

## BAB 1

### REPLIKA KONSULTAN

#### 1.1. Ringkasan Eksekutif

##### 1.1.1. Latar belakang dan ringkasan usaha

Untuk membangun sebuah bangunan agar berkonsepkan dan memiliki desain yang baik perlu seorang arsitek dan desainer interior untuk mendesainnya. Konsultan di Indonesia khususnya di kota Surabaya sudah cukup banyak maka dari itu untuk membangun bisnis konsultan arsitektur dan desain interior perlu memiliki keunggulan dan poin yang menjadi bisnis berbeda dengan bisnis konsultan yang lainnya. Replika Konsultan akan fokus terhadap value yang dimiliki yaitu pendekatan terhadap pengaruh perilaku pengguna terhadap desain bangunan. Fokus dari Replika Konsultan yaitu untuk menjaga kondisi mental dan psikologis penggunanya.

Selain itu value Replika Konsultan yaitu jika klien membutuhkan maket, Replika konsultan dan Replika Studio dapat menerima jasa pembuatan maket sekaligus dengan gambar desain dan gambar teknik dari bangunan yang klien ingin bangun. Selain itu juga Replika Konsultan memiliki beberapa koneksi untuk membantu ketika proses pembangunan seperti kontraktor, supplier kusen, mebel dan lain-lain.



**Gambar 1.1 Logo Replika Konsultan**  
Sumber: Data Pribadi (2022)

Menurut hasil analisa industri, bisnis Replika Konsultan dipengaruhi oleh *supplier and other value chain actor* yaitu supplier dalam perancangan dan desain sebuah bangunan dan juga supplier dalam pembuatan maket, stakeholder yaitu karyawan, supplier, klien, kontraktor dan lain-lain. Dalam sebuah bisnis juga terdapat pesaing yang sudah memiliki nama dan portfolio proyek yang banyak dan juga terdapat pendatang baru. Ada juga persaingan dari substitute products and services berupa bisnis *design and build* dan juga referensi online.

Menurut hasil analisa *market forces, market issues* yang dapat mempengaruhi pasar Replika Konsultan adalah kondisi mental dan psikologis manusia yang buruk dan tingginya tingkat stres penduduk di Indonesia dikarenakan beban pekerjaan yang berat, tuntutan hidup, dan penyebaran *covid-19*. *Market segment* dari Replika Konsultan yaitu penduduk usia *universal* atau tidak ada usia spesifik yang dituju dan juga untuk wilayah dimulai dari Surabaya lalu Jawa Timur lalu Pulau Jawa dan Nasional. *Needs and demands* yang dibutuhkan oleh pasar Replika Konsultan yaitu harga yang lebih terjangkau, desain yang sesuai dengan

harapan klien, tepat waktu dan pelayanan yang baik. *Switching cost* yang dapat membuat klien setia dengan bisnis yaitu kualitas pelayanan yang baik, ketepatan waktu dalam pengerjaan maupun dalam mengadakan meeting, kejujuran, kepercayaan, dan klien merasa sudah cocok dengan desain dan bisnis. *Revenue attractiveness* yang dapat membuat klien ingin menggunakan jasa Replika Konsultan yaitu value pendekatan perilaku pengguna terhadap desain dan produk maket jika klien juga membutuhkan.

Analisa *key trends* yang dapat berpengaruh bagi Replika Konsultan yaitu *technology trends* seperti VR, AR, MR. Lalu *regulatory trends* berupa peraturan pemerintah tentang arsitek dan cipta kerja lalu juga ada buku pedoman IAI dan HDII. Selanjutnya yaitu *societal and cultural trends* yaitu beberapa budaya baru dikarenakan pandemi *covid-19* seperti *work from home* dan *socio economic trends* yaitu pertumbuhan penduduk yang dapat berpengaruh terhadap ekonomi suatu negara. Lalu untuk *macro economic forces* yaitu *global market condition* yaitu pertumbuhan ekonomi dunia yang lebih menurun dibandingkan tahun sebelumnya. Lalu *Capital market* sedang menurun karena covid-19 namun pada september 2022 sudah membaik. *Commodity and resources* yang dibutuhkan Replika Konsultan yaitu sumber daya manusia untuk membantu pengerjaan. *Economic forces* suatu negara dapat dipengaruhi oleh pertumbuhan jumlah penduduk.

### 1.1.2. Visi

Kami berkomitmen untuk menjadi konsultan arsitektur dan interior yang melayani pasar nasional dan akan menjawab setiap kebutuhan konsumen dengan mengunggulkan *value* yang kami punyai dengan pendekatan perilaku pengguna terhadap desain untuk bangunan residensial dan komersial.

### 1.1.3. Misi

1. Kepuasan dan kenyamanan klien menjadi prioritas utama kami dengan pendekatan perilaku klien terhadap desain.
2. Membantu klien menciptakan bangunan yang ramah lingkungan dan ramah pengguna dan sesuai dengan perilaku desain pengguna.
3. Membentuk sebuah tim yang bekerja secara jujur dan berdedikasi tinggi.
4. Selalu berkembang dan belajar akan perkembangan desain dan teknologi di bidang arsitektur dan interior.

## 1.2. Gambaran Usaha

### 1.2.1. Identitas dan Kepemilikan Perusahaan

Replika Konsultan adalah sebuah bisnis yang memberikan jasa desain dan perancangan bangunan arsitektur dan interior. Identitas dan Kepemilikan perusahaan yaitu perorangan yaitu penulis sendiri yang membangun dan juga yang menjalankan bisnis sebagai *CEO* dan *principal designer*. Untuk awal berjalannya bisnis ini akan dibantu oleh koneksi yang sudah dimiliki oleh Replika Studio yang pekerjaannya sama di bidang arsitektur dan interior yaitu pembuatan maket. Untuk hasil keuntungan dari bisnis ini seluruhnya penulis yang akan pegang dan

mengelola hasil tersebut. Untuk setiap pengerjaan proyek dan setiap keputusan yang diambil, penulis akan bertanggung jawab penuh. Brand dan nama bisnis belum terdaftar secara hukum. Replika konsultan juga akan bekerja sama dengan kontraktor, supplier kusen, supplier mebel dan lain-lain.

### 1.2.2. Fase Usaha

#### a. Fase Awal (2023-2028)

Beberapa hal perlu diperhatikan dalam merintis sebuah usaha yaitu perlu menentukan target pasar, mencari kompetitor yang ada, menentukan value yaitu pendekatan perilaku pengguna terhadap desain sehingga memberikan kenyamanan bagi penggunanya. Untuk menjalankan sebuah bisnis konsultan arsitektur dan desain interior rintisan, harus rajin membuat portofolio agar masyarakat dapat melihat dan mendapatkan kepercayaan mereka. Selain itu juga harus mulai menerima proyek-proyek dari kerabat atau keluarga dan lain-lain agar mengerti bagaimana suasana bekerja sesungguhnya dalam bidang ini. Berdasarkan dari pengalaman yang penulis miliki selama beberapa tahun berkuliah, magang dan menangani proyek maka dari itu untuk proyek awal yang dapat diterima dan yang paling memungkinkan yaitu residensial dengan luasan maksimal 1000m<sup>2</sup> atau komersial seperti ruko, cafe, restoran dan lain-lain dengan luasan maksimal 1000m<sup>2</sup>. Selama penulis magang dan menerima proyek beberapa proyek yang penulis buat seperti ruko, cafe, *retail shop*, residensial, kantor, pedestrian dan *entrance gate* perumahan. Untuk target pasar pada fase awal ini yaitu Surabaya dimana itu juga menjadi *base* bisnis Replika Konsultan. Pada fase ini penulis ingin

mulai mempekerjakan tim desain 2-3 orang untuk membantu membuat desain. Tim yang solid dan berdisiplinkan tinggi sehingga walaupun hanya 2 hingga 3 orang saja tetapi di setiap pekerjaannya menghasilkan hasil yang terbaik dan membuat klien puas dan mendapatkan kepercayaan dari mereka. Target per tahun mendapatkan 10 proyek.

b. Fase Pertengahan atau Fase Perkembangan (2028-2033)

Setelah beberapa tahun berjalan, Replika Konsultan juga perlu merefleksikan bisnis dan mengerti setelah sekian tahun berjalan apa yang perlu diperbaiki dan dikembangkan agar konsumen ataupun klien mendapatkan kepercayaannya terhadap Replika Konsultan karena setiap pelayanan yang Replika Konsultan berikan seperti dari pengerjaan yang jujur dan berdedikasi, rasa hormat dan tepat waktu ketika ada meeting yang diselenggarakan, memberikan *timeline* dan *deadline* untuk proyek yang masuk akal dan sesuai dengan yang klien tentukan. Selain itu juga perlunya masukan dari setiap konsumen atau klien agar Replika Konsultan mengerti apa kesalahan dan yang perlu diperbaiki di setiap proyeknya. Gol yang ingin Replika Konsultan capai yaitu menjadi bisnis konsultan arsitektur dan desain interior yang dapat dikenal di kalangan masyarakat Surabaya dan Jawa. Target per tahun dapat menerima lima proyek agar dapat memperbanyak portofolio Replika Konsultan dan lebih dikenal masyarakat. Jika per tahun tidak mencapai target tersebut, Replika Konsultan harus tetap membuat portofolio secara mandiri agar tetap memperbanyak portofolio. Pada fase ini jika dirasa tim desain kurang

maka akan mencari tim desain lagi untuk membantu pekerjaan agar lebih cepat dan juga mencari tim *marketing*. Target per tahun mendapatkan lebih dari 10 proyek.

c. Fase Akhir (2033-dst)

Dalam fase akhir, target Replika Konsultan yaitu memiliki kantor untuk tempat bekerjanya para karyawan dan juga ingin menjadi bisnis yang berada di bawah hukum atau menjadi Perseroan Terbatas (PT). Target per tahun dapat menerima lebih dari 20 proyek. Pada fase ini Replika Konsultan ingin memiliki tim *finance*, *manager*, tim *drafter* dan *render*. Melakukan meeting secara rutin sekali setiap minggunya membahas aspek-aspek yang perlu dikembangkan lebih lagi. Menjadi bisnis yang tidak hanya jasa arsitek dan interior yang diberikan tetapi *design and build*. Menerima jasa kontraktor juga agar target pasar bisa lebih luas. Target pasar yang dituju pada fase akhir ini yaitu Indonesia.

**Tabel 1.1 Fase usaha Replika Konsultan**

KATEGORI	FASE AWAL (2023-2028)	FASE PERTENGAHAN (2029-2033)	FASE AKHIR (2033-dst)
BADAN USAHA	Perseorangan	Commonditaire Venootschap (CV)	Perseroan Terbatas (PT)
LOKASI	Surabaya (Jadi 1 dengan Replika Studio) / di rumah pribadi	Surabaya (Sewa atau jadi 1 dengan Replika Studio)	Surabaya (Memiliki Kantor)
PASAR YANG DITUJU	Surabaya	Jawa	Indonesia
PROYEK	10 Proyek	>10 Proyek	>20 Proyek
JENIS PROYEK	Residensial dan Komersial (<1000m <sup>2</sup> )	Residensial dan Komersial (>1000m <sup>2</sup> )	Residensial dan Komersial (>1000m <sup>2</sup> )
VALUE PROPOSITION	Konsultan Arsitek dan Interior	Design and Build	Design and Build
CHANNEL	Word of Mouth, Social Media, Portfolio	Word of Mouth, Social Media, Portfolio, Website	Word of Mouth, Social Media, Portfolio, Website

Sumber: Data Pribadi (2023)

**Tabel 1.1 Fase usaha Replika Konsultan (Lanjutan)**

<b>KEY ACTIVITIES</b>	Perancangan, Desain & Maket	Perancangan, Desain, Pembangunan & Maket	Perancangan, Desain, Pembangunan & Maket
<b>KEY RESOURCES</b>	PC, Printer, SDM (tim desain 2-3 orang)	SDM (tim marketing)	SDM (manager, finance, drafter, tim render)
<b>KEY PARTNERS</b>	Supply (Peralatan, Print & Maket)	Supply (Bahan bangunan)	Supply (Bahan bangunan) dan Property developer
<b>COST STRUCTURE</b>	Variable cost & Fixed Cost (Biaya pembuat desain bervariasi & Biaya pembuatan maket memiliki patokan, tergantung skala dan kerumitan)	Variable cost (Biaya pembuat desain & pembangunan bervariasi tergantung luasan bangunan)	Variable cost (Biaya pembuat desain & pembangunan bervariasi tergantung luasan bangunan)
<b>REVENUE STREAMS</b>	Menjual jasa perancangan dan desain + Maket	Jasa perancangan, desain dan pembangunan + Maket	Jasa perancangan, desain dan pembangunan + Maket

Sumber: Data Pribadi (2023)

### 1.2.3. Perolehan Modal

#### 1.2.3.1 Perolehan modal awal

Untuk menjalankan sebuah usaha membutuhkan modal agar usaha tersebut dapat berjalan. Karena merupakan bisnis yang baru dirintis modal awal yang ada yaitu berasal dari modal pribadi dan juga pemberian dari pihak kedua. Lalu modal juga bisa didapatkan dari hasil proyek yang sudah pernah dikerjakan. Selama ini proyek yang diambil telah ada dua dan hasil dari dua proyek tersebut bisa digunakan untuk modal merintis usaha ini dan modal untuk membeli perangkat elektronik untuk mendukung dalam pembuatan dan pengerjaan. Setelah masuk ke fase berkembang, setiap keuntungan akan digunakan untuk biaya operasional jika sudah memiliki atau menyewa sebuah kantor dan juga gaji untuk karyawan jika sudah memiliki tim desain. Untuk sponsor atau *partner* untuk bekerja sama untuk saat ini belum ada, akan tetapi untuk kenalan produsen kusen, mebel dan kontraktor sudah ada sehingga bisa mendapatkan sedikit hasil atau pesanan dari produk yang dijual.

### 1.2.3.2 Cash flow

Saat menjalankan usaha perlu juga mengerti semua pemasukan dan pengeluaran. Dalam pembayaran dan pelunasan jasa arsitek dan desain interior terbagi dalam beberapa tahapan dan sesuai dengan tahapan pengerjaan dan perancangannya. Berikut adalah tabel asumsi pemasukan dan pengeluaran bisnis Replika Konsultan :

**Tabel 1.2 Pendapatan atau Pemasukan Replika Konsultan**

PENDAPATAN/ PEMASUKAN	HARGA/m <sup>2</sup>	JUMLAH
JASA PERANCANGAN ARSITEKTUR (ROYAL) (300m <sup>2</sup> )	Rp 100.000	Rp 30.000.000
JASA PERANCANGAN DESAIN INTERIOR (HIGH) (90m <sup>2</sup> )	Rp 200.000	Rp 18.000.000
JASA PERANCANGAN ARSITEKTUR DAN DESAIN INTERIOR (EXCLUSIVE) (400m <sup>2</sup> )	Rp 170.000	Rp 68.000.000
JASA PERANCANGAN ARSITEKTUR DAN DESAIN INTERIOR (SPECIAL) (400m <sup>2</sup> )	Rp 200.000	Rp 80.000.000

Sumber: Data Pribadi (2023)

**Tabel 1.3 Pendapatan atau Pemasukan Maket Replika Konsultan**

JASA PEMBUATAN PRODUK MAKET	BIAYA PRODUKSI	HARGA	LAMA Pengerjaan
MAKET RUMAH TINGGAL T 36/90 (skala 1:25)	Rp 10.000.000	Rp 14.500.000	1 MINGGU
MAKET SITE PLAN (skala 1:500)	Rp 30.000.000	Rp 40.000.000	3-4 MINGGU
MAKET RUMAH TINGGAL T 1500/1000 (skala 1:105)	Rp 15.000.000	Rp 25.000.000	3 MINGGU

Sumber: Data Pribadi (2023)



**Gambar 1.2 Maket Rumah Tinggal 36/90 (Skala 1:25)**

Sumber: Data Pribadi (2023)



**Gambar 1.3 Maket Site Plan (Skala 1:500)**

Sumber: Data Pribadi (2023)



**Gambar 1.4 Maket Rumah Tinggal 1500/1000 (Skala 1:100)**

Sumber: Data Pribadi (2023)

**Tabel 1.4 Pengeluaran Replika Konsultan**

<b>PENGELUARAN (FIXED COST)</b>	<b>JUMLAH</b>	<b>PEMAKAIAN</b>
GAJI	Rp 4.500.000	BULAN
INTERNET	Rp 338.000	BULAN
<b>PENGELUARAN (VARIABLE COST)</b>	<b>JUMLAH</b>	<b>PEMAKAIAN</b>
AC 1 PK (819 watt)	Rp 250.000	BULAN (12 jam/ hari)
LISTRIK KOMPUTER (317 watt)	Rp 150.000	BULAN (10 jam/hari)
PRINT GAMBAR	Rp 180.000	60 LEMBAR
TRANSPORTASI	Rp 500.000	BULAN

Sumber: Data Pribadi (2023)

**Tabel 1.5 Asumsi Pengeluaran dan Pemasukan Replika Konsultan dalam 1 tahun**

	STANDART	PREMIUM	EXCLUSIVE	STANDART	ELITE	ROYAL	NORMAL	MEDIUM	HIGH	BRONZE	SILVER	GOLD	
LAMA PENGER	2 BULAN	3 BULAN	4 BULAN	1 BULAN	2 BULAN	3 BULAN	1 BULAN	2 BULAN	3 BULAN	2 1/2 BULAN	3 1/2 BULAN	4 1/2 BULAN	
<b>JENIS ARUS KAS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>BULAN 1</b>	<b>BULAN 2</b>	<b>BULAN 3</b>	<b>BULAN 4</b>	<b>BULAN 5</b>	<b>BULAN 6</b>	<b>BULAN 7</b>	<b>BULAN 8</b>	<b>BULAN 9</b>	<b>BULAN 10</b>	<b>BULAN 11</b>	<b>BULAN 12</b>
<b>A. Revenue Streams</b>													
Modal Pribadi	Rp 30.000.000	Rp 30.000.000											
Pendapatan Jasa Konsultan	Rp 191.000.000	Rp 21.000.000	-	Rp 54.000.000	-	-	Rp 48.000.000	-	-	Rp 68.000.000	-	-	-
<b>Total Revenue Stream</b>	<b>Rp 221.000.000</b>	<b>Rp 51.000.000</b>		<b>Rp 54.000.000</b>			<b>Rp 48.000.000</b>			<b>Rp 68.000.000</b>			
<b>B. Initial Investment</b>													
Perakitan PC	Rp 20.000.000	Rp 20.000.000											
Pembelian Printer	Rp 6.500.000	Rp 6.500.000											
<b>Total Initial Investment</b>	<b>Rp 31.500.000</b>												
<b>C. Variable Cost</b>													
Biaya AC 1 PK	Rp 3.000.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000	Rp 250.000
Biaya listrik PC (317watt)	Rp 1.800.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000
Print Gambar	Rp 720.000		Rp 180.000				Rp 180.000						Rp 180.000
Transportasi	Rp 6.000.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 500.000
Biaya Tak Terduga	Rp 2.400.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000
<b>Total Variable Cost</b>	<b>Rp 13.920.000</b>	<b>Rp 1.100.000</b>	<b>Rp 1.280.000</b>	<b>Rp 1.100.000</b>	<b>Rp 1.100.000</b>	<b>Rp 1.280.000</b>	<b>Rp 1.100.000</b>	<b>Rp 1.100.000</b>	<b>Rp 1.280.000</b>	<b>Rp 1.100.000</b>	<b>Rp 1.100.000</b>	<b>Rp 1.100.000</b>	<b>Rp 1.280.000</b>
<b>D. Fixed Cost</b>													
Gaji	Rp 54.000.000	Rp 4.500.000	Rp 4.500.000	Rp 4.500.000	Rp 4.500.000	Rp 4.500.000	Rp 4.500.000	Rp 4.500.000	Rp 4.500.000	Rp 4.500.000	Rp 4.500.000	Rp 4.500.000	Rp 4.500.000
Internet	Rp 4.080.000	Rp 340.000	Rp 340.000	Rp 340.000	Rp 340.000	Rp 340.000	Rp 340.000	Rp 340.000	Rp 340.000	Rp 340.000	Rp 340.000	Rp 340.000	Rp 340.000
<b>Total Fixed Cost</b>	<b>Rp 58.080.000</b>	<b>Rp 4.840.000</b>	<b>Rp 4.840.000</b>	<b>Rp 4.840.000</b>	<b>Rp 4.840.000</b>	<b>Rp 4.840.000</b>	<b>Rp 4.840.000</b>	<b>Rp 4.840.000</b>	<b>Rp 4.840.000</b>	<b>Rp 4.840.000</b>	<b>Rp 4.840.000</b>	<b>Rp 4.840.000</b>	<b>Rp 4.840.000</b>

ARUS KAS TAHUN PERTAMA	
Total Revenue Streams	Rp 221.000.000
Total Initial Investment	Rp 31.500.000
Total Variable Cost	Rp 13.920.000
Total Fixed Cost	Rp 58.080.000
<b>HASIL</b>	<b>Rp 117.500.000</b>

Sumber: Data Pribadi (2023)

**Tabel 1.6 Listrik yang harus dibayar untuk macam-macam PC**

Listrik di Indonesia yaitu Rp. 1444,70 Per KWH (Bagi 1300VA Ke atas). Maka jika kamu gaming (100% Load) selama 5 Jam per hari, listrik yang dibutuhkan adalah sebagai berikut :

PC (80+ Bronze)	Total Daya	100% Load 5 Jam perhari	1 Bulan
Entry Level Gaming PC:	101.2 Watt	Rp730	Rp22.211
Low-End Gaming PC	197 Watt	Rp1.423	Rp43.322
Low-End Gaming PC "Second"	246 Watt	Rp1.777	Rp54.098
Mid-End Gaming PC:	317 Watt	Rp2.290	Rp69.711
High-End Gaming PC: (80+ Gold)	507 Watt	Rp3.663	Rp111.495
PC Sultan 2021: (80+ Gold)	601 Watt	Rp4.342	Rp132.166

Sumber: Idlegionoob.com (2021)

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

Layanan usaha yang diberikan kepada pengguna atau klien yaitu jasa arsitektur dan interior. Terdapat total 12 *pricelist* yang akan diberikan kepada pengguna atau klien yaitu paket desain arsitektur, paket desain interior, paket desain

arsitektur beserta interiornya dan paket desain arsitektur, interior dan maket. Harga yang ditetapkan oleh Replika Konsultan berguna untuk di fase awal dan fase pertengahan dan melihat kondisi sekitar. Jika sekiranya perlu dan ingin untuk mengubah harga maka pihak Replika Konsultan akan melakukan diskusi dalam perubahan harga. Berikut adalah tabel dari produk yang akan klien dapatkan beserta harganya :

PERANCANGAN & DESAIN ARSITEKTUR & INTERIOR		
STANDART	PREMIUM	EXCLUSIVE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Site Plan (Optional)</li> <li>• Denah 2D</li> <li>• Tampak bangunan</li> <li>• Potongan bangunan</li> <li>• Konsep arsitektur</li> <li>• Rencana Atap</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Detail Interior</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Site Plan (Optional)</li> <li>• Denah 2D</li> <li>• Tampak bangunan</li> <li>• Potongan bangunan</li> <li>• Konsep arsitektur</li> <li>• Rencana Atap</li> <li>• Instalasi titik lampu, elektrikal, air bersih, air kotor &amp; hujan, kotoran</li> <li>• Detail Fasad</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Detail Interior</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Site Plan (Optional)</li> <li>• Denah 2D</li> <li>• Tampak bangunan</li> <li>• Potongan bangunan</li> <li>• Konsep arsitektur</li> <li>• Rencana Atap</li> <li>• Instalasi titik lampu, elektrikal, air bersih, air kotor &amp; hujan, kotoran</li> <li>• Denah plafon &amp; pola lantai</li> <li>• Detail Fasad</li> <li>• Detail kamar mandi</li> <li>• Detail Tangga</li> <li>• Detail kusen</li> <li>• Detail Interior</li> <li>• Rendering (Exterior &amp; 3 ruangan interior)</li> </ul>
Rp 70.000/m <sup>2</sup>	Rp 120.000/m <sup>2</sup>	Rp 170.000/m <sup>2</sup>

**Gambar 1.5 Pricelist perancangan dan desain arsitektur dan interior Replika Konsultan**

Sumber: Data Pribadi (2023)

PERANCANGAN & DESAIN INTERIOR		
NORMAL	MEDIUM	HIGH
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Denah 2D</li> <li>• Tampak Dinding</li> <li>• Potongan</li> <li>• Rendering 2 View</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Denah 2D</li> <li>• Tampak Dinding</li> <li>• Potongan</li> <li>• Denah Titik Lampu</li> <li>• Rencana Pola Lantai</li> <li>• Rencana Plafon</li> <li>• Rendering 4 View</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Denah 2D</li> <li>• Tampak Dinding</li> <li>• Potongan</li> <li>• Denah Titik Lampu</li> <li>• Denah Elektrikal</li> <li>• Rencana Pola Lantai</li> <li>• Rencana Plafon</li> <li>• Rencana Plumbing</li> <li>• Detail Ornamen</li> <li>• Rendering 8 View</li> </ul>
Rp 100.000/m <sup>2</sup>	Rp 150.000/m <sup>2</sup>	Rp 200.000/m <sup>2</sup>

**Gambar 1.6 Pricelist perancangan dan desain interior Replika Konsultan**

Sumber: Data Pribadi (2023)

Terdapat total 6 *pricelist* yang disediakan oleh Replika Konsultan yaitu 3 *pricelist* untuk perancangan dan desain arsitektur dan interior dan 3 *pricelist* untuk perancangan dan desain interior. Jika klien yang membutuhkan hanya produk maket saja maka akan diarahkan langsung untuk berhubungan dengan Replika Studio tetapi jika klien membutuhkan jasa perancangan dan desain beserta maket akan mendapatkan harga yang lebih terjangkau. Klien akan mendapatkan diskon sebesar 10% dalam pembuatan maket jika memesan jasa perancangan dan desain arsitektur dan desain interior.



**Gambar 1.7 Survey Replika Konsultan I**  
Sumber: Data Pribadi (2023)

Berdasarkan hasil survey yang diambil oleh pihak Replika Konsultan dengan total 102 responden mendapatkan hasil 39,2% responden rela membayar untuk jasa arsitek dan interior dengan harga 70 ribu hingga 150 ribu dan 28,4% responden rela membayar sebesar 150 ribu hingga 250 ribu. Maka dapat disimpulkan bahwa *pricelist* yang ditawarkan oleh Replika Konsultan masih sesuai budget dari para customer.

Pricelist yang ditetapkan dan diberikan oleh Replika Konsultan sudah sesuai dengan budget dari total 102 responden yang dibuat oleh Replika Konsultan dan

juga juga sudah melakukan benchmarking dengan beberapa perusahaan konsultan arsitek dan interior lainnya. Berikut adalah beberapa benchmarking harga yang diambil oleh Replika Konsultan :

**A. BIAYA / HARGA JASA DESAIN INTERIOR PER RUANGAN**

LUAS RUANGAN	BIAYA DESAIN INTERIOR
0-30 m <sup>2</sup>	Rp 8.500.000 / ruangan
>30 m <sup>2</sup>	Rp 275.000 / m <sup>2</sup>

**TAHAPAN CARA PEMBAYARAN**  
 1. Pembayaran sebesar 100%. Jika klien menyetujui penawaran, maka klien akan membayar 100% dari total biaya desain ke rekening atas nama Presiden Direktur Emporio Architect.

**B. BIAYA / HARGA JASA DESAIN INTERIOR PER RUMAH**

**B.1. Small & Medium Size Building**

LUAS BANGUNAN	BIAYA DESAIN INTERIOR
0-250 m <sup>2</sup>	Rp 40.000.000
251-300 m <sup>2</sup>	Rp 47.500.000
301-350 m <sup>2</sup>	Rp 55.000.000
351-400 m <sup>2</sup>	Rp 62.500.000
401-450 m <sup>2</sup>	Rp 70.000.000
451-500 m <sup>2</sup>	Rp 77.500.000

**B.2. Big Size Building**

LUAS BANGUNAN	BIAYA DESAIN INTERIOR
501-600 m <sup>2</sup>	Rp 90.000.000
601-700 m <sup>2</sup>	Rp 110.000.000
701-800 m <sup>2</sup>	Rp 130.000.000
801-900 m <sup>2</sup>	Rp 150.000.000
901-1000 m <sup>2</sup>	Rp 170.000.000

**B.3. Extra Big Size Building**

LUAS BANGUNAN	BIAYA DESAIN INTERIOR
>1000 m <sup>2</sup>	Rp 175.000 / m <sup>2</sup>

**Gambar 1.8 Pricelist Interior Emporio Architect**  
 Sumber: Emporio Architect (2023)

**A. BIAYA / HARGA JASA ARSITEK DESAIN RUMAH + JASA DESAIN INTERIOR**

**A.1. Small & Medium Size Building**

LUAS BANGUNAN	BIAYA DESAIN RUMAH + INTERIOR
0-250 m <sup>2</sup>	Rp 80.000.000
251-300 m <sup>2</sup>	Rp 95.000.000
301-350 m <sup>2</sup>	Rp 110.000.000
351-400 m <sup>2</sup>	Rp 125.000.000
401-450 m <sup>2</sup>	Rp 140.000.000
451-500 m <sup>2</sup>	Rp 155.000.000

**A.2. Big Size Building**

LUAS BANGUNAN	BIAYA DESAIN RUMAH + INTERIOR
501-600 m <sup>2</sup>	Rp 180.000.000
601-700 m <sup>2</sup>	Rp 220.000.000
701-800 m <sup>2</sup>	Rp 260.000.000
801-900 m <sup>2</sup>	Rp 300.000.000
901-1000 m <sup>2</sup>	Rp 340.000.000

**A.3. Extra Big Size Building**

LUAS BANGUNAN	BIAYA DESAIN RUMAH + INTERIOR
>1000 m <sup>2</sup>	Rp 350.000 / m <sup>2</sup>

**Gambar 1.9 Pricelist Arsitektur dan Interior Emporio Architect**  
 Sumber: Emporio Architect (2023)

TABEL DETAIL DESKRIPSI PRODUK PER PAKET							Halaman 1
1. Layanan	Keterangan	Conceptual Rp. 60.000/m <sup>2</sup>	Standard Rp. 80.000m <sup>2</sup>	Complete Rp. 100.000/m <sup>2</sup>	Premium Rp. 150.000/m <sup>2</sup>	Advanced Rp. 200.000/m <sup>2</sup>	
Konsultasi	Konsultasi Arsitektur	✓	✓	✓	✓	✓	
	Online Meeting	✓	✓	✓	✓	✓	
	Konsultasi Interior	-	-	-	✓	✓	
Revisi	Denah	3x	3x	3x	3x	3x	
	Majjar 3D Exterior & Interior (+50%)	2x	2x	2x	3x	3x	
	Minor 3D Exterior & Interior (+50%)	2x	2x	2x	2x	2x	
	3D Furniture	-	-	1x	2x	2x	
	3D Render Arsitektur (Scene, Angle, Mood)	-	-	1x	1x	1x	
	3D Advanced Render	-	-	-	-	1x	
<b>2. Dokumen Konsep</b>							
Deskripsi dan Narasi	Konsep Arsitektur	-	-	✓	✓	✓	
	Konsep Pengayaan Interior	-	-	-	✓	✓	
<b>3. Dokumen 3D Drafting</b>							
Gambar Kerja & Detail Arsitektur	Siteplan	✓	✓	✓	✓	✓	
	Denah Existing	✓	✓	✓	✓	✓	
	Denah Planning	✓	✓	✓	✓	✓	
	Gambar Tapak	✓	✓	✓	✓	✓	
	Gambar Potongan	-	✓	✓	✓	✓	

TABEL DETAIL DESKRIPSI PRODUK PER PAKET							Halaman 2
	Keterangan	Conceptual Rp. 60.000/m <sup>2</sup>	Standard Rp. 80.000m <sup>2</sup>	Complete Rp. 100.000/m <sup>2</sup>	Premium Rp. 150.000/m <sup>2</sup>	Advanced Rp. 200.000/m <sup>2</sup>	
Gambar Kerja & Detail Arsitektur	Rencana - Plafon	-	✓	✓	✓	✓	
	Rencana - Rangka Atap	-	✓	✓	✓	✓	
	Rencana - Pola Lantai	-	✓	✓	✓	✓	
	Rencana - Kusen	-	✓	✓	✓	✓	
	Detail - Kusen	-	✓	✓	✓	✓	
Gambar Kerja & Detail Struktur	Detail - Ornamen	-	✓	✓	✓	✓	
	Rencana - Pondasi	-	✓	✓	✓	✓	
	Rencana - Kolom Balok	-	✓	✓	✓	✓	
	Detail - Pondasi	-	✓	✓	✓	✓	
Gambar Kerja & Detail MEP	Detail - Kolom	-	✓	✓	✓	✓	
	Detail - Balok	-	✓	✓	✓	✓	
	Detail - Sumur Air Bersih	-	✓	✓	✓	✓	
	Detail - Sumur Air Resapan	-	✓	✓	✓	✓	
	Detail - Septic Tank	-	✓	✓	✓	✓	
	Rencana - Listrik & Tirk Lampu	-	✓	✓	✓	✓	
4. Dokumen RAB Arsitektur	Rencana - Air Bersih & Air Kotor	-	✓	✓	✓	✓	
		-	-	✓	✓	✓	
5. Dokumen RAB Interior		-	-	-	-	✓	
6. Perhitungan Struktur		-	-	-	-	✓	
7. layout Dimensi Interior		-	-	-	-	✓	

TABEL DETAIL DESKRIPSI PRODUK PER PAKET							Halaman 3
	Keterangan	Conceptual Rp. 60.000/m <sup>2</sup>	Standard Rp. 80.000m <sup>2</sup>	Complete Rp. 100.000/m <sup>2</sup>	Premium Rp. 150.000/m <sup>2</sup>	Advanced Rp. 200.000/m <sup>2</sup>	
3D Render Exterior	3D Exterior Render	✓	✓	✓	✓	✓	
	3D Exterior Video Render	-	-	-	✓	✓	
	3D Panoramic Exterior 360 Render	-	-	-	1 View	1 View	
	3D Advanced Exterior Render	-	-	-	-	1 View	
3D Render Interior	3D Interior Render	5 Room	6 Room	7 Room	All Room	All Room	
	3D Interior Video Render	-	-	-	8 Scene	7 Scene	
	3D Panoramic Interior 360 Render	-	-	-	2 Ruang	3 Ruang	
	3D Advanced Interior Render	-	-	-	-	1 View	
Soft Copy	Photo Existing	✓	✓	✓	✓	✓	
	Architecture Signature A2	-	-	✓	✓	✓	
	DWG File	-	✓	✓	✓	✓	
Hard Copy	PLN / SGP Files	-	✓	✓	✓	✓	
	Dokumen A4 Konsep	-	-	✓	✓	✓	
	Dokumen A3 3D & Drafting	✓	✓	✓	✓	✓	
	Dokumen A4 RAB	-	-	✓	✓	✓	
	Signature Arsitektur A2	-	-	✓	✓	✓	
Lain-Lain	Dokumen A4 Perhitungan Struktur	-	-	-	-	✓	
	Dokumen A3 Gambar Konseptual Interior	-	-	-	-	✓	
	Vit Gear	-	-	-	✓	✓	
Lain-Lain	Flashdisk	✓	✓	✓	✓	✓	
	Exclusive Box Package	-	-	✓	✓	✓	

Gambar 1.10 Pricelist Arsitektur dan Interior Suba Arch Studio  
Sumber: Suba Arch Studio (2023)

Diamond	Gold	Silver
Rp200.000 / m2 Minimum Order 30 m <sup>2</sup>	Rp150.000 / m2 Minimum Order 30 m <sup>2</sup>	Rp100.000 / m2 Minimum Order 30 m <sup>2</sup>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Denah Rencana &amp; Konsep 3D</li> <li>• Rencana Lantai</li> <li>• Rencana Plafon</li> <li>• 4 Tampak Per Room</li> <li>• 4 Potongan Per Room</li> <li>• Gambar Kerja Furniture</li> <li>• Gambar Kerja Electrical</li> <li>• Rencana Anggaran Biaya</li> <li>• RAW Files (.dwg &amp; .skp)</li> <li>• 4 View 3D Render Per Room</li> <li>• 3D Panoramic 360 Render</li> <li>• 3D Video Render</li> <li>• Video Penjelasan Denah &amp; 3D</li> <li>• Virtual Reality Gear</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Denah Rencana &amp; Konsep 3D</li> <li>• Rencana Lantai</li> <li>• Rencana Plafon</li> <li>• 2 Tampak Per Room</li> <li>• 2 Potongan Per Room</li> <li>• Gambar Kerja Furniture</li> <li>• Gambar Kerja Electrical</li> <li>• RAW Files (.dwg &amp; .skp)</li> <li>• 2 View 3D Render Per Room</li> <li>• 3D Panoramic 360 Render</li> <li>• 3D Video Render</li> <li>• Virtual Reality Gear</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Denah Rencana</li> <li>• Konsep 3D</li> <li>• Denah Layout Berwarna</li> <li>• Rencana Lantai</li> <li>• Rencana Plafon</li> <li>• 1 Tampak Per Room</li> <li>• 1 Potongan Per Room</li> <li>• RAW Files (.dwg &amp; .skp)</li> <li>• 1 View 3D Render Per Room</li> </ul>
Consult Now	Consult Now	Consult Now

Gambar 1.11 Pricelist Interior Suba Arch Studio

Sumber: Suba Arch Studio (2023)

Terdapat beberapa tahapan dalam pembayaran atau pelunasan jasa arsitek dan desain interior. Layanan utama yang disediakan oleh jasa arsitek dalam pekerjaan perencanaan arsitektur biasanya dibagi menjadi 6 tahapan pekerjaan. Pembagian tiap tahapannya ini juga berpengaruh terhadap persentase pembayaran dari keseluruhan tagihan biaya desain arsitek. Setiap tahapan pekerjaan perancangan dapat dilanjutkan atau dilaksanakan jika tahap pekerjaan sebelumnya telah disetujui oleh pengguna jasa dan persentase pembayaran tahap sebelumnya telah dilunasi. Berikut adalah tahapan-tahapan pekerjaan perancangan beserta persentase dari keseluruhan total biaya desain:

1. Tahap Konsep Rancangan (20%)

- (a) Di tahap awal ini arsitek melakukan persiapan perancangan yang meliputi pemeriksaan seluruh informasi serta data yang diterima, mengolah data dan menganalisis agar semua

kebutuhan, persyaratan pembangunan, serta tujuan pembangunan dapat terpenuhi dengan sempurna.

(b) Arsitek membuat konsep rancangan yang menjadi dasar pemikiran dan pertimbangan semua bidang seperti (struktur, mekanikal, elektrikal dan lain-lain).

## 2. Tahap Rancangan / *Schematic Design* (20%)

(a) Arsitek menyusun pola dan bentuk arsitektur yang diwujudkan dalam bentuk gambar.

(b) Nilai fungsional dalam bentuk diagram.

(c) Aspek kualitatif dan aspek kuantitatif seperti perkiraan luas lantai yang akan dibuat, informasi bahan dan material, sistem konstruksi bangunan, biaya dan waktu pelaksanaan pembangunan dibuat dalam bentuk laporan tertulis dan gambar.

## 3. Tahap Pengembangan Rancangan / *Design Development* (20%)

Pada tahap ini arsitek bekerja atas dasar prarancangan yang telah disetujui oleh pengguna jasa untuk menentukan:

(a) Sistem konstruksi, struktur bangunan, sistem mekanikal dan elektrikal dan lain-lain.

(b) Bahan bangunan yang akan digunakan dengan pertimbangan nilai ekonomi, manfaat, ketersediaan bahan dan konstruksi.

(c) Perkiraan biaya konstruksi berdasarkan sistem bangunan, yang akan disajikan dalam bentuk gambar, diagram, dan laporan tertulis.

4. Tahap Pembuatan Gambar Kerja / *Detailed Engineering Drawing* (25%)

(a) Arsitek akan menerjemahkan rancangan dari tahap pengembangan ke dalam gambar dan uraian teknis yang rinci untuk menjelaskan proses pelaksanaan dan pengawasan konstruksi.

(b) Arsitek akan menyajikan dokumen pelaksanaan dalam bentuk gambar kerja dan tulisan mengenai spesifikasi serta syarat-syarat teknik pembangunan yang jelas, lengkap dan teratur.

(c) Arsitek juga akan menyajikan perhitungan kuantitas pekerjaan dan perkiraan biaya pelaksanaan pembangunan yang jelas, tepat, dan terinci.

5. Tahap Proses Pengadaan Pelaksana Konstruksi (10%)

(a) Arsitek akan mengolah hasil pembuatan gambar kerja ke dalam 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*)

(b) Sehingga data tersebut dapat mendukung proses:

- Pemilihan pelaksana konstruksi
- Penugasan pelaksana konstruksi

- Pengawasan pelaksanaan konstruksi
- Perhitungan besaran luas dan volume serta biaya pelaksanaan pembangunan yang jelas

#### 6. Tahap Pengawasan Berkala (5%)

- (a) Arsitek melakukan peninjauan dan pengawasan berkala di lapangan dan mengadakan pertemuan secara teratur dengan pengguna jasa dan Pelaksana Pengawasan Terpadu yang ditunjuk oleh pengguna jasa.
- (b) Arsitek tidak terlibat dalam kegiatan pengawasan harian atau menerus
- (c) Penanganan pekerjaan pengawasan berkala dilakukan paling banyak 1 kali dalam 2 minggu atau sekurang-kurangnya 1 kali sebulan.
- (d) Apabila lokasi pembangunan berada di luar kota kediaman arsitek, maka biaya sehubungan perjalanan arsitek ke lokasi pembangunan, wajib diganti oleh pengguna jasa sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau yang telah disepakati sebelumnya.

Selain dari jasa arsitek, jasa desain interior juga memiliki tahapan-tahapan dan sudah ditetapkan di buku pedoman HDII. Berikut adalah tabel tahapan-tahapan pengerjaan dan pembayaran desainer interior:

**Tabel 1.9 Lingkup dan Tahap Pekerjaan Desainer Interior**

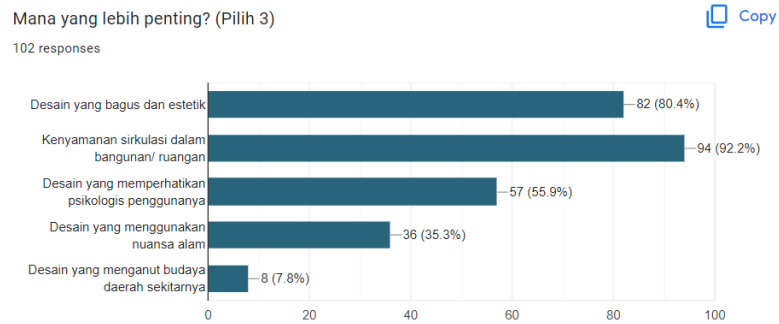
<b>TAHAP PEKERJAAN</b>	<b>PROSENTASE BOBOT</b>
Kesepakatan pemberian pekerjaan – Surat Perintah Kerja (SPK)	10 %
Pra desain:	35 %
1. Pengolahan data	
1.1 Program ruang	
1.2 Sketsa gagasan	
2. Konsep final desain	
Pengembangan Desain	25 %
Dokumen Pelaksanaan	20 %
Pelelangan	5 %
Pengawasan Berkala (Tahap Pelaksanaan Proyek)	5 %
<b>Jumlah Total</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Buku Pedoman HDII (2006)

#### 1.2.5. Inovasi Usaha

Kepuasan dan kenyamanan klien menjadi prioritas utama Replika Konsultan dalam menjalankan bisnis ini. Salah satu inovasi usaha yang Replika Konsultan berikan yaitu akan menjawab dan memberikan desasin yang dapat berpengaruh ke psikologis dari penggunanya dengan penggunaan warna, sirkulasi dan fleksibilitas. Replika Konsultan akan memberikan kontak layanan pelanggan dan mengadakan diskusi berlanjut secara periodik pada seluruh anggota yang ada agar mengerti selera, keinginan, konsep dan warna yang setiap anggota sukai dan inginkan. Tujuan dari arsitek dan desainer inteior membentuk desain dan perancangan yang dapat mengatur psikologis dari penggunanya agar secara tidak sadar psikologis dari pengguna dapat dibentuk sesuai keinginan klien atau arsitek dan desainer interior. Selain dari produk perancangan dan desain yang dibuat, Replika Konsultan juga dapat menerima pembuatan maket sekaligus sehingga klien

yang membutuhkan jasa desain dan maket dapat menggunakan jasa Replika Konsultan dengan harga yang lebih terjangkau.



**Gambar 1.12 Survey Replika Konsultan II**

Sumber: Data Pribadi (2023)



**Gambar 1.13 Survey Replika Konsultan III**

Sumber: Data Pribadi (2023)

Berdasarkan dari hasil survey diatas dapat disimpulkan bahwa selain desain yang bagus dan sesuai selera, pengguna juga menginginkan kenyamanan dan sirkulasi di bangunan terasa nyaman dan fleksibel dan juga desain yang dapat memperhatikan kondisi psikologis dan mental penggunanya.

Menurut Haryadi dan B. Setiawan 2014 dalam bukunya *Arsitektur Lingkungan dan Perilaku* ada beberapa konsep penting dalam kajian arsitektur lingkungan dan perilaku yaitu:

1. *Behaviour Setting* (Setting Perilaku)

Yang menjadi pendekatan dalam kajian *behaviour setting* adalah bagaimana kita dapat mengidentifikasi perilaku-perilaku yang secara konstan atau berkala muncul pada suatu situasi tempat atau setting tertentu.

2. *Environment Perception* (Persepsi Tentang Lingkungan)

Persepsi lingkungan adalah interpretasi tentang suatu setting oleh individu yang didasarkan oleh latar belakang budaya, nalar dan pengalaman individu tersebut.

3. *Environmental Quality* (Kualitas lingkungan)

Kualitas lingkungan didefinisikan sebagai status lingkungan yang memahami preferensi imajinasi ideal seseorang atau sekelompok orang. Kualitas lingkungan dipahami secara objektif yaitu berkaitan dengan aspek – aspek psikologi dan sosio kultural masyarakat yang menghuni lingkungan.

4. *Personal Space and Crowding* (Ruang Personal dan Kesumpekan)

Merupakan batas yang tidak tampak di sekitar seseorang, dimana orang lain tidak boleh atau merasa enggan untuk memasukinya akan tetapi apabila personal space ini tidak dapat dipertahankan maka akan timbul crowding.

5. *Environmental Pressures, Stress and Coping Strategy* (Tekanan Lingkungan, Stress, dan Strategi penanggulangannya)

Tekanan lingkungan didefinisikan sebagai faktor – faktor fisik, sosial, serta ekonomi yang dapat menimbulkan perasaan tidak enak, tidak nyaman, kehilangan

orientasi atau kehilangan keterkaitan dengan suatu tempat tertentu. Apabila hal ini terjadi terus-menerus dapat menyebabkan stress. Tekanan lingkungan yang terlalu besar menyebabkan interaksi antara manusia dan lingkungan tidak terjadi dengan baik dan optimal. Yang kemudian menimbulkan perilaku yang tidak wajar.

### 1.3. Analisa Lingkungan Bisnis

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

##### 1.3.1.1. Suppliers and other value chain actors

Bisnis atau sebuah usaha jika ingin berjalan pasti berhubungan dengan campur tangan para supplier yang memiliki barang atau bahan untuk bisnis yang akan kita jalankan. Berikut adalah rincian tentang siapa mereka dan apa komoditas mereka :

1. *Supplier* Arsitektur dan Interior : Menyediakan barang dan bahan yang dibutuhkan untuk bisnis jasa konsultan ini dapat berjalan seperti kertas untuk print, aluminium untuk kusen dll, kayu untuk bahan dan material bangunan, dll.
2. *Supplier* Maket : Menyediakan barang dan bahan untuk membuat maket seperti, plastik maket, lem, triplek, kaca, kayu, dll

Seberapa besar dan seperti apa ketergantungan kita pada mereka? Besar karena tanpa mereka kita tidak dapat :

1. *Supplier* Arsitektur dan Interior : Jika ingin mempresentasikan secara langsung kepada klien, kontraktor, mandor akan kesusahan jika hanya

menjelaskan dari alat elektronik, alangkah lebih baik jika gambar teknik dapat di print dan akan mempermudah saat berbicara kepada klien, kontraktor dan mandor.

2. *Supplier* Maket : Jika tidak mendapatkan bahan dan barang tersebut, kita tidak dapat membuat produk maket tersebut.

Pengaruh para supplier terhadap bisnis kita tergolong cukup besar karena apabila tidak ada kontribusi salah satu dari mereka dapat menghambat jalannya bisnis ini.

#### 1.3.1.2. *Stakeholder*

*Stakeholder* adalah individu, kelompok, maupun komunitas yang memiliki kepentingan dalam suatu organisasi atau perusahaan. *Stakeholder* memiliki kemampuan mempengaruhi atau dipengaruhi dari bisnis tersebut. secara umum *stakeholder* terbagi atas dua, yaitu *stakeholder* internal dan eksternal. *Stakeholder* internal artinya para *stakeholder* yang ada dalam bisnis dan biasanya terpengaruh langsung oleh hasil dari usaha yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Di sisi lain, *stakeholder* eksternal artinya orang-orang yang memiliki kepentingan dan hubungan terkait kesuksesan perusahaan atau bisnis tersebut. (RAHMALIA, 2022)

#### *Stakeholder Internal :*

1. Owner : Merupakan pemilik dari sebuah perusahaan dan pengelola bisnis Konsultan arsitektur dan desain interior.

2. Sekretaris : Merupakan orang yang membantu dan mengatur jadwal dan pertemuan owner
3. Karyawan : Merupakan orang yang bekerja pada suatu perusahaan.
4. Marketing : Merupakan seorang atau sebuah tim yang bertugas untuk melakukan promosi atau menaikkan minat ataupun *exposure* dari suatu perusahaan agar lebih dikenal oleh masyarakat.
5. Manager : Merupakan seorang yang bertugas untuk mengatur karyawan dan bertanggung jawab dalam mengatur jalannya perusahaan.
6. Finance : Merupakan orang yang mengatur, menghitung dan mengawasi uang di sebuah perusahaan

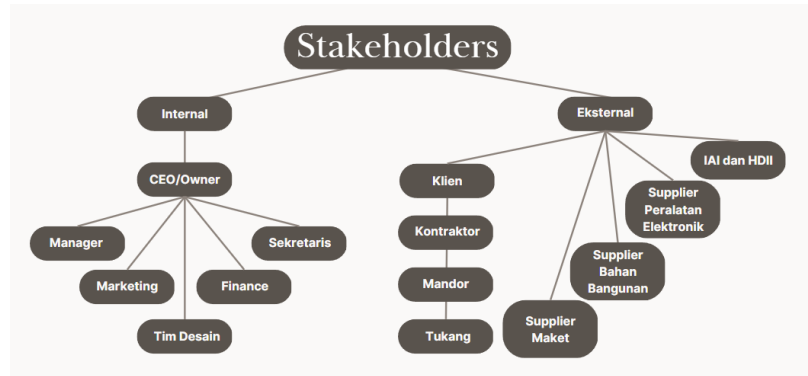
*Stakeholder Eksternal:*

1. Supplier kertas atau tempat print : Merupakan perusahaan yang menyediakan jasa print untuk gambar kerja arsitektur.
2. Supplier peralatan elektronik : Merupakan perusahaan yang menyediakan peralatan elektronik seperti komputer, laptop dan printer untuk mendukung pengerjaan atau pembuatan desain arsitek dan interior.
3. Supplier Bahan atau material bangunan : Merupakan perusahaan yang menyediakan bahan baku yang berguna untuk pembangunan suatu bangunan.
4. Supplier maket : Merupakan perusahaan yang menyediakan bahan-bahan untuk proses pembuatan maket.

5. Customer : Merupakan seorang atau sekelompok yang berminat untuk menggunakan jasa yang disediakan dan ataupun membeli produk yang disediakan.
6. Kontraktor, Mandor dan Tukang : Merupakan seorang dan sekelompok yang melakukan pembangunan dari bangunan yang sudah di desain oleh arsitek dan desainer interior
7. IAI dan HDII : Merupakan sebuah organisasi agar sebuah konsultan arsitek dan desainer interior mendapatkan pengetahuan tentang perkembangan arsitektur dan profesi arsitek dan juga desainer interior.

Setiap stakeholder memiliki pengaruhnya masing-masing yang cukup besar terhadap jalannya sebuah bisnis karena kritik dan saran dari setiap mereka akan meningkatkan kinerja dan kualitas suatu bisnis. Kritik dan saran dapat menjadi sebuah issue yang dapat membuat suatu bisnis harus memperbaiki kesalahan maupun kekurangan yang ada untuk meningkatkan pelayanan dan produksi yang ada. Selain itu kontribusi dari beberapa stakeholder cukup berpengaruh dalam bisnis ini seperti para supplier yang menyediakan bahan-bahan yang diperlukan. Selain stakeholder yang berkepentingan terhadap issue ini, terdapat silent stakeholder yaitu masih banyak masyarakat yang belum mengerti tentang bisnis ini dan juga belum dapat mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dikarenakan bisnis yang baru dirintis sehingga dampaknya dapat membuat peluang konsultan arsitektur dan desain interior sedikit menurun karena adanya kendala masalah

belum dikenal masyarakat dan belum bisa mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.



Bagan 1.1 Stakeholders Internal dan Eksternal Replika Konsultan

Sumber: Data Pribadi (2022)

### 1.3.1.3. Competitor (Incumbents)

Dalam menjalankan sebuah bisnis tentunya terdapat pesaing yang sudah lama bergerak dibidang tersebut. Sudah cukup banyak bisnis yang bergerak dalam bidang konsultan arsitek dan desain interior. Berikut adalah beberapa pesaing yang sudah cukup lama bergerak dibidang ini :

#### 1. KantorGG

*KantorGG* : Memiliki bidang industri yang sama. *Kantor GG* sudah bekerja di bidang ini selama kurang lebih 30 tahun lamanya. *KantorGG* adalah konsultan arsitektur dan desain interior yang merupakan anak perusahaan dari *BGNR Architects*. *BGNR Architects* adalah konsultan arsitektur yang fokus terhadap bangunan komersial seperti gedung-gedung, kantor, apartemen, dll sedangkan *kantorGG* fokus terhadap bangunan hunian rumah. *BGNR Architects* dan *kantorGG* didirikan oleh dua orang yaitu Benny Gunawan dan Giovanni Gunawan. Kantor

dan *kantorGG* terdapat di Surabaya dan Jakarta. *KantorGG* memiliki konsep desain yang dikhususkan atau difokuskan dalam membuat sebuah konsep desain yaitu konsep desain mewah. Mereka akan berusaha membuat rumah impian terbaik dan mereka juga membantu terhubung dengan konsultan terkait (Struktur, MEP, dan Lansekap). Mereka juga dapat membantu menyiapkan tender konstruksi dan saran tentang penganggaran. Untuk desain interior, mereka menyarankan dan memberikan gambar dan spesifikasi material untuk tahap finishing dan interior konstruksi. Mereka juga memiliki afiliasi di industri kontraktor interior dan pengadaan furniture, membantu menemukan produsen dan toko yang tepat untuk kebutuhan Interior dan Furniture. Selain menawarkan jasa desain arsitektur dan interior, mereka juga bergerak dalam bidang pengadaan produk dan furniture.

Kekuatan atau kelebihan :

- Sudah memiliki nama, dikenal banyak masyarakat sehingga bukan mereka yang mencari konsumen melainkan konsumen yang mencari jasa arsitektur dan interior mereka.
- Memiliki dua kantor yang posisinya di kota-kota ramai dan padat penduduk sehingga mudah untuk diakses oleh kalangan masyarakat.
- Memiliki portfolio yang banyak sehingga klien atau konsumen tidak ragu akan kualitas yang mereka punyai karena sudah 30 tahun bekerja di bidang arsitektur dan interior
- Memiliki banyak koneksi terhadap produsen, supplier dan toko-toko sehingga mempermudah klien atau konsumen

- Selain jasa arsitektur dan interior yang ditawarkan, mereka juga dapat membuat produk dan furniture yang sesuai dengan keinginan klien atau konsumen

Segmen yang menjadi fokus *KantorGG* :

- Segmen Geografis : *KantorGG* menawarkan jasanya ke seluruh Indonesia namun untuk saat ini mereka fokus terhadap proyek-proyek yang ada di Pulau Jawa khususnya Surabaya dan Jakarta.
- Segmen Psikografis : Jasa arsitektur dan interior *kantorGG* menargetkan untuk kalangan menengah ke atas.
- Segmen Behavioral : Klien atau konsumen yang suka dengan desain mewah dilengkapi dengan finishing kayu dan marmer dengan permainan warna cenderung gelap seperti hitam, abu, coklat tua.

Berikut adalah beberapa portofolio proyek yang dibuat oleh *KantorGG* :



**Gambar 1.14** Portofolio Proyek *KantorGG*

Sumber: *KantorGG* (2022)

## 2. *Frank Amachi*

*Frank Amachi*: Bergerak di bidang industri yang sama yaitu jasa arsitektur dan desain interior beserta pembangunannya juga (Design and Build) dan juga menerima jasa custom pembuatan furniture maupun furniture sesuai desain dari mereka. *Frank Amachi* sudah bekerja di bidang ini selama kurang lebih 13 tahun lamanya. Visi dari *Frank Amachi* yaitu untuk menjadi perusahaan desain dan kontraktor terbaik di kawasan Indonesia Timur pada tahun 2025 dengan misi yaitu menjelma menjadi industri padat karya yang menyerap banyak tenaga kerja. Menciptakan desain yang menarik untuk menjadi referensi interior nasional. Memberikan hasil pengerjaan interior terbaik yang sesuai keinginan customer. Meningkatkan kualitas hidup melalui kenyamanan dalam interior customer. Menjadi desain interior sebagai gaya hidup.

Kekuatan atau kelebihan :

1. Sudah dikenal oleh banyak masyarakat sehingga bukan mereka yang mencari konsumen melainkan konsumen yang mencari jasa arsitektur dan interior mereka.
2. Memiliki dua kantor dan satu *workshop* yang terletak di Surabaya sehingga mudah di akses oleh masyarakat yang berlokasi di Surabaya jika ingin konsultasi secara langsung atau ingin melihat furniturnya.
3. Proyek yang dikerjakan sudah banyak sehingga portofolio yang mereka miliki banyak. Mudah untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat

dikarenakan banyaknya proyek yang sudah dikerjakan dan juga sudah 13 tahun bekerja di bidang ini.

4. Memiliki banyak koneksi terhadap produsen, supplier dan toko-toko sehingga mempermudah klien atau konsumen
5. Selain jasa desain dan kontraktor yang ditawarkan, mereka juga dapat membuat produk dan furniture yang sesuai dengan keinginan klien atau konsumen

Segmen yang menjadi fokus *Frank Amachi* :

1. Segmen Geografis : *Frank Amachi* menawarkan jasanya ke seluruh Indonesia namun untuk saat ini mereka fokus terhadap proyek-proyek yang ada di Pulau Jawa khususnya Surabaya.
2. Segmen Psikografis : Jasa desain, kontraktor dan produk dari *Frank Amachi* menargetkan untuk kalangan menengah ke atas.
3. Segmen Behavioral : *Frank Amachi* tidak memiliki konsep yang sangat diunggulkan karena mereka akan mengikuti *style* yang klien inginkan, akan tetapi dari banyak proyek yang mereka kerjakan banyak yang berkonsepkan minimalis.

Berikut adalah keunggulan dari *Frank Amachi* dan tahap-tahap saat melakukan desain hingga instalasi di *Frank Amachi* dan beberapa hasil proyek yang telah dibuat oleh *Frank Amachi* :



#### KEUNGGULAN KAMI

Desain :

Berkualitas, kreatif, fleksibel, dengan menggunakan bahan yang dapat disesuaikan budget atau selera, dilapisi ANTI RAYAP.



#### BERPENGALAMAN :

Telah mengerjakan dan menyelesaikan berbagai macam project desain interior dari klien-klien diberbagai kota.



#### SDM TERBAIK :

Team pekerja yang lengkap, solid, bertanggung jawab, dan berpengalaman dalam bidangnya masing-masing.



#### SERVICE :

Perjanjian kerjasama yang jelas untuk menjaga klien kami dari hal-hal yang dapat merugikan.



#### BERGARANSI :

Garansi 2 (dua) tahun untuk setiap project atau furniture yang telah kami selesaikan pengerjaannya.

**Gambar 1.15 Keunggulan *Frank Amachi***

Sumber: *Frank Amachi* (2022)



**Gambar 1.16 Portofolio *Frank Amachi* (Lanjutan)**

Sumber: *Frank Amachi* (2022)

#### 1.3.1.4. New Entrants (Insurgents)

Sebuah bisnis atau usaha pasti memiliki pesaing yang memiliki produk atau jasa dibidang yang sama. Pesaing-pesaing tersebut ada yang sudah lama terjun dalam pekerjaan ini dan juga ada yang baru merintis usaha tersebut. Pesaing tersebut bisa menjadi ancaman bagi kita yang baru memulai sebuah usaha maupun yang baru ingin membuat sebuah usaha, maka dari itu kita harus berani berbeda dari pesaing, kita harus memiliki nilai lebih yang pesaing tidak miliki. Berikut adalah beberapa pendatang baru yang ada di bidang konsultan arsitektur dan interior. Berikut adalah beberapa bisnis dalam rentan waktu paling lama 5 tahun yang termasuk bisnis konsultan arsitektur dan desain interior *new entrants* :

##### 1. *Prolite Design*

*Prolite Design* adalah perusahaan desain interior yang sudah berdiri sejak 2018 yang berada di Surabaya, Indonesia dan pasar yang dituju oleh *Prolite Design* yaitu secara nasional. *Prolite Design* didirikan oleh Jeremy Santoso, Lucye Kwee, dan Nico Tjokroyuwono. Pekerjaan bisnis ini yaitu konstruksi dan renovasi arsitektur dan desain interior, furniture, desain pencahayaan, dan dekorasi untuk hunian mewah modern, ritel, dan ruang komersial lainnya.

Misi dari *Prolite Design* adalah memahami kebutuhan dan keinginan setiap klien. Value dari *Prolite Design* yaitu menggabungkan fungsionalitas dengan inovasi dan hasil berkualitas tinggi untuk klien. *Prolite Design* melayani klien yang

secara luas, tidak ada proyek yang dibatasi. Semua proyek dapat diterima seperti hotel pengembang properti, klien swasta, dan pemilik investasi properti.

Kekuatan atau kelebihan :

1. Sudah lumayan dikenal oleh masyarakat.
2. Memiliki kantor di Surabaya sehingga mudah untuk diakses oleh masyarakat yang berdomisili di Surabaya dan sekitarnya.
3. Proyek yang dikerjakan sudah banyak sehingga portofolio yang mereka miliki banyak.
4. Memiliki tim yang anggotanya sudah cukup banyak, sehingga bisa menerima banyak proyek dalam waktu yang bersamaan.
5. Pada tahun 2021 mendapatkan penghargaan dari PT Mitrakarya Sukses Indonesia yaitu *Platinum Company Award 2021*.

Segmen yang menjadi fokus *Prolite Design* :

1. Segmen Geografis : *Prolite Design* menawarkan jasanya ke seluruh Indonesia yaitu Pulau Jawa khususnya Surabaya.
2. Segmen Psikografis : Jasa desain, kontraktor dan produk dari *Prolite Design* menargetkan untuk kalangan menengah ke atas.
3. Segmen Behavioral : *Prolite Design* memiliki konsep unggulan yaitu *modern luxury*. Selain itu mereka juga fokus pada fungsi terlebih dahulu lalu digabungkan dengan inovasi dan konsep desain



**Gambar 1.17 Portofolio Prolite Design**

Sumber: *Prolite Design* (2022)

## 2. *Atelier Gamma*

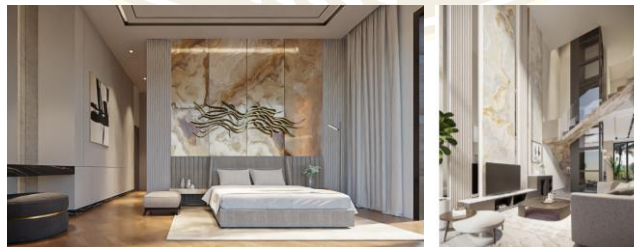
Kompetitor kedua yaitu *Atelier Gamma*. *Atelier Gamma* berdiri sejak tahun 2019 dan berdomisili di kota Bandung. *Atelier Gamma* menyediakan jasa arsitektur dan desain interior untuk proyek residensial, komersil, *hospitality*, dan *public space*. Pasar yang ditujukan oleh *Atelier Gamma* yaitu secara nasional khususnya di Pulau Jawa. *Atelier Gamma* selalu akan mengikuti perkembangan desain arsitektur dan interior yang sedang berkembang. Fokus pada kualitas desain, layanan desain mulai dari konsep, gambar teknik, dan pengawasan lokasi. Pendekatan *Atelier Gamma* dalam desain dimulai dengan memahami keinginan klien seperti fungsi, keinginan dan kenyamanan pengguna, konteks lingkungan dan eksplorasi material.

Kekuatan atau kelebihan :

1. Sudah lumayan dikenal oleh masyarakat.
2. Memiliki kantor di Bandung sehingga mudah untuk diakses oleh masyarakat yang berdomisili di Bandung dan sekitarnya.
3. Proyek yang dikerjakan sudah banyak sehingga portofolio yang mereka miliki banyak.
4. Selain perancangan dan desain, *Atelier Gamma* juga menerima pembuatan maket.
5. Terima perancangan dan desain tempat ibadah

Segmen yang menjadi fokus *Atelier Gamma* :

1. Segmen Geografis : *Atelier Gamma* menawarkan jasanya ke seluruh Indonesia yaitu khususnya Pulau Jawa.
2. Segmen Psikografis : Jasa desain arsitektur dan desain interior *Atelier Gamma* menargetkan untuk kalangan menengah ke atas.
3. Segmen Behavioral : *Atelier Gamma* tidak memiliki konsep khusus yang diunggulkan. *Atelier Gamma* akan mengikuti sesuai kebutuhan dan keinginan klien.



**Gambar 1.18 Portofolio *Atelier Gamma***

Sumber: *Atelier Gamma* (2022)



**Gambar 1.18 Portofolio Atelier Gamma (Lanjutan)**

Sumber: *Atelier Gamma* (2022)

#### 1.3.1.5. Substitute Products and Services

*Substitute products and services* merupakan barang dan jasa pengganti yang bisa dijadikan sebagai barang dan jasa cadangan atau pengganti dengan barang lainnya namun tidak menghilangkan kegunaan utama dengan barang yang diganti. Dalam bidang arsitektur dan desain interior, jasa desain dapat digantikan dengan mencari referensi dari berbagai platform seperti *pinterest*, *behance*, *instagram* dan lain-lain dengan begitu akan lebih mudah untuk menemukan mana kesukaan klien lalu dikembangkan dan di *explore* lebih lagi desainnya.

Sebagai konsultan arsitektur dan desain interior tugas kami untuk melakukan perancangan dan mendesain terhadap kondisi lapangan yang ada. Membagi tiap ruangnya dan akses agar tercipta keharmonian dan kenyamanan untuk penggunaanya. Selain itu juga untuk memberikan gambaran secara detail ketika sebuah ruang sudah di detail dan dihias lalu diisi dengan berbagai perabotnya sehingga mempermudah klien untuk membayangkan ruangan tersebut. Konsultan akan lebih dapat menjamin kesesuaian desain terhadap kondisi lapangan yang ada dibandingkan jika melihat referensi desain saja.

Ketika pembangunan proyek untuk lanskap dan taman termasuk dalam perancangan tetapi ketika finishing akan dibantu dengan orang lanskap atau taman untuk jenis dan macam tumbuhan. Untuk instalasi dan pelaksanaan di lapangan akan diserahkan kepada kontraktor sepenuhnya, akan tetapi jika kontraktor dan mandor membutuhkan penjelasan lebih detail tetap akan kita tangani dan jika membutuhkan dan memungkinkan untuk datang ke lapangan, akan kami datangi dan jika berhalangan akan melalui meeting secara online.

Ada juga beberapa bisnis yang menyediakan layanan atau produk pengganti yang akan menjadi ancaman Replika Konsultan sebagai desain arsitek dan interior seperti :

1. *Design and Build*

Bisnis kontraktor yang tidak hanya mengerjakan pekerjaan pembangunan tetapi juga menerima jasa *Design and Build* akan menjadi ancaman bagi Replika Konsultan. Bisnis *Design and build* memiliki value atau poin lebih jika dibandingkan dengan bisnis konsultan saja dikarenakan klien tidak perlu menyewa arsitek dan kontraktor berbeda dan juga harga yang lebih terjangkau.

2. Referensi online (*Pinterest, Instagram, Behance* dan lain-lain)

Referensi online memiliki banyak sekali referensi desain untuk arsitektur dan juga desain interior. Referensi-referensi tersebut secara tidak langsung akan mempengaruhi minat dan keinginan klien akan suatu desain akan tetapi referensi tersebut belum tentu bisa sesuai jika diletakkan di ruangan yang diinginkan.

### 1.3.2. *Market Forces*

#### 1.3.2.1. *Market Issues*

#### **Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Kegiatan Berbelanja**

Semenjak pandemi covid-19 melanda, kegiatan berbelanja datang ke toko secara langsung menurun dan berbelanja secara online menjadi hal yang biasa. Berbelanja secara online dilakukan untuk meminimalisir kontak fisik. Jika berbelanja ke pasar atau supermarket akan lebih mudah untuk berkontak fisik dengan orang disana. Untuk meminimalisir penularan covid-19 yaitu dengan mengurangi kontak fisik dan menjauhi kerumunan. Untuk mengurangi terjadinya kontak fisik pada saat membeli kebutuhan sehari-hari yaitu dengan berbelanja secara online. Banyak toko yang menyediakan toko online sehingga masyarakat lebih mudah untuk membeli kebutuhan sehari-hari. Berbelanja online menjadi seperti kegiatan biasa dikarenakan orang lebih ingin mengurangi bertemu dengan orang dan juga lebih praktis jika berbelanja secara online, hanya menyiapkan gadget dan internet, masyarakat dapat berbelanja.

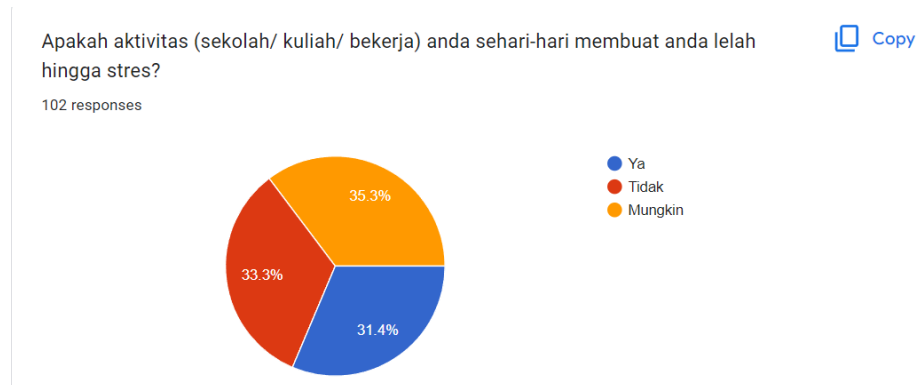
Berbelanja di toko-toko online memang memiliki kemudahan akan tetapi kualitas barang menjadi pertimbangan para pembeli. Para pembeli pastinya ingin barang yang dibelinya sesuai dengan keterangan dan ekspektasi pembeli. Sering kali dijumpai kualitas barang atau produk yang berbeda saat berbelanja secara online. Hal tersebut terjadi dikarenakan ada dua penyebab yaitu pembeli langsung membeli barang tanpa membaca deskripsi dari barang tersebut atau penjual yang tidak bertanggung jawab hanya untuk mendapatkan uang. Biasanya diberlakukan

pemulangan barang sesuai dengan kesepakatan tetapi hal itu hanya berlaku jika toko online tersebut benar-benar berada dalam jangkauan maka dari itu menjadi poin negatif ketika berbelanja online.

### **Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Kondisi Psikologis dan Mental Penduduk Indonesia**

Pada Oktober 2020, salah satu situs dokter spesialis jiwa memberikan pembaca beberapa pertanyaan tentang kesehatan jiwa dan total partisipan yaitu sebanyak 5661 orang. Dari hasil tersebut terdapat sebagian besar mengalami depresi di masa pandemi ini. Sebanyak 32% mengalami masalah psikologis dan 67,4% memiliki gejala cemas. Dilaporkan bahwa orang yang mengalami depresi meningkat 35% atau naik 2-3 kali lipat dibandingkan dengan data Riset Kesehatan Dasar 2018. Masyarakat yang mengalami masalah kesehatan mental ini sebagian besar berumur kurang dari 30 tahun atau usia produktif yang seharusnya masih aktif dan berkarya. Masyarakat yang mengalami permasalahan tersebut juga mengalami trauma psikologis. Trauma yang dialami seperti kondisi orang selalu merasa waspada secara terus-menerus, merasa diri sendirian, merasa ditinggalkan serta merasa terisolasi saat pandemi. Akibat pandemi selama dua tahun ini memberikan banyak dampak buruk pada kehidupan tiap masyarakat seperti ada sebagian masyarakat yang di-PHK, ada yang penghasilannya menurun, ada yang usahanya gulung tikar dan bahkan berakibat sampai ke naiknya angka perceraian di sejumlah wilayah. Data tersebut memberi gambaran kondisi kesehatan mental masyarakat Indonesia selama pandemi Covid19. Berbagai keadaan dan kondisi ini bisa dilihat

dan diketahui melalui banyaknya pemberitaan di media massa berkaitan dengan kasus kesehatan mental.



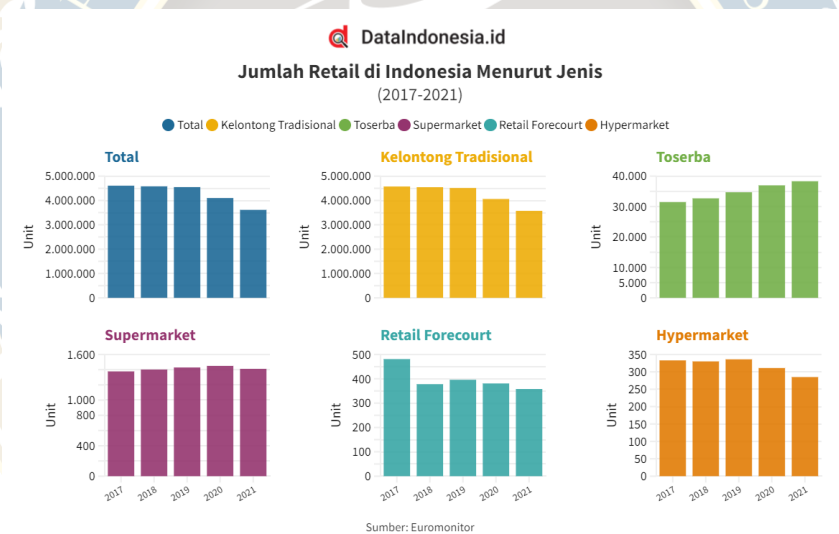
**Gambar 1.19 Survey Replika Konsultan IV**

Sumber: Data Pribadi (2023)

### **Ringkasan Bisnis Retail di Indonesia**

Pada 2021 terdapat kurang lebih sekitar 3,61 juta retail di Indonesia sedangkan di tahun sebelumnya jumlah retail di Indonesia mencapai sebanyak 4,1 juta unit sehingga tercatat jumlah itu menurun 11,85%. Retail atau toko eceran menjadi salah satu usaha yang sangat menjamur di Indonesia. Selain produk yang dijual beragam, lokasi juga menjadi salah satu faktor ketika masyarakat memilih untuk belanja di toko retail yaitu lokasinya yang strategis dan berdekatan dengan tempat tinggal. Di Indonesia, toko kelontong tradisional menjadi retail yang paling banyak yaitu sebanyak 3,57 juta unit lalu sebanyak 38.323 retail berbentuk toserba, lalu ada 1.411 retail yang berjenis supermarket dan *retail forecourt* dan *hypermarket* masing-masing sebanyak 358 unit dan 285 unit. Berdasarkan laporan tersebut penjualan retail di Indonesia dapat mencapai US\$72 miliar atau setara dengan Rp1.077,9 triliun pada 2021. Jumlah itu turun sebesar 12% jika dibandingkan pada tahun sebelumnya karena dampak dari pandemi Covid-19.

Penjualan retail paling turun drastis dialami oleh hypermarket yang turun sebesar 28% dari US\$1,49 juta menjadi US\$1,08 juta. Lalu penjualan di toko kelontong tradisional diperkirakan turun sebesar 16% dari US\$63,64 juta menjadi US\$53,59 juta. Retail di Indonesia menjadi salah satu sektor dengan pasar paling menjanjikan di Asia meskipun keadaan sedang menurun. Ini disebabkan oleh jumlah populasi yang besar, berkembangnya kelas menengah, dan meningkatnya urbanisasi. Adapun, pemain utama bisnis ritel dalam negeri, antara lain *Indomaret, Alfamart, Alfa Midi, Hypermart, Super Indo, Transmart, Carrefour, Lotte Mart, Farmer's Market, dan Circle K.* (RIZATY, 2022)



**Gambar 1.20 Jumlah Retail di Indonesia Menurut Jenis (2017-2021)**

Sumber: BI.go.id (2022)

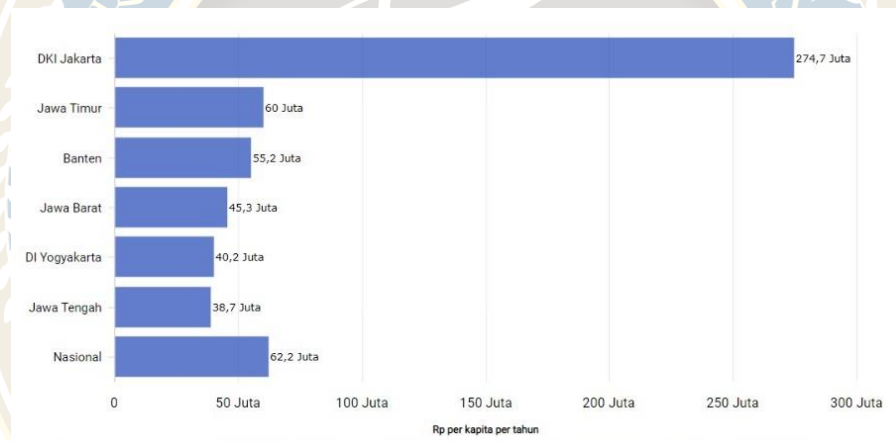
### 1.3.2.2. Market Segment

Dalam memulai sebuah bisnis juga perlu mengerti dan menentukan segmentasi pasar. Segmentasi pasar yaitu proses pengelompokan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku dan/atau respon terhadap

program pemasaran spesifik. Berikut adalah beberapa segmen pasar dari Replika Konsultan :

### 1. Faktor Demografi

Umur penduduk yang di target oleh Replika Konsultan adalah *universal* atau tidak ada spesifikasi tertentu tetapi lebih berfokuskan jika dalam bangunan tersebut terdapat penduduk usia lansia atau tidak produktif yang membutuhkan perilaku psikologis dan mental yang berbeda. Untuk target penghasilan masyarakatnya yaitu masyarakat yang berpenghasilan kelas menengah dan ke atas dan juga milenial.



**Gambar 1.21 PDRB per Kapita 6 Provinsi di Pulau Jawa dan Nasional (2021)**

Sumber: databoks (2021)

PDB per kapita atau PDRB per kapita merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat kemakmuran suatu wilayah. Semakin besar pendapatan per kapita maka, ada kemungkinan daerah tersebut memiliki tingkat pembangunan dan pendapatan penduduk yang tinggi. Berdasarkan hasil gambar diatas dapat disimpulkan bahwa Pulau Jawa merupakan pulau yang memiliki tingkat PDB per kapita tinggi dibandingkan pulau lainnya. Urutan pertama yaitu kota Jakarta dengan

nilai 274.709.590 per tahun dan disusul Jawa Timur dengan nilai 60.043.330 per tahun.

## 2. Faktor Geografi

Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri mencatat bahwa jumlah penduduk Indonesia sudah mencapai 273,87 juta jiwa pada 31 Desember 2021.

**Tabel 1.10 Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Provinsi (Desember 2021)**

No	Nama	Nilai / Juta Jiwa
1	Jawa Barat	48,22
2	Jawa Timur	41,06
3	Jawa Tengah	37,31
4	Sumatera Utara	15,24
5	Banten	12,03
6	DKI Jakarta	11,26
7	Sulawesi Selatan	9,22
8	Lampung	8,88
9	Sumatera Selatan	8,57
10	Riau	6,57
11	Sumatera Barat	5,6
12	NTT	5,49
13	Kalimantan Barat	5,47
14	NTB	5,43
15	Aceh	5,35
16	Papua	4,31
17	Bali	4,28
18	Kalimantan Selatan	4,12
19	Kalimantan Timur	3,85
20	DI Yogyakarta	3,68
21	Jambi	3,6
22	Sulawesi Tengah	3,05
23	Sulawesi Tenggara	2,68
24	Sulawesi Utara	2,66
25	Kalimantan Tengah	2,66
26	Kepulauan Riau	2,08
27	Bengkulu	2,04
28	Maluku	1,88
29	Kep Bangka Belitung	1,46
30	Sulawesi Barat	1,44
31	Maluku Utara	1,32
32	Gorontalo	1,2
33	Papua Barat	1,15
34	Kalimantan Utara	0,7

Sumber: Databoks (2022)

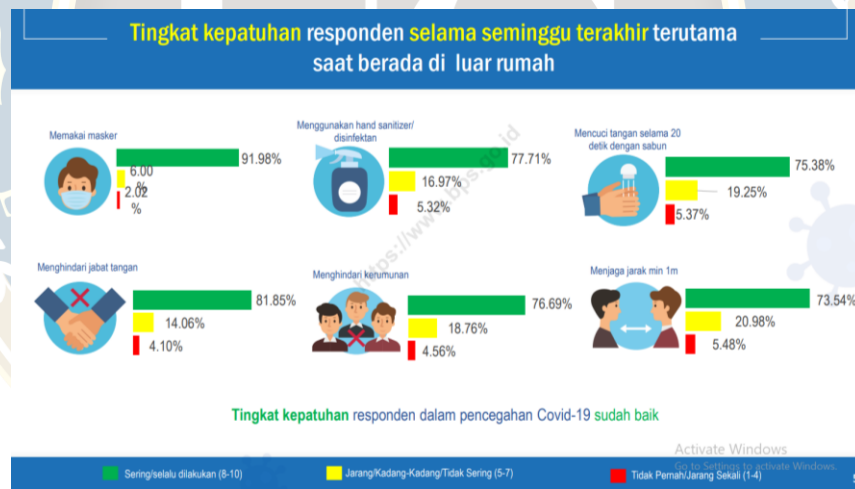
Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Pulau Jawa memiliki kepadatan penduduk terbanyak di Indonesia. Sehingga segmen pasar dari Replika

Konsultan yaitu Pulau Jawa khususnya Jawa Timur dengan jumlah penduduk terbanyak kedua di Indonesia yaitu 41,06 juta penduduk.

Terdapat beberapa segmen pasar yang meningkat, tetap dan menurun seiring berkembangnya zaman dan di masa pandemi covid-19. Berikut penjabaran segmen pasar:

1. Faktor Perilaku Meningkat

i) Segmen perilaku : Di masa pandemi covid-19, para konsumen ataupun klien tidak ingin untuk melakukan pertemuan secara offline dikarenakan kasus pandemi covid-19 yang masih banyak dan beresiko untuk terkena sehingga klien ingin agar pertemuan hanya melalui daring yaitu dengan telepon atau melalui *zoom meeting*.



Gambar 1.22 Tingkat kepatuhan responden selama seminggu berada di luar rumah.

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

ii) Desain : Karena masa pandemi covid-19 orang harus rajin berjemur, rajin berolahraga, menjaga jarak satu dengan yang lainnya, rajin mencuci tangan, dll maka itu semua berpengaruh pada desain yang klien inginkan di masa pandemi ini. Salah satu contohnya menyediakan

wastafel hingga toilet kecil di dekat pintu masuk rumah agar ketika orang masuk ke dalam rumah bisa melakukan cuci tangan dan bersih-bersih agar menjaga kebersihan rumah. Contoh lainnya yaitu banyak desain rumah dengan ruang terbuka seperti taman yang cukup besar agar sirkulasi udara baik dan orang rumah dapat melakukan berjemur dan berolahraga di taman tersebut.

## 2) Faktor Perilaku Tetap

Pembelian dan pembangunan : Masyarakat tetap melakukan pembelian rumah maupun tanah dan juga pembangunan rumah. Di masa pandemi harga rumah dan tanah sempat turun sehingga itu tidak mempengaruhi masyarakat yang ingin membangun rumah ataupun membeli rumah atau tanah. Rumah-rumah second ada mengalami penurunan. Tipe rumah kecil mengalami penurunan yang tidak begitu besar range-nya yaitu sekitar 5% hingga 10%-an sedangkan rumah besar atau rumah mewah bisa mencapai 10% hingga 20%-an. Berdasarkan *Market Behavior Survey* yang telah disusun oleh *Indonesia Property Watch (IPW)* pada bulan September 2020, sebesar 68,09% responden di masa pandemi covid-19 seperti ini tetap tertarik untuk membeli dan berinvestasi di bidang properti dengan beberapa alasan utama seperti ; harga yang lebih murah jika dibandingkan dengan sebelum pandemi, penawaran dan promosi menarik dari pengembang, serta rencana angsuran yang lebih fleksibel. Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) merilis data realisasi investasi kuartal I/2021 meningkat

4,3% dengan nilai sebesar Rp219,7 triliun dibandingkan dengan kuartal I/2020. Sektor properti dan kawasan industri menjadi satu dari lima sektor usaha utama yang memiliki nilai investasi tertinggi sebesar 13,4% dengan nilai sebesar Rp29,4 triliun pada 2021.

#### 1) Faktor Perilaku Menurun

*Site visit* : Karena di masa pandemi covid-19 harus menjaga protokol dan menjaga jarak maka klien lebih tidak ingin untuk melakukan *site visit* ketika proyek sedang berjalan karena banyaknya tukang yang bekerja.

#### 1.3.2.3. Needs and Demand

Kebutuhan utama klien atau konsumen dari layanan jasa atau produk kami yaitu:

- 1) Desain : Klien selalu menginginkan desain huniannya baik itu secara eksterior maupun interior sesuai dengan konsep yang klien inginkan dan sesuai dengan kesukaan klien dan kualitas dari desain yang baik.
- 2) Harga terjangkau : Selain kualitas yang baik, kebanyakan klien juga menginginkan harga yang murah dibandingkan dengan jasa konsultan arsitek dan interior yang lainnya.
- 3) Pelayanan yang baik : Selain kualitas dan harga yang terjangkau, klien juga menginginkan pelayanan yang baik baik dari segi komunikasi maupun pelayanan yang lainnya. Komunikasi sangat penting di bidang ini seperti komunikasi antar arsitek dan interior dengan klien, memenuhi setiap

keinginan dan kebutuhan klien. Berkomunikasi dengan kontraktor, mandor dan tukang jika ada hal-hal yang perlu dijelaskan lebih detail di lapangan.

- 4) Produk maket : Klien yang hendak memesan maket menginginkan kualitas yang bagus dan sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan dan dengan harga yang terjangkau

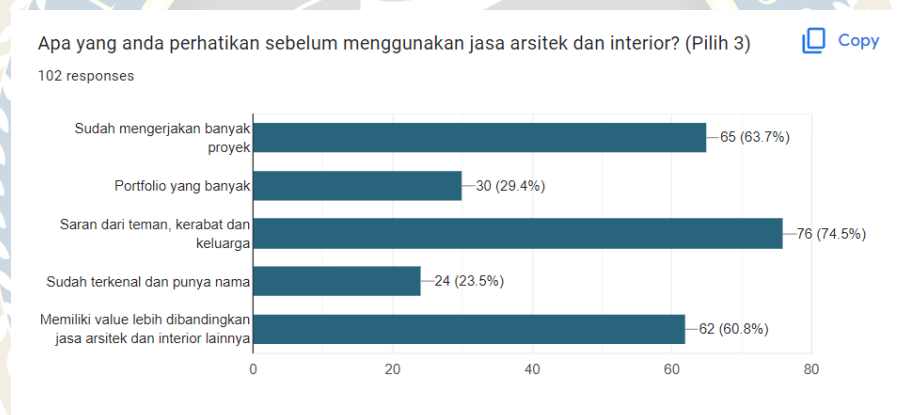
Selain kebutuhan juga ada tuntutan atau suatu hal yang sifatnya harus dikerjakan sebagai bisnis konsultan arsitek dan desain interior seperti :

- 1) Tepat waktu : Pengerjaan yang harus sesuai dengan waktu yang sudah ditetapkan oleh kedua belah pihak, klien dan konsultan arsitek dan interior.
- 2) Desain dan eksplorasi material : Sebagai bisnis konsultan arsitek dan interior juga harus memiliki kreativitas yang tidak dimiliki oleh orang biasa/ memiliki ciri khas sebuah desain dan juga harus pandai dan mengetahui banyak tentang *finishing* material yang digunakan.
- 3) Covid-19 : Di masa pandemi covid-19, sebuah bisnis konsultan arsitek dan interior harus dapat menjawab setiap permasalahan yang ada di pandemi seperti harus menjaga jarak, selalu membersihkan tangan dan lain-lain

#### 1.3.2.4. *Switching Cost*

Dalam bidang jasa konsultan arsitektur dan desain interior harus ada sebuah hal yang dapat membuat konsumen atau klien setia dengan layanan dan produk kita agar tidak berpaling ke pesaing lainnya. Berikut adalah hal-hal yang dapat membuat konsumen atau klien setia :

- 1) Percaya dengan konsultan yang sudah dipercayainya
- 2) Percaya dengan konsultan yang sudah bekerja cukup lama
- 3) Percaya dengan konsultan yang sudah menerima banyak proyek
- 4) Merasa sudah cocok dengan desain yang dibuat
- 5) Ketepatan waktu dalam pengerjaan
- 6) Kualitas dari desain dan produk
- 7) Harga yang terjangkau
- 8) Pelayanan yang baik dan ramah
- 9) Memiliki nilai tersendiri yang menjadikan berbeda dengan pesaing



**Gambar 1.23 Survey Replika Konsultan VI.**

Sumber: Data Pribadi (2023)

#### 1.3.2.5. Revenue Attractiveness

Jasa konsultan arsitektur dan desain interior sudah cukup banyak di Indonesia ini dan juga di sekitar kami (Surabaya) maka dari itu kami harus memiliki keunggulan tersendiri dari bisnis-bisnis lain agar menarik perhatian masyarakat dan dapat dipercaya oleh mereka. Value yang kami berikan terhadap klien atau konsumen agar mereka tertarik untuk menggunakan jasa kita dan menggunakan

untuk kesekian kalinya atau *repeat order* yaitu pendekatan terhadap psikologis pengguna terhadap desain, komunikasi dan pelayanan yang diberikan membuat klien nyaman ketika ingin mengkomunikasikan keinginannya terhadap kita dan memberikan pelayanan yang membuat klien merasa puas dan cocok dengan jasa yang Replika Konsultan. Selain itu Replika Konsultan juga akan selalu mengikuti perkembangan desain dan juga akan fokus atau memperkuat terhadap beberapa konsep. Kedepannya Replika Konsultan juga ingin menjadi bisnis yang tidak hanya menyediakan jasa arsitektur dan desain interior tetapi juga kontraktor yaitu Design and Build. Keunggulan dari design and build yaitu klien tidak perlu repot untuk mencari kontraktor lagi, komunikasi antar klien, arsitek dan desainer interior dan kontraktor menjadi lebih mudah dan biaya yang lebih rendah jika arsitek, desainer interior dan kontraktor berbeda. Selain itu untuk klien yang ingin dibuatkan maket dari bangunannya juga dapat memesan di kami dengan harga yang lebih terjangkau dan dapat melakukan pengiriman keseluruhan Indonesia. Selain itu jika klien juga membutuhkan produk maket dapat membuat di kami dengan harga yang lebih terjangkau.

### 1.3.3. *Key Trends*

#### 1.3.3.1. Technology Trends

Arsitektur dan desain interior tidak lepas dari sebuah teknologi atau software yang dapat mendukung dan mempermudah pengerjaan atau perancangan sebuah bangunan. Software yang dapat membantu perancangan bangunan yang banyak digunakan oleh para arsitektur dan desainer interior yaitu seperti Sketchup,

Autocad, Revit dan lain-lain. Ada pula software yang digunakan untuk menampilkan gambar sebuah ruang maupun arsitektur yang disebut render yaitu seperti *Lumion*, *Enscape*, *V-ray* dan lain-lain. Selain software yang sudah digunakan oleh para arsitek dan desainer interior, ada pula beberapa teknologi yang akan atau sedang ingin digunakan seperti :

### 1. *Virtual Reality, Augmented Reality dan Mixed Reality*

Dalam bidang arsitektur dan desain interior ada beberapa teknologi yang mulai berkembang dan sangat membantu seperti : *Virtual Reality, Augmented Reality dan Mixed Reality*. Teknologi-teknologi tersebut dapat membantu ketika perlu mempresentasikan kepada klien atau konsumen akan hasil desain ataupun produk yang telah jadi sebelum proyek berjalan sehingga dapat membantu klien yang masih awam agar mengerti gambaran besarnya.



**Gambar 1.24 Teknologi *Virtual Reality* dan *Augmented Reality*.**

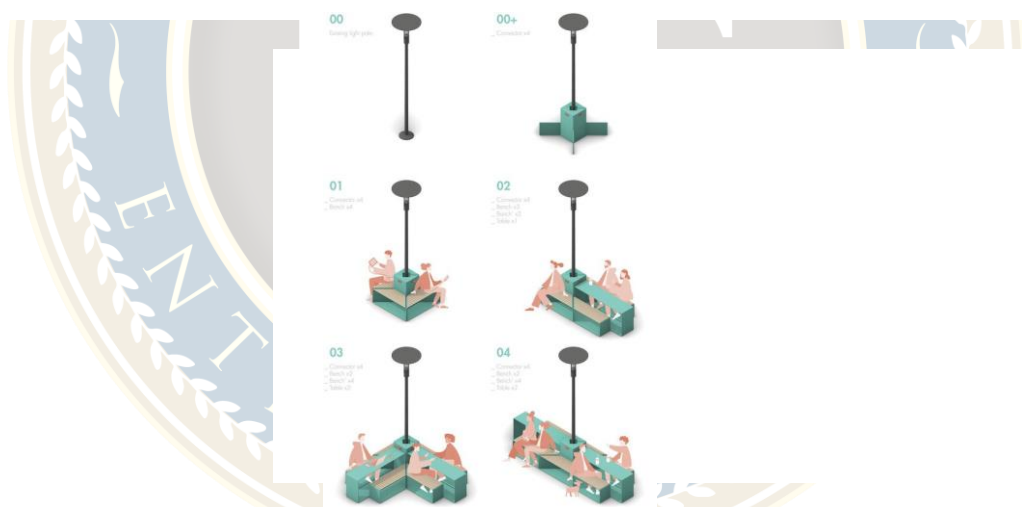
Sumber:Pinterest (2017)

### 2. Furniture modular multifungsi

Perubahan dalam penataan desain interior sudah cukup berubah di era pandemi covid-19. Seiring kembalinya ke era kenormalan baru, menurut prediksi para desainer interior akan ada perubahan dalam gaya penataan ruang agar lebih

membuat nyaman penghuninya. Menurut desainer Rina Renville, desain interior pada 2023 akan lebih banyak memiliki efek-efek surprising yang membuat pengguna bisa mendapatkan pengalaman baru. Hal ini disebabkan efek euforia setelah mereka 2 tahun lebih terkungkung pandemi covid-19. Berikut adalah beberapa tren desain interior dan furniture yang diprediksi bakal populer di Indonesia

Gaya furnitur yang memiliki dua fungsi berbeda bakal semakin diminati oleh masyarakat. Dengan furniture modular tersebut pengguna bisa mengkomposisikan sesuai ruang yang terbatas atau penataan dengan mengutamakan selera pribadi.



**Gambar 1.25 Teknologi Furniture Modular.**

Sumber:Pinterest (2019)

### 1.3.3.2. Regulatory Trends

Dalam menjalankan sebuah bisnis konsultan arsitektur dan desain interior juga perlu mengetahui peraturan pemerintah dan regulasi yang harus ditaati. Peraturan Pemerintah ini merupakan peraturan yang disusun berdasarkan amanat

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2017 tentang Arsitek dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Selain dari Peraturan Pemerintah juga ada Peraturan dari IAI (Ikatan Arsitek Indonesia) seperti Kode Etik Arsitek dan Kaidah Tata Laku Profesi Arsitek tahun 2007 dan HDII (Himpunan Desainer Interior Indonesia) yaitu Buku Pedoman Hubungan Kerja Antara Desainer Interior dan Pemberi Tugas tahun 2006. Dalam menjalankan profesi desainer interior juga diatur dan dilindungi oleh UU No. 18 th 1999 tentang Jasa Konstruksi PP No. 28 th 2000 tentang Usaha dan peran masyarakat jasa konstruksi, PP No. 29 th 2000 tentang Penyelenggaraan jasa konstruksi dan PP No. 30 th 2000 tentang penyelenggaraan pembinaan jasa konstruksi. Selain itu HDII juga memiliki pedoman hubungan kerja dengan pemberi tugas seperti Pedoman imbalan jasa, Pedoman sertifikasi, Pedoman sayembara dll yang diajukan acuan dalam berprofesi.

#### 1.3.3.3. Societal and Cultural Trends

Pada masa pandemi covid-19 ini banyak kondisi sosial yang terpengaruh karena masa ini. Masyarakat lebih memilih untuk *work from home*, membayar secara daring atau *cashless*, menjaga jarak antar orang, sering melakukan cuci tangan dll di masa pandemi ini. Beberapa pengaruh tersebut dalam bidang arsitektur dan desain interior yaitu pengaruh desain yang harus menjawab permasalahan di pandemi ini, pengaruh perilaku pengguna atau klien yang lebih memilih untuk tidak bertemu banyak orang sehingga melakukan meeting melalui online. Pengaruh

desain terhadap kenyamanan, keamanan dan kebersihan ketika masyarakat ingin pergi ke tempat tersebut juga perlu diperhatikan di saat seperti ini

Di zaman yang sudah canggih ini, hampir setiap orang memiliki smartphone yang juga memiliki akun media sosial. Media sosial adalah sebuah perangkat publik dan terbuka yang menjadi sebuah instrumen kritis untuk orang saling berbagi dan membangun sebuah hubungan. (Sandel, 2014; Li dan Chen, 2014). Contoh dari sosial media seperti *Instagram, Twitter, Facebook, Youtube, Line, Path, TikTok, Whatsapp, Telegram*, dan lain lain-lain. Pada zaman dahulu, jika ingin berkenalan dengan seseorang harus dilakukan dengan cara tradisional atau secara langsung tetapi sekarang, setiap orang bertemu orang baru justru cenderung untuk bertukar akun media sosialnya dan menjalin pertemanan di sana. Bagi masyarakat khususnya di kalangan remaja, media sosial sudah menjadi suatu hal yang wajib, hampir 24 jam mereka tidak lepas dari smartphone untuk menggunakan sosial medianya. Riset yang dipublikasikan oleh *Crowdtap, Ipsos MediaCT, dan The Wall Street Journal* pada tahun 2014 melibatkan 839 responden dari usia 16 hingga 36 tahun menunjukkan bahwa jumlah waktu yang dihabiskan khalayak untuk mengakses media sosial dan internet mencapai 6 jam 46 menit per hari, melebihi aktivitas untuk mengakses media tradisional. (RIDHA, 2020)

#### 1.3.3.4. Socio Economic Trends

Pertumbuhan ekonomi nasional dalam beberapa tahun terakhir cenderung stagnan di angka 5 persen dan tidak sesuai dengan target Rancangan Anggaran

Pendapatan dan Belanja Negara (RAPBN) dan termasuk di bawah rata-rata negara berkembang lainnya. Dengan pertumbuhan ekonomi yang nilainya 5 persen, membuat pemerintah cukup kesulitan untuk bisa mengurangi angka kemiskinan maupun pengangguran. Menurut para ahli atau ekonom, ada beberapa permasalahan yang membuat pertumbuhan ekonomi di suatu wilayah di Indonesia tidak tumbuh tinggi. Salah satunya yaitu rendahnya tingkat produktivitas tenaga kerja dibandingkan dengan negara-negara berkembang lainnya. Selain itu banyaknya industri yang masih membutuhkan bahan baku dari sisi impor.

#### 1.3.4. Macro Economic Forces

##### 1.3.4.1. Global Market Condition

Kondisi pasar di seluruh dunia di masa pandemi covid-19 menurun. Pada tahun 2022, proyeksi dari *World Economic Outlook IMF* hanya 3,2 persen dan tahun depan pertumbuhan ekonomi dunia juga diperkirakan akan semakin melemah di angka 2,7 persen. Dengan inflasi yang cenderung tinggi dan pertumbuhan ekonomi yang menurun, ini memberikan sinyal bahwa situasi ekonomi dunia cukup tertekan. Beberapa sektor yang terdampak cukup besar yaitu di sektor kegiatan logistik, pariwisata dan perdagangan. Pemerintah di setiap negara melarang untuk melakukan perjalanan keluar negeri dampaknya tempat pariwisata terpaksa ditutup karena kurangnya pengunjung. Lalu untuk dampak di sektor perdagangan yaitu ekspor dan impor dimana produksi bahan baku dan barang modal turun, barang langka dan harga barang terus meningkat sehingga menimbulkan inflasi. Kenaikan harga dan penghasilan yang berkurang akan bermasalah bagi kondisi daya beli

masyarakat. Indonesia masih memerlukan bahan baku untuk industri dan biasanya dipasok dari China sedangkan China yang mengalami kendala produksi akibat karantina di sejumlah daerah untuk mengurangi penyebaran pandemi Covid-19. Dampak dari pandemi Covid-19 yang berpengaruh pada penduduk tiap dunia dan Indonesia. Meningkatnya penduduk yang mengalami stres dan depresi dikarenakan beberapa hal seperti kehilangan pekerjaan, perekonomian menurun, merasa sendiri, terkurung karena harus meminimalisir keluar ke tempat ramai dan lain-lain. Maka dari itu *value* dari Replika Konsultan yaitu pendekatan perilaku pengguna terhadap desain untuk mendukung dan mengurangi tingkat stres dan depresi penggunaannya.

#### 1.3.4.2. *Capital Market*

*Capital Market* (Pasar Modal) adalah wahana untuk mempertemukan pihak-pihak yang memerlukan dana jangka panjang dengan pihak yang memiliki dana tersebut. *Capital Market* adalah pasar yang memperdagangkan kredit jangka panjang, dalam bentuk surat berharga (efek) seperti saham dan obligasi. Menurut UU No. 8 tahun 1995 tentang *Capital Market* (Pasar Modal), Pasar Modal sebagai kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek. Efek adalah surat berharga, yaitu surat pengakuan utang, surat berharga komersial, saham, obligasi, tanda bukti utang, dan unit penyertaan kontrak investasi.

Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) telah mencapai level 6.850,52 pada tanggal 28 Desember 2022 (meningkat 4,09 persen dari posisi 30 Desember 2021). menurut data Bursa Efek Indonesia (BEI), kapitalisasi pasar pada 28 Desember

2022 mencapai Rp9.509 triliun atau naik 15,2 persen dibandingkan posisi akhir tahun 2021 yakni Rp8.256 triliun.

Dalam bidang arsitektur dan desain interior tergolong cukup mudah untuk memulainya karena modal yang dibutuhkan tidak terlalu besar. Untuk menggeluti di bidang arsitektur dan desain interior tentunya kita perlu komputer atau laptop untuk menjalankan *software* yang kita butuhkan saat membuat desain dan gambar. Sebagai sebuah bisnis atau usaha yang baru dirintis untuk bentuk permodalan yang sangat memungkinkan didapatkan yaitu *Seed Capital*, dimana permodalan dan pendanaan dapat didapatkan dari sumber yang dekat dengan pendirinya seperti keluarga, teman, atau kenalan.

#### 1.3.4.3. Commodity and Other Resources

Pasar komoditas adalah suatu tempat pertemuan atau pasar antara permintaan dan penawaran komoditas atau barang. Ini merupakan kegiatan memperjualbelikan barang yang dapat laku di pasaran dunia internasional. Beberapa komoditas yang diperjualbelikan di pasar internasional yaitu seperti hasil pertanian, pertambangan, kehutanan, industri, serta jasa yang sudah memiliki standar internasional.

Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan Indeks Harga Perdagangan Besar (IHPB) untuk bangunan atau konstruksi mengalami perubahan indeks dari 107,97 pada September 2021 naik sebesar 0,43% menjadi 108,43 pada Oktober 2021. Kenaikan IHPB pada Oktober 2021 ini dikarenakan beberapa barang seperti,

semen naik 0,62%, besi beton naik 0,64%, pipa pvc naik 1,39%, batu pondasi bangunan naik 0,40%, dan pasir naik 0,30%.

Pengaruh dari naik turunnya harga suatu barang atau bahan untuk pembangunan akan berpengaruh terhadap proses pembangunan. Dikarenakan barang dan bahan yang dibutuhkan naik akan membuat para konsumen tidak ingin untuk melakukan pembangunan. Itu juga akan berpengaruh terhadap bisnis konsultan arsitektur dan desain interior. Replika Konsultan pada fase awal masih tidak membutuhkan sumber daya manusia tetapi seiring berjalannya waktu jika ingin mengembangkan bisnis dan dapat menerima banyak proyek maka perlu sumber daya manusia. Sumber daya manusia yang dibutuhkan seperti, tim desainer, landscape desainer, interior dan arsitek desainer, drafter, admin, marketing dan akuntan.

#### 1.3.4.4. *Economic Forces*

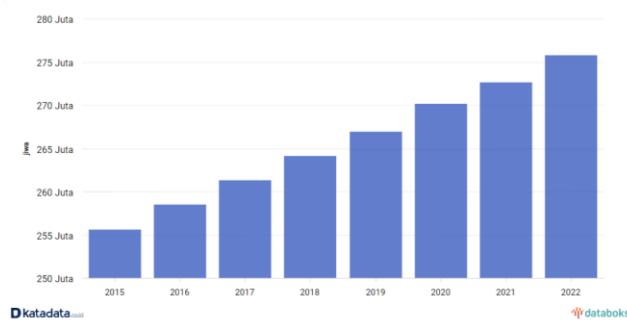
Pertumbuhan penduduk cukup mempengaruhi suatu perekonomian di suatu negara maka dari itu juga akan berpengaruh terhadap bisnis-bisnis yang ada di negara tersebut. Dilansir dari situs resmi Badan Pusat Statistik (BPS), laju pertumbuhan penduduk Indonesia tercatat sebagai berikut:

- 1) Tahun 2020 naik 1,25 persen
- 2) Tahun 2021 naik 1,22 persen
- 3) Tahun 2022 naik 1,17 persen

Jumlah penduduk Indonesia di Semester 1 2022 (per Juni 2022) tercatat sebanyak 275,7 juta jiwa. Di mana jumlah tersebut terdiri dari 138.999.996 penduduk laki-laki dan 136.361.271 juta penduduk perempuan. Indonesia didominasi penduduk masih di usia produktif (usia 15-64 tahun) dengan jumlah 190.827.224 jiwa. Berdasarkan jumlah pertumbuhan penduduk Indonesia selama tiga tahun terakhir, sebagai berikut:

- 1) Tahun 2020 sebanyak 270,2 juta jiwa
- 2) Tahun 2021 sebanyak 272,6 juta jiwa
- 3) Tahun 2022 sebanyak 275,7 juta jiwa

Pertumbuhan penduduk mampu mendorong pertumbuhan ekonomi, bertambahnya penduduk akan memperluas pasar, dan perluasan pasar akan mempertinggi tingkat spesialisasi dalam perekonomian. Sebagai dampak dari spesialisasi yang terjadi, maka tingkat kegiatan ekonomi akan bertambah. Adanya spesialisasi dan pembagian kerja diantara para tenaga kerja akan mempercepat proses pertumbuhan ekonomi, karena adanya spesialisasi akan meningkatkan produktivitas tenaga kerja dan mendorong perkembangan teknologi.



**Gambar 1.26 Jumlah Penduduk Indonesia di pertengahan tahun (2015-2022)**

Sumber:Databoks (2022)

### 1.3.5. Kesimpulan

#### 1.3.5.1. Masalah dan Peluang

Masalah yang menjadi fokus dari bisnis Replika Konsultan yaitu tingginya tingkat penduduk yang mengalami stres atau depresi disebabkan oleh pandemi covid-19. Beberapa penyebab stres dan depresi seperti kehilangan pekerjaan, ekonomi menurun, karantina, merasa sendiri dan lain-lain. Maka bisnis Replika Konsultan ingin menjadi bisnis yang dapat menjawab permasalahan tersebut. Value yang ingin kami berikan kepada penggunanya yaitu fokus terhadap pendekatan perilaku pengguna terhadap suatu desain. Menciptakan desain yang dapat mengatur dan membimbing kondisi psikologis dan mental penggunanya.

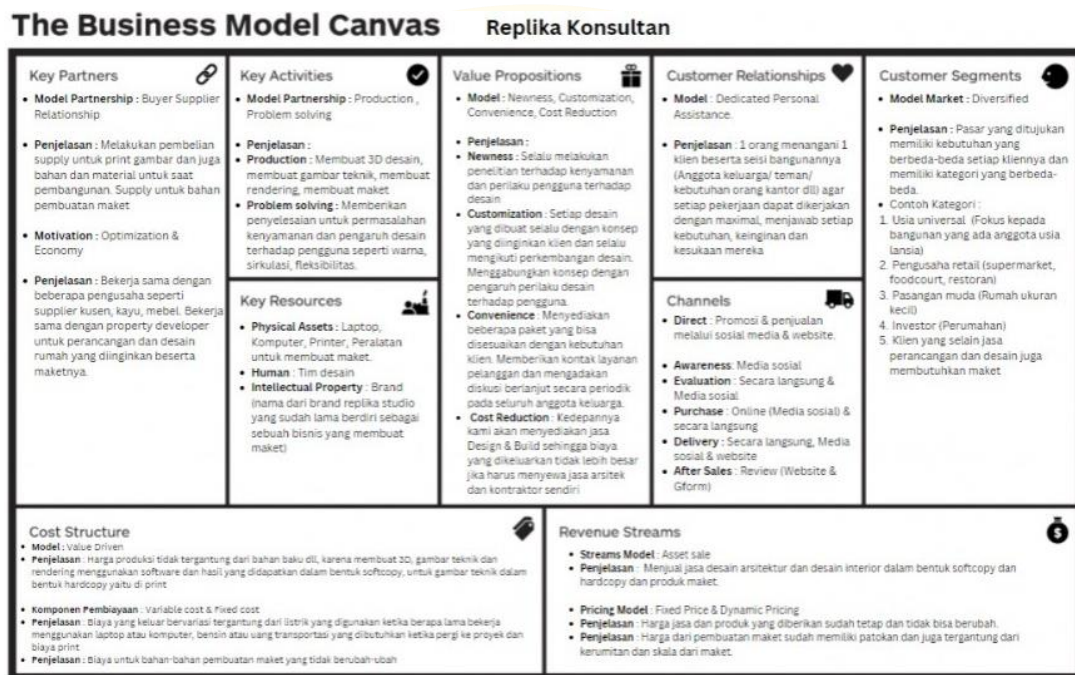
#### 1.3.5.2. Inovasi Usaha, targeting market

Inovasi usaha yang Replika Konsultan sediakan yaitu Replika Konsultan akan selalu terhubung dengan pelanggan dan mengadakan diskusi berlanjut secara periodik pada seluruh anggota yang ada dalam suatu kelompok agar mengerti konsep, keinginan, selera dan warna yang setiap anggota sukai dan inginkan. Fokus dari Replika Konsultan yaitu pendekatan perilaku pengguna terhadap desain. Ingin menciptakan suatu desain yang dapat menjawab permasalahan pengguna yang mengalami stress atau depresi. Target pasar yang Replika Konsultan tujukan secara geografi yaitu Pulau Jawa karena merupakan pulau dengan penduduk yang cukup padat lalu bangunan komersial yang bakal ramai pengunjung sehingga harus memperhatikan sirkulasi dan kenyamanan penggunanya, bangunan yang memiliki orang lansia di dalamnya yang membutuhkan kondisi psikologis tertentu.

## 1.4. Model Bisnis

### 1.4.1. Ringkasan model bisnis

Berikut adalah Business Model Canvas dari Replika Konsultan. Bisnis yang bergerak dibidang jasa desain dan perancangan arsitektur dan desain interior beserta produk maket :



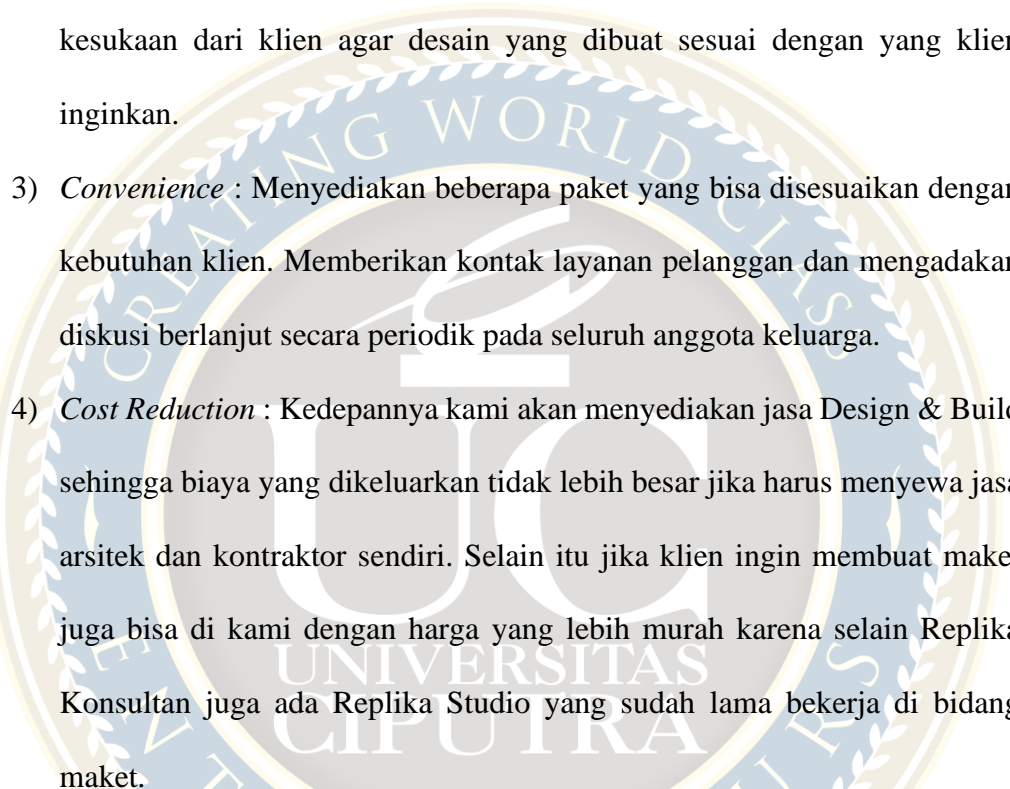
Gambar 1.27 Business Model Canvas Replika Konsultan

Sumber:Data Pribadi (2023)

### 1.4.2. Value Proposition

*Value Propositions* memiliki beberapa jenis model dan berikut adalah jenis model *value propositions* yang ada di bisnis Replika Konsultan :

- 1) *Newness* : Sering melakukan penelitian terhadap pengaruh kenyamanan dan pengaruh perilaku dan psikologi manusia terhadap suatu desain atau *ambient* suatu ruangan.

- 
- 2) *Customization* : Setiap desain yang dibuat selalu dengan konsep yang diinginkan klien dan selalu mengikuti perkembangan desain. Dari konsep yang diinginkan oleh klien akan dihubungkan dengan perilaku desain terhadap pengguna seperti pengaruh warna, fleksibilitas, sirkulasi dan lain-lain. Setiap klien akan ditanya soal apa konsep desain, warna, material dll kesukaan dari klien agar desain yang dibuat sesuai dengan yang klien inginkan.
- 3) *Convenience* : Menyediakan beberapa paket yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan klien. Memberikan kontak layanan pelanggan dan mengadakan diskusi berlanjut secara periodik pada seluruh anggota keluarga.
- 4) *Cost Reduction* : Kedepannya kami akan menyediakan jasa Design & Build sehingga biaya yang dikeluarkan tidak lebih besar jika harus menyewa jasa arsitek dan kontraktor sendiri. Selain itu jika klien ingin membuat maket juga bisa di kami dengan harga yang lebih murah karena selain Replika Konsultan juga ada Replika Studio yang sudah lama bekerja di bidang maket.

Dalam tiap fase usahanya, *Value Proposition* memiliki perbedaan. Berikut adalah perbedaan dari *Value Proposition* per fase usahanya:

- a. Fase Awal : Bisnis Replika Konsultan hanya menyediakan jasa perancangan dan desain arsitektur dan desain interior.

- b. Fase Pertengahan dan Akhir : Bisnis Replika Konsultan hanya menyediakan jasa *design and build* sehingga dapat membuat pengeluaran klien lebih terjangkau.

#### 1.4.3. *Customer Relationship*

*Customer Relationship* memiliki beberapa jenis model dan berikut adalah jenis model *customer relationship* yang ada di bisnis Replika Konsultan :

- 1) *Dedicated Personal Assistance* : Satu orang menangani satu klien beserta seisi bangunannya (Anggota keluarga/ teman/ kebutuhan orang kantor dll) agar setiap pekerjaan dapat dikerjakan dengan maximal, menjawab setiap kebutuhan, keinginan dan kesukaan mereka

Motivasi *relationship* : *Customer Retention*

- 1) Kami ingin setelah proyek atau pekerjaan selesai, kami ingin agar klien atau konsumen tetap terhubung dengan kami dan akan melakukan pemesanan lagi atau *repeat order*. Kami ingin agar setiap kebutuhan dan keinginan klien terpenuhi dan klien puas dan cocok dengan hasil yang kami berikan dan dengan pelayanan yang kami berikan.

Dalam tiap fase usahanya, *Customer Relationship* tidak memiliki perbedaan. Berikut adalah perincian dari *Customer Relationship* per fase usahanya:

- a. Fase awal, pertengahan dan akhir : Tiap 1 orang desainer ataupun tim Analisa akan menangani 1 klien hingga akhir dari proyek

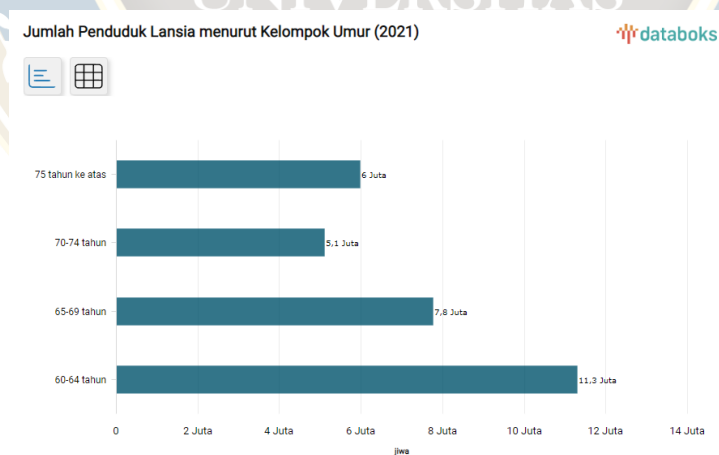
sehingga apa permasalahan dan keinginan klien akan terciptakan dalam desain.

#### 1.4.4. *Customer Segment*

*Customer Segment* memiliki beberapa jenis pasar yang akan dituju dan berikut adalah jenis pasar di *customer segment* yang ada di bisnis Replika Konsultan :

1) *Diversified* : Pasar yang ditujukan memiliki kebutuhan yang berbeda-beda setiap kliennya dan memiliki kategori yang berbeda-beda. Contoh Kategori:

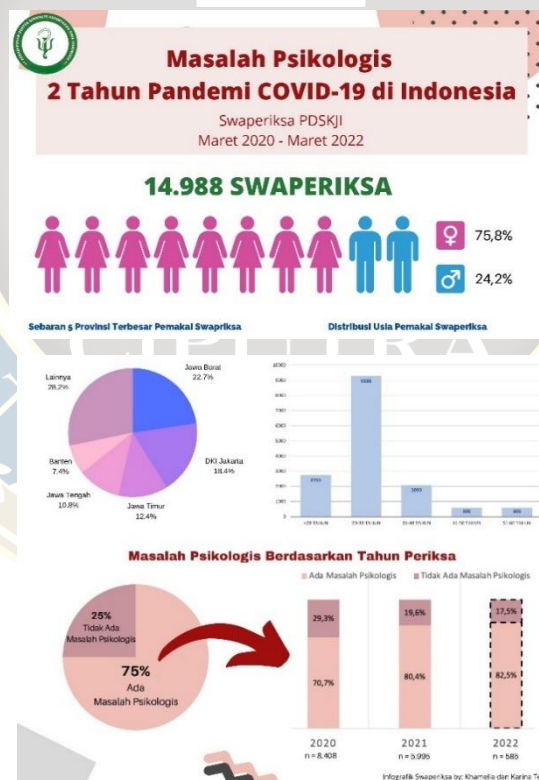
1. Usia *universal* : Tidak ada usia spesifik yang dituju dikarenakan menurut data terdapat total 19 juta dan 12 juta penduduk diatas umur 15 mengalami gangguan depresi dan emosional. Juga pada 2021 terdapat total 30 juta penduduk berusia lansia dari total 270 juta penduduk di Indonesia.



**Gambar 1.28 Jumlah Penduduk Lansia 2021**

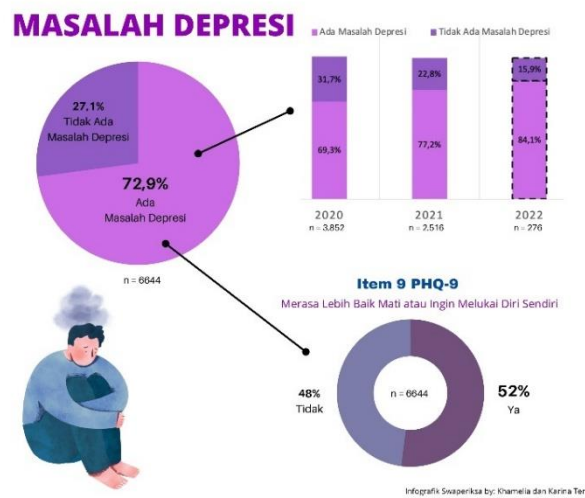
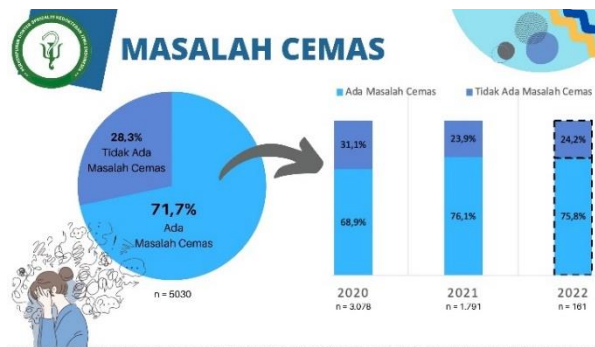
Sumber:Data Pribadi (2023)

Dampak dari pandemi covid-19 ini tidak hanya berdampak di kesehatan fisik saja, namun juga berdampak terhadap kesehatan jiwa, baik orang yang terpapar oleh virus maupun pada orang yang tidak terpapar. Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2018 menunjukkan lebih dari 19 juta penduduk berusia diatas 15 tahun mengalami gangguan mental emosional dan lebih dari 12 juta penduduk berusia lebih dari 15 tahun mengalami depresi. Selain itu berdasarkan Sistem Registrasi Sampel yang dilakukan Badan Litbangkes tahun 2016, diperoleh data bunuh diri pertahun sebanyak 1.800 orang atau setiap hari ada 5 orang melakukan bunuh diri, serta 47,7% korban bunuh diri adalah pada usia 10-39 tahun yang merupakan usia anak remaja dan usia produktif.



Gambar 1.29 Masalah psikologis 2 tahun pandemi covid-19 di Indonesia

Sumber: Pdskji (2022)



Gambar 1.30 Presentase masalah cemas dan depresi

Sumber: Pdsjki (2022)

2. Pengusaha retail : Fokus kepada bangunan komersial yang memiliki banyak pengguna atau pengunjung sehingga harus di rancangan sirkulasi dan ambient agar pengunjung nyaman. Bangunan komersial seperti supermarket, foodcourt, restoran dan lain-lain. Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia dilaporkan sebesar 1.7 % pada 2023-01. Rekor ini naik dibanding sebelumnya yaitu 0.7 % untuk 2022-12. Data Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia diperbarui bulanan, dengan rata-rata 8.0 % dari 2011-01

sampai 2023-01, dengan 145 observasi. Data ini mencapai angka tertinggi sebesar 28.2 % pada 2013-12 dan rekor terendah sebesar -20.6 % pada 2020-05

3. Pasangan muda atau milenial : Rumah yang memiliki ukuran kecil sehingga pengaturan tata ruang dan sirkulasi harus dirancang dan desain dengan nyaman. Menurut Ketua Ikatan Arsitek Indonesia Georgius Budi Yulianto menilai, adanya pergeseran nilai dalam pemilihan rumah. Di masa lalu, orang lebih menyukai rumah dengan pekarangan. Namun, saat ini penduduk milenial yang mendominasi permintaan properti lebih menyukai rumah yang praktis. Konsep hunian rumah compact dirancang dengan memaksimalkan fungsi seluruh bagian hingga sudut rumah. Meski berukuran kecil, rumah compact tidak berarti lebih murah dibandingkan dengan apartemen. Segmentasi pasarnya juga berbeda. "Harga compact house tidak murah karena didesain artisan dan punya brand sehingga ketika dijual lagi punya nilai lebih," katanya. Berkembangnya rumah compact turut dipengaruhi strategi pemasaran pengembang. Generasi milenial, lanjut Budi, belum tentu mampu menjangkau rumah compact yang harganya di atas Rp 900 juta per unit. Sebagian kaum milenial urban cenderung mencari harga rumah yang lebih

terjangkau di bawah Rp 700 juta, bahkan sebagian masih menyewa rumah jika belum memiliki dana cukup.

Dalam tiap fase usahanya, *Customer Segment* memiliki perbedaan. Berikut adalah perbedaan dari *Customer Segment* per fase usahanya:

- a. Fase awal : Tidak ada usia spesifik yang ditujukan, memfokuskan kepada bangunan yang memiliki lansia atau pengguna yang mengalami stress atau depresi dan membutuhkan perlakuan khusus.
- b. Fase pertengahan : Menerima pengerjaan proyek yang lebih besar dan komersial seperti supermarket, restoran, foodcourt. Bangunan yang sifatnya akan ramai pengunjung sehingga membutuhkan pengaturan sirkulasi dan kenyamanan untuk penggunaannya.
- c. Fase Akhir : Menerima pengerjaan proyek untuk *property developer*. Pada saat ini lagi berkembangnya perumahan yang menyediakan rumah dengan ukuran yang cukup kecil yang cocok untuk pasangan muda maupun orang yang mau berinvestasi. Maka dari itu rumah yang berukuran kecil perlu diatur sirkulasi dan kenyamanannya agar psikologis dari pengguna tetap terjaga.

#### 1.4.5. *Channel*

*Channel* memiliki beberapa jenis hubungan berikut adalah jenis hubungan *channel* yang ada di bisnis Replika Konsultan :

- 1) *Direct* : Promosi & penjualan melalui sosial media & website. Selalu melakukan posting pada sosial media yang ada agar masyarakat lebih kenal akan bisnis kita dan tertarik untuk menggunakan jasa desain kita.

*Channel* memiliki beberapa jenis fase berikut adalah jenis fase *channel* yang ada di bisnis Replika Konsultan :

- 1) *Awareness* : Media sosial. Tahap awal untuk mengenalkan dan mempromosikan akan bisnis kita bergerak di bidang apa dan apa yang kami jual kepada masyarakat dan beberapa media sosial yang bisa menjadi alat komunikasi dengan klien jika ingin bertanya-tanya.
- 2) *Evaluation* : Secara langsung & Media sosial. Klien juga dapat mengevaluasi akan bisnis kami apa yang perlu dikembangkan dan diperbaiki lagi baik itu secara langsung saat bertemu atau meeting ataupun melalui media sosial yang ada.
- 3) *Purchase* : Online (Media sosial) & secara langsung. Klien jika ingin berkomunikasi dan bertanya-tanya dapat menghubungi kita secara online yaitu melalui media sosial ataupun dengan melakukan janji dan bertemu secara langsung.

*Delivery* : Secara langsung, Media sosial & website. Kami juga menyediakan informasi tentang bisnis kami di website dan media sosial kami dan jika klien kurang paham dan ingin bertemu secara langsung juga bisa.

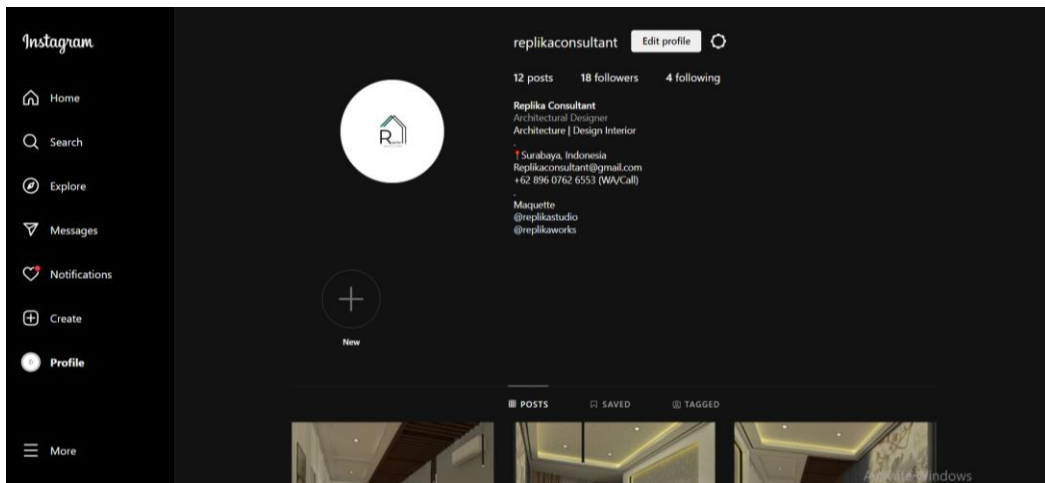
- 4) *After Sale : Review (Website & form)*. Setelah proyek selesai atau pekerjaan selesai kami juga sangat menerima masukan dan kritik dari klien ataupun

konsumen agar kami dapat memperbaiki dan lebih baik kedepannya dengan sebuah *review* yang bisa diakses di website maupun form yang kami berikan.

Dalam mengenalkan dan bagaimana agar klien dapat mengetahui tentang Replika Konsultan bisa melalui sosial media seperti *Instagram* dan juga kedepannya akan membuat website. Tujuan dari *Instagram* dan website yaitu untuk memberikan hasil desain yang dibuat atau portfolio agar klien dapat menyesuaikan dengan konsep yang diinginkan lalu ketika klien ingin melakukan order langsung dapat diarahkan untuk menghubungi ke *whatsapp*s dari Replika Konsultan untuk berkonsultasi selanjutnya.

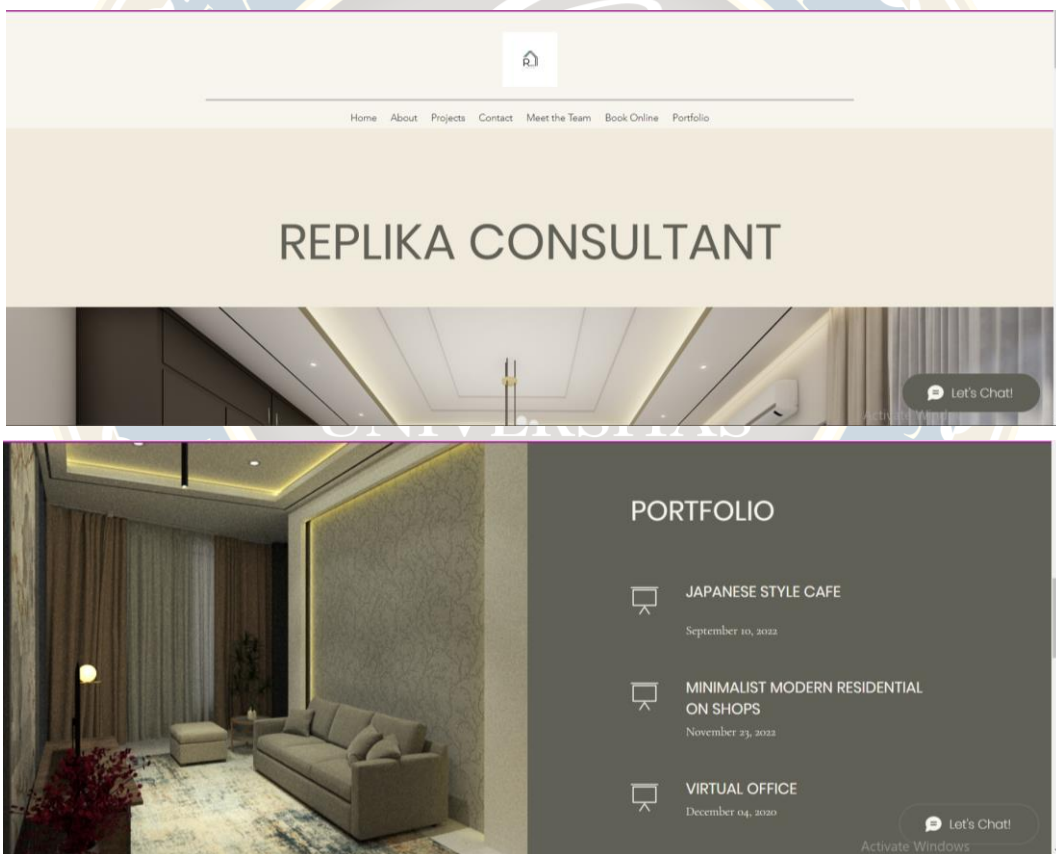
Dalam tiap fase usahanya, *Channels* memiliki perbedaan. Berikut adalah perbedaan dari *Channels* per fase usahanya:

1. Fase Awal : Bisnis Replika Konsultan akan melakukan promosi, penjualan, evaluasi, penyampaian dan menerima masukan dari klien secara langsung dengan menggunakan media sosial atau penjelasan secara langsung.
2. Fase Pertengahan dan Akhir : Bisnis Replika Konsultan akan membuat website untuk membantu agar klien juga dapat ikut berpartisipasi dan lebih mudah diakses oleh klien.



**Gambar 1.31 Instagram Replika Konsultan**

Sumber:Data Pribadi (2023)



**Gambar 1.32 Contoh Website Replika Konsultan**

Sumber:Data Pribadi (2023)

#### 1.4.6. Key Activities

*Key Activities* memiliki beberapa jenis pekerjaan utama dan berikut adalah jenis pekerjaan utama *key activities* yang ada di bisnis Replika Konsultan :

- 1) *Production* :Membuat 3D desain, membuat gambar teknik, membuat *rendering*. Kami sebagai bisnis konsultan arsitektur dan desain interior akan memenuhi setiap kebutuhan yang klien butuhkan dan yang klien inginkan. Kami akan membuat 3D desain yang dapat mempermudah saat penjelasan terutama jika klien kurang paham dan butuh gambaran yang dapat membantu, 3D desain akan sangat membantu. Setelah 3D desain jadi kami akan melakukan *rendering* agar hasil lebih baik. Selain itu kami juga membuat gambar teknik agar mempermudah kontraktor ketika ingin membangun. Selain dari jasa perancangan dan desain, Replika Konsultan juga membuat produk berupa maket.
- 2) *Problem Solving* : Memberikan penyelesaian untuk permasalahan kenyamanan dan pengaruh desain terhadap pengguna seperti warna, sirkulasi, fleksibilitas.

Dalam tiap fase usahanya, *Key Activities* memiliki perbedaan. Berikut adalah perbedaan dari *Key Activities* per fase usahanya:

1. Fase awal : Bisnis Replika Konsultan hanya sebagai konsultan arsitek dan desain interior. Memberikan layanan berupa perancangan dan desain untuk arsitektur dan desain interior.

2. Fase pertengahan dan akhir : Bisnis Replika Konsultan bertujuan untuk menjadi bisnis *design and build*. Selain jasa perancangan dan desain, Replika Konsultan juga memberikan layanan pembangunan sekaligus.

#### 1.4.7. Key Partner

*Key Partner* memiliki beberapa jenis model kerjasama dan berikut adalah jenis model kerjasama *key partner* yang ada di bisnis Replika Konsultan :

- 1) *Buyer Supplier Relationship* : Melakukan pembelian supply untuk print gambar ketika ingin menjelaskan kepada klien, kontraktor, mandor dan tukang agar lebih mudah dimengerti dan juga bahan dan material untuk saat pembangunan jika klien dan kontraktor inginkan. Selain itu juga pembelian supply untuk bahan yang dibutuhkan saat pembuatan maket.

Selain itu *Key Partner* juga memiliki beberapa motivasi dan berikut adalah motivasi *key partner* yang ada di bisnis Replika Konsultan :

- 1) *Optimization & Economy* : Melakukan kerjasama dengan beberapa pengusaha seperti supplier kusen, kayu, mebel. Selain itu juga bisa bekerjasama dengan property developer untuk perancangan dan desain rumah yang diinginkan beserta maketnya.

Dalam tiap fase usahanya, *Key Partner* memiliki perbedaan. Berikut adalah perbedaan dari *Key Partner* per fase usahanya:

1. Fase Awal : Bisnis Replika Konsultan akan membutuhkan supply barang seperti peralatan untuk mendukung pekerjaan yaitu PC, printer dan lain-lain. Selain itu juga membutuhkan supply untuk pembuatan maket
2. Fase Pertengahan : Bisnis Replika Konsultan yang menjadi bisnis design and build maka akan membutuhkan supply bahan-bahan bangunan.
3. Fase Akhir : Untuk memperluas pasar maka Replika Konsultan akan bekerja sama dengan *Property Developer* atau Investor untuk membuat perumahan.

#### 1.4.8. *Key Resources*

*Key Resources* memiliki beberapa sumber daya dan berikut adalah sumber daya di *key resources* yang ada di bisnis Replika Konsultan :

- 1) *Physical Assets* : Laptop, Komputer, Printer. Untuk membuat desain dan gambar membutuhkan laptop dan komputer ketika menggunakan *software* dan juga membutuhkan printer jika ingin print gambar yang sudah dibuat. Selain itu juga untuk pembuatan maket membutuhkan peralatan-peralatan untuk membuat maket seperti plastik maket, lem, triplek dan lain-lain.
- 2) *Intellectual Property* : Brand (nama dari brand Replika Studio yang sudah lama berdiri sebagai sebuah bisnis yang membuat maket). Brand dari Replika Studio yang sudah dikenal oleh masyarakat sehingga dapat membantu bisnis baru Replika Konsultan untuk mendapatkan minat dari masyarakat dan juga Replika Studio yang sudah memiliki koneksi yang berhubungan dan arsitek dan interior sehingga dapat membantu jalannya bisnis konsultan ini.

Dalam tiap fase usahanya, *Key Resources* memiliki perbedaan. Berikut adalah perbedaan dari *Key Resources* per fase usahanya:

1. Fase Awal : Bisnis Replika Konsultan akan membutuhkan peralatan-peralatan untuk pekerjaan seperti PC, printer dan lain-lain. Selain itu juga jika dirasa membutuhkan tim desain maka akan mulai mencari tim desain 2-3 orang untuk membantu dan mempercepat pekerjaan.
2. Fase Pertengahan : Bisnis Replika Konsultan akan mencari sumber daya manusia lainnya yaitu tim marketing. Tujuan dari tim marketing untuk membuat website dan mengendalikan sosial media dari *Replika Konsultan* agar brand atau nama dari Replika Konsultan semakin dikenal masyarakat.
3. Fase Akhir : Pada fase akhir ketika Replika Konsultan akan bekerja sama dengan *Property Developer* atau Investor maka akan membutuhkan lebih banyak lagi sumber daya manusia. Sumber daya manusia yang dibutuhkan seperti manager, finance dan tim desain lainnya.

#### 1.4.9. Cost Structure and Revenue Stream

*Cost Structure* memiliki beberapa model kendali dan berikut adalah model kendali di *Cost Structure* yang ada di bisnis Replika Konsultan :

- 1) *Value Driven* : Harga produksi untuk pembuatan desain tidak tergantung dari bahan baku dll, karena membuat 3D, gambar teknik dan rendering menggunakan software dan hasil yang didapatkan dalam bentuk softcopy, untuk gambar teknik dalam bentuk hardcopy yaitu di print sehingga harga yang dikeluarkan tergantung dari lamanya mengerjakan dan juga berapa

jumlah biaya untuk print. Selain itu juga terdapat biaya lain yaitu ketika akan pergi ke proyek akan membutuhkan bahan bakar ketika menggunakan transportasi. Untuk harga produksi maket tergantung dari bahan baku yang digunakan untuk pembuatan maket.

Selain itu *Cost Structure* memiliki beberapa komponen pembiayaan dan berikut adalah komponen pembiayaan di *Cost Structure* yang ada di bisnis Replika Konsultan :

- 1) *Variable Cost* : Biaya yang keluar untuk pembuatan desain bervariasi tergantung dari listrik yang digunakan ketika berapa lama bekerja menggunakan laptop atau komputer, bensin atau uang transportasi yang dibutuhkan ketika pergi ke proyek dan biaya print. Biaya yang keluar untuk pembuatan maket juga bervariasi tergantung tingkat kerumitan dan detail dari maket yang dibuat dan juga skala yang diinginkan klien.

*Revenue Stream* memiliki beberapa model *pricing* dan berikut adalah model *pricing* di *revenue stream* yang ada di bisnis Replika Konsultan :

- 1) *Fixed price (List Price & Product feature dependent)* : Harga yang diberikan sudah tetap dan tidak bisa berubah. Terdapat beberapa paket perancangan dan desain yang ditawarkan dengan harga yang berbeda-beda. Harga keseluruhan akan tergantung dengan luasan bangunan yang akan dibuat tetapi harga per meternya sudah tetap dan tidak bisa berubah.

- 2) *Dynamic Pricing (Negotiation)* : Harga untuk pembuatan maket tergantung dari kerumitan dan detail dari bangunan yang akan dibuat dan juga skala yang diinginkan. Replika Studio sudah memiliki patokan harga dalam pembuatan maket.

Selain itu *Revenue Stream* memiliki beberapa model aliran pemasukan dan berikut adalah model model aliran pemasukan di *revenue stream* yang ada di bisnis Replika Konsultan :

- 1) *Assets Sale* : Menjual jasa desain arsitektur dan desain interior dalam bentuk softcopy dan hardcopy. Menjual produk fisik berupa maket.

Dalam tiap fase usahanya, *Key Resources* memiliki perbedaan. Berikut adalah perbedaan dari *Key Resources* per fase usahanya:

1. Fase Awal : Terdapat 2 pengeluaran. Pengeluaran yang pertama yaitu *variable cost*. Dalam pembuatan desain biaya pengeluaran tidak dapat diprediksi dan tidak tetap dikarenakan penggunaan ac dan listrik yang tidak menentu. Untuk pengeluaran kedua yaitu *fixed cost*. Dalam pembuatan maket sudah memiliki patokan harga namun tetapi harus melihat kerumitan dan skala dari maket yang diinginkan klien. Untuk pendapatan yang didapat berupa dari jasa yang Replika Konsultan berikan yaitu perancangan dan desain bangunan dan juga maket jika klien juga membutuhkan.
2. Fase Pertengahan dan akhir : Bisnis Replika Konsultan akan menjadi bisnis *design and build* maka biaya pengeluarannya yaitu *variable cost*.

Pengeluaran untuk jasa perancangan dan desain yang tidak tetap dan juga pengeluaran untuk membeli bahan bangunan yang tidak tetap tergantung luasan tiap proyeknya.

