

Lampiran 1 : Kuesioner



**KUESIONER PENGARUH *FUNCTIONAL QUALITY* DAN
TECHNICAL QUALITY PADA *CUSTOMER LOYALTY*
DENGAN *TRUST* DAN *COMMITMENT* SEBAGAI *VARIABEL*
INTERVENING DI PT. AURA DESAIN MITRA KREASI**

Dengan hormat,
Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir S1, saya mahasiswi Universitas Kristen Petra jurusan Manajemen Pemasaran, memohon kesediaan Bapak/Ibu meluangkan waktu untuk menjawab kuesioner ini secara lengkap dan benar. Semua informasi yang diperoleh sebagai hasil dari kuesioner ini **bersifat rahasia** dan hanya dipergunakan untuk kepentingan akademis. Tidak ada jawaban yang salah dalam pengisian kuesioner ini. Atas keriasama dan partisipasi Bapak/Ibu saya ucapkan terima kasih.

Nama Perusahaan :
Nama Merek/Brand :
Nama :
Jabatan :
No Telpn :

Petunjuk : Berilah tanda silang (X) pada nomor yang tersedia sesuai dengan jawaban yang Bapak/Ibu pilih. Mohon memilih salah satu jawaban saja untuk tiap pertanyaan kecuali ada petunjuk khusus.

A. PROFIL TOKO / PERUSAHAAN

1. Toko atau perusahaan Bapak/Ibu telah berdiri selama :
 - a. Kurang dari 5 tahun
 - b. 5-10 tahun
 - c. 11-15 tahun
 - d. 16-20 tahun
 - e. Lebih dari 20 tahun

2. Sudah berapa banyak toko/kantor perusahaan Bapak/Ibu?
 - a. 1-5 toko/kantor
 - b. 6-10 toko/kantor
 - c. 11-15 toko/kantor
 - d. 16-20 toko/kantor
 - e. Lebih dari 20 toko/kanto

B. PERTANYAAN

Beri tanda centang (✓) pada tabel berikut sesuai pilihan Bapak/Ibu

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

<i>FUNCTIONAL QUALITY</i>						
No.	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
<i>Understanding the customer</i>						
1.	Staf PT. Aura Desain Mitra Kreasi mampu memahami keinginan desain yang diutarakan pelanggan					
<i>Communication</i>						
2.	Staf PT. Aura Desain Mitra Kreasi selalu memberikan progress report pada pelanggan selama proyek berlangsung					
<i>Responsiveness</i>						
3.	Staf PT. Aura Desain Mitra Kreasi responsif pada masalah yang terjadi selama proyek berlangsung					
<i>Timeliness</i>						
4.	PT. Aura Desain Mitra Kreasi dapat menyelesaikan proyek sesuai dengan waktu yang disepakati					
<i>TECHNICAL QUALITY</i>						
<i>Efficient Use of Space</i>						
1.	Hasil desain memiliki efisiensi penggunaan tempat yang baik					
<i>Secure and Safe Facilities</i>						
2.	PT. Aura Desain Mitra Kreasi menggunakan material yang aman digunakan untuk kegiatan operasional pelanggan					
<i>Aesthetic</i>						
3.	Hasil desain dan konstruksi PT. Aura Desain Mitra Kreasi memiliki keindahan fisik yang meliputi kerapian pada hasil yang presisi dan cat yang rata.					
<i>Future proof design</i>						
4	Desain PT. Aura Desain Mitra Kreasi memiliki nilai seni yang dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama					

TRUST						
No.	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
<i>Credibility</i>						
1.	Staf PT. Aura Desain Mitra Kreasi memiliki kemampuan yang dapat diandalkan untuk mencapai tujuan pelanggan					
2.	PT. Aura Desain Mitra Kreasi memberikan informasi dan masukan pada pelanggan yang dapat dipercaya					
<i>Benevolence</i>						
3.	PT. Aura Desain Mitra Kreasi memiliki niat baik untuk peduli pada kesuksesan bisnis pelanggan					
4.	PT. Aura Desain Mitra Kreasi menyelesaikan masalah yang terjadi selama proyek berlangsung dengan mengambil keputusan yang berfokus pada resiko yang dimiliki pelanggan					
<i>COMMITMENT</i>						
<i>Affective Commitment</i>						
1.	Pelanggan merasa senang dengan sistem kerja PT. Aura Desain Mitra Kreasi					
2.	Pelanggan merasa nyaman berdiskusi pada setiap meeting dengan staf PT. Aura Desain Mitra Kreasi					
<i>Calculative commitment</i>						
3.	Pelanggan akan lebih diuntungkan bila melakukan kerjasama lagi dengan PT. Aura Desain Mitra Kreasi					
4.	Pelanggan akan lebih efektif mencapai tujuan bila melakukan kerjasama lagi dengan PT. Aura Desain Mitra Kreasi					
<i>CUSTOMER LOYALTY</i>						
<i>Say positive things</i>						
1.	Pelanggan akan mengatakan hal positif tentang PT. Aura Desain Mitra Kreasi					
<i>Recommend friend</i>						
2.	Pelanggan mau merekomendasikan PT. Aura Desain Mitra Kreasi pada rekan atau kerabat yang membutuhkan jasa desain dan konstruksi					
<i>Continue purchasing</i>						
3.	Pelanggan memiliki keinginan untuk bekerjasama lagi dengan PT. Aura Desain Mitra Kreasi					
<i>First Choice</i>						
4.	PT. Aura Desain Mitra Kreasi menjadi pilihan utama pelanggan saat membutuhkan jasa desain dan konstruksi					

Terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu

Lampiran 2 : Profil Responden

No	Nama Perusahaan	Nama Merek	Lama usaha atau perusahaan berdiri	Jumlah toko/kantor
1	PT. Hindo	HnM	Kurang dari 5 tahun	11-15 toko/kantor
2	PT. Kanmo Retailindo	Coast	11-15 tahun	6-10 toko/kantor
3	PT. Providence Development Land		5-10 tahun	1-5 toko/kantor
4	PT. Providecne Citra Sukses		5-10 tahun	1-5 toko/kantor
5	PT. Kalbe Farma Tbk	farmasi	Lebih dari 20 tahun	lebih dari 20 toko/kantor
6	Intuition	Intuition	5-10 tahun	1-5 toko/kantor
7	PT. Brostindo Prima Indonesia	Ichiban Sushi	Lebih dari 20 tahun	lebih dari 20 toko/kantor
8	PT. Mitra Adi Perkasa Tbk	Payless	Lebih dari 20 tahun	lebih dari 20 toko/kantor
9	PT. Intersarana Makmur		11-15 tahun	1-5 toko/kantor
10	PT. Mitra Karunia Bersama Jaya	Fino Luxury	11-15 tahun	1-5 toko/kantor
11	PT. Cheil Jedang Indonesia	Tous Les Jours	Lebih dari 20 tahun	lebih dari 20 toko/kantor
12	PT. Cogee Indonesia	Coogee	5-10 tahun	1-5 toko/kantor
13	PT. Kirei Paras Santika	Esthetic Melrose	11-15 tahun	1-5 toko/kantor
14	PT. Millenia Dharma Insani	Mitrasana	5-10 tahun	lebih dari 20 toko/kantor
15	PT. Panca Mitrasari Lesatari	Penang Paradise	11-15 tahun	1-5 toko/kantor
16	PT. Medicare Indonesia	JWCC	11-15 tahun	1-5 toko/kantor
17	PT. Panca Gitasari Lestari	Ajisen Ramen	11-15 tahun	1-5 toko/kantor
18	PT. Mutlitrend Indo	Office Multitrend	11-15 tahun	1-5 toko/kantor
19	PT. Sinar Solaria	Solaria	Lebih dari 20 tahun	lebih dari 20 toko/kantor

20	PT. Priyamanaya Telekomunikasi		5-10 tahun	1-5 toko/kantor
21	PT. Priyamanaya Media Promosi		11-15 tahun	1-5 toko/kantor
22	PT. Priyamana Layanan Energi		11-15 tahun	1-5 toko/kantor
23	PT. Buana Citra Internusa	Delsey	5-10 tahun	lebih dari 20 toko/kantor
24	I can Read	I can Read	5-10 tahun	1-5 toko/kantor
25	PT. Kanmo Retailindo	Coach	11-15 tahun	6-10 toko/kantor
26	Chateau de Sable	Chateau de Sable	5-10 tahun	1-5 toko/kantor
27	PT. Karunia Tunggal Abadi		5-10 tahun	1-5 toko/kantor
28	PT. Multitrend Indo	Mothercare	11-15 tahun	lebih dari 20 toko/kantor
29	PT. Rajasa Adimitra	Bread Life	5-10 tahun	lebih dari 20 toko/kantor
30	PT. FH Management	Falcon House Partner	Kurang dari 5 tahun	1-5 toko/kantor
31	PT. Multitrend Indo	Early Learning Center	11-15 tahun	lebih dari 20 toko/kantor
32	PT. Mitra Adi Perkasa Tbk	Nautica	16-20 tahun	lebih dari 20 toko/kantor
33	Cafe Barbera	Cafe Barbera	Kurang dari 5 tahun	1-5 toko/kantor
34	PT. Cheil Jedang Foodvile	Bibigo	Lebih dari 20 tahun	1-5 toko/kantor
35	PT. Shanghiang Perkasa	Kalbe Nutritional	11-15 tahun	lebih dari 20 toko/kantor
36	Kaplan Direct English	Kaplan Direct English	11-15 tahun	11-15 toko/kantor
37	Noodle Cafe	Noodle Cafe	5-10 tahun	6-10 toko/kantor
38	PT. Multitrend Indo	Gingersnaps	11-15 tahun	16-20 toko/kantor
39	Chandra Gupta	Chandra Gupta Salon	16-20 tahun	16-20 toko/kantor

40	PT. Panca Mitrasari Lesatari	Rasane Resto	11-15 tahun	6-10 toko/kantor
41	PT. Kanmo Retailindo	Karen Milen	11-15 tahun	6-10 toko/kantor
42	Vila Gadog	Villa Gadog	Kurang dari 5 tahun	1-5 toko/kantor
43	PT. Panca Mitrasari Lesatari	Little Penang	11-15 tahun	6-10 toko/kantor
44	PT. Rowensa Sukses Abadi		Kurang dari 5 tahun	1-5 toko/kantor
45	PT. Gemilang Sekar Jaya		16-20 tahun	1-5 toko/kantor
46	CV. Bursa Pancing	Bursa Pancing	11-15 tahun	1-5 toko/kantor

Lampiran 3 : Jawaban Responden

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4
1	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5
2	4	4	4	5	3	4	4	3	3	4	3	4
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3
5	5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	4
6	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3
7	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4
8	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3
9	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3
10	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5
11	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4
12	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3
13	5	5	3	5	3	4	3	4	5	3	3	3
14	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4
15	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3
16	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4
17	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3

18	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
19	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4
20	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	3
21	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4
22	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4
23	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3
24	3	4	3	4	2	3	2	2	4	3	3	3
25	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3
26	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3
27	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2
28	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3
29	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
30	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4
31	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3
32	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3
33	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3
34	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4
35	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4
36	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3
37	3	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2
38	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
39	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3
40	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3
41	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
42	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4
43	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3
44	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
45	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3
46	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3

Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4
4	5	5	4	4	5	4	5

4	3	3	4	4	4	3	3
3	4	3	3	3	4	3	3
4	4	3	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	4	3	4
3	3	3	4	3	4	3	3
3	3	3	3	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	4	4	4	3
4	5	5	5	4	4	4	5
3	4	3	4	3	3	4	3
3	3	3	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	5	4	3	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4	3	3
4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	3
5	4	3	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	4	4	3
3	4	4	4	4	3	3	3
3	4	3	3	3	4	3	3
3	3	3	4	3	3	3	3
3	3	4	3	4	3	3	3
4	4	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	2
4	3	4	4	3	4	3	3
3	3	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	5	5	4	4
3	3	3	4	4	4	3	3
4	3	4	3	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3

3	3	3	3	4	4	3	4
4	4	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2
4	4	4	3	4	3	3	4
3	4	3	4	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2
3	3	3	3	3	4	3	3
4	3	4	3	4	4	4	3
4	4	3	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	3	2
3	3	3	3	3	3	3	3

Lampiran 4 : Output Analisa Frekuensi

Berdiri_selama

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari 5 tahun	5	10.9	10.9	10.9
	5-10 tahun	12	26.1	26.1	37.0
	11-15 tahun	20	43.5	43.5	80.4
	16-20 tahun	3	6.5	6.5	87.0
	Lebih dari 20 tahun	6	13.0	13.0	100.0
	Total	46	100.0	100.0	

Banyak_cabang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-5 toko/kantor	24	52.2	52.2	52.2
	6-10 toko/kantor	6	13.0	13.0	65.2
	11-15 toko/kantor	2	4.3	4.3	69.6
	16-20 toko/kantor	2	4.3	4.3	73.9
	lebih dari 20 toko/kantor	12	26.1	26.1	100.0
	Total	46	100.0	100.0	

Lampiran 5 : Output Tabulasi Silang

Berdiri_selama * Understanding the customer Crosstabulation

Count

		Understanding the customer			Total
		Netral	Setuju	Sangat setuju	
Berdiri_selama	Kurang dari 5 tahun	3	1	1	5
	5-10 tahun	8	4	0	12
	11-15 tahun	7	10	3	20
	16-20 tahun	1	2	0	3
	Lebih dari 20 tahun	3	2	1	6
	Total	22	19	5	46

Berdiri_selama * Communication Crosstabulation

Count

		Communication				Total
		Tidak setuju	Netral	Setuju	Sangat setuju	
Berdiri_selama	Kurang dari 5 tahun	0	4	1	0	5
	5-10 tahun	0	8	3	1	12
	11-15 tahun	1	7	10	2	20

16-20 tahun	1	2	0	0	3
Lebih dari 20 tahun	0	4	2	0	6
Total	2	25	16	3	46

Berdiri_selama * Responsiveness Crosstabulation

Count

		Responsiveness				Total
		Tidak setuju	Netral	Setuju	Sangat setuju	
Berdiri_selama	Kurang dari 5 tahun	0	3	1	1	5
	5-10 tahun	1	5	6	0	12
	11-15 tahun	0	12	6	2	20
	16-20 tahun	1	1	1	0	3
	Lebih dari 20 tahun	0	1	4	1	6
	Total	2	22	18	4	46

Berdiri_selama * Timeliness Crosstabulation

Count

		Timeliness				Total
		Tidak setuju	Netral	Setuju	Sangat setuju	
Berdiri_selama	Kurang dari 5 tahun	1	2	1	1	5
	5-10 tahun	0	5	6	1	12
	11-15 tahun	0	9	9	2	20
	16-20 tahun	1	1	1	0	3
	Lebih dari 20 tahun	0	3	3	0	6
	Total	2	20	20	4	46

Berdiri_selama * Efficient use of space Crosstabulation

Count

		Efficient use of space				Total
		Tidak setuju	Netral	Setuju	Sangat setuju	
Berdiri_selama	Kurang dari 5 tahun	1	2	2	0	5
	5-10 tahun	1	4	7	0	12
	11-15 tahun	0	11	8	1	20
	16-20 tahun	1	1	1	0	3
	Lebih dari 20 tahun	0	2	3	1	6

Total	3	20	21	2	46
-------	---	----	----	---	----

Berdiri_selama * Secure and safe facilities Crosstabulation

Count

		Secure and safe facilities			Total
		Netral	Setuju	Sangat setuju	
Berdiri_selama	Kurang dari 5 tahun	3	2	0	5
	5-10 tahun	8	4	0	12
	11-15 tahun	8	11	1	20
	16-20 tahun	3	0	0	3
	Lebih dari 20 tahun	4	1	1	6
	Total	26	18	2	46

Berdiri_selama * Aesthetic Crosstabulation

Count

		Aesthetic				Total
		Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat setuju	
Berdiri_selama	Kurang dari 5 tahun	0	3	1	1	5
	5-10 tahun	1	7	3	1	12
	11-15 tahun	0	8	11	1	20
	16-20 tahun	1	2	0	0	3
	Lebih dari 20 tahun	0	2	4	0	6
	Total	2	22	19	3	46

Berdiri_selama * Future proof design Crosstabulation

Count

		Future proof design				Total
		Tidak setuju	Netral	Setuju	Sangat setuju	
Berdiri_selama	Kurang dari 5 tahun	0	1	4	0	5
	5-10 tahun	2	4	6	0	12
	11-15 tahun	1	11	6	2	20

16-20 tahun	0	2	1	0	3
Lebih dari 20 tahun	0	5	1	0	6
Total	3	23	18	2	46

Lampiran 6 : PLS

Outer Loadings

Latent Variabel	Indikator	Outer Loadings
Functional Quality	X1.1	0,736
	X1.2	0,726
	X1.3	0,753
	X1.4	0,663
Technical Quality	X2.1	0,656
	X2.2	0,740
	X2.3	0,749
	X2.4	0,714
Trust	Y1.1	0,657
	Y1.2	0,751
	Y1.3	0,747
	Y1.4	0,737
Commitment	Y2.1	0,788
	Y2.2	0,751
	Y2.3	0,759
	Y2.4	0,755
Customer Loyalty	Z1.1	0,764
	Z1.2	0,761
	Z1.3	0,711
	Z1.4	0,847

Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
Functional Quality	0,812
Technical Quality	0,807
Trust	0,815
Commitment	0,848
Customer Loyalty	0,855

AVE

Variabel	AVE
Functional Quality	0,591
Technical Quality	0,512
Trust	0,524
Commitment	0,582
Customer Loyalty	0,597

Cross Loadings

	X1	X2	Y1	Y2	Z1
X1.1	0,736	0,617	0,497	0,591	0,422
X1.2	0,726	0,511	0,529	0,347	0,292
X1.3	0,753	0,620	0,679	0,569	0,533
X1.4	0,663	0,449	0,412	0,321	0,355
X2.1	0,516	0,656	0,416	0,391	0,378
X2.2	0,707	0,740	0,597	0,592	0,494
X2.3	0,557	0,749	0,671	0,484	0,511

X2.4	0,435	0,714	0,602	0,559	0,523
Y1.1	0,601	0,513	0,657	0,414	0,307
Y1.2	0,678	0,669	0,751	0,730	0,637
Y1.3	0,459	0,588	0,747	0,464	0,526
Y1.4	0,429	0,585	0,737	0,529	0,616
Y2.1	0,588	0,627	0,608	0,788	0,635
Y2.2	0,439	0,437	0,574	0,751	0,530
Y2.3	0,514	0,633	0,651	0,759	0,647
Y2.4	0,459	0,471	0,479	0,755	0,577
Z1.1	0,472	0,524	0,584	0,609	0,764
Z1.2	0,310	0,380	0,467	0,436	0,761
Z1.3	0,321	0,431	0,445	0,538	0,711
Z1.4	0,595	0,679	0,735	0,692	0,847

R Square

Variabel	R Square
Trust	0,697
Commitment	0,613
Customer Loyalty	0,634

Path Coefficients

Variabel	Functional Quality	Technical Quality	Trust	Commitment	Customer Loyalty
Functional Quality			0,308	0,111	
Technical Quality			0,573	0,239	
Trust				0,484	

Commitment					0,405
Customer Loyalty					0,443

Fornell-Larcker Criterion Anlysis for Checking Discriminant Validity

Variabel	Functional Quality	Technical Quality	Trust	Commitment	Customer Loyalty
Functional Quality	0,721				
Technical Quality	0,755	0,716			
Trust	0,752	0,812	0,724		
Commitment	0,660	0,718	0,761	0,763	
Customer Loyalty	0,573	0,673	0,743	0,752	0,773

T-statistics

	Original Sampel (O)	Sampel Mean (M)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
Functional Quality -> Trust	0,308	0,292	0,154	2,006
Functional Quality -> Commitment	0,111	0,105	0,169	0,659
Technical Quality -> Trust	0,573	0,596	0,140	4,099
Technical Quality -> Commitment	0,239	0,263	0,189	1,266
Trust-> Commitment	0,484	0,458	0,206	2,349
Trust -> Customer Loyalty	0,405	0,408	0,157	2,580
Commitment -> Customer Loyalty	0,443	0,446	0,145	3,060

Lampiran 7 : Transkrip wawancara

Wawancara

Informan : Lista Aranti

Staf Designer PT. Aura Desain Mitra Kreasi

- Novi : Kak Lista, aku mulai ya wawancaranya..
- Lista : ya.
- Novi : Maaf ya kak kalau ganggu makan siangnya.
- Lista : Nggak papa.
- Novi : Jadi gini kak, kak Lista kan sebagai designer di aura, pengen tau sih job desk sebagai designer tu gimana aja gitu kak?
- Lista : Paling bikin design dari 3D max, dari autocad, dari corel.
- Novi : Ooo, jadi pake program gitu ya kak ya?
- Lista : Iya sih, pake program.
- Novi : Terus kalo selama proses design tu gimana sih kak?
- Lista : Prosesnya sih biasanya aku dibriefing dari pak Sagi atau langsung dari pak Ivan gitu tentang konsep designnya gitu, kaya warnanya, apa suasananya.
- Novi : Warna. Kalau warna itu maksudnya warna gimana ya kak?
- Lista : Kaya contohnya ya, eeemm apa ya? Kaya Solaria itu kan dia kebanyakan pakai warna eh nggak kebanyakan sih, eemm harus ada warna ungunya. Kan itu kan kaya simbolnya Solaria gitu, contohnya kaya gitu.
- Novi : Terus tadi kak Lista sempet nyebutin suasana. Itu maksudnya gimana?
- Lista : Emm suasana itu contohnya kaya.... aku disini bicara contoh ya, soalnya aku kurang pinter njelasin gitu. Jadi kalo suasana tu contohnya kalo kaya di café gitu, café kan pengennya buat tempat nongkrong. Jadi yang cozy, yang nyaman gitu, terus biasanya lampunya enggak yang terang, yang temaram gitu.
- Novi : Oooo.

Lista : Contoh lagi, kalo misalnya retail. Retail kaya jualan baju gitu, nggak mungkin kan kita bikin lampu yang temaram gitu. Jadi lebih ke suasana lampunya yang terang gitu.

Novi : Terus apa lagi kak info-info yang dikasih dari pak Sagi atau pak Ivan, selain warna dan suasana?

Lista : Emmm, luasannya, terus apa lagi ya? Emmm sebentar, saya mikir dulu. Oh ya, waktu. Soalnya itu penting banget, waktu gitu. Soalnya waktu itu mempengaruhi nanti kita dalam proses design nya gitu.

Novi : Kalo tadi kak Lista sebelum waktu itu kan luas, luas apa kak?

Lista : Luasan yang mau di design.

Novi : Ooo, itu gimana maksudnya kak?

Lista : Ya luasan, ya squaremeternya itu berapa gitu. Luas area yang mau di designnya berapa gitu.

Novi : Ooo...

Lista : Soalnya kan kita butuh kaya misalnya, contohnya, kaya restoran gitu. Kita butuh area yang buat service, area yang buat service itu area yang buat masak, terus area public itu yang buat orang-orang duduk makan, sama area private itu biasanya kasir gitu. Jadi kita nentuin penataannya itu gitu, ini kita bicara restoran gitu.

Novi : Terus apa lagi kak?

Lista : Emm apa ya? Paling kalo itu tempatnya yang di design di mall, kita juga perlu memperhatikan regulasi-regulasi dari mall gitu

Novi : Jadi info yang diperluin kak Lista untuk design itu kaya yang tadi itu ya?

Lista : Hmm.

Novi : Ada lagi nggak kak kira-kira?

Lista : Emmm enggak sih, hehe enggak sih, kira-kira itu.

Novi : Yakin? Diingat-inget lagi kak.

Lista : Nanti-nanti, nanti aku kasi tahu. Aku soalnya lupa sih, kayanya sih itu doang sih gitu.

Novi : Yaudah deh. Kalo misalkan nih kak, udah selesai design terus... eh enggak sih, belum selesai design kak. Jadi gini, waktu kak Lista design itu kesulitannya apa sih?

Lista : Kesulitan paling aku cari idenya hehe, walaupun udah dikasi guideline nya cuman ide-idenya gitu kan suka apa ya.. suka buntu hehe, jadi aku harus emmm.. searching-searching dari internet, majalah gitu. Terus apa lagi ya? Emm... permintaan khusus dari client mungkin ya yang bikin puyeng hehe.”

Novi : Bikin puyeng ya? Itu maksudnya gimana kak?

Lista : Emmm contohnya, eh aku pake contoh lagi enggak apa apa ya?

Novi : Enggak apa apa, lebih bagus-lebih bagus. Biar aku ngerti juga.

Lista : Contohnya waktu design café Barbera itu ownernya itu pengen pake batu bata expose gitu, padahal kan kalo batu bata cuma di expose gitu aja kan kayanya udah nggak, kalau dari bahasa fashion itu nggak fashionable lagi gitu. Udah ketinggalan jaman, udah kuno gitu kan.

Novi : Emm kak maksudnya batu bata expose yang-

Lista : Itu lo yang kaya di Bali-Bali itu lo. Jadi batu bata yang di keliatanin gitu tu lo, tau nggak?

Novi : Ooo yang nggak ada lapisannya?

Lista : Iya bener-bener, batu bata yang kelihatan gitu, tau kan?

Novi : Terus?

Lista : Ya mintanya ada kaya gitunya gitu, padahal menurut aku sih itu udah nggak, nggak apa ya? Nggak nge-hits gitu, ya udah ketinggalan jaman lah gitu.

Novi : La terus waktu itu clientnya terus gimana kak?

Lista : Ya, ya kita turutin. Tetep pake batu bata expose, tapi kita treatment lagi gitu. Jadi batu bata expose rustic hehe.

Novi : Itu maksudnya gimana ya kak ya?

Lista : Gimana ya jelasinnya? Jadi batu bata expose rustic tu kaya batu bata yang kayaknya yang udah dicuil-cuil. Jadi kaya, kaya apa ya, batu bata bekas gitu, terus kita kasih aksan yang kaya kebakar-

bakar gitu. Jadi keliatannya expose dan kuno dan rustic gitu. Jadi, apa namanya? Nanti dipakenya, misalnya dua tahun kedepan itu masih oke lah gitu, nggak ketinggalan jaman, nggak kuno, terus fungsi estetikanya juga nambah gitu. Kalo cuman batu bata expose biasa kan kaya di Bali kan biasa-biasa aja kan nggak ada sesuatu design yang special gitu. Kalo cuman mau designin batu bata expose biasa di kontraktor lain bisa, tapi kita bisa bikin batu bata expose itu jadi lebih bagus gitu.”

Novi : Ooo, jadi ceritanya ini juga marketing aura heheheh.

Lista : Hehehe marketing aura

Novi : Terus, tadi sebelum kak Lista ngomong soal permintaan khusus dari pelanggan yang tadi itu kak, tadi kan kak Lista sempet bilang apa? Kesulitannya itu cari inspirasi, nah kalo cari inspirasi sendiri itu dari majalah, dari internet tadi kan kata kak Lista . Itu kak Lista ngeliatnya itu gimana sih kak?

Lista : Liat yang kira-kira bisa dimasukin ke design yang mana gitu. Yang maksudnya, yang nanti dipakenya ndak ketinggalan jaman gitu lo. Kan ada kan yang kaya design yang cuman booming-booming aja di tahun ini, tapi dipake di tahun lain itu nggak bisa, gitu kan sayang kaya gitu. Contohnya kaya apaa yaaa... ini selera juga sih kalo menurut aku kaya warna ngjreng stabilo kan booming banget.. tapi itu kan bisa dipake bisa nggak, kalo aku sih lebih menghindari desain yang kedepannya kuno

Novi : ooo kaya yang tadi itu yaa.. batu bata..

Lista : iya... jadi harus ditreatmen lagi

Novi : Terus misalkan nih kak desain nya uda jadi terus proses selanjutnya gimana?

Lista : Kalo uda jadi sih kita ajuin ke klien, terus buat ditailnya... tapi kalo klien nya oke.. heheh Jadi kalo mau masuk ke proses detail harus bener-bener oke baru buat detail

Novi : biasanya untuk ke OKE itu... kan semua tergantung klien... ada nggak sih kak yang Oke nya lamaa

Lista : Ada sih... tapi liat lagi klien punya waktu berapa lama... kalo punya waktu lama mau revisi desain lama ya terserah. tapi klo di Aura biasanya sih maks 3x revisi desain... dibatesin.. rugi nanti.. hahah

Novi : Hehehheh kalo tadi apaa yaa.. tadi habis revisi, ooo tadi habis OK terus ke detail.. detail itu gimana?

Lista : gambar detail itu gambar kerja... jadi tukang kalo kerja kan nggak mungkin liat gambar 3D max kan... kan nggak mungkin kalo kerja tanya ini ukurannya berapa? Ini berapa? Selain itu juga buat jelasin klien tanya bisa kasih liat detail-detailnya itu

Novi : Terus apa lagi kak? Tadi setelah Oke kan buat detail terus...

Lista :Oooyayaa jadi sebelum proyek jalan kita harus ngajuin sample material

Novi : Oo itu gimana kak?

Lista :Ee itu ga mungkin kan kalo gamabar jadi langsung dibuat, klien ga tau materialnya apa yang digunain

Novi : Oooo...

Lista : Eehh sebelum sampel material itu..sebelumnya kita ngajuin harga

Novi : Ooyyayay... marketing yaa

Lista :Jadi kalo Okk... langsung penawaran harga.. eeehhh enggak ding kebalik hahahhaha jadi material dulu baru buat penawaran harga.. jadi kalo sampel oke diajuin ke marketing terus marketing buat penawaran harga terus baru deal-deal an harga

Novi :Kalo sampel material sendiri.. basanya sampelnya apa aja sih.. sempe kan aku liat pak Slamet bawa sampel materi.. tapi bebrapa apa aja sih kak sampel material yang lengkap...

Lista :Sampel material contohnya kaya lantai yang mau digunain apa lantainya apa, kacanya apaa.. meja nya apaa.. ya sehubungan yang digunain gitu

Novi :Kalo sampel material sendri ada ga sih... eem istilahnyaa dalam memilih material milihnya berdasarkan apaa

Lista :Ya berdasarkan desain pastinya... tapi ada standart khusu juga buat nentuin materialnya..

Novi :Itu gimana kak??

Lista :Contohnya kaya kaca.. biasanya kalo desain di mall atau dapet permintaan khusus dari klien kita pake kaca temperd... jadi kacanya itu kalo pecah butiran-butirannya itu kecil... jadi kalo pecah ga bahayaa..

Novi :Terus apa lagi kak

Lista :Eemmm... terus kalo desain yang dari kayu kita biasanya kasi anti api.. ato deket stok kontan kita juga kasi anti api..

Novi :Ooo brarti pasti uda semua ??

Lista :Ooyayaya... pasti sih kalo ituu...

Novi :Yang lain kak?

Lista :Eem kalo yang lain itu ada klien gitu.. ee contoh aja yaa.... jadi ada sekolah tapi waktu itu rasanya aku belum masuk tapi saya diceritain... sebelum dbriefing kalo buat lantai anak-anak harus milih lantainya yang bahan parkit supaya aman...

Novi : Terus...

Lista :Oyaaa kemarin itu desain kayaa.... tempat buat anak kecil jadi kaya perletakkan stok kontak harus diperhatikan.. jadi kan kalo desain buat anak kecil kan ga mungkin kalo di taruh bawah kan bahaya.. kalo ditaruh bawah pun juga harus dikasi protector..

Novi :Ooo bearti seorang desainer juga mikirin segitu juga yaa

Lista :Iya laahh... ntar kalo ada apa-apa gimana hahahha

Novi : Apa lagi kak?

Lista :Hmnnn apa yaa.. palin sih kalo lantai pake vinyl ato parkit kan lunak gitu.... oyaaa lupaa.. kalo misal desain ichiban sushi.. itu kan kaca dapur ke ekspose jadi pake kaca yang temperd supaya kalo panas nggak pecah dan lebih aman.

Novi :Emmm.. ada langi nggak kak?

Lista :Aku lupaaa, hahahha nanti kalo inget aku kasi tau

Novi :Terus tadi kan habis desain, sampel material kan...Kalo sampel material Ok, terus gimana?

Lista : Ya itu ke marketing, cocok-cocokan harga....

Novi :Terus kalo sampel Ok, deal terus gimana? Ari desainernya gimana???

Lista :Eemmmm kita turunin ke operation... operation itu orang yang menghandle proyek.. jadi operation kerjanya nentuin waku.. misal contoh pemasangan bata hanya boleh diminggu pertama..

Novi :Oooo schedule??

Lista :Yaaa schedule..

Novi :Oo itu brati kerjanya mas teguh

Lista :Iyaa.. mas teguh, mas dodii..

Novi :Terus habis nentuin schedule gimana kak?

Lista :Habis nentuin schedule habis itu ya mereka kerja sesuai schedule...

Novi : Kalo dari designer sendiri gimana ?

Lista :Eem biasanya kita turun ke lapangan sama marketing.. quality .. pentinglaahh..soalnya Aura kan kalo kualitas nomor satu hahahhaha kamu ikut kan... jadi kita tetep check kondisi lapangan...

Novi :Eem sempet kan kak aku beberapa kali ikut ke quality control sama kak lista juga.. dari desainer apa aja si kendala dilapangan?

Lista : Eeemm kendala dilapangan ituu..... gini-gini... kadang menurut kita kerjaan masi kurang tapi menurut tukang uda... nah itu kendalanya. Kalo kita kan pengennya yang rapi banget gitu kan... standar tukang kita uda tinggi tapi kita pengen yang lebih bagus... jadi ya gitu...

Novi :Eeeem, bentar kak lista.. habis quality control waktu dilapangan nggak ada kendala lagi?

Lista :Eem nggak da sih... kalo pun ada kan pasti kita solving

Novi :Itu maksudnya gima ya kak?

Lista :Hehhehe.. maksudnya bisa terselesaikan...

Novi :Contohnyaa gimana kak?

Lista :Eeemmm apa yaa.. contohnya kaya syofron .. tau ga?? Itu kaya area luar toko gitu.. biasanya itu harus 2,8 padahal tinggi nya 3 meter nah itu ngakalin gimana sisanyaa....

Novi :Kalo menurut pandangan kak lista jadi desainer faktor apa aja sih yang penting diperhatikan??

Lista :Dalam desain ya?? Eemmm apa yaa.. waktu, esetika keindahan. Estetika itu enak dilihat.. eyecathing.. kaya batu batu itu loo kan estetika... Apa lagi ya??? Efisiensi buat desain sih.... kadang klien minta banyak ruang.. nah kan ruangnya jadi sempit-sempit nah kadang kita akalin kasi kaca biar ga kliatan sempit..

Novi : Selain estetika dan itu... appa lagi kak?

Lista : Biasanya sih budget dan trend kaya yang tadi aku bilang..

Novi : Kalo budget itu gaimana?

Lista :Jadi biasanya sih klien kan punya standart budget.. nah biasanya budget itu bisa mengurangi keindahan... jadi kita bisa pake material yang bisa substitusi,,, contoh kita desain restoran kita pake kayu solid.. kaya yang diruangan pak ivan yang kayu tebal itu loo

Novi :Oyayaya

Lista :Kan kliatannya bgus kan... jadi kita siasatin untuk pake apl yang berstekstur ya walaupun nggak sama tapi mendekati lah...

Novi : Ada lagi nggak kak? Hehehhehe

Lista :Eemm mungkin penggunaan parkit, kan mahal yaa... apa lagi???

Novi :Terus abis kelar proyek ada ga sih feedback klien, tentang proyek nya?

Lista :Puji tuhan selama ini pua sih.. nggak ada yang negatif dan merka juga mau pake Aura lagi.. heheh

Novi :Eemmm ya uda deh kak... ini kaya uda cukup.. thanks ya kak uda bantu untuk mengerjakan tugas akhir..

Lista :Mau ditraktir apa hahaha. Eem yayaa.. sorry yaaa soalnya juga mau pulang ini..

Novi :Hehehhe yaya.. thankyou kak

Wawancara

Informan : Reinatha Sutandya

Staf Marketing PT. Aura Desain Mitra Kreasi

Novica : Halo ce Reinatha, thankyou ya sudah meluangkan waktunya.

Reinatha : Iya iya gimana.

Novica : Jadi ini mau tanya lebih dalam bagaimana *jobdesc* marketing. Jadi kan sudah lama kerja di aura design, nah job desc marketingnya itu kayak apa aja? Emang udah tau tapi pingin tau lebih detail gitu.

Reinatha : oh oke. kalo job desc marketing, yang pasti kan cari klien tapi kalo misalnya di interior ini kita ngga cuma cari klien kayak di company lainnya tapi kita harus maintenance sampai akhirnya selesai dan berikut-berikutnya. Jadi ngga cuma habis cari klien terus selesai itu kita ngga sampai situ, tapi termasuk bikin penawarannya, maintenance kliennya sampai termasuk sudah selesai proyeknya kita juga masih maintenance lainnya kita juga masih termasuk. Gitu sih.

Novica : terus kalo cari klien gimana ya ce?

Reinatha : ini kalo klien, yang masuk ke kita biasanya ada dua macam. Yang pertama kita cari sendiri, kita sebagai marketing inisiatif cari sendiri entah cari informasi dari google atau dari temen atau dapet referensi dari klien aura design yang sebelumnya. Jadi kadang-kadang mereka “oh ini aja pake aura aja, karena misalnya bagus bisa dipercaya” terus mereka ada omongan sendiri terus orangnya hubungin kita sendiri.

Novica : terus kalo tadi cari klien yang dari google itu maksudnya gimana ya ce?

Reinatha : kalo yang dari google sih biasanya, kalo saya pribadi sih saya kadang iseng. Saya pingin masukin resto apa atau sekarang lagi ada retail-retail yang baru itu apa terus saya ketik di google nah terus disitu nanti keluar web-nya. Terus dari situ saya buka terus saya cari contact personnya kan biasanya ada nomer teleponnya ada nomer kantornya gitu kadang bisa dicari kok. Nah terus saya bisa telepon terus saya minta ketemu, saya minta bicara sama bagian yang menangani pembukaan store baru. Biasanya kan dari receptionisnya dihubungkan ke pembukaan yang buka store baru. Nah itu kadang istilahnya beda-beda, ada yang interior responsibility ada yang apa, jadi masing-masing perusahaan punya sebutan yang berbeda buat itu. Jadi saya cuma ambil ditengahnya aja saya minta bicara yang namanya pembukaan store baru lalu dihubungkan sama receptionisnya terus saya memperkenalkan diri saya dari aura design, kita biasa mengerjakan design and build sapa tau dari restaurant atau butik itu lagi butuh buat interior design kita bisa bekerja sama. Saya biasanya masuknya gitu buat pembicaraannya.

Novica : terus kalo tadi yang dari rekomendasi itu ya langsung aja ya kliennya?

Reinatha : iya. Jadi misalnya itu klien A punya temen gitu terus mungkin mereka lagi ngobrol-ngobrol atau mereka lagi tanya-tanya “kita mau ngerjain interior nih, yang bagus dimana?” atau “udah pernah ngerjain sama siapa? Hasilnya memuaskan atau ngga?” nah mungkin yang sudah pernah kita kerjain itu mungkin mereka merekomendasikan aura. Itu udah beberapa kali terjadi sih.

Novica : sering ya berarti?

Reinatha : ya lumayan juga. Kita tanya “loh pak kok tau aura design dari mana?” “oh ini saya dikasi tau sama ini si A” “oh iya itu klien kita juga” nah kadang sering seperti itu.

Novica : terus kalo selain cari klien terus maintenance hubungan dengan klien terus apalagi job descnya?

Reinatha : kalo marketing saya disini termasuk untuk bikin penawarannya. Jadi pertama kali kita ketemu klien, kenalan dulu oh ini misalnya brand apa entah itu restaurant atau fashion brandnya apa terus kita cari tau lebih dalam lagi gitu. Terus kalo misalnya kita dapat gambar ya kita mulai hitung penawaran dari gambar itu, terus misalnya kita butuh survey, kita baru pertama kali mengerjakan itu kan kita harus tau dulu material apa yang harus dipakai. Apakah toko itu sudah ada sebelumnya di Jakarta atau memang baru pertama kali ada di Indonesia, itu beda juga. Jadi kalo memang tokonya sudah ada di Jakarta, kita tinggal kunjungi aja tanya sama klien toko mana yang designnya paling mendekati terus kita visit kesana kita liat materialnya dan segala macam kan kita bisa kasih sebagai masukan “oh ini harganya berapa?” buat masukan saya sendiri buat data di quotation. Atau kalo memang belum ada di Jakarta, biasanya kita visit ke negara terdekat dari sini yang memang storenya direkomendasikan klien untuk di visit.

Novica : kalo tadi kan pemilihan material, kalo kayak gitu biasanya berdasarkan apa ya?

Reinatha : ada ketentuan dari klien sendiri kalo misalnya yang design dari principle kana da ketentuan sendiri tapi ada juga yang kayak tile kan ngga juga harus pake merk ini tapi kan kalo biasanya pake tilenya itu cuma abu-abu muda atau gray itu biasanya kita ajuin sample dari merk-merk tertentu yang kita biasa kerja sama, kita ajuin sample beberapa jadi mereka bisa pilih langsung gitu yang serupa designnya.

Novica : tadi kan udah buat quotation terus ngajuin sample juga, nah sebelum buat quotation dan ngajuin sample itu biasanya apa dulu sih yang dilakuin seorang marketing?

Reinatha : sebelum bikin quotation ya. Hmm ya sebelumnya sih selalu ada meeting, meeting sama klien ya itu tadi yang mulai dari kayak perkenalan terus kita bahas gambar lebih dalam, sebelum quotation kan pasti maunya itu designnya seperti apa terus kadang-kadang

memang kita punya waktu untuk visit, kadang-kadang bener-bener kita ngga ada waktu untuk visit. Itu juga pernah saya alami. Kalo yang ngga ada waktu untuk visit jadi harus tanya detail, jadi si klien itu maunya seperti apa barangnya apa harus dipastikan detail sekali. Itu baru jadi model kita untuk bikin quotation dan jangan lupa minta gambar yang lengkap untuk model bikin quotation karena ngga semua klien kasih kita waktu yang panjang untuk buat quotation.

Ada saya pernah tanganin satu dua klien, saya cuma dikasih waktu satu malam buat bikin quotation dua proyek. Jadi saya harus lembur semaleman itu terus besok paginya saya harus email sebelum jam dua belas itu pernah. Padahal meeting terakhir dengan klien itu jam lima sore. Jadi pulang itu saya langsung kebut semua, ngga tidur semaleman lalu jam sebelas saya kirim. Itu pernah juga.

Novica : wow.

Reinatha : iya jadi beda-beda sih. Hmm kayak karakter klien, kita harus tau. Kadang-kadang klien kan ngga cuma orang Indo, kadang-kadang ada orang korea, orang india, orang Singapore mereka semua karakternya beda gitu. Jadi kalo memang kita dikasi separuh waktu kita masih bisa bernapas masih bisa mencari info lebih banyak tapi kalo yang ngga ya kita sebagai marketing kadang harus mengira-ngira harga itu sendiri ya mau ngga mau saya ada resiko ya, kadang oh harganya lebih mahal daripada harga yang saya masukan atau ternyata bagaimana kan kita harus ada feeling itu juga gitu.

Novica : terus kesusahan apa sih yang sering terjadi ketika dari awal sih ya itu kesusahan apa sih?

Reinatha : hmm. Biasanya klien sudah ada apa ya, langganan sendiri untuk interior gitu. Jadi misalnya kadang-kadang saya dijawab gini “oh kita biasanya udah punya kontraktor sendiri” terus ya paling saya jawab “oh ya nggapapa pak, kita memperkenalkan diri aja siapa tau waktu proyek bapak banyak dan kontraktornya pas lagi banyak

proyek, kita bisa masuk dari situ kita bisa bekerja sama dari situ” kadang ya gitu ada beberapa memang sudah percaya sama langganan mereka masing-masing gitu. Jadi ngga gampang juga sih.

Novica : kalo kesusahan ketika dengan klien meeting gitu apasih yang sering terjadi masalahnya? Jadi kan ketika ngomongin design ngomong apa biasanya masalah apa yang sering terjadi?

Reinatha : hmm apa ya. Kalo kita interior mungkin kalo kesusahan kok saya agak gimana ya bingung untuk menjabarkannya. Cuma untuk saya pribadi, meeting itu kan untuk membicarakan apa yang memang perlu untuk dibicarakan misalnya antara budgeting dan design kurang cocok. Hmm mereka suka designnya tapi budgetnya kurang pas gitu misalnya terlalu mahal atau apa, nah itu kan kita bisa bicarakan mau ganti material atau seperti apa. Nah itu seperti itu sih, jadi menurut saya itu bukan kesusahan tapi ini gimana sih masalah ini cara penyelesaiannya supaya klien juga puas designnya dia suka, harganya juga masuk di budgetnya.

Novica : tadi kan udah ngomongin quotation terus setelah oke terus biasanya gimana ya? Misalkan oh designnya udah oke, quotationnya oke terus?

Reinatha : kan proyek udah mulai jalan ya kalo misalnya udah oke gitu, proyek mulai jalan nah itu biasanya gambar dan segala macam kita pass ke managernya. Nah untuk marketing itu sendiri kalo saya biasanya membantu hmm mengontrol pembelian. Hmm jadi contohnya gini, kalo misalnya saya sudah masukin budget untuk pembelian keramik yang akan kita beli sekian per meter dan harga perkiraan sekian. Nah itu saya mulai cocokin lagi, jadi kalo ada bagian purchasing mulai beli nah itu volume yang dibeli itu terlalu banyak ngga. Kalo terlalu banyak sisa kan ngga bisa dipake untuk proyek lain, kalo misalnya proyeknya itu emang cuma satu toko gitu lho. Itu saya juga harus kontrol juga takutnya hmm yang dilapangan sama yang di gambar itu kan mungkin beda semester

atau yang di lapangan itu mungkin lebih gede atau gimana. Kan kadang-kadang gambar yang kita dapat juga ngga terlalu akurat. Nah itu saya juga bantu kontrol kalo misalnya selisihnya cuma sedikit ya saya masih oke, kalo terlalu banyak kan kita harus tau penyebabnya apa. Terus harga juga kita kontrol kalo misalnya contoh kata saya masukin seratus ribu rupiah, loh kok belanjanya kok seratus lima puluh ribu rupiah nih berarti kan ada yang ngga bener. Nah itu saya juga kontrol gitu lho, gitu. Atau kalo emang harganya naik karena event-event khusus contoh lebaran atau apa itu saya kan harus tau gitu.

Novica : terus selain itu?

Reinatha : ya saya mengontrol budgeting, terus oh ya harus tau juga marketing kan kan. Kali ini saya menjelaskannya agak kompleks sih karena ngga cuma sampai cari klien doing tapi sampai klien selesai proyeknya itu saya juga ikut incharge di dalamnya jadi harus visit juga ketika proyek itu berlangsung. Jadi sebelum quotation itu kita bikin, kalo bisa kita visit tau lapangannya dulu seperti apa tapi ketika proyek berjalan itu kita juga harus sempatkan waktu beberapa kali untuk visit, apa yang terjadi kendala apa aja yang terjadi itu kita juga harus visit gitu. Jadi hmm kalo misalnya oh ini ternyata ngga bisa nih ternyata diatasnya udah ductingnya tinggi harus gimana harus gimana itu kita harus tau. Jadi kan informasi yang kita dapat itu uptodate sesuai dengan yang di lapangan itu apa gitu.

Novica :selain itu ada lagi ngga? Hehe

Reinatha :apalagi ya. Hmm ya biasa ya selain kita mengikuti perkembangan yang terjadi di proyek oh itu kita juga informasikan ke klien. Jadi sebagai marketing kan sebagai jembatan antara klien dan tim kita. itu kita sebagai jembatannya, jadi apapun yang terjadi di lokasi hmm kita harus tau entah itu dapat informasi dari site manager entah itu kita tau sendiri detailnya ketika kita visit ke lokasi itu. Nah misalnya ada masalah apa yang terjadi ya kita informasikan ke

klien, jadi kan klien juga tau perkembangan proyeknya. Misalnya butuh diskusi oh ini ternyata gini, ini jadi mau gimana. Atau misalnya ada di lokasinya tidak memungkinkan itu marketing biasanya email atau telepon ke klien menjelaskan apa yang terjadi terus misalnya butuh diskusi ya kita diskusi. Hmm kalo emang butuh ke lapangan ini ya kita sama-sama ke lapangan gitu sih. Terus biasanya juga kita rutin kirim progress report ke klien. Itu juga. Jadi ada yang, itu sesuai kliennya sih. Ada yang minta seminggu sekali itu misalnya setiap senin gitu saya kirim progress report apa yang sudah kita kerjakan minggu ini di proyek itu. Saya dapat foto-fotonya dari tim saya biasanya dikirim lewat whatsapp, saya tinggal paste ke klien kita tinggal email ini report pekerjaan kita foto diambil hari ini terus hmm kalo butuh diskusi sesuatu ya masalah apa yang lagi kita hadapi saya juga ceritakan di email, jadi maksudnya klien juga tau. Jadi kita ngga memendam masalah itu sendiri gitu karena proyek kita bukan proyek saya gitu jadinya kan dari pihak sana juga harus tau juga apa yang terjadi. Itu sih biasanya, jadi kita keep contact, jadi klien itu merasa nyaman kalo misalnya mau bertanya sama kita mau diskusi sama kita gitu mereka merasa nyaman. Jadi jangan seolah-olah itu kita susah untuk dihubungi. Nah itu kadang klien malesnya kalo kayak gitu, jadi kita open gitu klien biasanya seneng sih

Novica : berarti itu penting ya?

Reinatha : iya itu untuk menjaga komunikasi itu supaya menjaga hubungan baik dengan klien itu penting. Yang penting pokoknya jangan susah dihubungi.

Novica : Gitu? Hehe. Pernah emang terjadi ya?

Reinatha : Hmm saya pernah tanya sih sama klien saya gitu dulu mengerjakan sama kontraktor yang lain terus kenapa kok pindah ke kita. Nah itu pernah ada jawaban seperti itu juga, karena menemui apa ya.

Novica: marketing?

Reinatha : bukan marketing. Kadang mau menemui hmm bosnya gitu misalnya mau nemuin bosnya kontraktor itu lebih susah daripada nemuin presiden. Nah itu pernah ada kata-kata seperti itu dari klien saya gitu.

“oh lha kenapa?”

“soalnya ngga pernah ke lokasi, proyeknya itu ngga pernah ditengok. Jadi kita mau telepon juga ngga diangkat”

nah itu klien nggamau seperti itu. Jadi itu penting sih.

Novica : Oh. Terus kalo selama berhubungan dengan klien pernah ngga terjadi masalah atau gimana gitu?

Reinatha : hmmm

Novica : saat berkomunikasi?

Reinatha : maksudnya kayak misunderstanding atau masalahnya apa ya. Kalo disebut masalah itu..

Novica : kalo tadi misunderstanding itu pernah ngga?

Reinatha : kalo misunderstanding ya paling si klien mintanya apa ya kita ngertinya beda. Kadang kan pembicaraan lewat telepon, nah itu pembicaraan per telepon kadang kita salah tangkap itu ya pernah. Atau kadang kita jelasin apa, kliennya salah tangkap itu juga pernah gitu. Kan kalo misalnya kita untuk meminimalisir hal itu kalo emang pembicaraan itu rancu ya lebih baik kita ketemu di lapangan langsung dijelaskan lokasinya dimana itu lebih enak. Atau kita gambar kirim by email atau by whatsapp itu lebih enak gitu. Jadinya kan untuk menjelaskannya kan ngga semuanya bisa lewat bahasa lisan kan, kadang lebih gampang lewat gambar gitu.

Novica : terus tadi kan saat proyek setelah proyek pertanyaannya jawabannya maintenance, itu maintenancenya itu kayak gimana sih?

Reinatha : oh tunggu. Sebelum setelah proyek berarti kan ini kan saya udah visiting sampai tau apa yang terjadi di proyek nah itu terus marketing juga tugasnya harus selalu hadir pada saat serah terima proyek. Nah jadi kan kita tau apakah klien itu puas atau ngga, nah

itu kita harus tau dulu disitu apa aja slacklistnya, ada slacklist ngga sih proyek itu gitu. Atau emang kalo kita serah terima dengan kondisi yang sangat sempurna, karena kita kadang juga emang pernah apa serah terima proyek dengan kondisi yang benar-benar hmm kliennya itu puas dan dia bilang “aura you did very good job” nah itu pernah juga gitu.

Jadi kan kita harus tau oh puas ngga, sampai sepuas apasih klien itu sama proyek yang sudah kita kerjakan gitu. Atau emang kalo ada slacklist, kalo emang ada slacklist dia emang kurang puas sedikit-sedikit ya itu memang mau ngga mau kita kerjakan gitu. Jadinya kan kita ngga cuma apa ya hmm tau lisan tapi ngga tau apa yang terjadi di lapangan, apasih yang belum. Terus kita harus follow up juga sama managernya untuk menyelesaikan slacklist itu secepatnya. Terus baru itu kan ada proses retensi juga, nah itu kalo emang kita ada yang butuh diselesaikan atau memang klien ada permintaan ini itu selama retensi ya diselesaikan atau kalo sudah lewat masa retensi biasanya kita baru masuk ke maintenance.

Novica : Oh. Kalo misalkan ada slack tadi itu gimana?

Reinatha : kalo ada apa?

Novica : slack apa. Tadi waktu serah terima itu lho.

Reinatha : Oh slacklist.

Novica : iya. Itu maksudnya gimana?

Reinatha : hmm. Slacklist itu maksudnya kayak pekerjaan yang, contoh ya dari slacklist itu misalnya kok yang area ini catnya kurang rata. Nah itu berarti kita harus cat lagi itu contohnya seperti itu sih. Itu contoh yang sederhana aja gitu lho.

Novica : Oh, selain itu?

Reinatha : maksudnya contoh slacklist? Atau?

Novica : iya itu ada lagi ngga?

Reinatha : ooh kadang ada beberapa klien juga yang mintanya itu bener-bener perfect ya, jadi detail gitu. Kadang emang pas kita ngga apa

ya, hmm kita ngeceknnya kurang detail gitu dia “oh ini itu ternyata belum” atau “oh emang saya butuh L siku disini disini gitu”

Jadinya kan kalo kliennya minta apa diakhir gitu biasanya kita itu sih maksudnya kayak sebisa mungkin mengabulkan lah. “oh ya ternyata dia minta ini”

Jadi kadang-kadang itu termasuk slacklist meskipun ngga setiap kali ada di gambar. Jadi emang beberapa ada di gambar, ada juga beberapa itu informasinya kita dapatkan ketika proyek berlangsung. Nah mungkin hmm... apa ya, kalo site manager itu biasanya kalo sudah mulai hari-hari terakhir setelah serah terima itu kan sudah mulai capek urusannya banyak nah itu mungkin ada beberapa yang terlewatkan mangkanya itu muncul slacklist.

Novica : kalo dari marketing sendiri selain tadi yang sudah dibicarakan ada ngga sih job desc lain yang belum disebutkan? Hehe

Reinatha : Apa yaa... mm kalo marketing itu, saya kembali ke yang tadi kalo marketing itu adalah jembatan antara company itu dan klien , dari marketing ini ee mau gam au klien kontak ke kita. jadi yaa menurut saya jadi seorang marketing itu nyaman untuk berkomunikasi dan bisa dipercaya, ee maksud see saya ngomong sama marketing itu Ok langsung jalan. Jadi enggak yang di iya iya in tapi nggak jalan. Eem terus apaa yaa... masalah komunikasi itu mau ga penting sih terutama buat marketing karena kalo sudah percaya sama kita kepercayaan itu sudah dibangun saya punya pengalaman kerja sama Aura itu Ok kok orangnya bisa dipercaya dll kek gitu biasanya mereka akan repeat order ke kita “maksudnya saya mau buka toko lagi ini bu, mau sama Aura lagi aja deh. Nah itu biasanya bisa terjadi, nah kita kan maunya cari klien yang yang cuma sekali proyek tapi maunya untuk jangka panjang

Novica : eem terus kalo pandangan dari ce Reinatha sebagai seorang marketing apa sih poin penting bagi seorang marketing di perusahaan jasa seperti Aura Desain?

Reinatha : poin penting yaa?

Novica : Yang perlu diperhatikan, jadi marketing kan marketing kan banyak kan cee tapi kalo di Aura kaya beda gitu..?

Reinatha : yang pertama kan komunikasi, ya itu tadi yang aku bilang mudah dihubungi, kalien nya bisa percaya ma kita, kita sendiri menguasai materi lah intinya. Kalo klien ngomong apa tapi kita ngerti gitu maksudnya walalupun saya sendiri bukan seorang desainer dengan di Aura ini saya juga belajar jadi kalo ngmong tentang teknis atau tentang apa at least ngerti dan saya bisa sampaikan ke bagian projeknya gitu..

Novica : Selain itu? Selain komunikasi terus..

Reinatha :Butuh ketelitian yang lebih, jadi ketika saya jadi marketing ini.. banyak hal sih yang saya pelajari dan saya dapat. Yang saya dulunya clumsy saya jadi harus harus bener2 itu, bener2 detail dan bener2 teliti.. karena kalo saya salah hitung berapa banyak uang yang melayang. hahaha

Novica : Pernah terjadi ga? hahaha

Reinatha :Pernah.... hahhaa

Novica : Terus gimana?

Reinatha :Ya terus saya ngaku dosa ke atasan saya “ pak ini saya salah hitung”

Hahahha

Novica Potong gaji ga? hahah

Reinatha :Kalo disini untung nggak hahaha, tapi saya ngaku dan terus ditanya kenapa bisa gitu.. mau gam au saya ngaku “ ya pak waktu saya hitungnya kaya gini gini dan ternyata butuh material itu juga pak.. tapi ternyata menggunakan material itu juga pak waktu itu saya salah informasi atao gimana ya saya ngakuin. Ya paling bos saya nanya “kamu ada spare di tempat lain g?” maksunya ditempat lain ada yang bisa buat nutupin kerugian itu. Ya waktu itu “saya ada spare nya sekian pak” emang nggak nutupin 100% tapi kan lumayan ga terlalu rugi. Saya banyak belajari sih dan nggak sering terjadi. Memang bebrapa kali terjadi dan kasunya beda, ya yang

tadi saya bilang bahwa marketing juga harus ngontrol juga dari pembelian. Nah saya tau nya dari situ.. loh kok ternyata seperti berarti kana da yang salah. Dan waktu itu saya yang salah, wah hitungan saya ada yang itu nggak yaa... sapatau saya salah hitung wallpaper oo ternyata masi ada spare detail yang bisa nutup, jadi kan bisa lega.. jadi makanya butuh ketelitian. Gituu... terus apa lagii yaaa... Komunikasi.. ketelitian...

Ya kalo menurut saya 2 itu sih yang penting.

Novica :Ada lag ice yang lain? coba dingat-ingat lagi...

Reinatha :Eeeem apa yaa, ya kembalinya ke komunikasi. Kan klien itu butuh masukan jugaa.. eee klien itu kan butuh masukan atau demi emm maksudnya budgeting klien ke desain kita. Dia maunya material ini ini yang mahal-mahal gitu tapiibudget tidak memenuhi kita baisanya meeting dengan designer juga sih... ya biasanya kia bilang ke klien pak ini harganya lebih murah tapi kualitasnya sama-sama mendekati.seperti yang diinginkan. Dari situ eeem ya itu... mau gam au menambaaah apa yaa.. menambah kepercayaan klien lah ke kita. ternyata kalo saya pake material ini plus minumnya ini jadi si klien kan juga lebih terbuka lagi wawasannya tentang desain.

Novica :Uda ce itu aja?

Reinatha : Hmn sebenarnya paling penting ya 2 itu tadi komunikasi sama ketelitian. Komunikasi itu sebernya ada banyka sih itu kalo dijabarin ya banyak juga. Dari cara bicara kita ke klien jadi kalo komunikasi lancar nyaman jadi kalo hubungi kita itu enak. Biasanya klien kalo hubungi kiti itu enak jadi kadang nggak kaya komunikasi dengan klien malah kaya temen..

Novica :Jadi itu ya... ya uda kak thankk you ya uda membantu saya mengumpulkan data untuk skripsi..

Reinatha :Yayaya sama2

Wawancara

Informan : Pak Sagie

Design Manager PT. Aura Desain Mitra Kreasi

- Novica : Ya pak sagie makasih sudah meluangkan waktunya buat wawancara, mau tanya lebih dalam sih tentang jobdesc head of designer kan sudah lama jadi head designer di Aura, nah jobdesc nya apa aja sih ?
- Pak Sagie : Secara prinsip Jobdesc head designer tidak lebih jauh dari designer, cuman bedanya kita berhubungan langsung dengan klien, berhubungan langsung dengan pihak gedung, mall, ya tenant. Secara prinsip sih sama kaya designer.
- Novica : Apa aja yang dilakukan pada saat ketemu klien?
- Pak Sagie : Pada umumnya klien akan bertanya-tanya tentang desainnya mau seperti apa? Luas tempat dan kebutuhan tempat yang mau didesain ada berapa? Seperti contohnya: restaurant A akan mempunyai standard untuk dapurnya sendiri ada berapa? Kemudian jumlah kapasitas tempat duduk yang mau masuk kedalam tempat interior jumlahnya berapa? Kemudian dari data-data itu saya olah buat menjadi konten setelah itu tertuang dalam desain.
- Novica : ooo selama proses desain dan ketemu klien, apa saja kesulitan yang terjadi atau masalah yang terjadi?
- Pak Sagie : Kalo secara masalah atau kesulitan sih biasanya tergantung pada kesulitan tingkat desainnya, kalo biasa tingkat desainnya enggak terlalu sulit sebenarnya oke aja.
- Novica : Untuk dari klien sendiri untuk yang menentukannya desainnya apa ada arahan lain?
- Pak Sagie : Kita akan mengarahkan maunya klien seperti konsepnya seperti apa dulu, apa konsepnya modern atau classic? Setelah itu kita akan mengeluarkan beberapa contoh desain yang mendekati yang mereka inginkan. Ketika mereka sudah memilih temanya, dari situ designer akan mengembangkan sendiri dari contohnya.

- Novica : Kalo dari proses tadi, Apa aja yang menurut Pak Sagie perlu diperhatikan dari proses ketika meeting dan ngomongin desain dari seorang designer?
- Pak Sagie : Faktor- faktornya banyak, desain itu tergantung masalah yang paling utama itu budget. Apakah budgetnya besar atau kecil atau menengah tergantung? Ada beberapa pemilihan material. Karena desain yang bagus secara material kurang mendukung karena anggaran mereka. Maka mereka akan mencari alternatif material yang lain.
- Novica : Untuk pemilihan material itu didasari oleh alasan apa? Apakah hanya dari budget saja? Atau yang lain?
- Pak Sagie : Yang lain pun ada, contohnya: ada namanya secara desain keramik sama keramik itu pengeluarannya akan banyak. Kita desain menentukan keramik tipe A ternyata dari klien akan keberatan dengan keramik tipe A tersebut soalnya harganya mahal atau perawatannya susah atau stocknya terbatas itu semua berpengaruh. Makanya harus mencari alternatif yang lain selain keramik itu.
- Novica : Sebelumnya Pak Sagie ada ngomong bertemu dengan pihak Mall, itu bagaimana?
- Pak Sagie : Kalau pihak Mall tiap gedung biasanya kita ketemu kalo semua desain dalam artian desain awal kemudian desain interior itu sudah disetujui oleh klien. Kemudian kita baru berhubungan dengan pihak Mall. Dan dalam pihak mall itu saya menjembatani pembicaraan tentang desain interior yang akan ditahapkan atau dibuat didalam lokasi sewa tersebut.
- Novica : Biasanya kalo selama ketemu pihak Mall apa saja yang sering terjadi atau hal penting apa saja yang terjadi?
- Pak Sagie : Yang pasti dibahas dengan pihak Mall terutama gambar kerja. Gambar kerja yang dimaksud ini gambar furniture, gambar sipil dalam artian dinding memakai material apa? lantai pakai apa? selain itu gambar ME, ME itu gambar mechanical Electrical.

Misalnya restaurant ada instalasi gas dan air. Instalasi air itu pun terbagi dua yaitu air kotor dan air bersih. Selain itu ada springler, data telpon, listrik semua itu akan dibahas oleh orang gedung.

Novica : Selama proses ketemu pihak Mall ada kesulitan atau masalah yang terjadi?

Pak Sagie : Biasanya ada masalah, masalahnya pun dalam standard gedung misalnya Mall A, Mall B itu pasti punya standarisasi gedung sendiri. Jadi apakah desain saya sudah sesuai dengan standardnya mereka atau belum. Kalau standardnya masi belum tercapai jadi saya harus revisi desain lagi atau revisi gambar kerja.

Novica : Ketika pihak Mall kurang setuju apa tindakan dari desainer aura ke klien?

Pak Sagie : Pastinya kita akan infokan nantinya pun misalnya klien kurang setuju dengan pendapat dari Mall. Mereka akan mengajukan keberatan juga kepada pihak Mall.

Novica : Solusi dari masalah terjadi bagaimana?

Pak Sagie : Solusinya pasti ada pembicaraan dengan tiga belah pihak yaitu pihak mall, pihak desainer dan pihak kontraktor. Biasanya dari itu nanti akan terjadi suatu kesepakatan dari ketiga belah pihak tidak ada yang dirugikan.

Novica : Sudah jalan didesain seperti bertemu dengan klien dan pihak Mall, Proses desainnya sendiri itu bagaimana ?

Pak Sagie : Kalo proses desain akan ada tahap – tahapan. Yang pertama mencari studi komparasi, studi komparasi adalah studi yang berhubungan dengan desain yang diinginkan oleh klien atau mencari alternatif desain yang diinginkan oleh klien itu seperti apa berdasarkan pertemuan pertama dengan klien. Setelah komparasi disetujui kemudian studi layout dimana posisi letak dapur dimana, letak kasir dimana, letak meja makan dimana. Biasanya akan kembali ke komparasi jadinya proses itu akan berulang-ulang. Setelah layout jadi mereka akan membuat modeling, modeling adalah pembuatan gambar dengan 3 dimensi. Pembuatan itu

diperlukan untuk menyerupai studi komparasi tadi. Setelah itu proses pemilihan material, jika proses pemilihan material sudah oke kemudian gambar kerja jika gambar kerja sudah selesai kita akan maju ke pihak gedung.

Novica : Kembali lagi kalo misalnya desain kan memiliki team 3 orang? Bagaimana dengan jobdesc designer lainnya didalam satu team apakah berbeda?

Pak Sagie : saya biasanya mengkoordinir mereka . Untuk Lista bagian layout dan komparasi. Untuk gambar 3 dimensi Lista pun juga bisa dan gambar kerja semuanya Pak Selamat. Kalo saya bisa keseluruhan.

Novica : Untuk proses pembuatan desain sendiri membutuhkan waktu berapa lama?

Pak Sagie : Untuk desain awal 3 sampai 7 hari kemudian 3 dimensi kurang lebih sama sekitar 7 hari. Kurang lebih Untuk satu restaurant bisa 2 minggu atau 3 minggu sampai keluar gambar kerja.

Novica : Tadi ada ngomong tentang komparasi, ketika proses komparasi ke desainnya masalah apa yang sering terjadi?

Pak Sagie : Biasanya dengan penyesuaian denah dengan kondisi faktual dilapangan. Sebelum proses desain biasanya kita survei dulu seperti survei lokasi nantinya yang akan dikerjakan. Setelah survei disana komparasi dengan desain dan lokasi lapangan kita akan menyesuaikan. Katakan dalam studi komparasi ada meja panjang ternyata dilokasi meja panjang itu tidak bisa dipakai sedangkan klien mau pakai meja panjang. Berarti kita harus menyesuaikan layoutnya atau menyesuaikan desainnya entah mejanya kita dipendekin sedikit atau mejanya kita ambil komponennya pokoknya kita sesuaikan.

Novica : Ketika semuanya pada klien sudah menyetujui akan dilanjuti proyek, bagaimana yang dirasakan designer setelah proyek?

Pak Sagie : Ketika sudah deal dengan klien sudah jalan secara proyek pasti designer mengecek satu-satu diantara gambar dengan kenyataannya. Karena dilapangan harus ada yang harus dirubah

maka designer harus merubahnya lagi. Jadi penentuan penyelesaian masalah seperti apa.

- Novica : Perubahan apa yang sering terjadi?
- Pak Sagie : Kalo dari segi material yaitu ukurannya kurang pada saat dilapangan harusnya dapat 3 meter tetapi kenyataannya kurang dari 3 meter. Jadi kita harus menyesuaikan
- Novica : Pada proyek designer lagi mengawasi tetapi dari pihak kliennya sendiri itu komplain dan lain-lain?
- Pak Sagie : Pasti pernah komplain, kenapa digambar seperti ini tetapi kenyataannya seperti ini. Biasanya kita akan melihat dulu permasalahannya seperti apa. misalnya masalahnya di ukuran atau pada waktu proses pembuatan. Karena proses pembuatan furniture itu kurang dalam materialnya seperti terlalu besar atau kecil materialnya. Kalo material mau enggak mau awalnya kita mengajukan materialnya ini ternyata klien komplain pasti kita akan review lagi. Dan klien akan mengubah material dari A jadi ke B. Dari situ akan ada proses perubahan desain.
- Novica : Biasanya terjadi berapa kali masalah yang dihadapi?
- Pak Sagie : Kalo klien hampir sampai jadi akan selalu bertanya ada klien yang cerewet tetapi juga ada klien yang tidak terlalu mempermasalahin.
- Novica : Kalo ada klien yang cerewet biasanya hal yang dipertanyakan apa saja?
- Pak Sagie : Contohnya pengerjaannya kurang rapi, warnanya kurang sesuai yang diminta atau lampunya terlalu terang atau redup biasanya dibagian finishing kerja.
- Novica : Ketika proyek selesai apakah designer memiliki jobdesc lain?
- Pak Sagie : Selain desain akan ada pengawasan sama quality control.
- Novica : Kalo secara keseluruhan dari fokus desainnya apa saja hal-hal yang penting yang perlu diperhatikan dalam membuat desain?
- Pak Sagie : Yang paling penting gimana kita harus bisa menangkap keinginan klien kemudian sesuai kondisi lapangan yang ada kita harus

mencari alternatif dalam mencari alternatif tidak bisa satu atau dua pastinya akan ada revisi desain sampai berkali-kali pun ada. Itu biasanya hal yang utama intinya bagaimana klien bisa puas dengan desain dan hasil finishing dilapangan.