kinerja, seperti harga properti yang terus melonjak setiap tahunnya, serta harga software yang terus berkembang mengikuti perkembangan jaman.

Mana studio membutuhkan sumber daya manusia yang kompeten dengan melihat jumlah pengangguran lulusan sarjana di Indonesia maka dirasa akan mudah memperoleh sumber daya manusia namun belum tentu berkompoten. Untuk merespon masalah ini Mana Studio akan mensleksi sumber daya manusia lalu menerima yang berpotensi dan memberikan kursus di bidang yang dibutuhkan perusahaan untuk meningkatkan value SDM tersebut.

1.3.4.4 Economic Infrastructures

Kualitas Infrastruktur Samarinda cukup baik untuk mendukung bisnis konsultan. jalan raya yang ada cukup memadai untuk melakukan pengantaran material. Namun kota Samarinda secara geografis terletak di bagian dalam pulau sehingga tidak memiliki akses langsung ke laut namun Samarinda memiliki akses darat yang banyak ke kota-kota sekitarnya seperti Balikpapan, Tenggarong, Bontang, Sangatta, dan masih banyak lagi. Ketersediaan PDAM juga sudah sampai di tempat-tempat pelosok namun terkadang ada gangguan dari pusat sehingga air PDAM mengalir lambat atau bahkan tidak mengalir. Permasalahan yang masih terjadi di samarinda adalah rawan terjadi banjir. Permasalahan ini berdampak bagi bangunan-bangunan yang sering terkena banjir maka akan terjadi kerusakan dan diperlukan perawatan lebih. Untuk strategi menghadapi masalah ini adalah membuat catatan khusus daerah yang rawan banjir dan memberlakukan standar baru untuk mengantisipasi banjir pada daerah tersebut seperti tinggi bangunan dan jenis material yang digunakan.

1.3.5 Kesimpulan

1.3.5.1 Masalah dan peluang

Menurut hasil data analisa dan penelitian di atas dapat disimpulkan beberapa dasar permasalahan yang berhubungan bisnis konsultan arsitektur dan interior terutama yang bergerak dengan pendalaman *green architecture*. Beberapa permasalahan itu diantaranya adalah masalah ledakan jumlah penduduk di Indonesia dan masalah kerusakan lingkungan. Dari masalah-masalah tersebut terdapat peluang yang dapat di manfaatkan oleh konsultan arsitek dengan pendalaman *green architecture*.

Mana studio melihat peluang yang besar di masa yang akan datang maka Mana studio akan fokus mendalami bidang *green architecture* untuk mempersiapkan masa depan. Selain di bidang *green architecture*, dunia digital dan teknologi juga memiliki potensi besar karena perkembangan teknologi sangat pesat. Oleh karena itu Mana studio akan berusaha mengikuti perkembangan teknologi agar tetap bisa terus bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya.

Mana studio juga melihat permasalahan sebagai konsultan arsitek yang baru akan berdiri yaitu tingginya persaingan antar biro konsultan arsitek. Selain persaingan antar biro konsultan arsitek, masih banyak masyarakat yang lebih percaya untuk menggunakan jasa kontraktor sebagai perancang bangunan karena lebih murah dan sudah termasuk jasa konstruksi dan finishing. Dari permasalahan tersebut Mana studio melihat bahwa untuk dapat bersaing perusahaan harus memiliki value yang tidak dimiliki perusahaan lain, hal ini menjadi keuntungan karena Mana studio dengan fokus *green architecture* di fase awal memiliki saingan yang tergolong sedikit sehingga berpotensi lebih besar untuk menarik *customer*.

Dalam lingkup arsitektur lanskap, Mana studio melihat peluang dari penawaran jasa *maintenance* tanaman. Selain perawatan berfungsi sebagai estetika tetapi juga berfungsi untuk menjaga kelestarian lingkungan dan bisa bermanfaat untuk banyak orang. Dari segi bisnis juga terlihat peluang yang

menguntungkan karena bisa melakukan kontrak berjangka panjang dengan klien.

1.3.5.2 Inovasi usaha dan targeting market

Mana studio memiliki inovasi usaha yang berkaitan dengan edukasi *green architecture* dan cara menarik klien antara lain:

1. Menerapkan pendekatan *Green architecture* pada setiap proyek yang ditangani Mana Studio agar mempertahankan konsistensi dan branding perusahaan dengan pendalaman *green architecture* semakin kuat.
2. Memberikan harga yang relatif berdasarkan kategori GBCI apa saja yang perlu dan ingin dipenuhi oleh klien
3. Mendapat sertifikat *greenship* untuk penulis dan staff desainer yang ada di dalam perusahaan untuk meningkatkan kualitas kerja perusahaan.
4. Kantor perusahaan dan perilaku penggunanya mencerminkan *green architecture* yang bertujuan untuk menggambarkan kepada klien definisi *green architecture* itu seperti apa.
5. Menyediakan konten edukasi tentang *green architecture* melalui social media dengan membuat konten hiburan yang ringan sehingga mudah diserap oleh masyarakat, hal ini bertujuan untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap *green architecture*.

Menurut data dan penjelasan dia atas dapat disimpulkan bahwa *costumer segment* yang berpotensi saat ini adalah masyarakat yang peduli terhadap kelestarian lingkungan dan masalah pemanasan global. Penerapan *green architecture* terhadap bangunan memiliki banyak dampak positif bagi penggunanya seperti penghematan biaya listrik, penghematan penggunaan air, dan bunga yang kecil saat melakukan peminjaman dana bangunan. Adapun target market yang Mana studio adalah sebagai berikut:

- Geografis
Secara geografis, target pasar Mana studio adalah masyarakat Kota Samarinda. seiring berjalannya waktu setelah perusahaan memiliki pengalaman dan reputasi yang cukup target pasar Mana studio adalah seluruh masyarakat di Indonesia.
- Demografis
Pria dan Wanita berusia 25-50 tahun pada kalangan menengah ke atas dan ekonomi atas.
- Keunggulan
Memberikan desain yang menjawab permasalahan kelestarian lingkungan tanpa mengurangi estetika dan keinginan klien, serta kualitas yang sebanding dengan ketepatan waktu pengerjaan.
- Jenis proyek
Berkonsentrasi pada bangunan komersil dan residensial, setelah memiliki pengalaman yang cukup mana studio akan mengerjakan perancangan lanskap dan ruang publik.

1.4 Model Bisnis

1.4.1 Ringkasan model bisnis

Mana Studio merupakan Bisnis konsultan interior yang berfokus pada *green architecture* untuk menanggapi permasalahan yang terjadi di lingkungan saat ini. Dengan menghadirkan desain berbasis *green architecture* diharapkan akan bisa membantu menghadapi permasalahan pemanasan global, efek rumah kaca, polusi, dll.

Mana studio berfokus pada segmen pasar komersil dan residensial. Proyek yang ditargetkan beragam dari yang berskala kecil sampai berskala besar seperti tender bangunan pemerintahan. Semua proyek yang dikerjakan akan menggunakan pendalaman *green architecture* menggunakan kategori dari GBCI dan disesuaikan lagi dengan kebutuhan serta permintaan klien. Selain mengerjakan proyek residensial dan komersil, Mana studio juga mengerjakan perancangan lanskap

namun tidak dari awal fase usaha melainkan di fase akhir saat Mana studio sudah memiliki divisi desain lanskap.

1.4.2 Value proposition

Mana Studio bergerak di jasa konsultan desain bangunan yang berfokus Pedalaman *green architecture* untuk mengangkat pentingnya masalah bangunan sehat dan bangunan ramah lingkungan. *Value* yang akan di tawarkan Mana Studio adalah:

- *Getting the job done*

Mana studio menyediakan jasa konsultan arsitektur dan interior. Perusahaan ini akan mengerjakan proyek dari Analisa, perancangan, pekerjaan lapangan, pengawasan pengerjaan konstruksi, hingga tahap akhir yaitu *maintenance* berkala. Tentunya semua kegiatan di atas harus memenuhi standar *green architecture*.

Mana studio akan memberikan estimasi waktu pengerjaan apabila kepada klien, apabila pengerjaan melewati estimasi tanpa ada konfirmasi terlebih dahulu dengan klien sebelumnya maka pihak perusahaan akan memberikan garansi uang Kembali.

- *Design*

Desain yang dihasilkan merupakan hasil gabungan dari keinginan klien dan keahlian desainer dalam perancangan *green architecture* sehingga menghasilkan desain yang memungkinkan untuk dibangun namun tetap memuaskan klien. Konsistensi dan keunikan *green architecture* ini akan meningkatkan daya saing perusahaan. Selain berkaitan dengan *green architecture* desainer juga memahami dasar-dasar untuk mendesain seperti perpaduan elemen dan material yang kreatif.

Mana studio memperlakukan sebuah proyek sebagai seni yang harus dikerjakan sepenuh hati dan memiliki cerita di dalamnya. Desain yang dirancang juga berkaitan dengan kebutuhan dan kebiasaan klien serta bertujuan menjawab permasalahan klien.

- *Customization*

Mana studio akan membantu mulai dari memberikan inspirasi dan ide desain, memberikan contoh material, serta memberikan edukasi *green desain* kepada klien sehingga klien bisa dengan leluasa menentukan pilihannya yang tentunya tetap melalui pertimbangan desainer. Setelah klien menentukan pilihannya desainer akan memberikan beberapa alternatif desain yang terkait dengan customer untuk lebih menspesifikan pilihan customer. Pada fase ini juga desainer akan menjelaskan tentang kategori *green architecture* dari GBCI yang harus dipenuhi dan ingin dipenuhi oleh klien. Setelah menjelaskan kategori tersebut desainer akan membuat gambaran kasar desain skematis berdasarkan kategori yang dibutuhkan.

- *Performance*

Pembangunan *green building* memang memerlukan biaya yang lebih mahal sekitar 2% - 5% pada proses pembangunannya, namun dengan menggunakan *green building* klien dapat menghemat hingga 20% dari biaya maintenance bangunan. *Green building* juga menghemat 15%-25% konsumsi air dan listrik pada bangunan.

Mana studio menawarkan value green design yang akan memberikan dampak positif bagi konsumen, tidak hanya sebagai bangunan sehat, tetapi juga menjaga penghuni di dalamnya tetap sehat sekaligus penghematan energi listrik maupun air. Sehingga klien yang menggunakan *green design* untuk bangunannya akan mendapat keuntungan jangka Panjang.

- *Accessibility*

Mana studio yang merupakan konsultan arsitek *green architecture* memiliki koneksi dengan supplier yang berkaitan dengan *green architecture* seperti kontraktor ber sertifikasi *green ship*, supplier material dengan standar FSI, supplier *costume furniture* dari bahan daur ulang, dll. Customer yang

menggunakan jasa mana studio secara tidak langsung dapat mengakses supplier yang berkaitan dengan *green architecture* ini.

1.4.3 Costumer Relationship

Komunikasi yang baik antara klien dan biro konsultan sangat penting, bukan hanya demi keberhasilan proyek namun juga untuk hubungan klien jangka panjang. Empati klien menjadi sangat penting untuk memperjelas pemahaman dan komunikasi, dimana sangat penting untuk generasi yang serba efektif dan penyampaian desain. Kunci yang dipegang oleh perusahaan ini dalam menjalin hubungan dengan klien adalah tidak pernah mencampurkan urusan bisnis dan perasaan sehingga gagal untuk memahami klien. Jenis *costumer service* yang akan digunakan di dalam perusahaan adalah sebagai berikut:

- *Dedicated personal assistance*
Memfasilitasi sebagai wadah bagi klien untuk berekspresi dan menyampaikan keinginannya terhadap proyek yang direncanakan. Membantu memberikan ide dan inspirasi untuk menjawab permasalahan klien. Menjaga komunikasi dan relasi demi kepentingan keberlangsungan proyek agar tidak terjadi *miss communication* antara desainer dan klien.
- *Co – Creation*
Melibatkan klien sebagai partner dari fase awal hingga akhir proyek. Mana studio akan membuka ruang kepada klien untuk menyampaikan pendapat, saran, ataupun kritik sehingga dapat melahirkan sinkronisasi antara klien dengan perusahaan. Hal ini secara tidak langsung akan menjadi review positif dan branding perusahaan untuk menarik costumer lainnya menggunakan jasa Mana studio.

1.4.4 Customer Segments

Customer segment di perlukan dalam pemetaan customer agar customer yang dituju tepat dan sesuai target. Dapat dilihat dari analisa market segment, terjadinya pemanasan global semakin marak dan menurut para ahli, suhu di Indonesia saat ini telah naik dua derajat, maka ada peluang bagi arsitek dan desainer interior dalam menerapkan *green architecture* terhadap bangunan. Sehingga, Mana studio memiliki target pasar yang dituju karena spesialis perusahaan Mana studio dapat menjawab permasalahan yang terjadi saat ini. Dari hasil permasalahan di atas *Customer segments* Mana studio adalah sebagai berikut:

- *Niche Market*

Customer segment dari Mana Studio, hanya tertuju kepada klien yang peduli terhadap lingkungan dan customer yang mau menerapkan desain tersebut ke dalam kehidupan sehari-hari serta menerapkan pada bangunan. Skala niche market yang ditargetkan oleh Mana studio adalah:

- Geografis

pada tahap awal/fase satu, akan berfokus pada wilayah Kalimantan timur, pada fase kedua target akan berkembang dan target yang dituju merupakan Pulau Kalimantan dan IKN, dan pada fase ketiga, target pasar Mana Studio adalah seluruh Indonesia dengan skala Nasional.

- Demografis

Pada fase pertama Mana Studio menargetkan pasar di kelas ekonomi menengah dengan umur 20 (dua puluh) hingga 60 (enam puluh) tahun dengan penghasilan minimal UMR Samarinda. Pada fase kedua Mana studio menargetkan pasar di kelas ekonomi menengah dan menengah katas dengan umur 20 (dua puluh) hingga 60 (enam puluh) tahun dengan penghasilan diatas UMR Samarinda. Pada fase

ketiga Mana studio menargetkan pasar di kelas ekonomi menengah ke atas dan ekonomi atas dengan umur 20 (dua puluh) hingga 60 (enam puluh) tahun dengan penghasilan diatas UMR Jakarta.

1.4.5 Channel

Tipe *channel* yang digunakan mana studio adalah *In-direct*, yang dimana strategi pemasaran dan pengiklanan akan dilakukan di social media (Instagram, TikTok, website) mengingat tingginya data pencarian informasi menggunakan internet. Mana studio menjabarkan menjadi beberapa Fase *channel* yaitu:

- Awareness
Pengenalan pertama kali Mana studio adalah Melalui *word of mouth*, dengan mulai mengerjakan proyek dari keluarga, kerabat, dan teman dekat. Proyek-proyek itu akan dimasukan sebagai portofolio di media sosial sehingga lebih mudah di akses oleh banyak orang. Selain memasukan portofolio di media social, perusahaan juga akan membuat konten yang mengedukasi dan menarik *costumer* agar lebih memiliki kesadaran akan kelestarian lingkungan.
- Evaluation
Klien dapat melakukan evaluasi terhadap hasil desain yang tertera di portofolio sosial media dan membandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis.
- Purchase
Agar saling menjaga kepercayaan satu sama lain Mana studio menawarkan system pembayaran yang dilakukan per fase. Hal ini juga di anjurkan dari pihak HDII untuk melakukan pembayaran per fase/termin agar tidak ada pihak yang merasa di rugikan.
- Delivery
Mana studio akan menonjolkan *value* perusahaan pada setiap rancangan proyek yaitu *green architecture* yang dikerjakan oleh desainer yang ber

sertifikasi *green* dari GBCI untuk menjaga konsistensi dan memperkuat *branding* terhadap perusahaan.

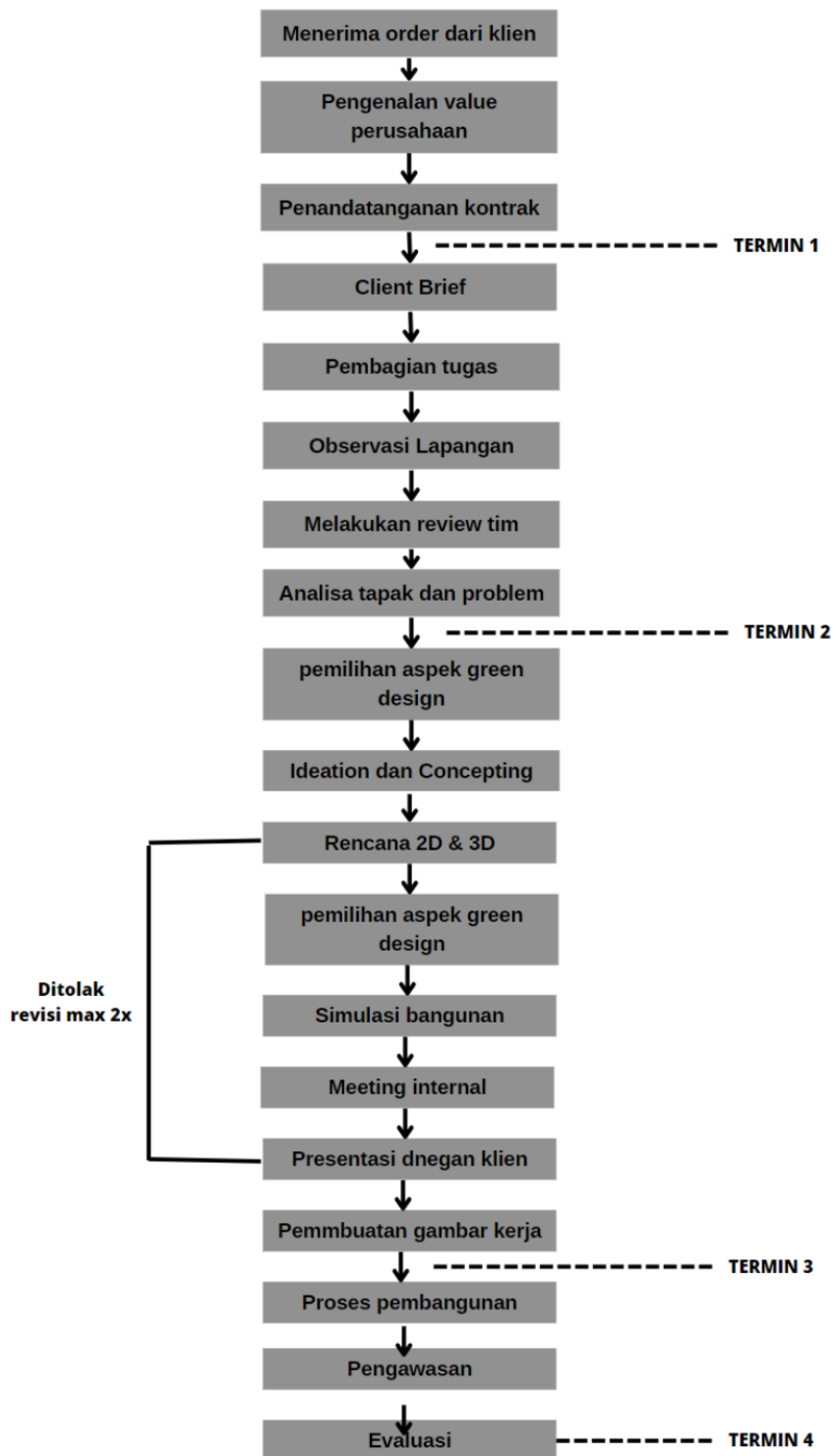
- After sales

Mana studio akan melakukan pengecekan berkala setelah proyek selesai di bangun untuk menjaga dan memastikan kualitas bangunan serta fungsi bangunan berjalan sesuai yang direncanakan.

1.4.6 Key Activities

Mana Studio hadir untuk menjawab permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat sekitar yaitu bahaya bangunan yang tidak sehat terhadap manusia dan lingkungan. Mana Studio menawarkan desain yang berbasis *green architecture* sebagai jawaban permasalahan itu.

di dalam aktivitas produksi yang dilakukan oleh Mana Studio adalah merancang desain bangunan, merancang gambar kerja, membuat maket dan visualisasi bangunan. Alur produksi mana studio saat mengerjakan sebuah proyek dari awal hingga selesai dijabarkan melalui bagan yang di dalamnya tertera pembagian termin untuk dapat membagi pembayaran sesuai progress dari Mana studio. Bagan alur produksi mana studio adalah sebagai berikut:



Sumber: (Gibson, 2015: 11) (2022)
 Bagan 1. 2 Alur produksi Mana Studio

Gabar 2 1 Site area Bagan 1. 3 Alur produksi Mana Studio

Penjelasan bagan dibagi menjadi beberapa fase sebagai garis besar alur perancangan proyek Mana studio, Fase tersebut adalah sebagai berikut:

Tahap 1 : Vision

- Pada tahap ini perusahaan mendengarkan kebutuhan, *problem* dan keinginan klien.
- Setelah itu, perusahaan akan mengolah data, baik primer maupun sekunder, kemudian pemilik bisnis juga melakukan analisis data terkait batasan, tujuan dan data lainnya untuk menjadi dasar konsep desain selanjutnya.

Tahap 2 : Skematis Desain

- Pada tahap ini arsitek memperoleh pengertian yang tepat atas program dan konsep.

Tahap 3 : Eksplorasi

- Target pada tahap ini adalah memastikan dan menjabarkan konsep bangunan secara menyeluruh.
- Setelah semua aspek sudah diperiksa dan telah mendapat persetujuan klien, maka proses desain bisa dilanjutkan ke tahap 4.

Tahap 4 : Pemilihan kategori *green architecture*

- Pada tahap 4, arsitek meninjau proyek dan menentukan kategori apa yang akan di aplikasikan ke dalam proyek dan kategori apa yang sulit diaplikasikan ke dalam proyek.
- Di tahap ini juga klien bisa mengajukan kategori apa yang diinginkan dan dipertimbangkan oleh desainer.
- Target fase ini adalah untuk menemukan kategori apa yang akan diaplikasikan di dalam bangunan yang harus dikerjakan.

Tahap 5 : Gambar detail

- Pada tahap ini, arsitek menerjemahkan konsep rancangan ke dalam gambar - gambar kerja.
- Target di dalam tahap ini adalah untuk mendapat gambar kerja yang menjadi pedoman dalam proses pelaksanaan pembangunan.

Tahap 6 : *Construction*

- Pada tahap ini, arsitek mengolah hasil Gambar Kerja ke dalam bentuk format Dokumen Pelelangan yang sudah dilengkapi dengan Uraian Rencana Kerja dan Syarat - Syarat teknis pelaksanaan pekerjaan (RKS) serta Rencana Anggaran Biaya (RAB) termasuk Daftar Volume (Bill of Quantity/BQ).
- Target pada tahap ini yaitu sudah mulainya proses pembangunan sebuah bangunan.

Tahap 7 : Tahap Pengawasan Berkala

- Pada tahap ini arsitek melakukan peninjauan dan pengawasan secara berkala di lapangan dan mendiskusikan secara teratur dengan klien, pengawas, serta manajemen konstruksi.

1.4.7 *Key partner*

- *Strategic alliances between non competitors*

Mana Studio akan berpartner dengan non competitors yaitu kontraktor dan konsultan pengawas. Karena masih berlaku sampai saat ini Ketika ingin membangun rumah atau bangunan komersil akan mencari kontraktor atau pemborong lebih dulu maka dari itu penting untuk menjalin hubungan Kerjasama dengan kontraktor untuk mendapat proyek maupun menggunakan jasanya. Kontraktor yang diajak untuk bekerja sama adalah kontraktor yang memiliki sertifikasi *green* agar dapat memaksimalkan dan mengeksekusi proyek sesuai pendalaman Mana studio.

Konsultan pengawas juga diperlukan karena mengangkat *green architecture* maka akan banyak inovasi baru sehingga butuh pengawas untuk memastikan inovasi itu bisa diterapkan atau tidak, lalu karena perusahaan masih muda maka untuk meminimalisir kesalahan pada proyek digunakan lah jasa konsultan pengawas. Konsultan pengawas yang akan diajak bekerja sama juga adalah pengawas yang mengerti aspek-aspek di dalam *green architecture* agar dapat meminimalisir kesalahan terutama yang berkaitan dengan *green architecture*.

Perusahaan mana studio juga menjalin relasi dengan komunitas yang berkaitan dengan *green architecture* seperti GBCI, Komunitas *minimalist lifestyle*, Komunitas pecinta lingkungan, Komunitas daur ulang, dll. Tujuannya menjalin relasi dengan komunitas-komunitas ini adalah sebagai koneksi untuk menemukan klien dan wadah untuk berbagi ilmu. Tidak menutup kemungkinan bahwa anggota komunitas-komunitas ini akan menjadi klien perusahaan.

1.4.8 Key Resources

- *Physical*

Key Resources Physical yang dibutuhkan adalah kantor, computer, printer, mobil, dll. Ini bertujuan untuk mendukung dalam proses perancangan, operasional, dan juga transportasi. Kantor yang digunakan tentunya harus menerapkan *green architecture* pada bangunannya. Kegiatan pekerjaan di kantor mana studio sebisa mungkin mengutamakan hemat energi seperti penggunaan listrik, penggunaan kendaraan kantor, penggunaan kertas, dll.

- *Intellectual*

Sumber daya intelektual Mana Studio meliputi : pengetahuan desainer akan arsitektur dan interior serta pengetahuan mengenai *green architecture*, informasi perusahaan, guide line saat melakukan pembangunan dengan pendekatan *green architecture*, dan partnership dengan ahli GP (Green

Professional). Adanya sumber intelektual ini, dapat memberikan nilai tambah pada perusahaan.

- *Human*

Tenaga kerja yang dibutuhkan perusahaan adalah drafter, asisten designer project architect. Semua tenaga kerja yang akan join ke perusahaan harus melalui proses seleksi ketat terutama tentang ketertarikan calon tenaga kerja terhadap desain berbasis *green architect*. Calon karyawan akan melakukan interview setelah diterima perusahaan akan melakukan kontrak sementara untuk melihat kinerja karyawan, jika dirasa cukup maka perusahaan akan membuat kontrak secara resmi menurut standar perusahaan. Kriteria karyawan yang diperlukan mana studio adalah:

- Pria dan wanita usia 24 – 30 tahun
- S1 arsitektur, interior, teknik sipil
- Memiliki pengalaman bekerja minimal 1 tahun
- Diutamakan yang memiliki sertifikasi *greenship* GBCI
- Menguasai software SketchUp dan AutoCAD
- Mampu berdiskusi langsung dengan klien
- Memiliki selera desain yang baik
- Memiliki prilaku / *attitude* yang baik

- *Financial*

Untuk menunjang segala aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan, maka dibutuhkan modal dan biaya operasional. Modal bisa didapat melalui Fase pertama usaha yaitu intrapreneur, lalu perolehan modal selanjutnya adalah dari pemutaran modal fase pertama melalui usaha konsultan Mana studio. Biaya operasional akan digunakan untuk membayar sewa kantor, gaji karyawan, Wi-Fi, alat tulis, konsumsi kantor, Listrik, Air, dan biaya lain – lain.

1.4.9 Cost Structure and Revenue Stream

Perusahaan akan memakai system Value Driven yaitu besaran harga bisa ditentukan dari value yang dihasilkan oleh desain nya. Value desain ditentukan oleh beberapa parameter yaitu : relevansi desain dengan isu budaya setempat, mengaplikasikan sesuai dengan kapasitas material nya, dan keseluruhan desain bisa menciptakan sebuah bangunan yang memenuhi standar bangunan hijau.

- **Berikut komponen yang masuk ke dalam Fixed Cost :** Gaji Karyawan, software, sewa kantor, Biaya maintenance kantor, Wi-Fi.
- **Berikut komponen yang masuk ke dalam Variable Cost :** Transportasi, kebutuhan kantor, Biaya renovasi.

Sedangkan untuk *revenue stream* Mana Studio akan menerapkan *dynamic pricing*. Biaya desain dari proyek dihitung berdasarkan luas bangunan/area (m²) lalu klien dapat melakukan negosiasi dengan perusahaan hingga terjadi kesepakatan harga. Sumber pendapatan perusahaan dibagi menjadi 2 yaitu:

- Pendapatan utama
 - Fase 1: Rp 150.000/m² – Rp 200.000/m²
 - Fase 2: Rp 300.000/m² – Rp 350.000/m²
 - Fase 3: Rp 500.000/m² – Rp 550.000/m²
- Pendapatan tambahan
 - Pendapatan tambahan perusahaan didapat dari biaya konstruksi dan *success fee* dan apabila dari pihak klien menginginkan tambahan gambar render yang berkualitas tinggi serta pengerjaan maket.

1.4.10 Cashflow

Cash flow atau yang disebut sebagai arus kas merupakan sebuah laporan yang menunjukkan perincian dari arus kas masuk (pendapatan) dan arus kas keluar (pengeluaran) suatu perusahaan pada suatu periode tertentu. (Chandra, 2018) Tujuan dibuatnya arus kas ini adalah untuk mengetahui pengeluaran dan pemasukan perusahaan dan memantau arus keuangan tersebut.

Arus kas perusahaan berasal dari kegiatan usaha perusahaan berupa pemasukan dan pengeluaran. Penerimaan arus kas masuk Mana Studio didapat dari klien yang melakukan pembayaran proyek berupa design fee. Untuk pengeluaran perusahaan yang dilakukan adalah pembayaran gaji bulanan karyawan, biaya operasional kantor, dan pajak.

Arus kas yang dibuat merupakan arus kas saat Mana Studio berdiri, yaitu pada fase pertama tahun pertama. Pada fase ini, Mana Studio merupakan perusahaan pendatang baru. Perusahaan ini akan bekerja di rumah orang tua pendiri, sehingga biaya operasional yang dibayarkan adalah biaya listrik dan biaya sewa kepada orang tua. Pada fase ini perusahaan Mana Studio akan mengasumsikan jumlah klien sebanyak 6 transaksi, dimana pendapatan per bulannya ditentukan dari besarnya proyek yang diterima