BAB II

DATA DAN ANALISA

2.1 Latar Belakang Perusahaan

In Space adalah nama baru dari sebuah perusahaan kontraktor yang beralih bidang dan mengkhususkan diri pada jasa konsultan Interior. Keinginan ini muncul karena banyaknya hambatan yang dihadapi perusahaan saat mengerjakan projek dilapangan, sulitnya menemukan perusahaan jasa interior yang menawarkan jasa lengkap, mendorong mereka untuk mendirikan sebuah perusahaan yang dapat memenuhi semua kebutuhan layanan interior pada satu perusahaan saja. Inilah awal dari ide mendirikan *one stop services* Konsultan Interior dengan nama In Space.

Sejak awal, In Space dirancang untuk menjadi organisasi bisnis yang ramping serta didukung oleh jaringan kemitraan yang solid pada berbagai sektor usaha. Efisien, dapat diandalkan, dan fokus pada solusi bisnis merupakan kunci sukses dalam setiap aspek dan proses yang dilakukan oleh In Space.
Keunggulan kompetitif In Space senantiasa ditekankan pada pemberian nilai tambah bagi para klien melalui penyediaan jasa dan produk akhir yang akan menjamin hasil optimal.

Visi

Menjadi perusahaan jasa interior yang tangguh, terpercaya dan unggul. Dengan pelayanan fleksibel dan terpadu untuk hasil akhir yang optimal.

Misi

Menyediakan layanan terbaik bagi para klien untuk membantu meningkatkan produktifitas dan efisiensi mereka dalam lingkungan kerjanya.

In Space terdiri dari beberapa subdivisi yaitu :

Rancang *(Design)*

Layanan profesional In Space meliputi berbagai jasa perencanaan, seperti: survey dan studi kelayakan, perencanaan - perancangan kawasan dan bangunan; penyesuaian layout, tone dan efisiensi penggunaan tempat untuk interior kantor, bangunan kantor, fasilitas komersial, dll. In Space menawarkan konsep rancangan yang modern, memaksimalkan penggunaan ruang, mengutamakan kenyamanan, efektifitas fungsi dan standarisasi kualitas.

Bangun *(Build)*

In Space menyediakan berbagai jasa konstruksi, seperti: pelaksanaan dan manajemen konstruksi bangunan, renovasi dan redesain khususnya untuk keperluan komersial seperti bangunan kantor, interior kantor dan fasilitas komersial lainya. In Space menyediakan team *build* yang tangguh, berkompetensi dibidangnya, bertanggung jawab dan tepat waktu.

Penyediaan Barang *(Supply)*

In Space menyediakan jasa pengadaan berbagai jenis barang dan komoditas, baik yang bersifat umum maupun khusus, sesuai dengan kebutuhan serta persyaratan klien untuk menunjang kegiatan rancang dan bangun.

Standarisasi kualitas yang dilakukan In Space menjamin komoditas yang di-*supply* (baik bahan baku maupun barang siap pakai) merupakan komoditi yang berkualitas baik dan sesuai dengan spesifikasi yang disepakati bersama klien.

Dengan ketiga subdivisi, In Space menawarkan sebuah layanan *one stop servises* yang memudahkan klien, dengan sisitem yang fleksibel, klien dapat dengan mudah menentukan jasa yang sesuai dengan keperluannya.

2.2 Target Klien

In Space mengkhususkan diri dalam jasa *comercial Interior*, sasaran utama klien In Space adalah Perusahaan (*coorporate)*, bukan perorangan, dimana range karakter klien menjadi lebih spesifik, mengutamakan standarisasi dan efisiensi.

Umumnya skala proyek adalah besar dengan masa pengerjaan yang relatif singkat.

Analisa Klien (*coorporate)*

Target	:	Profesional
Skala bisnis	:	B+ dan A
Geografi	:	Jakarta (Prioritas) , Surabaya, Semarang, Yogyakarta, Medan
Psikografi	:	mengutamakan efisiensi, standarisasi dan keprofesionalan, Mobilitas tinggi, produktif dan berkenaan dengan teknologi mutakhir.

2.3 Pemetaan Persaingan

Jasa interior dapat dibagi dalam beberapa kategori area kerja, berdasarkan fungsi dan skala kerja, yaitu :

→ Residential Project (rumah tinggal)

→ Hospitality Project (hotel dan spa)

→ Education & Health (klinik, rumah sakit, sekolah)

→ Comercial Project (ruang kantor, tempat bisnis)

Kebanyakan perusahaan yang bererak dibidang jasa interior saat ini, lebih mengkhususkan diri pada Residential Project, atau, tidak memilih untuk mengkhususkan target projeknya.

Jika ditinjau dari bidang dan jasa yang ditawarkan In Space, sebenarnya, In Space tidak memiliki kompetitor *direct,* dalam arti, berada dalam pengkhususan yang sama dengan tipe penawaran jasa yang sama.

Dengan mempersempit sasaran klien dan pelayanannya, In Space membuka kategori baru dalam peta persaingan Interior, yaitu, konsultan yang mengkhususkan diri pada *commercial project* dengan layanan *one stop services* yang terpadu.

2.4 Analisa SWOT

Strength

→ Fokus dalam bisnisnya *(segmented target)* meningkatkan nilai *expertise* perusahaan dalam menagani permasalahan klien-kliennya.

→ Berada dalam wilayah baru dalam persaingan (tidak ada *direct competitor*). Menjadi yang pertama mempermudah In Space untuk dapat dikenal dan diingat pelanggannya.

→ Penawaran layanan *one stop services* merupakan satu poin nilai jual bagi perusahaan.

Weakness

→ Tidak mempunyai identitas, brand awareness nihil, brand association belum terbentuk.

→ Merek yang menjadi asset ekuitas perusahaan tidak ada.

Opportunity

→ Penawaran jasa yang memudahkan klien dalam bisnis mereka memberi peluang yang baik bagi In Space

→ Jaringan kemitraan yang solid membantu In Space dalam melayani kliennya dengan optimal.

→ Dengan mengkhususkan diri, In space memiliki peluang untuk menguasai segmen pasarnya.

Threat

→ Memilih untuk menawarkan paket *one stop services*, In Space dituntut untuk menguasai ketiga layanan yang ditawarkannya. Kualitas masing-masing divisi harus optimal untuk menjaga kualitas perusahaan secara keseluruhan.

→ Sebagai *Market Driven Company** In Space harus menjadi spesialis dibidangnya, untuk itu kualitas hasil kerja harus optimal dan sesuai standarisasi keperluan perkantoran.

→ Dengan mengutamakan *coorporate project*, maka In Space harus jeli menghadapi tiap kultur perusahaan yang menjadi kliennya

* Perusahaan yang melayani sebuah atau beberapa fragmen pasar yang cenderung spesifik.