

## **STRATEGI BISNIS INTERIOR PT SAKAPA KREASI PRODUKSI KOTA PADANG**

**Yelsi Naspi<sup>1</sup>, Vinna Angraini<sup>2</sup>, Yudha Perdana<sup>3</sup>, Yulia Ningsih<sup>4</sup>, Ramdani Bayu Putra<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang  
e-mail: <sup>1</sup>Siyel537@gmail.com, <sup>2</sup>vinaangraini387@gmail.com, <sup>3</sup>Yudhaperdana025@gmail.com,  
<sup>4</sup>yulianingsih@gmail.com, <sup>5</sup>ramdhani\_bayu@upiypk.ac.id

### **Abstrak**

Usaha jasa desain interior tidak hanya melayani jasa gambar tetapi juga menghasilkan furniture untuk ruangan. Adanya jasa desain interior, memudahkan masyarakat dalam menata ruangan dan mewujudkan keinginan mereka terhadap desain ruangan itu sendiri. Sebab, rancangan interior ruangan yang mereka inginkan termasuk perlengkapan perabotnya dapat terpenuhi lewat jasa desain interior sekaligus dibantu dalam penataannya. Selain itu, maraknya pembangunan rumah, apartemen, kantor, ruko, dan gedung-gedung lainnya, menyebabkan kebutuhan akan tenaga desain, termasuk jasa desain interior semakin dicari oleh masyarakat. PT SAKAPA adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa desain interior. Awal berdirinya usaha ini dilatarbelakangi oleh pengetahuan dan pengalaman dari pemilik perusahaan mengenai bidang desain interior.

**Kata kunci:** Strategi, Bisnis, Interior

### **Abstract**

The interior design service business does not only provide drawing services but also produces furniture for rooms. The existence of interior design services makes it easier for people to arrange the room and realize their wishes for the design of the room itself. This is because the interior design of the room they want, including the furniture, can be fulfilled through interior design services as well as assistance in arranging it. In addition, the rapid construction of houses, apartments, offices, shop houses, and other buildings has resulted in the need for design staff, including interior design services, to be increasingly sought after by the public. PT SAKAPA is a company engaged in the field of interior design services. The background of the establishment of this business was the knowledge and experience of the company owner in the field of interior design.

**Keywords:** Strategy, Business, Interiors.

### **PENDAHULUAN**

Arti desain interior menurut para ahli ada yang berbeda beda, menurut Alexander C yang merupakan seorang peneliti desain mengartikan desain interior adalah komponen fisik yang tepat dari suatu struktur fisik. Sedangkan menurut Bruce Acher yang merupakan seorang desainer mengatakan desain adalah suatu aktivitas pemecahan masalah yang diarahkan pada suatu tujuan.

Dalam mendirikan dan menjalankan usaha Desain Interior ini tentu saja pemilik mengharapkan adanya kerja sama kembali dalam pembuatan desain interior ini. Ada

beberapa upaya yang dilakukan perusahaan untuk menjaga kerja sama dan menjalin hubungan yang baik kepada customer.

Usaha jasa desain interior tidak hanya melayani jasa gambar tetapi juga menghasilkan furniture untuk ruangan. Adanya jasa desain interior, memudahkan masyarakat dalam menata ruangan dan mewujudkan keinginan mereka terhadap desain ruangan itu sendiri. Sebab, rancangan interior ruangan yang mereka inginkan termasuk perlengkapan perabotnya dapat terpenuhi lewat jasa desain interior sekaligus dibantu dalam penataannya. Selain itu, maraknya pembangunan rumah, apartemen, kantor, ruko, dan Gedung Gedung lainnya, menyebabkan kebutuhan akan tenaga desain, termasuk jasa desain interior semakin dicari oleh masyarakat.

## METODE

Adapun metode yang dilakukan yaitu dengan cara sebagai berikut:

1. Wawancara

Metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai wawancara dilakukan terhadap pemilik dari PT Sakapa.

2. Observasi

Observasi adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai pancaindera lainnya seperti telinga, mulut, penciuman, dan kulit.

3. Analisa Data

Menurut Freddy Rangkuti (2004) kegiatan yang paling penting dalam proses analisis adalah memahami seluruh informasi yang terdapat pada suatu kasus, menganalisis situasi untuk mengetahui isu apa yang sedang terjadi dan memutuskan tindakan apa yang harus segera memecahkan masalah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

PT SAKAPA adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa desain interior. Awal berdirinya usaha ini dilatarbelakangi oleh pengetahuan dan pengalaman dari pemilik perusahaan mengenai bidang desain interior. Selain berbekal pengetahuan dan pengalaman dari pemilik perusahaan mengenai bidang desain interior. Selain berbekal pengetahuan dan pengalaman yang telah ada, pemilik melihat peluang usaha yang baik untuk membuka usaha jasa desain interior, dikarenakan semakin berkembangnya bisnis property. Awal berdirinya perusahaan pada tahun 2018 di kota Bandung setelah 3 tahun pemilik memutuskan untuk memindahkan perusahaannya ke daerah Sumatera Barat pada tahun 2021.

### Analisis Lingkungan Internal

- a. Sumber daya manusia

Perencanaan perusahaan untuk kedepan adalah mengenai kebutuhan tenaga kerja, yaitu menambah jumlah karyawan pada bagian yang memproduksi furniture. Perusahaan merencanakan untuk menambah karyawan karena melihat peningkatan dari permintaan konsumen, sehingga dibutuhkan pengaturan waktu lebih baik dan penambahan jumlah tenaga kerja agar dapat menerima pesanan tersebut.

b. Pemasaran

Perencanaan perusahaan dalam mempromosikan jasa ke depan, perusahaan menginginkan untuk mengadakan pameran interior. Perencanaan tersebut dibuat melihat dari banyaknya pesaing. Dengan adanya pameran interior, perusahaan bisa mendapat kesempatan untuk memperoleh konsumen baru.

c. Produksi dan Operasi.

Perencanaan pada bagian produksi bagi perusahaan masih belum ada, karena produksi yang dilakukan tergantung dari permintaan konsumen sehingga tidak dapat diproduksi terlebih dahulu. Sistem pemesanan dari konsumen kepada perusahaan melalui sales yang menawarkan jasa perusahaan kepada calon konsumen. Konsumen memberitahukan contoh atau desain yang diinginkan dan ada proses negoisasi harga awal terhadap desain tersebut. Selanjutnya, desainer akan mendesain dahulu pesanan konsumen dan akan dikonfirmasi lagi kepada konsumen.

## ANALISIS SWOT

Faktor Internal	<b>KEKUATAN (S)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelayanan yang baik kepada pelanggan</li> <li>2. Kualitas produk yang baik</li> <li>3. Jasa desain interior yang bagus</li> <li>4. Menyediakan desain custom</li> <li>5. Menggunakan desain 3D</li> </ol>	<b>KELEMAHAN (W)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya mencari peluang usaha</li> <li>2. Etos kerja furniture yang kurang maksimal</li> </ol>
Faktor Eksternal		

<b>PELUANG (O)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Permintaan konsumen bertambah</li> <li>2. Kekuatan penawaran desain kepada masyarakat</li> <li>3. Kekuatan pemasok</li> </ol>	<b>STRATEGI SO</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan penawaran dan penjualan keluar daerah dengan tetap focus kepada visi misi perusahaan. (S1,S2,S3,S4,S5,O1,O2,O3)</li> </ol>	<b>STRATEGI WO</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan sarana promosi dan konsisten dalam melakukan promosi hingga keluar daerah (W1,O1,O2)</li> <li>2. Melakukan pengawasan yang ketat terhadap karyawan dan rutin melakukan pengecekan yang maksimal. (W2,O1)</li> </ol>
--	--	---

<b>ANCAMAN (T)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyaknya pesaing</li> <li>2. Perusahaan tidak memiliki pelanggan tetap</li> <li>3. Ancaman dari produk</li> </ol>	<b>STRATEGI ST</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tetap menjaga kualitas produk yang baik (S2,S3,S4,S5,O1,T1,T2,T3)</li> <li>2. Menghasilkan produk atau desain yang kreatif dan mengikuti keinginan konsumen (S3,S4,S5,O2,T1,T2,T3)</li> </ol>	<b>SRATEGI WT</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memasarkan yang belum dilakukan membuat iklan di berbagai media social, dan sering melakukan pameran. (W1,O2,T1,T2)</li> </ol>
---	--	--

## KESIMPULAN

Meningkatnya jumlah perusahaan yang bergerak dalam desain interior dan konstruksi yang dipengaruhi maraknya pembangunan property dan ketertarikan masyarakat akan hunian yang unit dan eksklusif membuat perusahaan dibidang desain interior ini semakin ketat. Dalam persaingan yang semakin ketat ini perusahaan harus mempunyai bagaimana cara menarik konsumen dan memperluas jangkauan perusahaannya.

## SARAN

- a. Melalui Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini diharapkan akan bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pemilik usaha, dalam memasarkan bisnis interior ini melalui media sosial, seperti memasang iklan diberbagai macam media sosial.
- b. Melalui Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini diharapkan akan bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pemilik usaha, dalam memasarkan bisnis interior ini melalui media sosial, seperti memasang iklan diberbagai macam media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andry. 2016. "Analisis Penerapan SWOT Terhadap Pencapaian Target Pembiayaan Bagi Hasil Pada PT. Bank Riau Kepri Kantor Cabang Syariah Pekanbaru". Skripsi.
- Azwar, Saifuddin. 2011. Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- David, F. R. (2009). Strategic Management: Manajemen Strategis Konsep. Jakarta [ID]. Penerbit Salemba Empat.
- Badowi, M. (2016). Matriks Analisis EFE dan IFE. mochamadbadowi.com.
- Fanny, P. S. (1999-2019). PERKEMBANGAN INDUSTRI KERUPUK BAWANG DI KECAMATAN LUBUK KILANGAN KOTA PADANG. padang: <http://scholar.unand.ac.id/id/eprint/66993>.
- Fandy Tjiptono, P. d. (2012). Pemasaran Strategik edisi 2. Yogyakarta: Penerbit Andi andjaitan, R. (2018). Manajemen Pemasaran. Semarang: Sukarno Pressindo.
- Feriyanto, Y. (2018). Strategic Planning (IFE, EFE, CPM, SWOT, SPACE, BCG, IE, Grand Strategy dan QSPM). <https://www.caesarvery.com/2018/05/strategic-planning-ife-efe-cpm-swot.html>.
- Meliana S., & Dhyah H.,(2013). Pengelolaan dan pengembangan usaha jasa desain interior pada UD.XYZ di Surabaya
- Nisak, Zuhrotun. 2013. "Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif". Jurnal Ekonomi 4.
- Purhantara., Wahyu.,(2010). Metode penelitian kualitatif untuk bisnis Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rangkuti. (2006). Analisis SWOT teknik membedah kasus. jakarta: PT. Gramedia.Kotler dan Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran 2. (edisi 12). Jakarta: Erlangga
- Wibowo, Dimas Hendika; Zainul Arifin dan Sunarti. 2015. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo)" Jurnal Administrasi Bisnis 29 (1), 59-66.
- Yusuf, A Muri. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Prenadamedia Group