

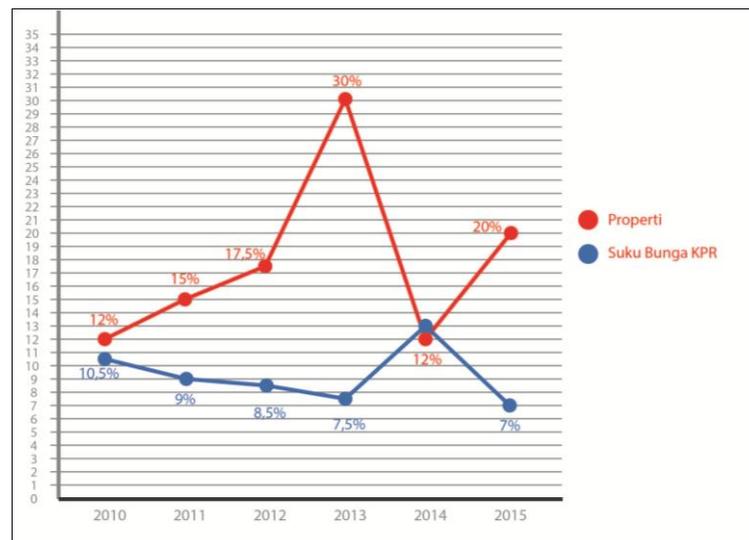
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bisnis properti adalah industri bisnis yang berkaitan dengan kepemilikan seseorang atau kelompok, atas suatu hak tanah atau suatu bangunan seperti rumah, apartemen, ruko, gedung dan lain sebagainya. Saat ini kepemilikan properti tidak hanya sebagai hunian saja, namun juga dimanfaatkan sebagai ladang untuk berinvestasi dengan keuntungan yang cukup menjanjikan. (*Real Estate Indonesia Magazine*).

Bisnis properti di Indonesia mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Pada tahun 2010 hingga 2013 mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Pada tahun 2013 industri properti mengalami peningkatan yang disebabkan oleh turunnya suku bunga KPR dari pemerintah sehingga mengakibatkan meningkatnya daya beli properti pada masyarakat. Sedangkan pada tahun 2014 mengalami penurunan yang cukup drastis oleh naiknya suku bunga KPR yang cukup tinggi sehingga mengakibatkan turunnya daya beli properti pada masyarakat. Pada tahun 2015, industri properti diperkirakan akan kembali cerah dan mengalami peningkatan yang cukup stabil.



Gambar 1. 1. Grafik Perkembangan Industri Properti di Indonesia

(Sumber : Real Estate Indonesia Magazine)

Fluktuasi pada suku bunga KPR yang tengah terjadi pada industri properti di Indonesia, membuat permintaan pada properti meningkat. Sehingga para pelaku bisnis properti semakin banyak bermunculan, dari mulai pelaku bisnis properti perseorangan sampai tingkat perusahaan. Semakin banyaknya pelaku bisnis properti dan adanya prediksi meningkatnya minat properti pada tahun 2015 ini pada grafik diatas, membuat persaingan para pelaku bisnis properti semakin kompetitif dan gencar untuk mempromosikan produk/jasa properti dengan berbagai macam media promosi kepada konsumennya.

Pelaku bisnis di industri properti diantaranya, *Developer* (Pengembang), Kontraktor dan Konsultan. Salah satu pelaku dalam industri properti adalah kontraktor. Kontraktor adalah Badan usaha yang membangun atau merealisasikan suatu properti. Kontraktor lebih kepada menjual jasa/keahlian dalam perencanaan dan semua hal yang berkaitan dengan pembangunan suatu properti.

Persaingan yang ketat di industri bisnis properti ini, menuntut para pelaku industrinya khususnya perusahaan kontraktor untuk lebih giat dan kreatif dalam bertahan dengan upaya merebut pangsa pasar. Agar dapat bertahan dan merebut pangsa pasar dalam industri ini, penting bagi sebuah perusahaan kontraktor untuk membuat strategi-strategi bisnis yang ideal dan tepat demi meningkatkan kemajuan bagi perusahaan.

Sunaradji Cipta Selaras (SCS), adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang konsultan dan kontraktor. SCS berlokasi di daerah Jatiasih, Kota Bekasi. Walaupun mempunyai pengalaman yang cukup lama, perusahaan yang berdiri pada tahun 2003 ini masih dalam posisi *stagnan* dan cenderung mengalami penurunan. Kegiatan penawaran yang dilakukan SCS hanya sebatas dari mulut ke mulut. Perusahaan ini juga masih memanfaatkan relasinya untuk mendapatkan informasi klien B2B (*Business to business*) yang kadang tidak menentu. Dan juga masih sedikitnya klien B2C (*Business to Costumer*) selama ini dibandingkan dengan klien B2B. Sehingga kurangnya pemasukan dan

target pemasukan tahunan pada perusahaan ini kurang tercapai. (Bapak Ir. Sunarno, *Owner SCS*).

Berdasarkan permasalahan diatas, penulis tertarik untuk mengkajinya dalam perancangan Tugas Akhir ini berupa strategi desain yang dibuat dan dilakukan dengan kajian-kajian analisis manajemen dan implementasinya kedalam elemen visual yang tepat dengan mengarah kepada tinjauan program-program terdahulu perusahaan sehingga *output* dari strategi desain yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan secara bisnis. Serta desain yang dihasilkan tidak hanya memiliki nilai estetis semata, tetapi juga memiliki kemanfaatan dalam segi bisnis. Sehingga SCS dapat memperkuat citra perusahaan, meningkatkan *demand*/jumlah permintaan dan mampu bertahan dalam persaingan industri properti dimasa mendatang.

1.2. Permasalahan

I.2.1. Identifikasi Masalah

- a. Perkembangan bisnis properti yang berkembang pesat dan persaingan antara para pelaku bisnis properti khususnya di bidang Kontraktor semakin ketat.
- b. Sunaradji Cipta Selaras Architecture mempunyai pengalaman yang cukup lama, namun masih dalam posisi *stagnan* dan cenderung mengalami penurunan. Sehingga kurangnya omset dan pada beberapa tahun kebelakang target pemasukan tahunan pada perusahaan ini tidak tercapai.

I.2.2. Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang dihadapi dalam perancangan Tugas Akhir ini adalah, Bagaimana melakukan perancangan strategi desain sehingga menghasilkan strategi dan solusi desain dalam upaya penguatan citra perusahaan dan perancangan media promosi yang ideal, tepat dan efektif untuk Sunaradji Cipta Selaras ?

1.3. Fokus

Perancangan Tugas Akhir yang dilakukan sejak bulan Februari hingga Juli tahun 2015 ini memfokuskan diri pada sebuah Jasa Arsitektur yang dimiliki oleh Bapak Sunarno, bernama Sunaradji Cipta Selaras. Berlokasi di Perumahan Sapta Pesona blok A/6, Jatiasih, Kota Bekasi, Jawa Barat.

Dalam kaitannya dengan program studi Manajemen Desain Komunikasi Visual, maka fokus tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Waktu perancangan strategi desain Sunaradji Cipta Selaras adalah bulan April hingga Juni 2015.
- b. Lokasi perancangan strategi desain Sunaradji Cipta Selaras bertempat di Perumahan Buah Batu, Bandung dan Perumahan Sapta Pesona, Bekasi.
- c. Perencanaan strategi desain Sunaradji Cipta Selaras dilakukan melalui pengintegrasian beberapa elemen dalam beberapa analisa manajemen dalam menghasilkan solusi desain.
- d. Target *Audience* dari perancangan strategi desain Sunaradji Cipta Selaras adalah kalangan dewasa pria dan wanita berusia 28 – 50 tahun.

1.4. Tujuan Perancangan

Melakukan perancangan strategi desain sehingga menghasilkan strategi dan solusi desain dalam upaya penguatan citra perusahaan dan perancangan media promosi yang ideal, tepat dan efektif untuk Sunaradji Cipta Selaras.

1.5. Metode Pengumpulan Data

Data tugas akhir perancangan Strategi Desain Sunaradji Cipta Selaras Architecture ini berasal dari sumber data primer dan sekunder. Sumber primer adalah sumber data dari pihak yang bersangkutan langsung ataupun dari wawancara terhadap narasumber dan koresponden. Sedangkan data sekunder adalah data yang berasal dari sumber data yang

telah dipublikasikan ke umum seperti buku atau dokumen. Proses pengumpulan data ini menggunakan beberapa metode diantaranya :

a. Metode Wawancara (*Interview*).

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data melalui kontak atau hubungan pribadi antara pengumpul data dengan sumber data/responden dengan mengadakan tanya jawab langsung. Sebuah metode yang dapat digambarkan sebagai sebuah interaksi yang melibatkan pewawancara dengan yang diwawancarai (Tjejep Rohendi Rohidi: 2011).

Wawancara mendalam akan dilakukan kepada *Owner* dan Direktur Bapak Sunarno serta para karyawan dari Sunaradji Cipta Selaras serta para target *audience* agar dapat mengetahui permasalahan yang dialami secara akurat.

b. Metode Pengamatan/Observasi (*Observation*).

Merupakan metode pengumpulan data dengan terjun langsung ke lapangan dengan tujuan untuk mendapatkan data secara sistematis terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan data original atau asli dan mengetahui keadaan di tempat survei secara rinci. (Sarwono & Lubis, 2007:10).

Pengamatan dilakukan terhadap perusahaan Sunaradji Cipta Selaras Architecture dari bulan Maret hingga Juni 2015 dan juga pengamatan terhadap strategi desain yang dimiliki oleh pesaing sejenis dari Sunaradji Cipta Selaras.

c. Metode Dokumentasi.

Metode studi dokumentasi adalah cara pengumpulan data melalui peninggalan tertulis terutama berupa arsip-arsip dan termasuk juga buku mengenai pendapat, dalil yang berhubungan dengan masalah penyidikan. (Hadari Nawawi. 2005:133).

Pada pengerjaan Tugas Akhir ini, dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data berupa teks, foto, gambar dan sebagainya dengan menggunakan referensi gambar-gambar yang diambil melalui kamera dan dokumentasi dari pihak Sunaradji Cipta Selaras Architecture yang kemudian dijadikan acuan dalam mendesain perancangan *brand identity* dan media promosi.

d. Metode Studi Pustaka.

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur, catatan-catatan dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. (Nazir,1988:111).

Studi pustaka pada perancangan tugas akhir ini dilakukan terhadap buku-buku yang berkaitan dengan teori marketing, teori promosi, analisis manajemen dan teori visual.

1.6. Metode Analisis Data

Metode analisis data pada perancangan tugas akhir ini adalah melakukan perbandingan dengan program-program terdahulu dan menganalisis semua aspek hingga didapatkan kesimpulan yang dapat digunakan pada perancangan strategi desain Sunaradji Cipta Selaras. Analisis ini dilakukan pada Konsultan/Kontraktor yang ada di Jabodetabek untuk menjadi panduan dalam pengkajian analisa manajemen dan perancangan strategi yang ideal, tepat dan efektif untuk SCS. Berikut beberapa metode analisis data yang akan digunakan pada pembuatan Tugas Akhir ini,

a. SWOT

Strength, Weakness, Opportunity dan *Threats*. Analisis ini digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada perusahaan SCS.

b. PEST

Politics, Economics, Socials, Technology. Analisis ini digunakan untuk melihat faktor-faktor lingkungan luar yang berpengaruh terhadap perusahaan SCS.

c. *Porter 5 Force's*

Porter 5 Force's digunakan untuk meninjau dan menganalisis ruang lingkup faktor eksternal pada bisnis properti khususnya bidang kontraktor terhadap pengembangan strategi bisnis SCS.

d. PLC

Product Life Cycle Analysis. Analisis ini digunakan untuk melihat suatu fase/tahapan perkembangan yang sedang dialami oleh perusahaan SCS.

e. Matrix Perbandingan

Matriks perbandingan sangat berguna untuk membuat perbandingan seperangkat data, seperti mengidentifikasi perbedaan dan persamaan dalam data penelitian.

f. *Ansoff Matrix*

Analisis ini digunakan untuk mengevaluasi strategi apa yang telah dan sedang dilakukan. Serta meninjau kembali strategi apa yang tepat, ideal dan efektif untuk SCS dimasa mendatang.

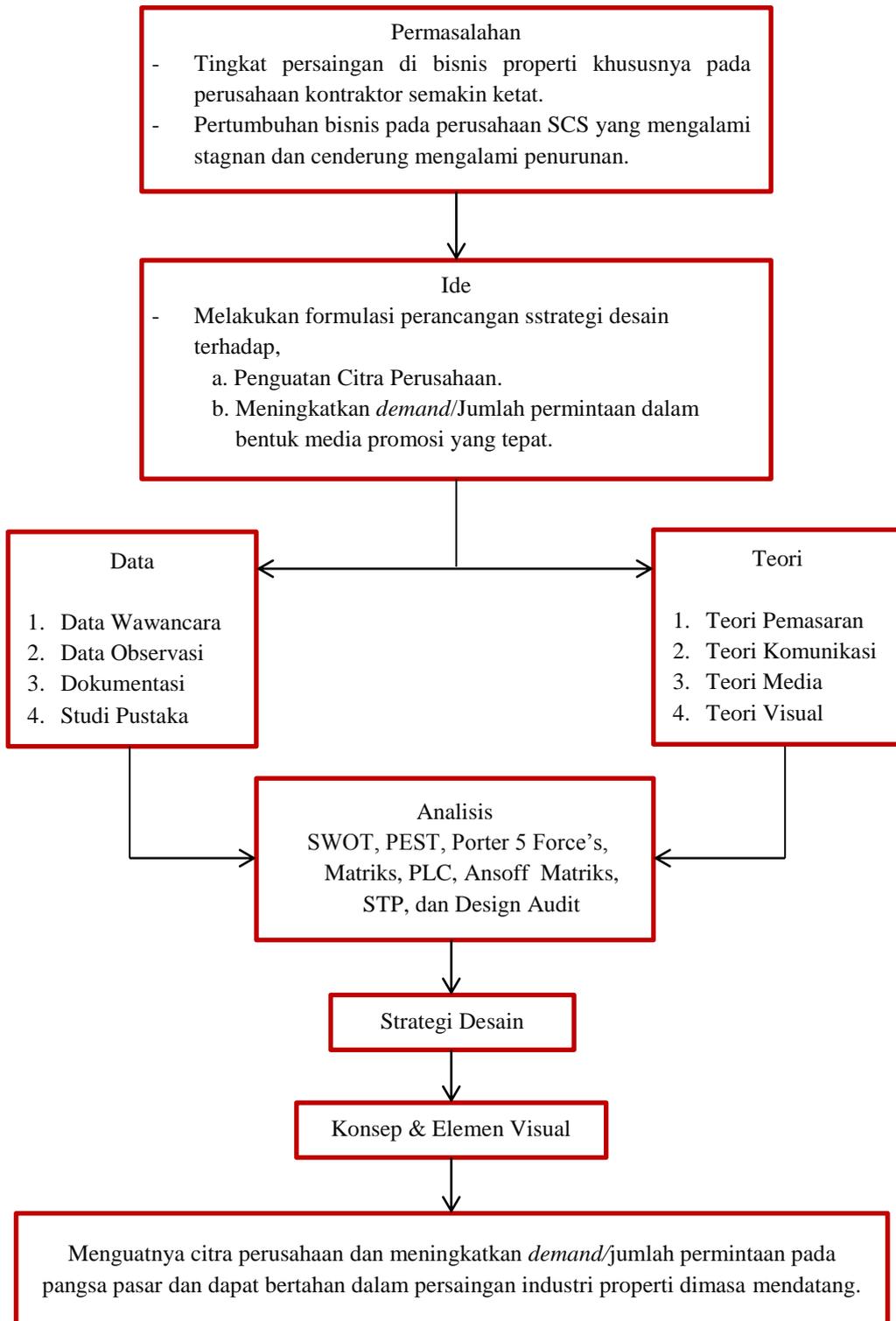
g. STP

Segmenting, Targetting, Positioning. Analisis ini digunakan untuk melihat target pasar dari perusahaan SCS. Sehingga dapat meninjau dan merancang strategi apa yang harus dilakukan dengan target pasar tersebut.

h. *Design Audit*

Analisis ini digunakan untuk melihat dan meninjau bagaimana konsep desain yang telah dibuat pada program-program terdahulu pada perusahaan SCS.

1.7. Kerangka Perancangan



Gambar 1. 2. Kerangka Perancangan

1.8. Pembabakan

Pembahasan masalah pada perancangan ini disusun menurut sistematika penulisan yang ada, sehingga akan menghasilkan konsep dasar yang sesuai untuk mendukung karya yang dihasilkan.

Bab I Pendahuluan

Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, fokus permasalahan, tujuan perancangan, metode pengumpulan data, metode analisis data, kerangka perancangan dan pembabakan dari perancangan desain yang dibuat untuk Sunaradji Cipta Selaras Architecture.

Bab II Dasar Pemikiran

Menjelaskan teori atau dasar pemikiran yang digunakan sebagai pijakan pada perancangan strategi desain Sunaradji Cipta Selaras Architecture secara ideal, tepat dan efektif.

Bab III Data dan Analisis Masalah

a. Data

Menjelaskan berbagai data yang berkaitan dengan obyek perancangan antara lain data mengenai perusahaan Sunaradji Cipta Selaras Architecture yang didapat dari hasil wawancara dan observasi.

b. Analisis

Berisi pengolahan berbagai data yang dijelaskan melalui teori yang digunakan pada Bab II dengan fakta yang didapat dalam bagian data. Analisis dilakukan terhadap internal perusahaan, konsumen serta pesaing sejenis dengan analisis manajemen yang sesuai dengan teori marketing manajemen yang. Analisis ini diharapkan untuk menghasilkan strategi perancangan strategi desain yang ideal dan tepat untuk Sunaradji Cipta Selaras.

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan konsep komunikasi (ide pokok), konsep kreatif (pendekatan), konsep media (media yang digunakan), dan konsep visual (huruf, bentuk, warna, gaya visual) sesuai dengan hasil analisis manajemen yang tepat yang dipergunakan dalam perancangan strategi desain Sunaradji Cipta Selaras. Hasil perancangan dimulai dari sketsa hingga penerapan visualisasi pada media.

Bab V Penutup

Menjelaskan kesimpulan dari perancangan yang telah dilakukan, karya yang dihasilkan, dan rekomendasi yang dapat diterapkan untuk perancangan selanjutnya.