

## BAB 1. PARA STUDIO

### 1.1. Ringkasan Eksekutif

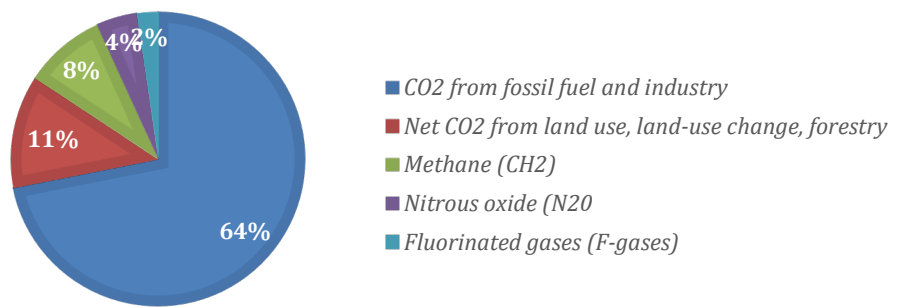
#### 1.1.1. Latar Belakang dan Ringkasan Usaha

Tantangan sebagai arsitek dalam melakukan perancangan sebuah desain bangunan akan terus bertambah berdasarkan konteks yang mempengaruhinya . Arsitek memiliki tanggung jawab dalam merancang bangunan yang fungsional dan memiliki estetika serta memberikan dampak baik terhadap lingkungan. Tuntutan sebagai arsitek adalah menciptakan desain sebuah bangunan yang dapat menanggapi keadaan lingkungan. Oleh karena itu, dalam setiap proses perancangan desain, seorang arsitek perlu adanya melakukan analisa budaya dan keadaan lingkungan setempat. Tantangan berikutnya sebagai arsitek adalah menanggapi permintaan yang tidak sesuai dengan keadaan lingkungan yang ada dan akan menimbulkan masalah di lingkungan.

Wilayah tropis terbagi menjadi dua kelompok yaitu tropis kering dan tropis basah. Indonesia berada pada di antara kedua daerah tropis sehingga Indonesia masuk kedalam daerah tropis lembab yang memiliki kelembapan udara sangat tinggi. Hal ini, memberi keuntungan untuk menghemat energi apabila bangunan didesain sesuai dengan keadaan iklim setempat.

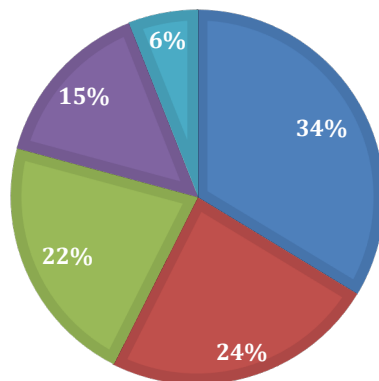
Salah satu penyebab adanya *global warming* dan efek rumah kaca adalah bangunan. Perancangan bangunan yang tidak dapat menyelesaikan permasalahan lingkungan setempat akan berdampak kepada operasional

bangunan yang bertambah seperti listrik, air, dan pendingin ruangan. Berdasarkan data dari *Intergovernmental Panel on Climate Change* (IPCC) mengenai efek rumah kaca dari sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Grafik Penyebaran Emisi Gas  
Sumber. IPCC (2022)

■ Energy systems ■ Industry ■ AFOLU ■ Transport ■ Buildings



Gambar 1. 2 Grafik Penyebaran Gas Rumah Kaca  
Sumber. IPCC (2022)

Dari grafik diatas, menyatakan penyebaran gas rumah kaca berasal dari karbon dioksida sebesar 64% yang bersumber dari hasil pembakaran bahan bakar fosil dan industri. Aktifitas manusia yang memerlukan energi seperti listrik merupakan hasil pembakaran batu bara dan aktifitas lain yang membutuhkan bahan bakar fosil. Operasional bangunan merupakan penyumbang terbesar akan *greenhouse effect*. Dalam hal ini tertuju pada penggunaan energi dalam bangunan seperti penggunaan pendingin ruangan yang semestinya dapat diatasi dengan pendekatan arsitektur tropis. Arsitektur tropis merupakan strategi desain dengan penerapan prinsip-prinsip arsitektur tropis, yang dirancang untuk dapat merubah kondisi iklim tropis yang kurang nyaman menjadi iklim dalam bangunan yang lebih nyaman (Karyono, 2013). Arsitektur tropis telah dilakukan sejak dahulu terutama di negara dengan iklim tropis, dengan telah dilakukan percobaan untuk mendapatkan sebuah desain yang memberi kenyamanan sesuai dengan kondisi setempat.

Berdasarkan penjabaran diatas, terdapat potensi yang bisa menjadikan dasar *value proposition* sebagai solusi. PARA Studio merupakan perusahaan konsultan arsitektur dengan pendekatan prinsip arsitektur tropis sebagai pendekatan utama setiap proyek yang akan dikerjakan, dengan mengutamakan untuk proyek publik, komersial, residensial, dan *hospitality industry*. PARA Studio mengimplementasikan konsep arsitektur tropis untuk dapat menciptakan desain yang mampu memberikan kenyamanan dan edukasi terhadap pengguna.



PARA

Gambar 1. 3 Logo PARA Studio  
Sumber. Data Penulis (2023)

Latar belakang penyebab PARA Studio menggunakan pendekatan arsitektur tropis sebagai langkah awal atas kepedulian akan sedikitnyanya pemahaman mengenai konsep arsitektur tropis di Indonesia. Kondisi alam di Indonesia ini memberikan kesempatan kepada industri arsitektur untuk memulai penghematan energi. Namun, di Indonesia masih banyak bangunan yang terlihat menggunakan konsep arsitektur tropis tetapi ketika dilihat dan dirasakan pengalaman di dalam tidak ada unsur konsep tersebut. Pemerintah telah menetapkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2002 tentang Bangunan Gedung untuk lebih memperhatikan akan fungsi bangunan dan dampak terhadap lingkungan.

Di Indonesia sudah mulai terlihat upaya-upaya dalam menangani dalam hal ini, Salah satunya adalah arsitek senior Indonesia Andra Matin sebagai *principal* Studio Andra Matin yang telah mendapatkan penghargaan *Aga Khan Award for Architecture* (AKAA) untuk proyek Banyuwangi International Airport. Bandara Banyuwangi ini memiliki sirkulasi udara yang sangat baik yang memberikan kenyamanan dan rasa teduh terhadap penggunaanya (Noviola, 2022).



Gambar 1. 4 Banyuwangi International Airport  
Sumber. Archdaily (2022)

Pertumbuhan pariwisata di Indonesia terjadi peningkatan, hal ini dapat dilihat dari program Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam upaya untuk meningkatkan pariwisata di Indonesia yaitu program 5 Daerah Super Prioritas (DSP), Salah satu penyebab terbentuknya program ini untuk memperluas ragam destinasi wisata lain dengan keindahan alam, yang telah diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 50 Tahun 2011 (Kemenparekraf, 2022). Lima DSP tersebar di lima provinsi di bagian barat, tengah, dan timur Indonesia. Lima DSP tersebut adalah Danau Toba di Sumatera Utara, Borobudur di Jawa Tengah, Mandalika di Nusa Tenggara Barat (NTB), Labuan Bajo di Nusa Tenggara Timur (NTT), serta Likupang di Sulawesi Utara. Kelima daerah tersebut memiliki potensi besar sebagai daya tarik wisata. Program ini menjadi potensi untuk industri arsitektur terutama dalam *hospitality industry* mengingat dukungan dari pemerintah dan pertumbuhan bisnis di sektor tersebut.

Dengan ini, PARA Studio akan ikut serta dalam mengembangkan arsitektur tropis sebagai solusi dari permasalahan bangunan terutama di daerah dengan iklim tropis. Pendekatan arsitektur tropis sebagai *value* PARA Studio berdasarkan kepedulian terhadap kenyamanan pengguna, edukasi pengaruh tata ruang dan performa bangunan terhadap perilaku pengguna dan lingkungan. Hasil dari observasi, data dan literatur dalam membentuk konsultan PARA Studio dirangkum dalam tabel berikut.

Tabel 1. 1 *Problem* dan Solusi

No	<i>Problem</i>	Solusi
1	Perancangan bangunan yang tidak mengimplementasikan pendekatan dengan lingkungan akan menyebabkan bangunan tidak ramah akan lingkungan, tidak efisien, dan memberikan <i>greenhuse effect</i>	Menciptakan konsultan arsitektur yang menerapkan arsitektur tropis serta memberikan edukasi
2	Kebutuhan bangunan <i>hospitality industry</i> di Indonesia akan terus meningkat	Memiliki target pasar <i>hospitality industry</i>

Sumber. Data Penulis (2023)

Tabel 1. 2 Tabel Peluang PARA Studio

Peluang
Desain bangunan yang ramah terhadap lingkungan dan pengguna merupakan sebuah tanggung jawab arsitek. PARA Studio memiliki peluang untuk memberikan jasa konsultasi desain arsitektur dengan pendekatan arsitektur tropis
Munculnya bidang usaha di sektor publik, komersial, residensial, dan <i>hopitality industry</i> . PARA Studio mempunyai peluang untuk memenuhi kebutuhan akan jasa konsultan arsitek di sektor tersebut

Sumber. Data Penulis (2023)

PARA Studio merupakan usaha pada bidang jasa konsultan arsitektur yang berada di Surabaya yang menerapkan pendekatan arsitektur tropis, dengan segmentasi proyek bangunan publik, komersial, residensial, dan *hospitality industry*. PARA Studio menerapkan konsep arsitektur tropis agar dapat menciptakan desain yang memberikan kenyamanan untuk pengguna dan memberikan dampak baik terhadap lingkungan. Dengan menerapkan konsep tersebut PARA Studio mampu untuk memberikan edukasi terhadap masyarakat, arsitek, dan pemerintah akan konsep arsitektur tropis.

PARA Studio sebagai konsultan arsitektur dengan kategori *Strong Idea Practice Centered*. *Strong Idea* yang berarti konsultan dengan memberikan kreatifitas, keahlian atau inovasi pada proyek yang dikerjakan (Pangestu, 2014). Inovasi dapat berupa teknologi dan tergantung dari konteks setiap proyek yang dikerjakan. *Practice Centered* yang berarti konsultan yang memiliki tujuan untuk melayani sebaik-baiknya (Pangestu, 2014). PARA Studio menghasilkan karya yang dapat menunjukkan karakteristik perusahaan dan memiliki orisinalitas serta menjadi otentik didalam industri arsitektur.

### 1.1.2. Visi

PARA Studio memiliki visi untuk menjadi konsultan arsitektur terintegrasi dan terpercaya di Indonesia untuk dikenal dengan pendalaman prinsip arsitektur tropis pada setiap karyanya.

### 1.1.3. Misi

Dengan adanya target visi yang ingin dicapai, PARA Studio melakukan misi untuk dapat mewujudkannya, yakni;

- a. Penerapan prinsip-prinsip arsitektur tropis melalui desain yang mampu merespon alami terhadap iklim, sehingga memberikan impresi dan pengalaman yang spesifik terhadap lingkungan.
- b. Menjaga sumber daya manusia untuk dapat terintegrasi dan berkembang, memberikan hasil yang terbaik dalam bekerja dan kritis dalam menghasilkan ide.
- c. Menjaga relasi dengan baik terhadap *stakeholder*.
- d. Melakukan publikasi proyek dan ekskursi ke proyek yang telah dikerjakan.
- e. Melakukan upaya untuk terus melestarikan alam Indonesia.

## 1.2. Gambaran Usaha

### 1.2.1. Identitas dan Kepemilikan Perusahaan

PARA Studio bergerak di bidang jasa konsultan arsitektur dengan fokus pada bidang publik, komersial dan residensial. PARA Studio sebagai badan usaha perseorangan atau perusahaan yang dijalankan oleh individu. Di dalam dunia bisnis, perusahaan perseorangan lebih dikenal dengan Perusahaan Dagang. Parry Fernanda Wibowo sebagai pemilik dan pemimpin konsultan arsitektur PARA Studio. Menurut Fandri Lim (2014) ciri-ciri badan usaha perseorangan yakni;

- a. Dimiliki oleh 1 orang dan modal milik sendiri
- b. Manajemen perusahaan sederhana dan dikelola oleh pemilik
- c. Modal relatif rendah dan tidak memiliki batasan modal

PARA Studio akan melakukan ekspansi pada fase kedua perusahaan dengan mengajukan bentuk usaha sebagai Perseroan Komanditer (CV). CV akan membantu perusahaan untuk mencapainya target dan lebih berkembang. Pada fase ketiga PARA Studio telah memiliki dana cukup besar sehingga dapat melakukan ekspansi untuk membentuk usaha menjadi Perseroan Terbatas (PT), dengan adanya perubahan menjadi PT perusahaan akan lebih *professional* dan memiliki perlindungan badan hukum.

PARA Studio memiliki beberapa pihak berkepentingan dalam menunjang kinerja perusahaan, terdapat dua jenis *stakeholder*, diantaranya adalah

1. *Stakeholder internal*

merupakan struktur organisasi perusahaan PARA Studio, yakni:

- a. *Founder*, merupakan pihak yang memimpin, menentukan tujuan bisnis, pemegang keputusan terhadap daripada bisnis.
- b. *Architect*, merupakan pihak berkepentingan dalam desain
- c. *Drafter*, merupakan pihak berkepentingan dalam menciptakan gambar kerja dari desain yang telah diciptakan

*Stakeholder internal* sangat berpengaruh dalam kinerja perusahaan untuk dapat menghasilkan kualitas kerja yang baik;

## 2. Stakeholder Eksternal

merupakan pihak luar yang memiliki dampak dalam kinerja perusahaan, yakni:

- a. *Investor*, merupakan pihak yang memberikan modal untuk bisnis
- b. *Artisan*, merupakan pihak yang memiliki kemampuan menciptakan produk dari desain yang telah ada
- c. *Customer*, merupakan pihak yang menggunakan produk atau jasa
- d. *Association*, merupakan pihak persatuan rekan usaha untuk memberikan sertifikasi daripada bisnis secara professional yakni, IAI
- e. Lingkungan, merupakan pihak untuk memberikan bahan-bahan mentah

### 1.2.2. Fase Usaha

PARA Studio memiliki rencana untuk dapat mengembangkan perusahaan dari tingkat sederhana hingga tingkat yang lebih besar. Terdapat 3 fase perusahaan yang akan dialami oleh PARA Studio, yakni;

- a. Fase 1 (2025-2030)

Fase pertama pemilik perusahaan akan melakukan semua tahap perancangan mulai dari tahap pembuatan konsep perancangan, perancangan atau skematik desain, *design developmet*, pembuatan gambar kerja, dan mempresentasikan kepada customer.

Pemilik memiliki tanggung jawab seluruh proses perancangan untuk memberikan kualitas yang terbaik. Pada fase ini perusahaan akan berlokasi di rumah pribadi pemilik perusahaan.

b. Fase 2 (2030-2035)

Fase kedua pemilik perusahaan tetap berperan sebagai pemimpin perusahaan dan memulai untuk merekrut karyawan sebagai *senior architect* dan *junior architect*. Pada fase ini perusahaan akan melakukan ekspansi kantor dengan melakukan sewa properti sebagai ruang kerja PARA Studio. Perusahaan telah memiliki pengalaman yang cukup dan koneksi terhadap *customer*.

c. Fase 3 (2035-dst)

Fase ketiga pemilik perusahaan berperan sebagai pemimpin dan penasihat perusahaan. Perusahaan telah dikenal akan value dan kualitas kerja. Desain yang dihasilkan telah memberikan dampak terhadap lingkungan. Pada fase ini perusahaan melakukan ekspansi dengan membeli sebuah properti sebagai ruang kerja PARA Studio dan melakukan penambahan karyawan agar perusahaan lebih terintegrasi. Perusahaan telah memiliki pengalaman banyak terhadap proyek-proyek kawasan dan luas sehingga memiliki peluang untuk ekspansi menerima *customer* dari luar negeri dengan menjaga relasi terhadap *customer* luar negeri untuk dapat bekerjasama pada kesempatan yang akan datang.

Tabel 1. 3 Fase Usaha PARA Studio

Kategori	Fase I (2025-2030)	Fase II (2030-2035)	Fase III (2035-dst)
Badan Usaha	Perseorangan	<i>Commonditaire Venootschap (CV)</i>	Perseroan Terbatas (PT)
Lokasi Usaha	Surabaya (Rumah Pribadi)	Surabaya (Sewa Properti)	Surabaya (Hak Milik Properti)
Modal	Modal pribadi dan pihak ketiga	Dana dapat dari <i>fee</i> fase I	Dana dapat dari <i>fee</i> fase II
<i>Customer Segment</i>	Publik, Komersial, Residensial dan <i>Hospitality Industry</i> Demografi : Pulau Jawa dan Bali	Publik, Komersial, Residensial dan <i>Hospitality Industry</i> Demografi : Nasional	Publik, Komersial, Residensial dan <i>Hospitality Industry</i> Demografi : Nasional dan Internasional
<i>Human Resources</i>	<i>Principal</i>	<i>Principal, Operational Manager, Finance, Senior Architect, Junior Architect</i>	<i>Principal, Operational Manager, Finance, Senior Architect, Junior Architect, 3D Artist, Drafter, Cost Estimator, Marketing, Cleaning Service, Technician.</i>
<i>Channels</i>	<i>Word of Mouth Social Media Website Portfolio</i>	<i>Word of Mouth Social Media Website Portfolio Publikasi</i>	<i>Word of Mouth Social Media Website Portfolio Publikasi</i>

Tabel 1. 3 Fase Usaha PARA Studio

Kategori	Fase I (2025-2030)	Fase II (2030-2035)	Fase III (2035-dst)
<i>Finance</i>	<p><i>Outcome:</i></p> <p>Biaaya Akomodasi</p> <p>Biaya Operasional</p> <p>Biaya</p> <p>Pembelian/Investasi Peraltan</p> <p>Biaya Pembelian</p> <p>Konten</p> <p>Biaya Marketing</p> <p>Analytics</p> <p><i>Income:</i></p> <p><i>Design Fee</i></p>	<p><i>Outcome:</i></p> <p>Biaaya Akomodasi</p> <p>Biaya Operasional</p> <p>Biaya</p> <p>Pembelian/Investasi Peraltan</p> <p>Biaya Pembelian</p> <p>Konten</p> <p>Biaya Marketing</p> <p>Analytics</p> <p>Gaji Karyawan</p> <p>Biaya Sewa Kantor</p> <p><i>Income:</i></p> <p><i>Design Fee</i></p>	<p><i>Outcome:</i></p> <p>Biaaya Akomodasi</p> <p>Biaya Operasional</p> <p>Biaya</p> <p>Pembelian/Investasi Peraltan</p> <p>Biaya Pembelian</p> <p>Konten</p> <p>Biaya Marketing</p> <p>Analytics</p> <p>Gaji Karyawan</p> <p>Biaya properti kantor</p> <p><i>Income:</i></p> <p><i>Design Fee</i></p>

Sumber. Data Penulis (2023)

### 1.2.3. Perolehan Modal

PARA Studio memperoleh modal berdasarkan fase adalah sebagai berikut:

- a. Fase I (2025-2030) : Perolehan modal dari dana pribadi dan pihak ketiga.
- b. Fase II (2030-2035) : Perolehan modal dari dana keuntungan *fee* desain pada fase sebelumnya.
- c. Fase III (2035-dst) : Perlohan modal dari dana keuntungan *fee* desaaain pada fase sebelumnya.

#### 1.2.4. Spesifikasi Layanan dan atau Produk Usaha

PARA Studio merupakan konsultan arsitektur yang menerapkan arsitektur tropis dalam proyek publik, komersial, dan residensial. Berpedoman pada standar IAI dan prinsip arsitektur tropis. PARA Studio memberikan karya desain yang memberikan dampak baik terhadap pengguna dan lingkungan. Layanan yang diberikan oleh PARA Studio kepada *customer* meliputi gambar desain, gambar kerja, rencana anggaran biaya, dan pengawasan realisasi desain di lapangan secara berkala bersama kontraktor yang bermitra dengan PARA Studio.

PARA Studio memberikan layanan dan produk sesuai dengan buku IAI “Pedoman Hubungan Kerja Antara Arsitek Dengan Pengguna Jasa” (2007), yakni;

##### 1. Tahap Konsep Rancangan

- a. Sebelum kegiatan perancangan dimulai, perlu ada kejelasan mengenai semua data dan informasi dari pengguna jasa yang terkait tentang kebutuhan dan persyaratan pembangunan agar supaya maksud dan tujuan pembangunan dapat terpenuhi dengan sempurna.
- b. Pada tahap ini arsitek melakukan persiapan perancangan yang meliputi pemeriksaan seluruh data serta informasi yang diterima, membuat analisis dan pengolahan data yang menghasilkan:
  1. Program Rancangan yang disusun arsitek berdasarkan pengolahan data primer maupun sekunder serta informasi lain

untuk mencapai batasan tujuan proyek serta kendala persyaratan/ketentuan pembangunan yang berlaku.

2. Setelah program rancangan diperiksa dan mendapat persetujuan pengguna jasa, selanjutnya digunakan sebagai dasar untuk konsep rancangan.
3. Konsep Rancangan yang merupakan dasar pemikiran dan pertimbangan-pertimbangan semua bidang terkait (baik struktur, mekanikal, elektrikal, dan atau bidang keahlian lain bila diperlukan) yang melandasi perwujudan gagasan rancangan yang menampung semua aspek, kebutuhan, tujuan, biaya, dan kendala proyek.
4. Setelah mendapatkan persetujuan dari pengguna jasa konsep ini merupakan dasar perancangan tahap selanjutnya.

## 2. Tahap Pra Rancangan / Skematik Desain

- a. Prarancangan : Pada tahap ini berdasarkan Konsep Rancangan yang paling sesuai dan dapat memenuhi persyaratan program perancangan, arsitek menyusun pola dan gubahan bentuk arsitektur yang diwujudkan dalam gambar-gambar. Sedangkan nilai fungsional dalam bentuk diagram-diagram. Aspek kualitatif lainnya serta aspek kuantitatif seperti perkiraan luas lantai, informasi penggunaan bahan, sistem konstruksi, biaya, dan waktu pelaksanaan pembangunan disajikan dalam bentuk laporan tertulis maupun gambar-gambar. Setelah diperiksa dan mendapat

persetujuan dari pengguna jasa, arsitek akan melakukan kegiatan tahap selanjutnya.

b. Sasaran tahap ini adalah untuk:

1. Membantu pengguna jasa dalam memperoleh pengertian yang tepat atas program dan konsep rancangan yang telah dirumuskan arsitek.
2. Mendapatkan pola dan gubahan bentuk rancangan yang tepat, waktu pembangunan yang paling singkat, serta biaya yang paling ekonomis.
3. Memperoleh kesesuaian pengertian yang lebih tepat atas konsep rancangan serta pengaruhnya terhadap kelayakan lingkungan.
4. Menunjukkan keselarasan dan keterpaduan konsep rancangan terhadap ketentuan Rencana Tata Kota dalam rangka perizinan.

3. Tahap Pengembangan Rancangan

a. Pada tahap Pengembangan Rancangan, arsitek bekerja atas dasar prarancangan yang telah disetujui oleh pengguna jasa untuk menentukan:

1. Sistem konstruksi dan struktur bangunan, sistem mekanikal-elektrikal, serta disiplin terkait lainnya dengan mempertimbangkan kelayakan dan kelaikannya baik terpisah maupun secara terpadu.

2. Bahan bangunan akan dijelaskan secara garis besar dengan mempertimbangkan nilai manfaat, ketersediaan bahan, konstruksi, dan nilai ekonomi.
3. Perkiraan biaya konstruksi akan disusun berdasarkan sistem bangunan, kesemuanya disajikan dalam bentuk gambar-gambar, diagram-diagram sistem, dan laporan tertulis.
4. Setelah diperiksa dan mendapat persetujuan dari pengguna jasa, hasil pengembangan rancangan ini dianggap sebagai rancangan akhir dan digunakan oleh arsitek sebagai dasar untuk memulai tahap selanjutnya.

b. Sasaran tahap ini adalah:

1. Untuk memastikan dan menguraikan ukuran serta wujud karakter bangunan secara menyeluruh, pasti, dan terpadu.
2. Untuk mematangkan konsep rancangan secara keseluruhan, terutama ditinjau dari keselarasan sistem-sistem yang terkandung di dalamnya baik dari segi kelayakan dan fungsi, estetika, waktu, dan ekonomi bangunan.

4. Tahap Pembuatan Gambar Kerja

- a. Pada tahap Pembuatan Gambar Kerja, berdasarkan hasil Pengembangan Rancangan yang telah disetujui pengguna jasa, Arsitek menerjemahkan konsep rancangan yang terkandung dalam Pengembangan Rancangan tersebut ke dalam gambar-gambar dan uraian-uraian teknis yang terinci sehingga secara tersendiri maupun

secara keseluruhan dapat menjelaskan proses pelaksanaan dan pengawasan konstruksi.

1. Arsitek menyajikan dokumen pelaksanaan dalam bentuk gambar-gambar kerja dan tulisan spesifikasi dan syarat-syarat teknik pembangunan yang jelas, lengkap dan teratur, serta perhitungan kuantitas pekerjaan dan perkiraan biaya pelaksanaan pembangunan yang jelas, tepat, dan terinci.
2. Setelah diperiksa dan mendapat persetujuan dari pengguna jasa, Gambar Kerja yang dihasilkan ini dianggap sebagai rancangan akhir dan siap digunakan untuk proses selanjutnya.

b. Sasaran tahap ini adalah:

1. Untuk memperoleh kejelasan teknik pelaksanaan konstruksi, agar supaya konsep rancangan yang tergambar dan dimaksud dalam Pengembangan Rancangan dapat diwujudkan secara fisik dengan mutu yang baik.
2. Untuk memperoleh kejelasan kuantitatif, agar supaya biaya dan waktu pelaksanaan pembangunan dapat dihitung dengan seksama dan dapat dipertanggungjawabkan.
3. Untuk melengkapi kejelasan teknis dalam bidang administrasi pelaksanaan pembangunan dan memenuhi persyaratan yuridis yang terkandung dalam dokumen pelelangan dan dokumen perjanjian/kontrak kerja konstruksi.

## 5. Tahap Proses Pengadaan Pelaksanaan Konstruksi

a. Penyiapan Dokumen Pengadaan Pelaksana Konstruksi, Pada tahap ini, arsitek mengolah hasil pembuatan Gambar Kerja ke dalam bentuk format Dokumen Pelelangan yang dilengkapi dengan tulisan Uraian Rencana Kerja dan Syarat-Syarat teknis pelaksanaan pekerjaan-(RKS) serta Rencana Anggaran Biaya (RAB) termasuk Daftar Volume (Bill of Quantity/BQ). Sehingga secara tersendiri maupun keseluruhan dapat mendukung proses:

1. Pemilihan pelaksana konstruksi
2. Penugasan pelaksana konstruksi
3. Pengawasan pelaksanaan konstruksi
4. Perhitungan besaran luas dan volume serta biaya pelaksanaan pembangunan yang jelas.

b. Pada Tahap Pelelangan arsitek membantu pengguna jasa secara menyeluruh atau secara sebagian dalam:

1. Mempersiapkan Dokumen Pelelangan;
2. Melakukan prakualifikasi seleksi pelaksana konstruksi;
3. Membagikan Dokumen Pelelangan kepada peserta/lelang;
4. Memberikan penjelasan teknis dan lingkup pekerjaan;
5. Menerima penawaran biaya dari pelaksana konstruksi;
6. Melakukan penilaian atas penawaran tersebut;
7. Memberikan nasihat dan rekomendasi pemilihan Pelaksanaan Konstruksi kepada pengguna jasa

8. Menyusun Perjanjian Kerja Konstruksi antara Pengguna Jasa dan Pelaksana Konstruksi.
- c. Sasaran tahap ini adalah : Untuk memperoleh penawaran biaya dan waktu konstruksi yang wajar dan memenuhi persyaratan teknis pelaksanaan pekerjaan sehingga Konstruksi dapat dipertanggungjawabkan dan dilaksanakan dengan baik dan benar.
6. Tahap Pengawasan Berkala
    - a. Dalam tahap ini:
      1. Arsitek melakukan peninjauan dan pengawasan secara berkala di lapangan dan mengadakan pertemuan secara teratur dengan pengguna jasa dan Pelaksana Pengawasan Terpadu atau MK yang ditunjuk oleh pengguna jasa.
      2. Dalam hal ini, arsitek tidak terlibat dalam kegiatan pengawasan harian atau menerus.
      3. Penanganan pekerjaan pengawasan berkala dilakukan paling banyak 1 (satu) kali dalam 2 (dua) minggu atau sekurang-kurangnya 1 (satu) kali dalam sebulan.
    - b. Apabila lokasi pembangunan berada di luar kota tempat kediaman arsitek, maka biaya-biaya yang dikeluarkan sehubungan dengan perjalanan arsitek ke lokasi pembangunan, wajib diganti oleh pengguna jasa sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau yang ditetapkan dan disepakati bersama sebelumnya.

c. Sasaran tahap ini adalah:

1. Untuk membantu pengguna jasa dalam merumuskan kebijaksanaan dan memberikan pertimbangan-pertimbangan untuk mendapatkan keputusan tindakan pada waktu pelaksanaan konstruksi, khususnya masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rancangan yang dibuat oleh arsitek.
2. Untuk membantu Pengawas Terpadu atau MK khususnya dalam menanggulangi masalah-masalah konstruksi yang berhubungan dengan rancangan yang dibuat oleh arsitek.
3. Untuk turut memastikan bahwa pelaksanaan konstruksi dilakukan sesuai dengan ketentuan mutu yang terkandung dalam rancangan yang dibuat oleh arsitek.

#### 1.2.5. Inovasi Usaha

Pada fase pertama PARA Studio memasarkan *value* perusahaan dengan melakukan *branding* melalui media sosial untuk menarik calon customer. PARA Studio memperkenalkan *value* perusahaan yaitu pendekatan desain arsitektur tropis.

Fase kedua dan seterusnya, PARA Studio menerapkan prinsip dan arsitektur tropis pada proyek-proyek yang akan dikerjakan. Dengan menggunakan Karakter arsitektur tropis diciptakan sebagai parameter penerapan arsitektur tropis sebagai berikut (Karyono, 2016):

1. Orientasi

Bangunan yang memperhatikan orientasi agar bangunan tidak terkena radiasi dan sinar matahari terlalu banyak menerpa dinding.

2. Isolasi

Bangunan memerlukan pembatasan terhadap panas, hujan dan partikel yang dibawa angin.

3. *Shading*

Pembayangan dibentuk sebagai strategi untuk mengurangi sinar matahari langsung pada bangunan.

4. *High Cross Ventilation*

Pengarahaan aliran udara baik didalam maupun diluar bangunan untuk dapat menciptakan kelembapan udara pada bangunan.

5. Pemanfaatan Tanaman

Tanaman memiliki fungsi sebagai *barrier* (penghalang), pemecah angin, pengarah angin, dan menghambat debu

6. Roof Ventilation

Radiasi matahari yang diterima atap bangunan dapat dinetralisir dengan adanya ventilasi atap

7. Material Bangunan

Material bangunan berpengaruh pada kondisi termal dalam bangunan. Spesifikasi material sangat berpengaruh terhadap pertukaran bahang terhadap lingkungan sekitar bangunan.

### 1.3. Analisa Lingkungan Bisnis

#### 1.3.1. Analisa Industri/ *Industry Forces*

##### 1.3.1.1. *Suppliers and Other Value Chain Actors*

PARA Studio yang memiliki *value* pendekatan konsep arsitektur tropis memiliki *supplier* sangat berpengaruh dalam proses implementasi desain. Pada fase pertama, kedudukan PARA Studio berada lebih rendah terhadap *supplier* karena perusahaan bergantung penuh kepada *supplier* material untuk memenuhi kebutuhan.

Pada fase kedua, kedudukan PARA Studio berada sejajar dengan *supplier* karena perusahaan diharapkan telah memiliki koneksi dengan *supplier* untuk memenuhi kebutuhan proyek. *Supplier* yang diutamakan mempunyai atau memproduksi material yang bersal dari alam.

Pada fase ketiga dan seterusnya. Kedudukan PARA Studio lebih tinggi dari *supplier* karena perusahaan diharapkan telah memiliki koneksi dengan *supplier* yang memproduksi langsung dari alam. *Supplier* yang diutamakan telah memiliki izin untuk melakukan eksploitasi alam dari pemerintah. Terdapat beberapa *supplier* yang dapat membantu PARA Studio dalam mengimplementasikan arsitektur tropis yaitu:

Tabel 1. 4 *Supplier* Material

Daerah	Jenis Material
Papua, Kalimantan Tengah, Kalimantan Timur, Kalimantan Barat, Sulawesi Tengah, Riau	Kayu
Jawa Barat, Sulawesi, Kalimantan, Aceh	Rotan

Jawa Barat, Jawa Tengah, Lampung, Sumatera Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, Aceh	Batu Alam
---	-----------

Sumber. Data Penulis (2023)

### 1.3.1.2. Stakeholder

PARA Studio yang memiliki value pendekatan arsitektur tropis memiliki *Stakeholder* sangat berpengaruh dalam proses implementasi desain:

#### a. *Supplier*

*Supplier* sebagai pihak yang penting dalam menyediakan dan mendukung proses implemetasi desain yang direncanakan. Ketergantungan perusahaan akan *supplier* sangat penting karena daya tawar *supplier* yang kuat mengakibatkan pemasok untuk menjual bahan baku dengan harga yang tinggi ataupun menjual bahan baku dengan kualitas yang lebih rendah kepada pembeli (Pratama, 2020). Sehingga perusahaan memerlukan pemasok yang memberikan sisi kualitas dan harga yang baik.

#### b. *Customer*

*Customer* sebagai pihak yang menggunakan jasa. Pembeli memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan penawaran, semakin tinggi daya tawar *customer* dalam menuntut harga yang lebih rendah ataupun kualitas produk yang lebih tinggi, semakin rendah keuntungan yang akan didapatkan oleh perusahaan (Pratama, 2020). *Customer* memiliki pilihan dalam menentukan konsultan arsitek,

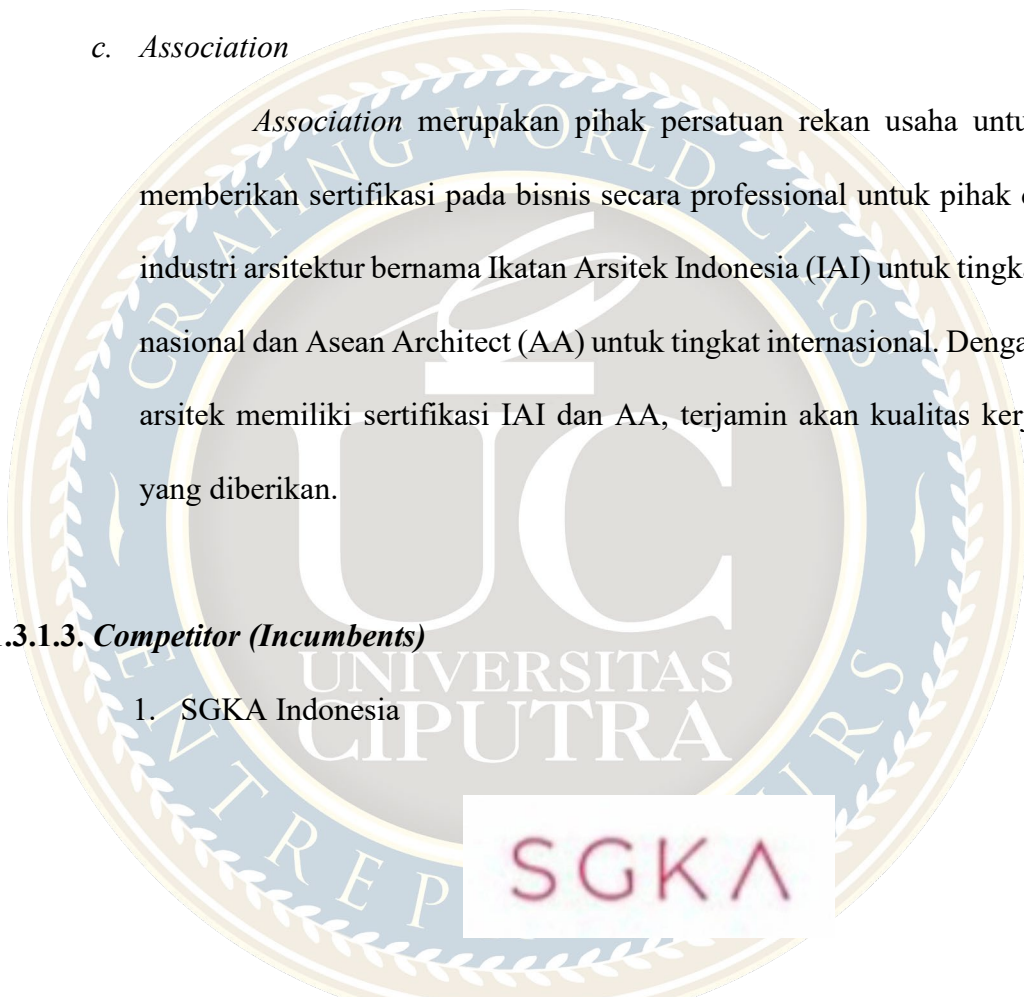
dengan adanya media sosial hingga *word of mouth*. Namun, *customer* akan tetap memilih jasa yang terbaik dengan harga ekonomis. Dengan adanya kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang terbaik maka *customer* merasa puas dan akan menggunakan jasa itu kembali.

c. *Association*

*Association* merupakan pihak persatuan rekan usaha untuk memberikan sertifikasi pada bisnis secara professional untuk pihak di industri arsitektur bernama Ikatan Arsitek Indonesia (IAI) untuk tingkat nasional dan Asean Architect (AA) untuk tingkat internasional. Dengan arsitek memiliki sertifikasi IAI dan AA, terjamin akan kualitas kerja yang diberikan.

1.3.1.3. *Competitor (Incumbents)*

1. SGKA Indonesia



Gambar 1. 5 Logo SGKA Indonesia  
Sumber. SGKA Indonesia (2023)

SGKA Indonesia sebagai konsultan arsitek yang didirikan oleh Ida Bagus Wisnu Wardhana didirikan pada tahun 2022 dan berlokasi di Bali.

Tabel 1. 5 Kekuatan dan Kelemahan BMC SGKA Indonesia

	Kekuatan	Kelemahan
<i>Customer Segments</i>	Perusahaan memiliki segmentasi menengah kebawah dan sedang berupaya untuk masuk ke segmen menengah keatas	Pelanggan masih belum mengenal SGKA Indonesia
<i>Value Proposition</i>	Menerapkan arsitektur tropis modern	Perusahaan masih baru sehingga <i>value proposition</i> belum memberikan dampak yang kuat
<i>Channels</i>	Perusahaan memiliki <i>channel</i> untuk menjangkau calon <i>customer</i> lebih luas.	
<i>Customer Relationship</i>	Perusahaan dapat memanfaatkan <i>channel</i> untuk mendapatkan <i>customer</i> secara terus menerus	
<i>Revenue Stream</i>	Pendapatan perusahaan berasal dari <i>fee</i> desain arsitektur	
<i>Key Resources</i>	Perusahaan memiliki <i>human resources</i>	

Tabel 1. 5 Kekuatan dan Kelemahan BMC SGKA Indonesia

	Kekuatan	Kelemahan
	(arsitek dan drafter), <i>tools</i> (komptuer operasional) dan rumah pribadi sebagai kantor	
<i>Key Activities</i>	Perusahaan mampu menyelesaikan proses perancangan desain dengan cepat.	Perusahaan belum memaksimalkan kegiatan <i>digital marketing</i>
<i>Key Partnership</i>	Perusahaan memiliki hubungan baik dan kerjasama strategis dengan <i>suppliers</i>	Perusahaan belum memiliki <i>suppliers</i> yang banyak karena belum memiliki banyak pengalaman
<i>Cost Structure</i>	Harga jual jasa sangat baik, mendapatkan keuntungan	

Sumber. SGKA Indonesia (2022)

2. PT. Architectaria Media Cipta



Gambar 1. 6 Logo PT. Architectaria Media Cipta  
Sumber. Architectaria.com (2023)

PT. Architectaria Media Cipta sebagai konsultan arsitektur interior didirikan pada tahun 2006.

Tabel 1. 6 Kekuatan dan Kelemahan BMC PT. Architectaria Media Cipta

	Kekuatan	Kelemahan
<i>Customer Segments</i>	Perusahaan memiliki saluran komunikasi untuk menjangkau <i>customer</i> yang sesuai dengan segmen.	Pelanggan sering melakukan <i>price pitching</i>
<i>Value Proposition</i>	Terdapat hubungan yang kuat dengan produk dan layanan.	Perusahaan termasuk baru, sehingga proporsi nilai belum bisa memberikan dampak yang kuat
<i>Channels</i>	Perusahaan memiliki saluran komunikasi untuk menjangkau <i>customer</i> yang sesuai dengan segmen.	<i>Channels</i> belum mampu menjangkau <i>customer</i> baru atau mempertahankan <i>customer</i> lama
<i>Customer Relationship</i>	Perusahaan mampu memanfaatkan komunikasi untuk mendapatkan <i>customer</i> secara terus-menerus.	Perusahaan belum memanfaatkan <i>database customer</i> untuk memaksimalkan penjualan produk
<i>Revenue Stream</i>	Arus pendapatan pada model bisnis perusahaan terdiversikasi dengan	Produk layanan jasa dan produk dibuat secara custom

Tabel 1. 6 Kekuatan dan Kelemahan BMC PT. Architectaria Media Cipta

	Kekuatan	Kelemahan
	baik, atas beberapa sumber : jasa desain arsitektur, interior, kontraktor, sipil/arsitektur, dan kontraktor interior.	sehingga jumlah terbatas dan harga relatif mahal
<i>Key Resources</i>	Perusahaan memiliki <i>human resource</i> (arsitek, desainer interior, <i>3d artist, engineer</i> , dll) tools ( mesin produksi dan mesin operaional), dan aset (gudang, workshop).	Belum memiliki <i>showroom</i> yang terintegrasi dengan <i>workshop</i> untuk menunjukkan hasil produksi untuk meyakinkan calon <i>customer</i>
<i>Key Activities</i>	Perusahaan mampu melaksanakan proses desain dengan cepat, dalam hal non-teknis, kegiatan operasional kantor, <i>workshop/pabrik</i> sesuai dengan rencana kegiatan yang telah direncanakan tiap divisi.	Perusahaan belum memaksimalkan kegiatan marketing secara online
<i>Key Partnership</i>	Perusahaan menjalin hubungan baik dan kerja	Bekerjasama dengan beberapa mitra dalam

Tabel 1. 6 Kekuatan dan Kelemahan BMC PT. Architectaria Media Cipta

	Kekuatan	Kelemahan
	sama strategis dengan mitra-mitra utama.	proyek akan meningkatkan struktur biaya sehingga prosuk yang dihasilkan akan lebih mahal
<i>Cost Structure</i>	Harga jual produk, layanan dapat diprediksi dengan baik. Perusahaan mendapatkan keuntungan dari skala ekonomi	Kurang efisien dalam penggunaan biaya pada proyek konstruksi, desain interior, dan produk furniture

Sumber. (Amirullah *et al.*, 2022)

### 3. Studio Andramatin



andramatin

Gambar 1. 7 Logo Studio Andramatin

Sumber. Andramatin.com (2023)

Studio Andramatin sebagai konsultan arsitek didirikan oleh

Isandra Matin Ahmad pada tahun 1998.

Tabel 1. 7 Kekuatan dan Kelemahan BMC Studio Andramatin

	Kekuatan	Kelemahan
<i>Customer Segments</i>	Memiliki segmentasi untuk menengah keatas dengan proyek luas dan kawasan	

Tabel 1. 7 Kekuatan dan Kelemahan BMC Studio Andramatin

	Kekuatan	Kelemahan
<i>Value Proposition</i>	Menerapkan desain kontemporer dengan kepekaan terhadap lingkungan	Beberapa perancangan desain lebih mengutamakan estetika daripada fungsi
<i>Channels</i>	<p>a. Perusahaan telah melakukan publikasi buku dengan judul Prihal: Arsitektur Andramatin yang dipublikasi oleh .apublication</p> <p>b. <i>Awareness</i>, perusahaan memanfaatkan media sosial dan <i>website</i> untuk publikasi karya</p>	
<i>Customer Relationship</i>	<i>Personal assistance</i> , pemilik perusahaan ikut turun tangan, berkomunikasi secara langsung dengan <i>customer</i>	
<i>Revenue Stream</i>	Pendapatan perusahaan dari <i>fee</i> desain	
<i>Key Resources</i>	<i>Human resources, software and hardware tools</i>	
<i>Key Activities</i>	<i>Production</i> , menghasilkan perancangan desain	
<i>Key Partnership</i>	a. Perusahaan memiliki <i>supplier</i> yang banyak	

Tabel 1. 7 Kekuatan dan Kelemahan BMC Studio Andramatin

	Kekuatan	Kelemahan
	<p>sehingga kedudukan perusahaan terhadap <i>supplier</i> berada diatas karena telah memiliki banyak pengalaman</p> <p>b. Pemilik perusahaan merupakan anggota Ikatan Arsitek Indonesia (IAI), sehingga kualitas hasil pekerjaan perusahaan sudah tidak diragukan lagi</p>	
<i>Cost Structure</i>	Perusahaan memiliki struktur biaya yang tertata sehingga pengeluaran operasional dan gaji karyawan berjalan dengan baik	

Sumber. Andramatin.com (2022)

4. Popo Danes Architect



Gambar 1. 8 Logo Popo Danes Architect  
 Sumber. Popo Danes Architect (2023)

PT. Popo Danes Architect didirikan oleh Ir. Nyoman Popo Priyatna Danes pada tahun 1993 yang berlokasi di Bali. Popo Danes

memiliki reputasi akan karya arsitektur kontemporer Bali terutama fokus pada proyek fasilitas pariwisata dengan menerapkan arsitektur tropis dan budaya lokal serta isu-isu lingkungan.

Tabel 1. 8 Kekuatan dan Kelemahan BMC Popo Danes Architect

	Kekuatan	Kelemahan
<i>Customer Segments</i>	Perusahaan memiliki segmen proyek kelas atas dengan proyek luas dan kawasan	
<i>Value Proposition</i>	<p>a. Perusahaan menawarkan desain yang dapat menciptakan keharmonisan antara bangunan dan alam serta mempertahankan kearifan lokal di kawasan tropis</p> <p>b. Desain yang ditawarkan kepada klien dengan kepedulian pada aspek ekologis, serta pengolahan spasial yang menyesuaikan dengan konteks sekitarnya.</p> <p>c. Perusahaan membantu untuk</p>	<p>a. Perusahaan belum dapat memaksimalkan penggunaan <i>software</i> sebagai pendukung dalam proses perancangan. Hal ini dapat dikatakan perusahaan masih menggunakan <i>software</i> dasar dalam proses perancangan.</p> <p>b. Perusahaan memiliki target segmen pasar klien untuk kalangan keatas, sehingga untuk saat ini perusahaan tidak</p>

Tabel 1. 8 Kekuatan dan Kelemahan BMC Popo Danes Architect

	Kekuatan	Kelemahan
	<p>dapat memenuhi kebutuhan klien agar desain dapat tercapai.</p> <p>d. Perusahaan memberikan produk desain kepada klien setiap progress berdasarkan standar operasional perusahaan.</p> <p>e. Perusahaan menerima klien dari dalam negeri maupun luar negeri</p>	<p>menangani proyek yang cukup banyak.</p>
<i>Channels</i>	<p>a. Perusahaan telah melakukan publikasi 3 buku, yaitu Arsitektur Sinkretik Popo Danes, <i>New Regionalism in Bali Architecture</i> by Popo Danes publikasi oleh IMAJI, dan <i>Popo Danes Bali Inspired Architecture For The Tropical World</i> publikasi oleh Rizzoli.</p>	<p>a. Perusahaan belum dapat memaksimalkan <i>awareness</i> terhadap calon <i>customer</i> dikarenakan perusahaan hanya mengandalkan melalui <i>website</i> dan <i>word of mouth</i> untuk dapat approach terhadap calon <i>customer</i>.</p> <p>b. Perusahaan belum dapat</p>

Tabel 1. 8 Kekuatan dan Kelemahan BMC Popo Danes Architect

	Kekuatan	Kelemahan
	<p>b. Perusahaan memiliki sejarah yang sangat baik terhadap customer dan calon customer melalui word of mouth. Hal ini sebagai salah satu faktor perusahaan memiliki proyek untuk customer untuk kalangan menengah keatas.</p> <p>c. Perusahaan memiliki website sebagai platform untuk dapat publikasi karya-karya yang telah dikerjakan maupun sedang dikerjakan. Dalam website tertera terkait informasi kontak perusahaan untuk calon customer untuk dapat approach kepada perusahaan.</p>	<p>memaksimalkan website perusahaan, sehingga terdapat beberapa proyek yang telah jadi dan proyek sedang berjalan tidak terupdate di wesbite perusahaan.</p> <p>c. Perusahaan tidak menggunakan platform social media untuk publikasi karya perusahaan. Hal ini mempersulit calon customer dan masyarakat untuk dapat melihat perkembangan proyek-proyek yang dikerjakan oleh perusahaan.</p>
<i>Customer Relationship</i>	<p>a. <i>Collaborative Work</i>, perusahaan sering melakukan kolaborasi dengan arsitek-arsitek</p>	<p><i>Awareness</i>, perusahaan belum dapat memaksimalkan platform seperti media</p>

Tabel 1. 8 Kekuatan dan Kelemahan BMC Popo Danes Architect

	Kekuatan	Kelemahan
	<p>di Indonesia maupun luar negeri. Perusahaan tidak hanya melakukan kolaborasi dengan arsitek, kontraktor, dan klien melainkan perusahaan sangat terbuka untuk berkolaborasi dengan pemerintah, seniman, publikator dan vendor. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk dapat memperluas pengetahuana, pengalaman dan networking untuk hubungan kerja dalam jangka panjang.</p> <p>b. <i>Long Term Relationship</i>, perusahaan berupaya untuk dapat mempertahankan hubungan dengan customer secara professional. Hal ini</p>	<p>sosial yang dapat memperluas koneksi dengan para calon klien dan masyarakat, agar mengetahui proyek-proyek yang telah diselesaikan maupun sedang dalam pembangunan.</p>

Tabel 1. 8 Kekuatan dan Kelemahan BMC Popo Danes Architect

	Kekuatan	Kelemahan
	<p>memberikan dampak baik terhadap perusahaan untuk menciptakan hubungan jangka panjang ketika customer ingin menggunakan kembali jasa perusahaan.</p> <p>c. <i>Project Visit</i>, perusahaan melakukan kunjungan-kunjungan ke proyek yang telah dikerjakan untuk tetap menjaga hubungan baik dengan customer.</p> <p>d. <i>Aftersales</i>, perusahaan memberikan bantuan maintenance terhadap proyek-proyek yang telah dikerjakan. Perusahaan akan memberikan rekomendasi kontraktor atau</p>	

Tabel 1. 8 Kekuatan dan Kelemahan BMC Popo Danes Architect

	Kekuatan	Kelemahan
	vendor untuk melakukan maintenance tersebut	
<i>Revenue Stream</i>	Pendapatan perusahaan berasal dari <i>fee</i> desain dan café yang berada di kantor	
<i>Key Resources</i>	Perusahaan memiliki <i>human resource</i> yang handal dibidangnya dan didukung dengan peralatan-peralatan dalam proses perancangan desain	<p>a. Perusahaan tidak ada pembaruan dalam <i>software and hardware tools</i>, sehingga proses perancangan desain agak terbatas</p> <p>b. Keluar masuknya <i>staff</i></p>
<i>Key Activities</i>	Perusahaan mampu menyelesaikan perancangan desain dengan cepat	
<i>Key Partnership</i>	a. Perusahaan memiliki <i>supplier</i> yang banyak sehingga kedudukan perusahaan terhadap <i>supplier</i> berada diatas karena telah memiliki banyak pengalaman	

Tabel 1. 8 Kekuatan dan Kelemahan BMC Popo Danes Architect

	Kekuatan	Kelemahan
	b. Pemilik perusahaan merupakan anggota senior Ikatan Arsitek Indonesia (IAI), sehingga kualitas hasil pekerjaan perusahaan sudah tidak diragukan lagi	
<i>Cost Structure</i>	Perusahaan memiliki struktur biaya yang tertata sehingga pengeluaran operasional dan gaji karyawan berjalan dengan baik	

Sumber. Popo Danes (2022)

5. PT. Airmas Asri



Gambar 1. 9 Logo PT. Airmas Asri

Sumber. Airmas Asri (2023)

PT. Airmas Asri didirikan oleh tiga arsitek, salah satunya yaitu Jusuf Setiadi pada tahun 1988 yang berlokasi di Jakarta. PT. Airmas Asri sebagai salah satu perusahaan konsultan arsitek

terkenal di Indonesia, dengan kemampuan menyediakan pelayanan internasional.

Tabel 1. 9 Kekuatan dan Kelemahan BMC PT. Airmas Asri

	Kekuatan	Kelemahan
<i>Customer Segments</i>	Segmentasi untuk menengah keatas, terutama proyek di bidang <i>Architecture, Urban and master planning, Interior, dan Landscape</i>	
<i>Value Proposition</i>	<p>a. Perusahaan mampu menyediakan pelayanan perancangan desain dalam berbagai tipologi</p> <p>b. Filosofi perusahaan adalah bahwa tidak hanya menciptakan desain bangunan yang indah, melainkan menciptakan lingkungan fisik yang memberi nilai tambah terhadap klien, meningkatkan kualitas hidup pengguna dan menjaga lingkungan dengan menerapkan desain yang berkelanjutan dari tahap awal hingga selesai (Ruhendar, 2016).</p>	
<i>Channels</i>	<p>a. Perusahaan telah melakukan publikasi buku, yaitu <i>Monograph of Airmas Asri</i> publikasi oleh Imelda Akmal</p> <p>b. Perusahaan memiliki website dan media sosial sebagai platform untuk dapat publikasi karya-</p>	

Tabel 1. 9 Kekuatan dan Kelemahan BMC PT. Airmas Asri

	Kekuatan	Kelemahan
	karya yang telah dikerjakan maupun sedang dikerjakan.	
<i>Customer Relationship</i>	Perusahaan bekerja sama dengan klien untuk mendapatkan informasi mengenai kebutuhan, keinginan, anggaran, lingkungan dan visi klien.	
<i>Revenue Stream</i>	Pendapatan perusahaan berasal dari <i>fee</i> desain	
<i>Key Resources</i>	<p>a. Perusahaan dipimpin oleh presiden direktur dan divisi yang terdiri dari sepuluh divisi dan divisi <i>support</i> dan umum, dan masing-masing divisi dipegang oleh direktur</p> <p>b. Fasilitas yang disediakan di perusahaan yaitu studio, ruang rapat, ruang bahan dan material, ruang plotter, ruang server, <i>pantry</i> dan ruang makan, dan fasilitas kebugaran fisik</p>	
<i>Key Activities</i>	<p>Perusahaan menyelesaikan perancangan desain dengan terstruktur. Tahap pengerjaan perancangan desain oleh Airmas Asri sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Konsep Desain</li> <li>Desain Skematik</li> <li>Pengembangan desain</li> </ol>	

Tabel 1. 9 Kekuatan dan Kelemahan BMC PT. Airmas Asri

	Kekuatan	Kelemahan
	d. Gambar kerja	
<i>Key Partnership</i>	Airmas Asri melakukan kerja sama dengan beberapa konsultan lain dari DP Architects Singapore, Urbane, dan PSUD sebagai pendamping dalam beberapa proyek (Ruhendar, 2016).	
<i>Cost Structure</i>	Perusahaan memiliki struktur biaya yang tertata sehingga pengeluaran operasional dan gaji karyawan berjalan dengan baik	

Sumber. (Ruhendar, 2016)

#### 1.3.1.4. *New Entrants (Insurgents)*

Seiring dengan bertambahnya waktu, jumlah lulusan sarjana terus meningkat. Hal ini berdampak kepada industri arsitektur, menjadi sebuah tantangan untuk sesama *start up* konsultan arsitek untuk bisa bersaing dalam pasar arsitektur.

Pada fase pertama kedudukan PARA Studio berada sejajar dengan *new entrants* karena memiliki kesamaan sebagai *start up* dan belum memiliki pengalaman yang banyak. PARA Studio akan fokus untuk meninggikan kedudukan dengan mengembangkan *channel* untuk dapat menjangkau calon *customer* dan memperkuat *key resources* agar perusahaan dapat melakukan perancangan dengan maksimal.

### 1.3.1.5. *Substitute Products and Services*

Substitusi produk dan jasa merupakan suatu hal yang dapat menggantikan hal yang sejenis tidak harus menggunakan produk dan jasa yang sama dengan produk dan jasa tersebut. Dalam arsitektur substitusi mengarah pada teknologi yang berkembang untuk membantu perancangan desain jasa konsultan arsitektur. Dalam arsitektur tetap memerlukan desainer karena arsitek memiliki kreativitas dan intuisi dalam melakukan desain. Kekhawatiran akan substitusi didukung dengan adanya perkembangan dan kebaruan produk seperti;

#### 1. Majalah, Buku, Artikel Arsitektur

Dengan adanya majalah, buku, artikel tentang arsitektur akan membuat masyarakat merasa untuk tidak perlu menggunakan jasa konsultan arsitek, karena sudah memiliki inspirasi atau gambaran desain yang ingin digunakan. Menanggapi adanya produk substitusi ini, PARA Studio menyediakan layanan *observation and deep research* untuk dapat memahami kebutuhan, permasalahan, keinginan dan memberikan solusi dalam setiap proses perancangan yang didukung dengan adanya penerapan arsitektur tropis. Hal ini secara tidak langsung memberikan edukasi kepada klien keuntungan menggunakan konsultan arsitektur memudahkan proses perancangan, pembangunan proyek hingga efisiensi anggaran yang dikeluarkan.

#### 2. *Internet*

Dengan adanya internet informasi didapatkan dengan cepat dan mudah, terutama dalam hal mencari inspirasi desain yang tidak dibatasi oleh pihak siapapun. Namun, dengan adanya internet akan membuat masyarakat merasa tidak membutuhkan pihak arsitek dan masyarakat akan langsung menuju kontraktor untuk melakukan eksekusi. PARA Studio mengatasi masalah ini dengan menyediakan layanan *observation and deep research* untuk memahami kebutuhan,

permasalahan, keinginan dan memberikan solusi dalam setiap proses perancangan.

Berdasarkan penjabaran di atas mengenai substitusi dapat disimpulkan bahwa PARA Studio pada fase pertama hingga ketiga dan seterusnya akan berada di posisi lebih tinggi dari produk substitusi. Hal ini disebabkan karena PARA Studio memiliki layanan yang fokus terhadap kebutuhan, permasalahan, keinginan dan memberikan solusi yang tidak diberikan oleh produk substitusi.

### **1.3.2. Market Forces**

#### **1.3.2.1. Market Issues**

Bangunan yang menerapkan konsep cerdas dan hijau akan mendekati 20-25% di seluruh pasar bangunan Indonesia pada tahun 2025 (Kunjana, 2018). Hal ini disebabkan adanya lonjakan pertumbuhan populasi . Indonesia memerlukan solusi konstruksi bangunan yang hemat energi, memiliki dampak baik terhadap lingkungan dan biaya operasional yang hemat untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Upaya yang dilakukan ini sebagai langkah dalam mengatasi adanya *global warming*, *greenhpuse effect*, dan polusi.

Seorang arsitek harus memiliki karakter yang responsif dan mudah beradaptasi terhadap era 4.0, begitu pula dengan bangunan harus memiliki karakter desain yang efektif dan efisien. Arsitek Danny Wicaksono mengatakan tantangan terbesar di industri arsitektur saat ini adalah orisinalitas atau menjadi otentik, sebab dengan informasi yang sangat

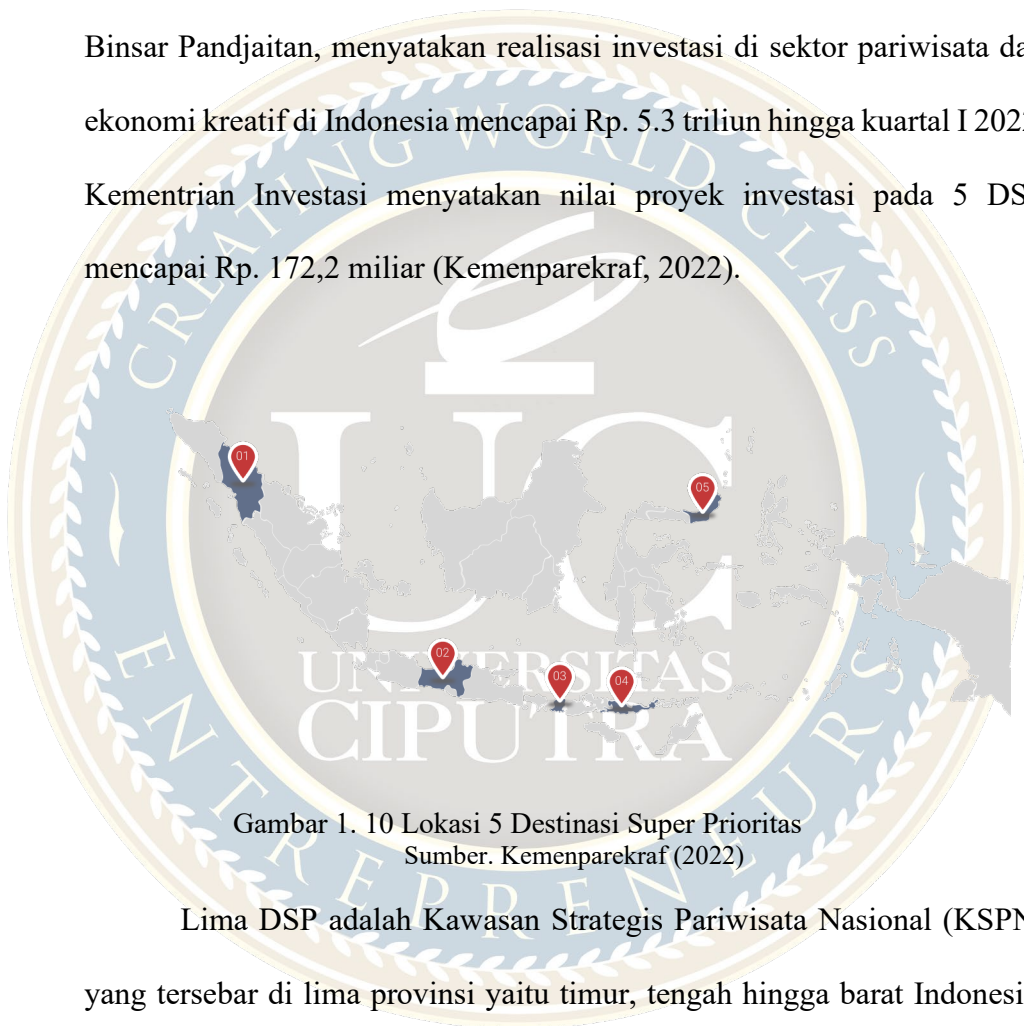
mudah didapatkan dengan mudah untuk melakukan duplikasi milik karya orang lain dengan mudah (Nabila, 2020).

Berkaitan dengan media sosial dan internet yang sebagai sarana bertukar informasi sangat cepat, jumlah pengguna media sosial akan terus bertambah bersamaan dengan perkembangan teknologi. Media sosial sebagai wadah informasi bisa dimanfaatkan sebagai alat dalam melakukan *branding* atau *brand awareness* perusahaan. *Digital marketing* merupakan sebuah teknik pemasaran produk dan jasa melalui website, media sosial, *email marketing*, *video marketing*, dll (Rachmadi, 2020). Dengan mengoptimalkan *digital marketing* perusahaan akan dapat menjangkau calon customer lebih luas, dengan adanya digital marketing membantu perusahaan lebih dikenal dan menjadi sarana evaluasi dari customer.

#### **1.3.2.2. Market Segments**

Kabar baik dari sektor pariwisata membantu perekonomian nasional tumbuh, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik menyebutkan bahwa ekonomi Indonesia di tahun 2022 mengalami pertumbuhan sebesar 5,01% , dipadankan dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2020 hanya sebesar 2,97% (Kemenparekraf, 2022). Pertumbuhan pariwisata Indonesia diperkuat dengan peringkat pariwisata Indonesia naik dari urutan ke 44 menjadi ke 32 dalam kurun waktu hanya 18 bulan di tahun 2022 (Sutrisno, 2022), dengan terjadi kenaikan peringkat ini akan berdampak pada citra pariwisata Indonesia dan memacu para investor untuk membuka

peluang usaha dan lapangan kerja. Hal ini terbukti dengan data yang diberikan Kemenparekraf di tahun 2022 telah melampaui target, sehingga di tahun 2023 memiliki target untuk mendatangkan 3,5 juta hingga 7,4 juta wisman ke Indonesia dan 1,2 miliar hingga 1,4 miliar wisatawan nusantara (Kemenparekraf, 2022). Menko Bidang Kemaritiman dan Investasi, Luhut Binsar Pandjaitan, menyatakan realisasi investasi di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia mencapai Rp. 5.3 triliun hingga kuartal I 2022. Kementrian Investasi menyatakan nilai proyek investasi pada 5 DSP mencapai Rp. 172,2 miliar (Kemenparekraf, 2022).



Gambar 1. 10 Lokasi 5 Destinasi Super Prioritas  
Sumber. Kemenparekraf (2022)

Lima DSP adalah Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) yang tersebar di lima provinsi yaitu timur, tengah hingga barat Indonesia. Kelima daerah tersebut memiliki potensi yang tinggi namun perlu adanya pengembangan. Pariwisata mampu menjadi penggerak ekonomi Indonesia, pemerintah telah menetapkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 50 Tahun 2011 (Kemenparekraf, 2022). Peraturan ini sebagai dasar untuk

pembangunan untuk mewujudkan pariwisata yang memiliki kualitas dan kuantitas yang baik di Lima DSP tersebut.

Laju pertumbuhan industri *real estate* (properti) hingga kuartal 3 tahun 2022 mengalami pertumbuhan sebesar 2,17 persen (Dataindustri, 2022). Kinerja pertumbuhan positif melanjutkan dari kinerja tahun sebelumnya yang mengalami pertumbuhan positif. Pertumbuhan ini merupakan salah satu dampak positif pemulihan ekonomi akibat dari kontraksi dengan terjadinya pandemi COVID-19 pada tahun 2019. Pertumbuhan sektor properti mendapat dukungan dari pemerintah, yang memiliki prioritas untuk mempercepat penyelesaian infrastruktur prioritas nasional terutama dalam pembangunan jalan, pemukiman dan perumahan, hingga peraturan atau regulasi yang membantu melancarkan bisnis sektor industri properti di Indonesia. Dengan adanya angka pertumbuhan di sektor industri *real estate* (properti) menandakan adanya peningkatan kebutuhan akan tempat tinggal, sehingga keadaan ini akan memberikan kesempatan investor untuk menanamkan modal pada sektor properti.

Selain pariwisata, pemerintah melakukan upaya dalam membangun ekonomi melalui pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran yang sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlah mencapai 99% dari seluruh unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB mencapai 60.5% serta penyerapan tenaga kerja adalah 96.9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional

(Kemenko Perekonomian, 2022). Pemerintah memberi dukungan terhadap perkembangan UMKM sebagai *critical engine* perekonomian nasional.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan mengenai segmentasi pasar yang potensial untuk PARA Studio memiliki segmentasi dalam menjalankan bisnis, *Business to Business* (komersial, publik, *hospitality industry*) dan *Business to Client (residensial)*. Untuk segmentasi geografi terbagi menjadi dua wilayah yang memiliki pertumbuhan ekonomi dan pariwisata yang meningkat dan cepat. Segmentasi untuk pariwisata akan berpotensi untuk wilayah lima DSP. Segmentasi kota-kota besar dengan memiliki pertumbuhan ekonomi yang pesat memiliki potensi untuk proyek komersial.

### **1.3.2.3. Needs and Demands**

Desain arsitektur sangat mempengaruhi untuk pengguna dan lingkungan, tidak hanya memberikan fasilitas dan daya tarik tetapi desain harus dapat memberikan dampak baik terhadap lingkungan. PARA Studio sebagai salah satu konsultan arsitektur hadir untuk memenuhi permintaan itu.

Melalui *Outlook Pariwisata 2021-2022* Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Pandemi COVID-19 memberikan dampak positif terhadap sub-sektor arsitektur terkait adanya perubahan tren dan gaya baru untuk menyesuaikan kebiasaan baru di masa pandemi. Bukti dampak positif terlihat pada laju pertumbuhan subsektor arsitektur tahun 2021 naik pesat di

angka 7,23%, yang sebelumnya pada tahun 2020 terjadi penurunan atau kontraksi di angka 5,20% (Kemenparekraf, 2022).

Setelah melalui masa pandemi COVID-19 pada tahun 2020, menjadi momentum untuk pertumbuhan pasar konstruksi, seperti yang terungkap pada acara BCI Indonesia Construction Market Outlook 2022 menandakan adanya pertumbuhan positif dibanding tahun 2021, nilai konstruksi untuk proyek gedung mencapai Rp 157,46 triliun didorong dengan pertumbuhan sektor perumahan dan industri, begitu pula untuk tren kategori hotel, ritel dan perkantoran (ANTARA, 2022). Momentum positif ini terjadi dampak dari keberhasilan program vaksin yang mempermudah mobilitas masyarakat .

Arsitek Cosmas D. Ghozali dalam interview dengan media Hypeabis.id mengatakan bahwa setelah 2022 konsep dengan pendekatan *green architecture* dan penggunaan material lokal menjadi salah satu desain yang akan diminati oleh masyarakat (Ginanjari, 2023). Hal ini, pada tahun 2023 diprediksi akan lebih banyak desain yang menggunakan konsep desain-desain simpel yang mudah dirawat oleh penghuni atau pengguna (Ginanjari, 2023).

Dengan adanya permintaan yang tinggi akan sangat berdampak ke konsultan arsitek untuk mendapatkan customer yang ingin memiliki hunian, tempat bisnis, dan ruang publik yang ingin di desain secara professional. Sebagai salah satu konsultan arsitektur, PARA Studio hadir untuk dapat memenuhi permintaan tersebut.

#### 1.3.2.4. *Switching Cost*

Arsitektur sebagai salah satu subsektor Ekonomi Kreatif Indonesia memberikan kontribusi sebesar 2.6% dalam pertumbuhan PDB ekonomi kreatif di tahun 2021. Jumlah pekerja di bidang subsektor arsitektur di tahun 2021 sebanyak 59.674 orang. (Kemenparekraf, 2022).

PARA Studio menerapkan strategi marketing 3.0 yang memiliki visi, misi dan nilai-nilai yang dapat memberikan kontribusi kepada dunia dan memberikan solusi yang terbaik kepada *customer*. *Value* perusahaan sebagai kunci dalam *branding* perusahaan untuk dapat menarik calon *customer*, dan sebagai bentuk komunikasi antara perusahaan dan calon *customer*. Stakeholder internal perusahaan sangat berperan dalam melakukan *branding* melalui *social media marketing* dan *word of mouth*.

PARA Studio menerapkan arsitektur tropis sebagai *value proposition*. Dengan memiliki *value* tersebut, perusahaan berkomitmen untuk tetap memenuhi kebutuhan *customer*. Dengan menjaga strategi ini, dapat mempertahankan customer untuk tidak menggunakan jasa konsultan arsitek lain.

#### 1.3.2.5. *Revenue Attractiveness*

Dalam bisnis *value* perusahaan konsultan arsitek memiliki pondasi penting untuk menjadi pembeda dengan konsultan lain, customer sangat memperhatikan dalam menggunakan jasa konsultan arsitek terutama dalam mengetahui *value* apa yang akan diberikan . Penerapan arsitektur tropis

sebagai value PARA Studio untuk mengajak calon customer agar memahami pentingnya desain dengan pendekatan arsitektur tropis, yang memberikan dampak baik terhadap pengguna dan lingkungan. Selain itu, PARA Studio memberikan kebebasan kepada klien untuk memilih material yang akan digunakan hingga teknologi bangunan yang ingin diutamakan.

Berdasarkan survei yang telah dilakukan, terdapat beberapa value yang diharapkan oleh calon customer saat menggunakan jasa konsultan arsitek, antara lain :

- a. Komunikasi antara arsitek dan customer baik
- b. Memberikan solusi yang baik
- c. Bekerja secara professional
- d. Harga sesuai dengan value yang diberikan

PARA Studio memberikan kemudahan untuk proses pembayaran dengan sistem *Term of Payment (TOP)*. *Term of Payment* merupakan proses pembayaran berjangka sesuai kesepakatan kedua belah pihak. Kesepakatan pembayaran akan menentukan jumlah pembayaran terhutang, jangka waktu pembayaran dan uang tunai di awal. Sistem harga yang ditetapkan menggunakan *fixed menu pricing*, pada saat fase pertama hingga ketiga. Jumlah biaya yang dikeluarkan oleh klien berdasarkan pedoman IAI yang didesain, dan segmentasi.

Pada fase pertama, dalam mengumpulkan biaya modal untuk memulai usaha,. PARA Studio akan mencoba untuk mengajukan Bantuan Insentif

Pemerintah (BIP) untuk penambahan modal kerja atau investasi aktiva dari pemerintah.

### 1.3.3. *Key Trends*

#### 1.3.3.1. *Technology Trends*

Tren teknologi di bidang arsitektur cukup banyak dalam menunjang pekerjaan untuk lebih praktis dan efisien. Proses perencanaan desain dapat diwujudkan atau divisualisasikan untuk dapat mudah dipahami oleh customer. Tren teknologi yang dapat digunakan pada bisnis jasa konsultan arsitek, yakni;

a. *Virtual Reality (VR)*

*Virtual reality (VR)* merupakan teknologi yang dapat memberikan pengalaman interaksi dengan lingkungan pada dunia maya yang disimulasikan komputer (Aulia, 2017).

b. *Augmented Reality (AR)*

*Augmented Reality (AR)* merupakan teknologi yang menampilkan objek ke dunia nyata pada waktu nyata (Agustina dan Endra, 2019) .

c. *Building Information Modelling (BIM)*

*Building Information Modelling (BIM)* merupakan teknologi yang digunakan untuk membuat perancangan desain dan mensimulasikan seluruh informasi perancangan ke dalam model bangunan (Sacks, 2108; Eastman, 2018; Lee, 2018; Teicholz, 2018).

d. *Artificial Intelligence (AI)*

*Artificial intelligence* (AI) adalah teknologi yang dapat mempelajari untuk melakukan pekerjaan seperti yang dilakukan oleh manusia (Dahria, 2008)

Dengan berkembangnya teknologi, *artificial intelligence* sangat berdampak terhadap industri arsitektur. Kemampuan *artificial intelligence* untuk dapat menciptakan desain dengan hasil gambar dengan mudah. Kehadiran *artificial intelligence* menjadi momentum untuk membantu dalam industri arsitektur sebagai inspirasi dalam desain, namun tetap perlu melakukan analisa kebutuhan, keinginan dan permasalahan yang ada di setiap proyeknya.

e. *Software*

*Software* atau aplikasi memberikan kemudahan untuk masyarakat dalam merencanakan desain arsitektur yang diinginkan. Kelemahan dalam produk ini hanya untuk membantu dalam menciptakan visual perancangan, tanpa adanya menyelesaikan masalah yang ada.

Tidak hanya teknologi secara teknis, tetapi terdapat teknologi dalam marketing sangat membantu konsultan arsitek dalam memperluas jangkauan pasar, sehingga lebih banyak calon customer dapat menjangkau dan mengakses informasi konsultan arsitek. *Optimizing Social Media* merupakan penggunaan media sosial untuk mengelola, meningkatkan, dan memperluas *brand awareness* dan *engagement* (Oktriwina, 2021). *Marketing Analytics* merupakan analisa data pemasaran melalui kampanye iklan pemasaran (Nisa, 2021). *Optimizing*

*Social Media* dan *Marketing Analytics* sangat membantu dalam memasarkan jasa dan dapat memperluas koneksi untuk bisa mencapai calon customer yang lebih luas lagi.

Perkembangan teknologi arsitektur interior yang dapat dikaitkan dengan penerapan arsitektur tropis, salah satunya penggunaan *solar panel* untuk membantu bangunan mendapatkan listrik dari energi cahaya matahari.

### **1.3.3.2. Regulatory Trends**

Dalam menjalankan bisnis di industri arsitektur, terdapat regulasi tentang cakupan pekerjaan dan batasan-batasan dalam melakukan perancangan bangunan. Beberapa regulasi yang ditetapkan oleh Ikatan Arsitek Indonesia (IAI), peraturan perundang-undangan pemerintah, dan lainnya sebagai berikut:

- a. IAI dalam buku “ Pedoman Hubungan Kerja Antara Arsitek dan Pengguna Jasa” dan “Kode Etik Arsitek dan Kaidah Tta Laku Profesi Arsitek” (2007).
- b. Undang-undang yang diatur oleh Pemerintah yaitu :
  - UU No. 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri
  - UU No. 17 Tahun 2000 tentang Pajak Penghasilan
  - UU No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta
  - UU No. 28 Tahun 2002 tentang Bangunan Gedung
  - UU No. 28 Tahun 2002 tentang Bangunan Gedung

- UU No. 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang
  - UU No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup
- c. Peraturan Daerah tentang Rencana Tata Ruang Wilayah yang mengatur standar GSB, KLB, KDB. Setiap daerah memiliki peraturan yang berbeda, sehingga perlu memperhatikan dan melakukan observasi serta analisa terhadap daerah yang akan dirancang.
- d. SNI yang telah ditetapkan oleh Badan Standardisasi Nasional yaitu:
- SNI 03-2396-2001 tentang Tata Cara Perancangan Sistem Penchayaan Alami pada Bangunan Gedung
  - SNI 03-6390-2000 tentang Konservasi Energi Sistem Tata Udara pada Bangunan Gedung
  - SNI 03-6197-2000 tentang Konservasi Energi pada Sistem Pencahayaan
  - SNI 03-2396-2001 tentang Tata Cara Perancangan Sistem Penchayaan Alami pada Bangunan Gedung
  - SNI 03-6759-2002 tentang Tata Cara Perancangan Konservasi Energi pada Bangunan Gedung
  - SNI 03-6759-2002 tentang Tata Cara Perancangan Konservasi Energi pada Bangunan Gedung
- e. Pasal 17 ayat 1 huruf a Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang PPh (UU PPh)

### 1.3.3.3. *Societal and Cultural Trends*

Perubahan gaya hidup yang disebabkan oleh COVID-19, mempengaruhi kebiasaan seseorang yang membiasakan diri untuk lebih bersih dan melakukan aktifitas yang lebih sehat. Pandemi COVID-19 memakan banyak sekali korban yang berdampak pada masyarakat untuk lebih empati dan memiliki solidaritas tinggi. Dengan menghindari kontak fisik antar sesama, pasar secepat mungkin untuk merubah dan beralih ke virtual dan digital seperti transaksi melalui media sosial dan internet. Gaya hidup yang semakin sehat dan bersih merubah masyarakat untuk mengutamakan prioritas salah satunya kesehatan. Penerapan prinsip-prinsip arsitektur tropis sangat bermanfaat dalam menjaga kesehatan ruang yang digunakan dan memiliki dampak yang baik terhadap pengguna dan lingkungan.

Dengan adanya teknologi informasi sangat mempengaruhi bisnis jasa konsultan arsitektur dan interior. Berdasarkan pernyataan dari TikTok terjadi fenomena dengan tren video singkat tentang makanan, Mukbang, *challenge* hingga review kuliner di berbagai tempat (TikTok, 2019). Banyak masyarakat terutama pemilik usaha terinspirasi dari perusahaan hingga *public figure* memiliki bangunan yang unik. Saat ini sangat ramai dengan adanya media sosial TikTok yang sangat mudah untuk memberikan informasi kepada masyarakat, terutama tren-tren unik yang terjadi di seluruh Indonesia hingga di luar negeri.

Salah satu tren yang berdampak kepada pemilik usaha dan konsultan arsitektur interior adalah tren para *content creator* dan *influencer* yang berkunjung ke tempat seperti *coffee shop*, hotel, villa, museum, *art gallery*, dll, para *content creator* dan *influencer* membuat konten video Tiktok yang menjelaskan tempat tersebut, beberapa tren Tiktok yaitu “ *A Place to Go* “, “ *Rekomendasi Tempat ...* “ dan “ *Hidden Gems* “ , dengan adanya konten video Tiktok akan mendorong masyarakat untuk berkunjung. Dengan banyaknya pengunjung tentu berdampak positif terhadap pemilik usaha dan tidak menutup kemungkinan untuk jasa konsultan arsitektur interior akan terus digunakan, untuk menciptakan tempat-tempat baru.

Hal ini, memberikan inspirasi untuk para pemilik usaha masuk kedalam industri tersebut dengan melakukan kolaborasi dengan konsultan arsitektur interior sebagai desainer. Beberapa akhir ini, muncul banyak *brand coffee shop* yang mengajak arsitek untuk berkolaborasi bersama seperti Andra Matin, RAD+ar, Ara Studio, dan lainnya.



Gambar 1. 11 Tanatap Ring Garden *Coffe Shop* karya RAD+ar  
Sumber. *Archdaily* (2022)

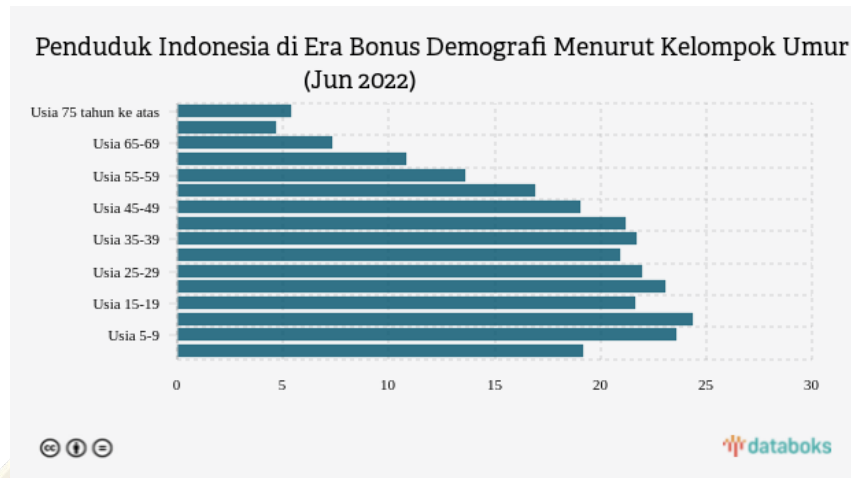


Gambar 1. 12 Jokopi Merr karya ARA Studio  
Sumber. *Archdaily* (2022)

#### 1.3.3.4. *Socio Economics Trends*

##### a. Tren Pola Demografi

Indonesia sedang memasuki fase era bonus demografi, jumlah penduduk dengan usia produktif lebih banyak dibandingkan dengan usia tidak produktif (Kusnandar, 2022). Direktorat Jendral Kependudukan dan Pencatatan Sipil mencatat jumlah penduduk Indonesia pada 31 Desember 2021 sebanyak 275,36 juta jiwa, berdasarkan jumlah tersebut terdapat 69,3% masuk kategori usia produktif dan sebanyak 30,7% masuk kategori usia tidak produktif (Kusnandar, 2022). Dengan adanya pertumbuhan penduduk di kota-kota besar akan berpengaruh dalam gaya hidup masyarakat yang lebih konsumtif, hal ini sangat berdampak baik kepada konsultan arsitek sebagai peluang untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat terutama dalam sektor hunian atau konstruksi.



Gambar 1. 13 Grafik Demografi Penduduk Indonesia  
Sumber. Databoks (2022)

b. Tren Pola Distribusi Pendapatan

Menurut data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik pada bulan September 2022, Gini Ratio di seluruh Indonesia telah menurun. Penurunan ini menunjukkan adanya perbaikan dalam ketimpangan pengeluaran penduduk Indonesia. Pada bulan September 2022, Gini Ratio berada pada angka 0,381, yang menunjukkan adanya penurunan sebesar 0,003 poin dari bulan Maret 2022 (BPS, 2022).



Gambar 1. 14 Grafik Tingkat Ketimpangan Pengeluaran Penduduk Indonesia  
Sumber. Badan Pusat Statistik (2022)

c. Tren Pola Belanja

Menurut laporan kinerja ekonomi triwulan I-2022 yang disampaikan oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, BPS mengumumkan adanya kenaikan inflasi di Indonesia pada bulan April 2022 sebesar 0,95% (mtm) atau 3,47% (yoy). Kenaikan harga komoditas, terutama pangan dan energi, terjadi di berbagai negara dan mempengaruhi inflasi di Indonesia. Inflasi ini disebabkan oleh meningkatnya daya beli masyarakat dan menandakan momentum pemulihan ekonomi Indonesia (Kemenko Perekonomian, 2022).

BPS juga melaporkan tingkat pertumbuhan PDB menurut pengeluaran (yoy). Konsumsi rumah tangga meningkat sebesar 4,34%, konsumsi LNPRRT meningkat 5,98% konsumsi pemerintah turun sebesar -7,74%, PMTB meningkat 4,09%, ekspor meningkat 16,22% dan impor mengalami penurunan menjadi 15,03%.

**1.3.4. Macro Economic Forces**

**1.3.4.1. Global Market Condition**

Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia mencapai 5,72% dimana lebih tinggi sedikit di atas proyeksi Kementerian Keuangan yang mencapai sebesar 5.7%, dengan data yang dirilis oleh BPS membuktikan terus menguatnya perekonomian nasional ditengah ketidakpastian kondisi ekonomi global.

Kinerja perdagangan ekspor memiliki angka pertumbuhan yang tinggi, demikian juga untuk perdagangan impor untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam negeri. Kabar baik dari tingkat ketengakerjaan yang mengalami penurunan dibanding dengan tahun 2021. Pertumbuhan ekonomi nasional mampu menyerap tenaga kerja hingga 4,25 juta (Kemenkeu, 2022).

Ekonomi global diproyeksi terjadi penurunan, yang menyebabkan inflasi meningkat. Menteri Keuangan menyatakan IMF (*International Monetary Fund*) merendahkan proyeksi ekonomi global dari 3,6 persen ke 3,2 persen di tahun 2022 dan tahun 2023 3,6 persen ke 2,9 persen. IMF (*International Monetary Fund*) telah memprediksi negara berkembang akan naik berada pada level 9,5%. (Kemenkeu, 2022).

Namun dengan adanya ketidakpastian dengan ekonomi global, Menparekraf Sandiaga Salahuddin Uno menyatakan pada tahun 2023 UMKM akan menjadi pahlawan dalam mengatasi perekonomian nasional, dengan adanya UMKM membantu membuka peluang usaha dan lapangan kerja (Ramadhan, 2023).

#### **1.3.4.2. Capital Market**

Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 132/PMK.05/2021 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 168/PMK.05/2015 tentang Mekanisme Pelaksanaan Anggaran Bantuan Pemerintah Anggaran Bantuan Pemerintah pada Kementerian

Negara/Lembaga dan Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2021 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 10 Tahun 2020 Tentang Pedoman Umum Penyaluran Bantuan Pemerintah di Lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Memiliki tujuan untuk memperkuat infrastruktur ekonomi kreatif, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengadakan program Bantuan Pemerintah (Banper) Infrastruktur Ekonomi Kreatif salah satunya adalah subsektor ekonomi kreatif arsitektur. Tujuan dengan adanya program untuk mendorong produktivitas dan kreativitas komunitas ekonomi kreatif dan mendorong perluasan dan terbangunnya jejaring ekosistem ekonomi kreatif. Dengan adanya Bantuan Insentif Pemerintah (BIP) akan membantu para pekerja di subsektor arsitektur untuk terus berkembang.

Dalam bisnis konsultan arsitektur, perusahaan memerlukan modal dalam menjalankan perusahaan secara maksimal. Pada fase pertama PARA Studio yang masih merupakan perusahaan perseorangan mendapatkan modal dari pemilik, pihak ketiga dan Bantuan Insentif Pemerintah (BIP) dengan melalui pengajuan Proposal kepada Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan mengikuti tahapan seleksi administrasi dan teknis bantuan pemerintah. Kemudian, pada fase kedua, ketiga dan seterusnya

perusahaan akan mendapatkan modal dari pendapatan proyek di fase sebelumnya.

#### **1.3.4.3. Commodity and Other Resources**

Komoditas di bidang arsitektur berupa aset kreatif. Software design seperti *Sketchup* dan *Autocad* yang masih produk luar negeri, dan lokal masih belum ada yang memiliki produk *software design* tersebut sehingga harga *software* sangat tinggi. Aset yang berasal dari luar memiliki dampak yaitu, apabila nilai mata uang dollar yang tinggi, menyebabkan harga *software* di Indonesia sangat mahal sehingga biaya konsultan tinggi, begitu pula sebaliknya.

Tidak hanya aset kreatif, sumber daya bahan bangunan di tahun 2022 berdasarkan indeks harga perdagangan besar bahan bangunan atau konstruksi yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik untuk jenis Konstruksi Indonesia mengalami kenaikan sebanyak 6.48% dan Bangunan Tempat Tinggal dan Bukan Tempat Tinggal kenaikan sebesar 3.8% serta Pekerjaan Umum untuk Jalan, Jembatan, dan Pelabuhan mengalami kenaikan sebesar 9.53% (BPS, 2022). dengan adanya hasil kenaikan membuktikan bahwa pembangunan infrastruktur di Indonesia sedang dipercepat untuk menjangkau pasar lebih luas.

#### 1.3.4.4. *Economic Forces*

Infrastruktur menjadi salah satu fokus APBN 2023 untuk mengukung peningkatan konektivitas antar kawasan dan produktivitas pembangunan di daerah dan desa. Made Arya Wijaya yang menjabat sebagai Staf Ahli Menteri Keuangan Bidang Pengeluaran Negara, menjelaskan dua prioritas pemerintah yang berkaitan dengan infratraktur di tahun 2023. Pertama, mempercepat penyelesaian pembangunan infrastruktur prioritas nasional. Kedua, mendorong pertumbuhan sentra-sentra ekonomi baru, termasuk Ibu Kota Nusantara (IKN). Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) sebagai salah satu instansi pemerintah yang berperan penting dalam pembangunan infrastruktur, mendapatkan alokasi anggaran sebesar Rp. 125,18 triliun lebih besar dari anggaran pada tahun 2022 dengan jumlah Rp. 116.37 triliun (Kemenkeu, 2022). Kementerian PUPR akan fokus dalam membangun infrastruktur pada empat bidang utama yaitu sumber daya air, jalan, jembatan, permukiman serta perumahan.

Infrastruktur distribusi di Indonesia sudah berjalan lancar dengan adanya infrastruktur jalan bebas hambatan terutama di Pulau Jawa dan pulau-pulau lainnya yang ada di Indonesia, sehingga mempermudah akses distribusi ke seluruh Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan, selama periode 2015-2020 infrastruktur distribusi pada Pemerintahan Presiden Jokowi terjadi penambahan hingga 1.486,83 km (BPKP, 2022). Infrastruktur distribusi memiliki dampak yang

sangat besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan salah satu upaya untuk melancarkan konektivitas ekonomi antar daerah. Infrastruktur sebagai tulang punggung dalam pendorong pasar konstruksi 2022, pemerintah semakin mengandalkan sektor swasta dalam bagian pengembangan, pembiayaan dan pengelolaan proyek infrastruktur besar.

PARA Studio yang berlokasi di Pulau Jawa berada di posisi yang memiliki infrastruktur sangat memadai dan menunjang kinerja perusahaan. Kemudahan akses untuk mempermudah hubungan antara konsultan, kontraktor dan klien.

### **1.3.5. Kesimpulan**

#### **1.3.5.1. Masalah dan Peluang**

Berdasarkan analisa di atas, dapat disimpulkan beberapa hal yang diperhatikan yaitu, dengan kondisi *market* baik dalam maupun luar negeri semakin meningkat dan dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang terus positif, terutama dalam sektor pariwisata yang menjadi pendongkrak ekonomi Indonesia dengan menjadi salah satu fokus utama pemerintah Indonesia dalam upaya untuk mengembangkan pariwisata di Indonesia salah satunya program lima destinasi super prioritas (DSP). Serta yang menjadi perhatian dengan kondisi *global warming* membuktikan bahwa membutuhkan desain bangunan yang ramah lingkungan, salah satunya menerapkan arsitektur tropis dalam perancangan desain. PARA Studio sebagai konsultan arsitektur yang menerapkan arsitektur tropis mampu

untuk memenuhi permintaan tersebut. Adanya potensi pengembangan segmentasi pasar, PARA Studio akan fokus ke bidang publik, komersial, residensial, dan *hospitality industry*.

### 1.3.5.2. Inovasi Usaha, Targeting Market

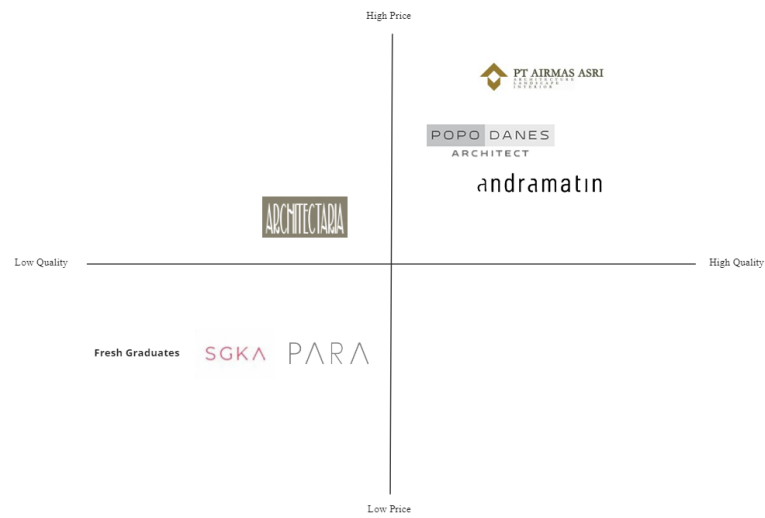
Pada fase pertama PARA Studio mempromosikan value perusahaan dengan melakukan *branding* melalui *social media* untuk menarik calon customer. PARA Studio memperkenalkan value perusahaan yaitu pendekatan desain arsitektur tropis. Fase kedua dan seterusnya, PARA Studio menerapkan prinsip arsitektur tropis pada proyek-proyek yang akan dikerjakan.

Berdasarkan hasil Analisa Industri pada bab 1.3 *targetting and positioning* PARA Studio sebagai berikut:

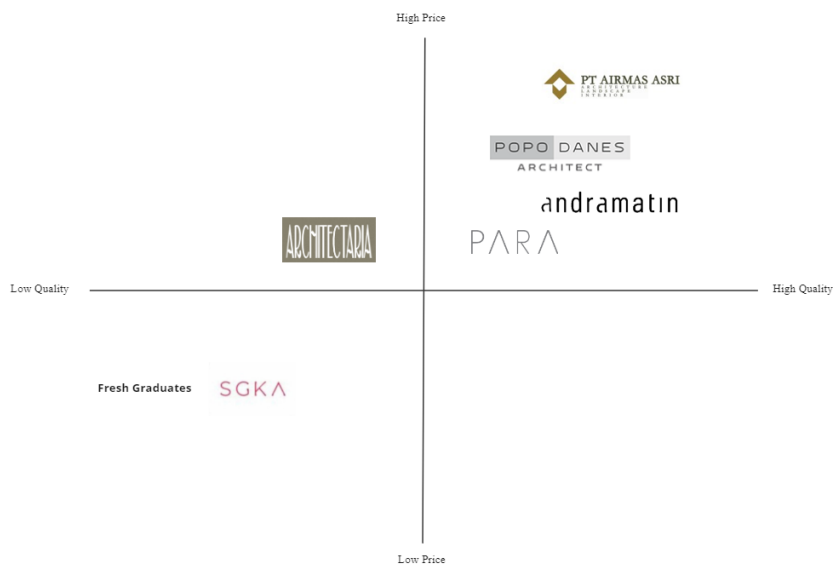
Tabel 1. 10 Fase *Targetting and Positioning* PARA Studio

Kategori	Fase I (2025-2030)	Fase II (2030-2035)	Fase III (2035-dst)
<i>Supplier and other value chain actors</i>	Dibawah	Sejajar	Diatas
<i>Stakeholder</i>	Dibawah	Sejajar	Diatas
<i>Competitor</i>	Sejajar	Dibawah	Sejajar
<i>New Entrants</i>	Sejajar	Diatas	Diatas
<i>Substitute Products and services</i>	Diatas	Diatas	Diatas

Sumber. Analisis Penulis (2023)



Gambar 1. 15 *Positioning* PARA Studio terhadap *competitor* Fase I (2025-2030)  
 Sumber. Analisis Penulis (2023)

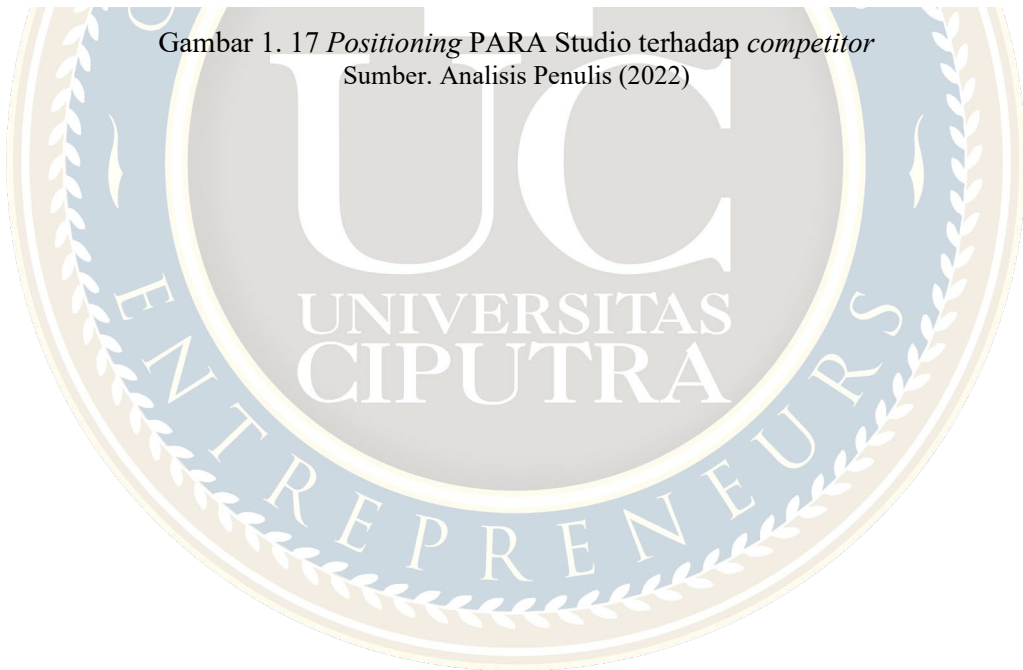


Gambar 1. 16 *Positioning* PARA Studio terhadap *competitor* Fase II (2030-2035)  
 Sumber. Analisis Penulis (2022)



miro

Gambar 1. 17 *Positioning* PARA Studio terhadap *competitor*  
 Sumber. Analisis Penulis (2022)



## 1.4. Model Bisnis

### 1.4.1. Ringkasan Model Bisnis

Business Name : PARA Studio Membantu menciptakan bangunan hemat energi dengan pendekatan arsitektur tropis serta melestarikan alam dan budaya lingkungan sekitar			
<p><b>KEY PARTNERSHIPS</b></p> <p>Model: <i>Strategic Alliance between non-competitor dan Buyer-Supplier</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Desain Asistektur : <i>Concept Design, Shop Drawing, 3D, Final Rendering, Media Sosial, Marketing, Email Marketing, Publikasi</i></li> <li><i>Problem Solver</i> : Menjadikan desain sesuai kebutuhan dan permasalahan klien dengan melibatkan klien secara aktif dalam proses desain</li> </ul> <p><b>KEY ACTIVITIES</b></p> <p>Model: <i>Production dan Problem Solving</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Desain Asistektur : <i>Concept Design, Shop Drawing, 3D, Final Rendering, Media Sosial, Marketing, Email Marketing, Publikasi</i></li> <li><i>Problem Solver</i> : Menjadikan desain sesuai kebutuhan dan permasalahan klien dengan melibatkan klien secara aktif dalam proses desain</li> </ul> <p><b>KEY RESOURCES</b></p> <p>Model: <i>Physical, Intellectual dan Human English Class</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Perusahaan rekanan dengan supplier untuk kebutuhan desain</li> <li>Konsultan ISO</li> <li>Association : IAI, AA</li> </ul>	<p><b>VALUE PROPOSITIONS</b></p> <p>Model: <i>Design, Convenience, Getting the job done, Communication dan Cost Reduction, Risk Reduction</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Desain: Menciptakan desain yang mampu merespon alam terdapat iklim, sehingga memberikan impresi terhadap lingkungan yang spesifik</li> <li><i>Convenience</i>: Menciptakan desain yang menggunakan fungsi untuk kenyamanan dan efisiensi pengguna</li> <li><i>Getting the job done</i>: Menunjukkan desain yang dapat menjawab permasalahan klien</li> <li><i>Customization</i>: Menciptakan desain dengan menyesuaikan latar belakang dan kebutuhan setiap klien.</li> <li><i>Cost Reduction</i>: Menciptakan desain dengan menggunakan material alam sehingga dapat mengurangi biaya konstruksi dan operasional bangunan.</li> <li><i>Risk Reduction</i>: Melakukan project brief agar proses perancangan sesuai</li> </ul>	<p><b>CUSTOMER RELATIONSHIPS</b></p> <p>Model: <i>Dedicated Personal Assistance, Long Term, dan Co-Creation</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Penjelasan Singkat: <ul style="list-style-type: none"> <li><i>Customer Acquisition</i> (Memantik) : Portofolio, Web, Artikel, Optimasi Database Klien (Email, No Ctp).</li> <li><i>Customer Retention</i> (Mempertahankan) : Konten, Artikel, Email Greeting, Media Sosial Klien, Terjemah</li> <li><i>Long Term</i>: Menjalin hubungan baik dengan klien dari tahap prose desain awal hingga proyek selesai serta membantu klien apabila perlu perbaikan.</li> <li><i>Co-Creation</i>: Klien ikut serta dalam memberikan masukan dan keputusan selama proses desain.</li> <li><i>Personal Assistance</i>: Klien dilayani secara langsung oleh asistektur.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>CHANNELS</b></p> <p>Model: <i>Awareness, Delivery, After Sales, Evaluation dan Purchase</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Penjelasan Singkat: <ul style="list-style-type: none"> <li><i>Awareness</i>: Saluran Komunikasi : Website, media sosial, Saluran Pemasaran : Offline melalui Majalah dan Publikasi Buku. Online melalui Website, media sosial</li> <li><i>Delivery</i>: Memberikan presentasi kepada klien dengan menggunakan teknologi VR, <i>hardcopy dan softcopy</i></li> <li><i>After Sales</i>: Memberikan pelayanan membantu klien apabila perlu perbaikan, memberikan greetings pada saat hari raya atau hari spesial kepada klien untuk menjaga hubungan baik.</li> <li><i>Evaluation</i>: Menunjukkan portofolio melalui media sosial, publikasi buku dan majalah.</li> <li><i>Purchase</i>: Klien melakukan pembayaran berdasarkan regulasi IAI atau dengan melakukan negosiasi kedua belah pihak.</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>CUSTOMER SEGMENTS</b></p> <p>Model Market : <i>Niche Market dan Geography Segmented</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Penjelasan Singkat: <ul style="list-style-type: none"> <li><i>Niche Market</i>: Target segmen pasar menengah keatas yang menginginkan desain dengan pendekatan arsitektur tropis untuk proyek publik, komersial, residensial dan <i>hospitality industry</i>.</li> <li><i>Geography Segmented</i>: Target segmen pasar untuk daerah nasional (seluruh Indonesia) dan Internasional.</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>COST STRUCTURE</b></p> <p>Model: <i>Value Driven, Fixed Cost, dan Economy of scale</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Penjelasan Singkat: <ul style="list-style-type: none"> <li>Gaji Tetap Bulanan Karyawan</li> <li>Biaya Akomodasi Rutin : Meeting</li> <li>Biaya Operasional Kantor : Listrik, Air, Gas, Internet, Web Hosting</li> <li>Biaya Pembelian/Investasi Peralatan : PC, Laptop, Printer, Scanner, Dll</li> <li>Biaya Marketing Konten : Website dan Media Sosial</li> <li>Biaya Marketing Analytics : <i>Search Engine Optimization, Promosi</i></li> <li>Biaya Pelatihan : <i>English Proficiency dan Team Building</i></li> <li>Biaya Outsourcing</li> <li>Biaya Sertifikasi ISO, SKA, AA</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>REVENUE STREAMS</b></p> <p>Model : <i>Usage Fee dan Fixed and Dynamic Menu Pricing</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Penjelasan Singkat : <ul style="list-style-type: none"> <li><i>Usage Fee</i>: Fee desain asistektur</li> <li><i>Fixed and Dynamic Pricing</i>: memberikan harga berdasarkan regulasi Presentase Imbalan Jasa IAI atau dengan melakukan negosiasi kedua belah pihak.</li> </ul> </li> </ul>		

Gambar 1. 18 BMC PARA Studio  
Sumber: Data Penulis (2023)

### 1.4.2. *Value Proposition*

Setelah melakukan analisa terhadap para kompetitor yakni Popo Danes Architect, Studio Andra Matin, SGKA Indonesia, PT. Architecturia Media Cipta, dan PT. Airmas Asri, persaingan PARA Studio menurut fase perkembangan perusahaan, sebagai berikut :

- a. Fase 1 (2025-2030): PARA Studio digolongkan sebagai *start-up* karena masih berada di bawah 5 tahun.
- b. Fase 2 (2030-2035): PARA Studio dapat bersaing dengan kompetitor *new entrance* dan memiliki persaingan ketat dengan *competitor incumbent* . Pada fase ini, perusahaan sudah dapat menunjukkan *value proposition* dan segmentasi market.
- c. Fase 3 (2035-dst): Studio Parrywibowo memiliki persaingan sangat ketat dengan kompetitor. Perusahaan sudah dikenal dengan *value proposition* dan segmentasi marketnya.

PARA Studio memiliki *value proposition* yang berbeda dengan perusahaan konsultan arsitektur lain, agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya, yakni:

#### **Eksternal**

##### 1. Design

- a. *Design building performance*

Penerapan software simulasi, diharapkan dapat memberikan hasil desain yang memaksimalkan kemampuan performa yang bersifat teknis, yaitu performa bangunan dalam menerima radiasi matahari,

angin, dan kondisi kontur. Dengan penerapan AR/VR dan 3D *Rendering* dapat memudahkan *customer* untuk memahami konsep desain dan pengalaman ruang.

*b. Arsitektur Tropis*

Indonesia memiliki dua musim yaitu musim panas dan hujan, dampak dari iklim tropis dapat menyebabkan kelembapan tinggi, curah hujan tinggi, panas matahari. Penerapan prinsip arsitektur tropis sebagai respon terhadap kondisi iklim dan sebagai solusi untuk dapat beradaptasi dengan pengaruh iklim.

2. *Risk Reduction*

*Project brief* atau ringkasan proyek dilakukan sebelum tahap perancangan dimulai, calon *customer* akan memberikan informasi mengenai site, waktu perancangan desain, konsep, dan biaya yang akan dikeluarkan. *Customer* akan mengisi form dengan pertanyaan terkait sehingga mempermudah dan meminimalisir resiko saat proses perancangan.

3. *Customization*

Menghasilkan karya yang memiliki keunikan tersendiri dengan menyesuaikan latar belakang dan kebutuh setiap klien pada setiap proyek yang dihasilkan.

#### 4. *Cost Reduction*

PARA Studio berkomitmen untuk menciptakan desain dengan menggunakan material alam sehingga dapat mengurangi biaya konstruksi dan operasional bangunan.

#### 5. *Convenience*

Menciptakan desain dengan mengutamakan fungsi untuk kenyamanan dan efisiensi pengguna.

#### 6. *Getting the job done*

Mewujudkan desain yang dapat menjawab permasalahan klien dengan kerjasama bersama kontraktor, surveyor, vendor dan supplier.

#### ***Internal***

Sistem operasional perusahaan dengan menerapkan *professional attitude*, Para pekerja pada PARA Studio akan tetap bekerja secara professional dengan melakukan evaluasi tiap minggu secara kekeluargaan, sehingga tiap pekerja saling memberikan kritik dan saran untuk dapat meningkatkan kualitas kinerja PARA Studio.

#### **1.4.3. *Customer Relationship***

Berdasarkan analisa pasar pada bab 1.3 dan hasil wawancara yang dilakukan oleh ArchifyNow di *platform* Youtube bersama beberapa arsitek Indonesia. Narasumber pertama dengan Sidharta Architect yang didirikan oleh Marcello Sidharta beliau mengatakan sebagai arsitek harus berusaha untuk selalu hadir dalam setiap proses perancangan proyek dari awal hingga

selesai. Menurut beliau kehadiran proyek sangat penting dan menjadi sebuah dasar utama untuk membangun kepercayaan klien, terutama dalam memastikan yang dijanjikan oleh arsitek terlaksana dengan baik. Narasumber kedua dengan Sigit Kusumwijaya, beliau mengatakan sebagai arsitek sangat penting untuk menjaga hubungan baik dengan klien dengan adanya komunikasi. Walaupun proyek tidak jadi tetap menjalin komunikasi dengan baik. Membangun *trust* membutuhkan proses dan kuncinya adalah komunikasi secara terus menerus. Narasumber ketiga dengan MSSM Associates yang didirikan oleh Revano Satria, beliau mengatakan sebagai arsitek harus memperhatikan pada pengalaman klien sejak awal proses desain hingga selesai dan digunakan. Pengalaman klien pada proses perancangan desain sangat menentukan apakah kepercayaan klien dapat terbangun. Arsitek berusaha berupaya setiap proyek yang terbangun dapat mempunyai keberlanjutan yang baik sebagai pembuktian kepercayaan klien terhadap arsitek.

PARA Studio dalam fase pertama menggunakan model *Dedicated Personal Assistance, principal* akan secara langsung bertemu dengan customer. Untuk fase kedua dan fase ketiga, pengerjaan proyek akan diserahkan kepada 1 tim yang beranggotakan 2 arsitek. Dengan pembagian tim, komunikasi antara perusahaan dan customer akan lebih mudah (dapat melalui *chat apps*) dan jumlah proyek akan lebih banyak. *Co-Creation* mengajak klien untuk ikut serta dalam memberikan masukan dan keputusan desain. *Customer Acquisition* yaitu menarik calon customer melalui

portfolio dari web, media sosial, dan artikel majalah arsitektur serta publikasi buku. Melakukan optimasi *database customer* melalui email dan nomor telephone customer. *Customer Retention* yaitu mempertahankan *customer* melalui konten, artikel, *email greeting*, media sosial. *Boosting Sales* yaitu meningkatkan calon customer menjadi *customer* melalui *email greeting, chat apps greeting, push email marketing, customer testimonial*.

PARA Studio menjaga hubungan jangka panjang terhadap customer. PARA Studio memberikan pelayanan *aftersales* apabila customer memiliki kendala dengan perancangan desain dan memperpanjang penggunaan jasa dan memberikan *greetings* semisal untuk hari raya, tahun baru, dsb. Kesertaan customer sangat berpengaruh terhadap perusahaan, perusahaan akan menerima kritik dan saran dari customer, untuk membantu dalam meningkatkan kualitas kerja PARA Studio.

#### 1.4.4. *Customer Segment*

Berdasarkan hasil analisa pasar pada bagian *Market Segments* pada Bab 1.3.2.2. bahwa data dari Badan Pusat Statistik menyebutkan bahwa ekonomi Indonesia pada tahun 2022 mengalami pertumbuhan sebesar 5,01% , dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2020 hanya sebesar 2,97%. Dengan ini, pemerintah terus fokus dalam membangun pariwisata di Indonesia, salah satu program dari Kemenparekraf dengan membangun 5 Destinasi Super Prioritas yang terletak di Borobudur, Labuan Bajo, Danau Toba, Likupang dan Mandalika.

Pemerintah mendukung dengan memberikan arahan penting pada setiap DSP untuk dibanahi.

Selain sektor pariwisata, terdapat kabar baik dari sektor properti komersial dan publik. Laju pertumbuhan industri real estate (properti) hingga kuartal 3 tahun 2022 mengalami pertumbuhan sebesar 2,17 persen (Dataindustri, 2022). Kinerja pertumbuhan positif melanjutkan dari kinerja tahun sebelumnya yang mengalami pertumbuhan positif. Pertumbuhan sektor properti mendapat dukungan dari pemerintah, yang memiliki prioritas untuk mempercepat penyelesaian infrastruktur prioritas nasional terutama dalam pembangunan jalan, pemukiman dan perumahan, hingga peraturan atau regulasi yang membantu melancarkan bisnis sektor industri properti di Indonesia.

Berdasarkan hasil Analisa Pasar yang di dapat diambil secara garis besar model segmentasi PARA Studio, yakni;

a. Segmen Geografis

Lokasi kantor PARA Studio berada di Kota Surabaya, untuk memudahkan konsultan dan pihak yang terkait untuk memiliki akses saling terhubung. PARA Studio memiliki target market segmen geografis berdasarkan fase perusahaan, yakni;

1. Fase 1 (2025-2030) : segmen pasar wilayah Surabaya dan sekitarnya;
2. Fase 2 (2030-2035) : segmen pasar Pulau Jawa, Bali, dan Lombok;
3. Fase 3 (2035-dst) : segmen pasar Nasional dan Internasional;

b. Segmen Demografis

1. Komersial (*Business to Business*)

Bangunan yang berfungsi sebagai tempat untuk kegiatan yang berhubungan dengan jual, beli dan sewa. Contoh bangunan komersial adalah ruko, pasar, supermarket, restoran, hotel dan perkantoran;

2. Publik (*Business to Business*)

Bangunan yang berfungsi sebagai ruang atau tempat untuk masyarakat berkumpul bersama. Contoh bangunan publik adalah taman umum.

3. Residensial (*Business to Client*)

Bangunan yang berfungsi sebagai tempat hunian dan tempat tinggal. yang memiliki fasilitas kenyamanan dan aksesibilitas.

4. *Hospitality Industry*

Industri yang memiliki kegiatan berhubungan dengan pelayanan dan hiburan. Contoh bangunan *hospitality industry* yaitu hotel, resort, restoran, tempat rekreasi, rest area dan sejenisnya.

**1.4.5. Channel**

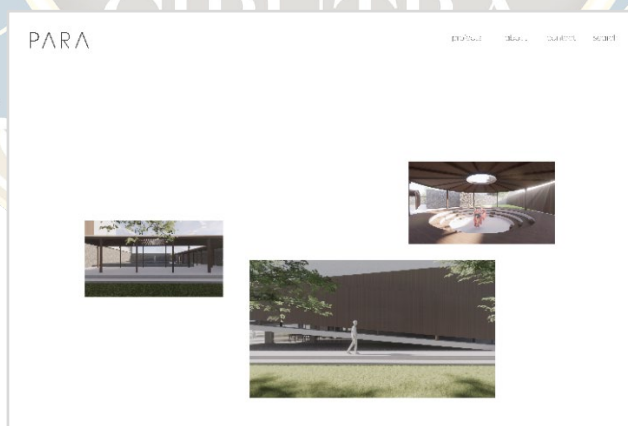
*Channel* adalah sebuah cara atau media perusahaan terhadap customer, perantara dalam calon customer mengetahui, mengenal *value* perusahaan. Terdapat 5 fase yang akan dilakukan oleh PARA Studio, yakni:

a. *Awareness*

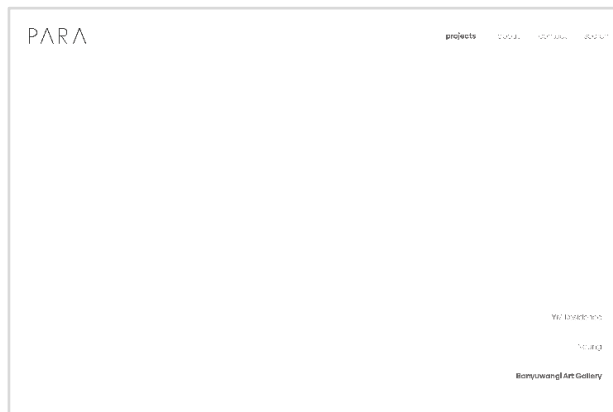
PARA Studio memanfaatkan social media sebagai sarana untuk memperluas jangkauan marketing, menampilkan portfolio dan komunikasi terhadap calon customer dan ex-customer untuk lebih mudah. Website dan social media, sebagai sarana untuk menunjukkan karya secara professional dengan menampilkan visual foto karya;



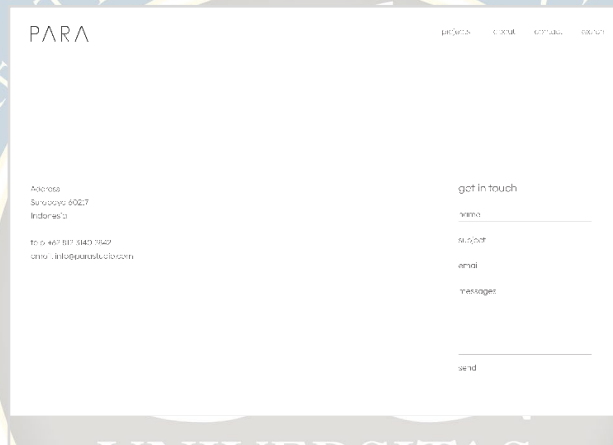
Gambar 1. 19 *Home Page Website* PARA Studio  
Sumber. Data Penulis (2023)



Gambar 1. 20 *Home Page Website* PARA Studio  
Sumber. Data Penulis (2023)



Gambar 1. 21 *Project Page Website PARA Studio*  
Sumber. Data Penulis (2023)



Gambar 1. 22 *Get In Touch Website PARA Studio*  
Sumber. Data Penulis (2022)

b. *Evaluation*

PARA Studio memanfaatkan social media dan website untuk sarana *customer acquisition* dan *aftersales*, dalam website tertera *contact person* yang dapat dihubungi. *Contact person* dapat melalui email dan aplikasi whatsapp.

c. *Purchase*

Berdasarkan Analisa Pasar bagian *Switching Cost* pada Bab 1.3.2.4. Arsitektur sebagai salah satu subsektor Ekonomi Kreatif Indonesia

memberikan kontribusi sebesar 2.6% dalam pertumbuhan PDB ekonomi kreatif di tahun 2021. Jumlah pekerja di bidang subsektor arsitektur di tahun 2021 sebanyak 59.674 orang. (Kemenparekraf, 2022). Jumlah arsitek di Indonesia yang terus bertambah untuk mecegah *customer* dalam beralih ke konsultan lain *customer* melakukan transaksi dengan *down payment* atau pembayaran uang muka dan *Term of Payment* (TOP) atas persetujuan bersama. *Term of Payment* merupakan saat perusahaan akan menyelesaikan penjualan, untuk menentukan periode pembayaran jumlah terhutang dan dapat menentukan kurun waktu pembayaran sesuai persetujuan antar kedua belah pihak.

d. *Delivery*

PARA Studio akan memberikan data dan produk secara lengkap melalui hardcopy dan softcopy kepada customer dan kontraktor.

e. *Aftersales*

PARA Studio memperhatikan hubungan antara perusahaan dengan customer, untuk menjaga hubungan kedua belah pihak dilakukan adanya *get in touch* melalui social media, chat apps, dan email.

#### 1.4.6. *Key Activities*

*Key activities* adalah aktivitas untuk membantu dalam menciptakan produk atau jasa yang ditawarkan. Sebagai konsultan arsitektur, tanggungjawab konsultan telah diatur oleh IAI. Dengan peraturan yang

berlaku, *key activities* yang digunakan PARA Studio adalah *Problem Solving*. Berdasarkan ketentuan IAI, maka tahapan-tahapan pekerjaan perancangan dikerjakan sebagai berikut;

a. Tahap konsep perancangan;

*Client Brief* wawancara terkait informasi proyek dengan customer, *Site Observation* list kebutuhan informasi site atau lokasi, *Deep Research* hasil analisa site atau lokasi dan permasalahan, keinginan, kebutuhan customer.

b. Tahap Pra Rancangan/Skematik Desain;

*Ideation* konsep desain, *Space Planning* program ruang-ruang yang akan digunakan, *Design Development* pengembangan konsep desain.

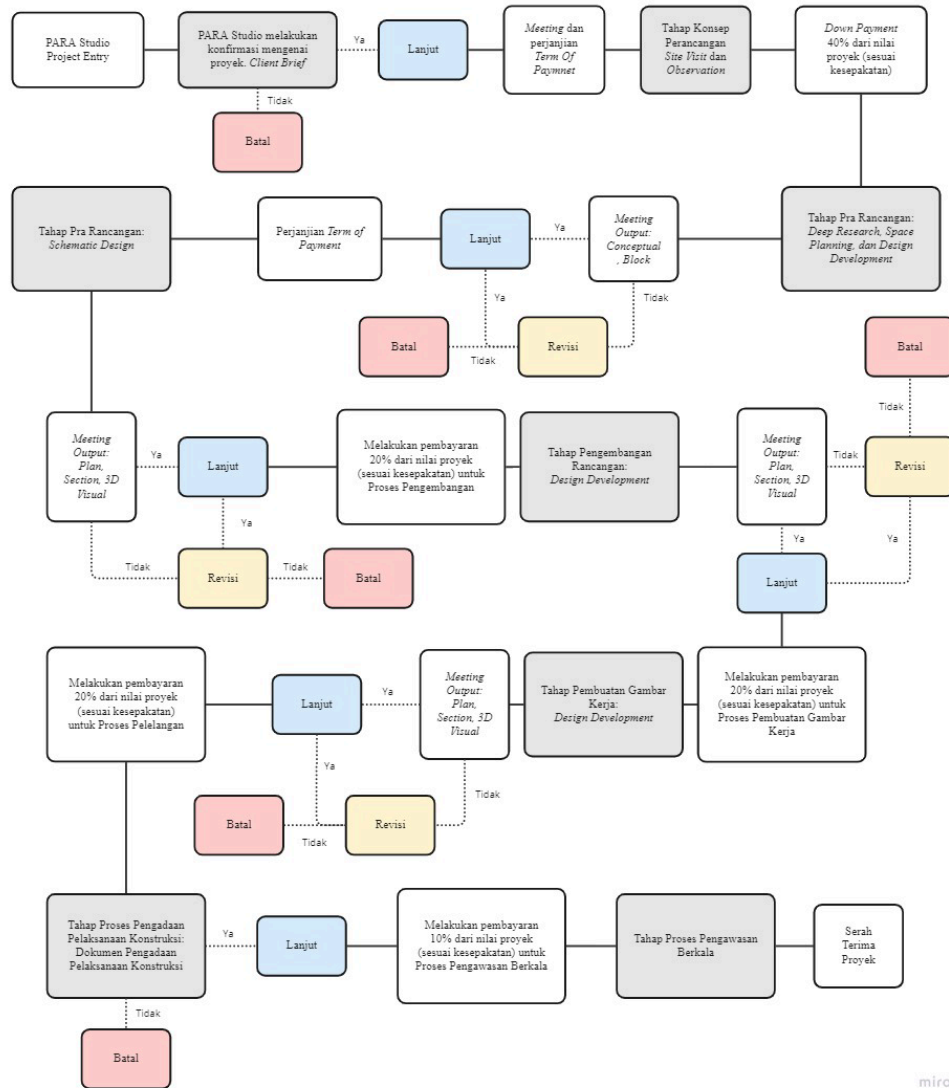
c. Tahap Pengembangan Rancangan;

*Design Development* pengembangan desain dan masukan-masukan dari berbagai pihak, *Spesification* spesifikasi dalam elemen yang digunakan pada eksterior, *Price Estimation* harga yang akan dikeluarkan dari pihak customer.

d. Tahap Pembuatan Gambar Kerja;

e. Tahap Proses Pengadaan Pelaksanaan Konstruksi;

f. Tahap Pengawasan Berkala.



Bagan 1. 1 SOP Perancangan PARA Studio  
Sumber. Data Penulis (2023)

#### 1.4.7. Key Partnership

Berdasarkan hasil Analisa Industri untuk supplier untuk mendukung proses perancangan desain PARA Studio akan bekerjasama dengan supplier yang mendukung penerapan konsep arsitektur tropis. Dengan sistem partnerships yang diaplikasikan oleh PARA Studio yaitu *Strategic alliances between non-competitors*;

- a. *Optimization and Economy of Scale*, mengoptimasi sumber daya dengan melakukan kegiatan kerja sama dengan vendor dan *supplier* terkait;
- b. *Strategic alliance between non-competitors*, melakukan kerjasama dengan individu, swasta dan pemerintah, bergabung dengan asosiasi seperti Ikatan Arsitek Indonesia (IAI) dengan tujuan untuk mendapatkan koneksi dan SKA, memperluas profesi dengan mengambil sertifikasi *Asean Architect (AA)* dan mengembangkan perusahaan dengan standar *International Organization for Standardization (ISO)*.

#### 1.4.8. **Key Resources**

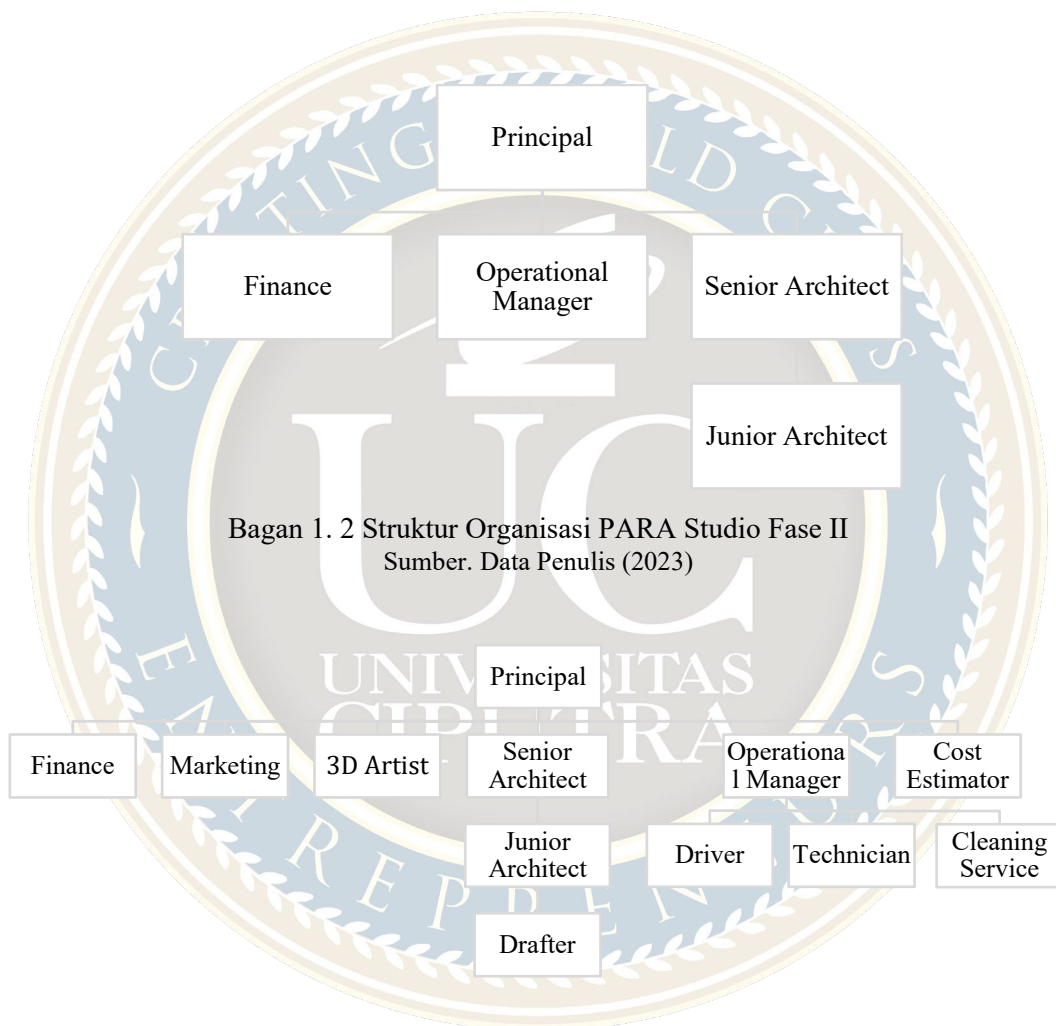
Sumber daya utama yang dimiliki oleh PARA Studio dalam menjalankan model bisnisnya, yakni:

1. *Physical Asset*, sumber daya fisik untuk kantor dan perlengkapan untuk desain.
  - a. *Software tools* (Sketchup, Autocad, Microsoft, Adobe)
  - b. *Hardware tools* (PC, plotter, image scanner, printer)
2. *Assets*, aset tetap seperti bangunan kantor, workshop, dan gudang;
3. *Suppliers* dan Vendor;
4. *Finance*

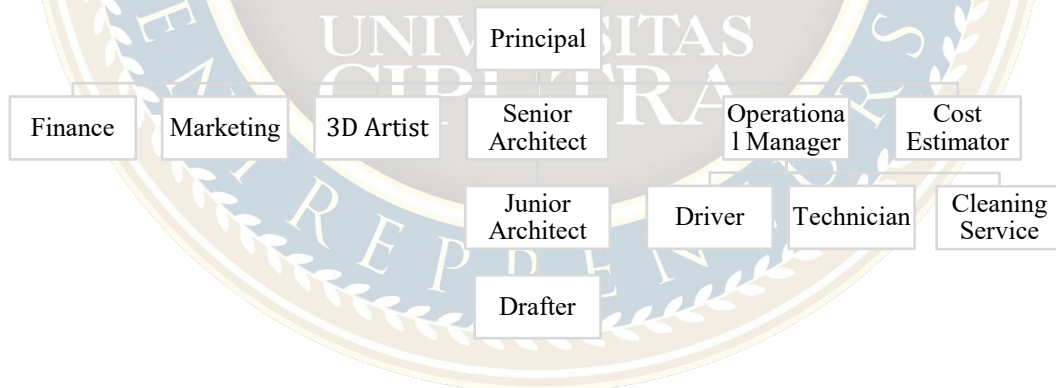
Perolehan modal untuk PARA Studio untuk fase pertama (2025-2030) berasal dari dana pribadi yang didapatkan dari dana pribadi dan pihak ketiga. Fase kedua dan seterusnya, akan

menggunakan dana hasil dari proyek fase sebelumnya, Pengeluaran finansial perusahaan terdiri dari seluruh kebutuhan kegiatan operasional kantor.

5. *Human Resources*, sumber daya manusia untuk mendukung kinerja perusahaan;



Bagan 1. 2 Struktur Organisasi PARA Studio Fase II  
Sumber. Data Penulis (2023)



Bagan 1. 3 Struktur Organisasi PARA Studio Fase III  
Sumber. Data Penulis (2023)

Tugas utama karyawan PARA Studio, yakni;

1. *Principal*

- a. Bertanggung jawab atas perusahaan
- b. Memberikan keputusan tertinggi
- c. Koordinasi seluruh karyawan perusahaan

2. *Operational Manager*

- a. Bertanggung jawab atas seluruh administrasi dan operasional perusahaan

3. *Finance*

- a. Melakukan pencatatan pengeluaran dan pemasukan perusahaan

4. *Marketing*

- a. Bertanggung jawab atas pemasaran perusahaan
- b. Membuat konten untuk social media dan website

5. *Cost Estimator*

- a. Memperhitungkan RAB sebuah proyek

6. *3D Artist*

- a. Melakukan pembuatan visual gambar (render) dan video untuk presentation

7. *Senior Architect*

- a. Melakukan analisa site
- b. Melakukan deep research untuk mendukung desain
- c. Membuat konsep, design modelling, dan presentation
- d. Membuat gambar kerja

e. Membuat RAB

8. *Junior Architect*

- a. Melakukan analisa site
- b. Melakukan deep research untuk mendukung desain
- c. Membuat konsep, design modelling, dan presentation
- d. Membuat gambar kerja
- e. Membuat RAB

9. *Drafter*

- a. Melakukan pengecekan gambar kerja
- b. Melengkapki dan merapikan gambar kerja sesuai standar perusahaan dan kontraktor

10. *Driver*

- a. Bertanggung jawab untuk mengantarkan staff untuk keperluan bertemu klien dan site visit

11. *Cleaning Service*

- a. Bertanggung jawab untuk menjaga kebersihan kantor perusahaan

12. *Technician*

- a. Bertanggung jawab dalam mengelola dan memperbaiki perangkat keras dan lunak untuk operasional kantor tetap bekerja.

Kualifikasi perekrutan staff untuk Para Studio :

1. *Architect*

- a. Sarjana Arsitektur (S1)
- b. Memiliki kemampuan mengoperasikan Autocad, Sketchup

c. Mampu bekerjasama dengan tim

2. *Finance*

a. Sarjana Akuntansi (S1)

b. Memiliki kemampuan

c. Mampu bekerjasama dengan tim

3. *Marketing*

a. Sarjana Manajemen Bisnis (S1)

b. Memiliki kemampuan

c. Mampu bekerjasama dengan tim

4. *3D Artist*

a. Sarjana Arsitektur (S1)

b. Memiliki kemampuan *Rendering*

c. Mampu bekerjasama dengan tim

5. *Drafter*

a. Sarjana Arsitektur (S1)

b. Memiliki kemampuan

c. Mampu bekerjasama dengan tim

6. *Cleaning Service*

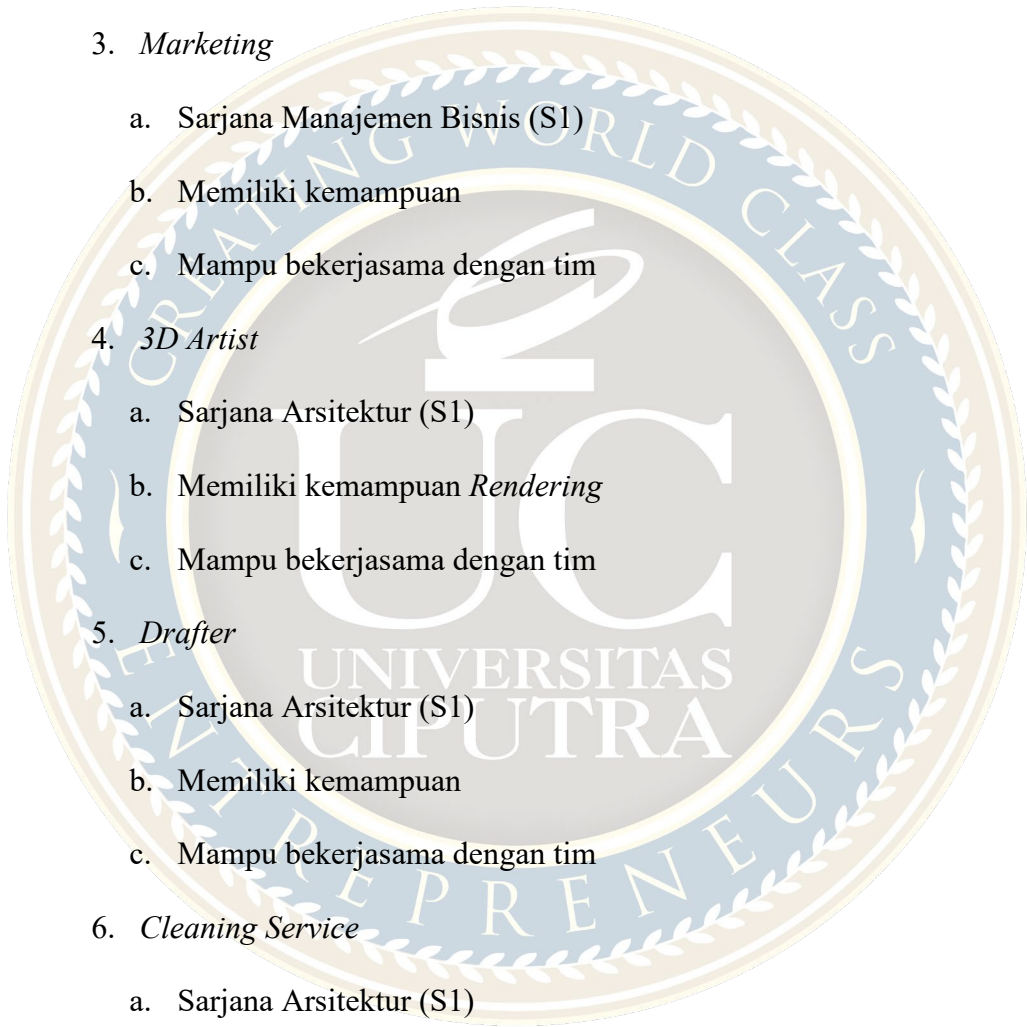
a. Sarjana Arsitektur (S1)

b. Memiliki kemampuan

c. Mampu bekerjasama dengan tim

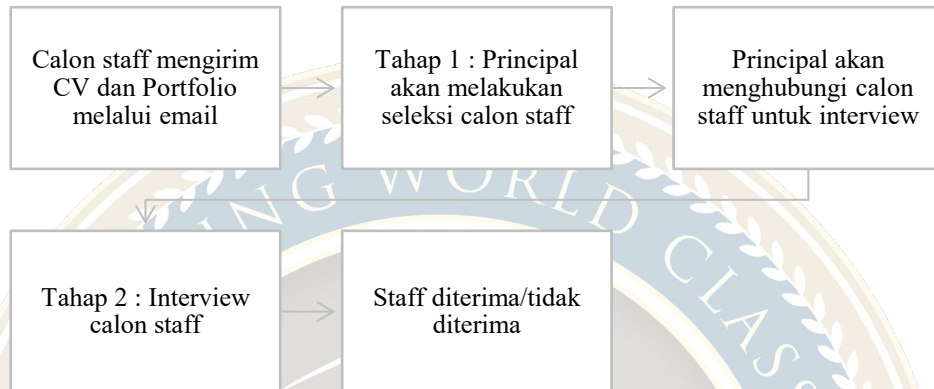
7. *Driver*

a. Sarjana Arsitektur (S1)



- b. Memiliki kemampuan
- c. Mampu bekerjasama dengan tim

Proses perekrutan staff untuk PARA Studio:



Bagan 1. 4 SOP Perekrutan Staff PARA Studio  
Sumber. Data Penulis (2023)

Jadwal kerja PARA Studio:



Bagan 1. 5 SOP Jadwal Kerja PARA Studio  
Sumber. Data Penulis (2023)

#### 1.4.9. *Cost Structure and Revenue Stream*

*Cost Structure* atau biaya yang dikeluarkan oleh PARA Studio, yakni;

- a. Gaji tetap karyawan;
- b. Biaya akomodasi rutin kegiatan pekerjaan;
- c. Biaya operasional kantor;
- d. Biaya investasi *design tools, software tools, hardware tools*;
- e. Biaya sewa kantor;
- f. Biaya sertifikasi ISO, IAI, dan AA.

*Revenue Streams* atau aliran pendapatan yang diperoleh PARA Studio berasal dari pendapatan biaya jasa konsultasi desain dari customer.

Pendapatan perusahaan bersifat *fixed price*, yakni;

- a. Harga yang ditawarkan menyesuaikan spesifikasi yang ditawarkan;
- b. Harga yang dibayarkan menyesuaikan segmentasi pasar;
- c. Harga yang ditawarkan tetap untuk setiap produk dan jasa.
- d. Pembayaran atas imbalan jasa PARA Studio berpedoman pada IAI dengan sistem persentase imbalan jasa sesuai kategori bangunan atau perhitungan meter persegi, dengan perhitungan tersebut digunakan untuk memperoleh imbalan jasa. Berikut merupakan tabel bobot presentase tahap pekerjaan dan harga imbalan jasa berdasarkan IAI:

Tabel 1. 11 Tabel Imbalan Jasa IAI

Biaya Bangunan Sampai	Kategori Bangunan				
	Khusus	Sosial	1	2	3
< 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%	4,38%
Rp. 60 milyar			3,29%	3,58%	3,92%
Rp. 80 milyar			2,92%	3,20%	3,52%
Rp. 100 milyar			2,60%	2,88%	3,18%
Rp. 120 milyar			2,32%	2,59%	2,88%
Rp. 140 milyar			2,07%	2,34%	2,62%
Rp. 160 milyar			1,86%	2,12%	2,39%
Rp. 180 milyar			1,67%	1,98%	2,20%
Rp. 200 milyar			1,51%	1,76%	2,03%
Rp. 220 milyar			1,37%	1,62%	1,88%
Rp. 240 milyar			1,25%	1,51%	1,76%
Rp. 260 milyar			1,16%	1,41%	1,67%
Rp. 280 milyar			1,09%	1,34%	1,59%
Rp. 300 milyar			1,04%	1,29%	1,54%
Rp. 500 milyar			1,00%	1,25%	1,50%
> Rp. 500 milyar		1,00%	1,25%	1,50%	

Sumber. IAI (2007)



