

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Pertanyaan untuk wawancara Owner Perusahaan

Pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui keadaan internal pada perusahaan. Peneliti melakukan wawancara kepada bapak Aldi sebagai Owner.

#### I. Gambaran Umum Perusahaan

1. Bagaimana Sejarah berdirinya GH Interior ?

GH : Kami didirikan pada tahun 2016 sebagai UMKM, awalnya hanya berjualan wallpaper. Namun ternyata ada permintaan pada interior di 2017, maka dari itu kami selanjutnya lebih berfokus di interior.

2. Visi, misi GH Interior ?

GH : Visi , Menjadi perusahaan nomor satu yang bergerak di bidang interior dan furnishing di Jabodetabek. Misi, Menginterpretasikan konsep klien dalam wujud interior melalui komunikasi yang detail dan rinci mengenai keinginan klien, Selalu bersikap profesional dalam menangani setiap proyek-proyek dari klien baik dari awal hingga setelah proyek selesai, Selalu rapih dan detail dalam menjalankan proyek interior agar klien merasa puas.

3. Permasalahan yang dihadapi GH Interior ?

GH : Pemasaran kami masih mengandalkan mulut ke mulut, orderan kami belum maksimal.

4. Objektif (misalnya ingin meningkatkan profit / market share / lainnya & berapa persen) ?

GH : Ingin naikin sales/order, per tahun ingin 500 juta -1 miliar.

5. Bagaimana performa dari GH Interior ? Apakah sudah mencapai target ?  
Jika belum , sudah berapa persen ?

GH : Belum detail, kalau total semua termasuk interior sih sekitar 220 juta. Hampir mencapai 50% target.

6. Apakah dalam 3 tahun sales konsisten meningkat / stagnan / mengalami penurunan ? berapa revenue ?

GH : Kalau untuk interior saja sih, 2017 80 juta, 2018 150 juta, 2019 70 juta, 2020 50 juta. Turun banget sejak ada covid, sempet gak ngerjain 3 bulan, gak boleh sama satpam.

7. Bagaimana struktur organisasi pada GH Interior ?

GH : pemilik aldi dan paul, dibawah langsung karyawan furniture ada 1, sipil 1. Tergantung projek. Dr mandor bawa orang lagi. Tdk bs dijadiin satu, ada kusus furniture, listrik, sipil. Ada 1 org (mandor) yg paham semuanya. 7-8 orang. Admin ig gak ada, masih manual pemilik yg pegang. Tujuan tahun depan mau hire 1 orang tukang desain sekalian admin.

8. Apa saja jenis produk dan jasa yang dijual oleh GH Interior ?

GH : Produk dan jasa, tergantung dari customer. Custom berhub sm interior. Konsultan interior, gambar interior (design doang bisa), panel tivi dan lain2 bisa. Utk produk : beli ke toko kerja sama. Lebih ke jasa. Wallpaper sblm ke interior, 2 tahun awal masih jual wallpaper. 2 tahun ini lebih focus ke interior. Lama2 permintaan lebih ke interior dan design. Jd pindah dr wallpaper. Tetap jual wallpaper selama masi lingkup interior, gorden bla3. Produk ambil dr supplier. Jenisnya, motifnya. Blm bisa nyetok.

## II. Pertanyaan mengenai STP / Customer

1. Customer Profile dari GH Interior?

- Demografis (rentang usia, kelas ekonomi, Pendidikan, Pekerjaan, Status pernikahan, B2C / B2B)

GH : Rentang umur 35 tahun keatas, jarang yg dibawah 30 tahun. Interiornya sj, sharing jenis bahan / tingkatan / spek. Lebih banyak yg sudah menikah,. Dr kafe masih dari kenalan / temen. Ada lebih banyak, lebih banyak projek apartemen dan rumah. Bikin booth untuk minuman (akhir2 ini), kafe gk banyak.

- Geografis (wilayah dari pasar)

GH : Kebanyakan dari Jakarta utara & Barat, Tangerang

- Psikografis (gaya hidup, kepribadian, aktifitas, minat, perilaku)

GH : Kebanyakan krn kebutuhan, lebih bnyk di apartemen, kl kosong gk nyamanm krn kebutuhan aja. Utk mempermudah meletakkan posisi barang dmn2, posisi2 furnitur. Utk estetika jarang, tergantung permintaan. Blm ada yg ampe minta nuansa2 aneh2. Tlg bkinin panel / desainin kamar. Menengah. Bingung mau taro posisi2 furniture. Modelnya banyakan minta yg minimalis.

2. Berapa rata-rata biaya yang harus konsumen keluarkan dalam transaksi ?

GH : Untuk biaya, - spec standar, 1 unit minimal di atas 80-90 juta (2 kamar, 2 kamar mandi, 1 r tamu). Studio sekitar 30-50 jt, 1 bedroom 60-80 . 2 bedrum 70-120, 3 bed 100-170 Spec high end : bisa lebih dr itu.

3. Bagaimana image (positioning) yang ingin ditanamkan pada konsumen mengenai produk/jasa dari GH Interior ?

GH : Rapih dan Bertanggung Jawab

4. Boleh ceritakan tentang review positif dan negative yang paling sering diutarakan oleh konsumen ?

GH : Hasil bagus, rapih, mempromosikan ke temen2nya. Gk bs kl gk bertanggung jawab. Mkny butuh promosi dr yg lainnya. Mgkin ada yg gk bertanggung jwb gt di tmpt lain, Rata2 pindah krn harga lebih murah, krn kenalan. Cocok2an.

5. Apakah mudah untuk konsumen beralih pada penyedia produk/jasa lain di industry interior ? Apakah konsumen mudah dalam membatalkan transaksinya ?

GH : Mudah. Ada cm gk banyak yg cancel, menyesuaikan sm budget. - > harga. Udh ktmu, ud sering, kasi desain, pas dikasi penawaran harga -> cancel -> lgsg batal. LEBIH BANYAK : Org dapat desain dr tempat lain , masangnya di GH Interior..

### **III. Pertanyaan mengenai marketing mix (4p)**

#### **1. Produk**

- Kebutuhan / masalah apa saja yang dimiliki tiap segmen dalam memilih produk / jasa interior ?

Karena pasti mikirin tempat tinggal, mereka butuh ruangnya gak kosong, sehingga butuh furnitur disesuaikan sm ruangnya. Di mana kalo di custom lebih dapat gt ukurannya. Sehingga mereka butuh menyesuaikan ukuran dgn ruangan.

- Hal apa yang tiap segmen inginkan dalam memilih produk/jasa interior ?  
GH : Lebih di desainnya. Material ngikutin budget dan desain.
- Solusi dan benefit apa yang ditawarkan dalam menjawab kebutuhan tiap segmen?  
GH : Harga yang murah.

## 2.Price

- Bagaimana cara penetapan harga yang digunakan ?  
GH: Harganya Per meter item, namun ada perbedaan, makin gede apartemen, lebih luas pasti furniturnya lebih gede dan harga per meter lebih mahal.
- Apakah persaingan harga dengan pesaing ketat ?  
GH : Ya
- Apakah konsumen sensitive terhadap harga yang ditawarkan ?  
GH : Iya, biasanya negosiasi dulu sama survei harga kemana-mana, dan ini wajar banget.

## 3.Place

- Di mana konsumen biasanya mencari produk / jasa interior ?  
GH : Biasanya nanya temen, dari mulut ke mulut.
- Apakah terdapat toko fisik untuk GH Interior ?  
GH : Blm ada toko fisik, showroom gt blm ada. Barang2nya bingung apa yg mau dibikin showroom, bbrp kali ngunjungi kantor interior lain gk pake. Perlu siapin cth2 vinyl, produk yg mau digunakan, marmer. Jd kaya Gudang. Blm kl showroom, hrs nyetok, tkt gk sesuai selera klien.
- Berapa banyak supplier yang bekerja sama dengan GH Interior ?  
GH : - Supplier tetap kusus HPL, triplek, gk pernah berubah. Utk produk ky vinyl di satu tmpt. Bahan baku. Gk prnh berubah. 3 supplier -> ada langganan. Distributor utamanya yg gede, suppliernya kenalan lgsg ambil dr

cina import ke Indonesia. Direct murah, tojo2 wallpeper di ruko lebi mahal. Vinyl import dr cina, kenal owner. Jd semua bs lebih murha. Gorden supplier dr luar negeri. Kantor interior bnykn ambil dri supplier yg bkn first hand.

- Bagaimana proses dari supplier, pemesanan, pembayaran hingga pengiriman/pemasangan interior ? berapa lama ?

GH : 1 projek apartemen 2-3 bulan udah kelar semua. User butuh 1 bulan utk tau maunya, by referensi / autocad, 1 bulan kt bikin lalu instalasi. Customer unik2 ada yg mau pake gbr, ada yg gk mau. Kl didesainin sendiri kan keluar biaya lg (dicas), ada bbrp kust kl itu di info lgsg maunya dr referensinya aja. Desain gbrnya cck ini ato gk. Baru dari situ bkin furniturnya. Konsultasi – desain nya yg lama, lebih lama dr pemasangan dan bikin furniture. Lama di negosiasi di klien, utk furniture sm instalasi lebih cepet.

#### 4. Promosi

- Bagaimana cara GH Interior memasarkan produk/jasa ?

GH : word of mouth, dan Instagram

- Kegiatan promosi apa yang sudah dilakukan GH Interior ?

GH : Belom dijalanin campaign ads. Instagram ads utk area khusus jakut, jakbar, dan Tangerang. Menengah-menengah keatas.

- Apakah biaya pemasaran yang dikeluarkan terus meningkat setiap tahun ?

GH : Belum pernah sama sekali.

#### IV. Pertanyaan mengenai lingkup pemasaran

1. Sebelumnya bagaimana owner merancang strategi pemasaran ?

GH : Belum pernah nih.

2. Apakah peminat pada produk/jasa interior terus mengalami peningkatan ?

GH : Pasti akan terus meningkat, makanya banyak kompetitor. Pembangunan property lg tinggi2nya. Pasti bakal banyak orderan.

3. Apakah mudah untuk mulai berbisnis pada industri ini ? apakah banyak pesaing baru ?

4. Jelaskan kelebihan dan kekurangan dari GH Interior.

GH : Kelebihan udah ya dr kerjaan harga, kekurangan dari tempat workshop utk dapetin 1 bulan 3-4 projek, maksimal cm bs 2 projek. Gk berani ambil bnyk job. Trs blm pny karyawan sndiri utk desain gmbarnya. Perlu nyewa karyawan khusus interior, gk pny orang yang bisa gambar. Tim marketing dan database. Blm ada kantor fisik. Freelance -> gambarnya.

5. Selain pesaing, apakah dari lingkungan eksternal terdapat faktor yang mengancam keberlangsungan bisnis GH Interior ? jika ya, apa saja ? (bisa dari segi politik, ekonomi, social, teknologi, lingkungan, maupun hukum)

GH : · Yg paling pengaruhin covid, gk boleh kerja. Gk boleh ada aktifitas. Ada projek kafe, mulai dr des, bulan feb udh kenceng info kovid, eh batal. Faktor pestle, gk pengaruhin menurut owner.

## Lampiran 2 : Kuesioner untuk survei existing customer

Pada Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian jasa interior dan furniture di Golden Horse Interior. Kuesioner ini tertuju untuk *existing customer*.

### I. Pertanyaan mengenai Demografi

1. Nama : \_\_\_\_\_
2. Usia : \_\_\_\_\_
3. Status Pernikahan
  - Sudah menikah
  - Belum Menikah
4. Domisili
  - Jakarta Utara
  - Jakarta Barat
  - Jakarta Selatan
  - Jakarta Pusat
  - Jakarta Timur
  - Tangerang
  - Lainnya : \_\_\_\_\_
5. . Pengeluaran untuk kebutuhan dan gaya hidup rata-rata per bulan
  - <Rp 800.000
  - Rp 800.000 - Rp 3.999.999
  - Rp 4.000.000 - Rp 9.599.999
  - Rp 9.600.000 - Rp 39.999.999
  - >= Rp 40.000.000

### II. Pertanyaan mengenai Perilaku Konsumen

#### a. Pengenalan kebutuhan

1. Apa alasan utama Bapak/Ibu dalam menggunakan jasa desain interior dari GH Interior ?
  - Merealisasikan konsep desain yang diinginkan
  - Merancang furnitur yang sesuai dengan kebutuhan.

- Mengoptimalkan pemanfaatan ruangan.
- Meningkatkan nilai jual properti.
- Lainnya : \_\_

2. Apa manfaat yang Bapak/Ibu harapkan dalam menggunakan jasa desain dari GH Interior ?

- Menghemat waktu dan biaya dalam mendesain ruang.
- Kemudahan mendapatkan furnitur/produk/desain yang diharapkan.
- Mendapatkan kontraktor berkualitas.
- Pemilihan material yang berkualitas.
- Estetika.
- Lainnya : \_\_\_\_

#### **b. Pencarian Informasi**

1. Dari mana Bapak / Ibu mendapatkan informasi tentang GH Interior?

- Rekomendasi teman / keluarga.
- Website
- Social Media
- Majalah interior
- Lainnya : \_\_

2. Berdasarkan informasi yang diterima, apa yang menjadi fokus Bapak / Ibu sehingga akhirnya memilih jasa dari GH Interior ?

- Biayanya sesuai ekspektasi.
- Melihat portofolio yang berkualitas.
- Direkomendasikan teman/saudara/kerabat.
- Memiliki sistem kerja yang jelas.
- Kemudahan transaksi
- Terdapat garansi
- Lainnya : \_\_\_\_

### **c. Evaluasi Alternatif**

1. Apakah Bapak / Ibu melakukan perbandingan berbagai jasa desain interior saat akhirnya memutuskan untuk menggunakan jasa dari GH Interior ?
  - Ya
  - Tidak
2. Bagaimana cara yang paling nyaman menurut Bapak / Ibu untuk melakukan survey & konsultasi jasa interior ?
  - Datang ke kantor Interior
  - Datang ke pameran Interior
  - Melalui telepon / zoom meeting
  - Melalui chat
  - Lainnya \_\_\_\_\_

### **d. Keputusan Pembelian**

1. Bagaimana bapak / ibu memutuskan dalam menggunakan jasa dari GH interior ?
  - Terencana (sudah dipertimbangkan sebelumnya dengan melakukan survey)
  - Mendadak (niat menggunakan jasa interior baru muncul setelah diceritakan teman ataupun melihat contoh portofolio)
2. Siapa yang mempengaruhi Bapak / Ibu sehingga memutuskan untuk menggunakan jasa dari GH Interior ?
  - Teman / Keluarga
  - Sales GH Interior yang informatif
  - Lainnya : \_\_\_\_

### III. Feedback Konsumen

No	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Mengapa ?
Produk							
1	Apakah solusi yang diberikan oleh GH Interior memecahkan masalah Bapak / Ibu ?						
Penetapan Harga							
3	Apakah harga yang ditawarkan oleh GH Interior sesuai dengan ekspektasi Bapak / Ibu?						
Promosi							
5	Apakah kegiatan promosi yang dilakukan GH Interior menarik ? (dapat dilihat pada instagram : GH_Interiorwallpaper)						
Pelayanan Pelanggan							
6	Apakah proses dari						

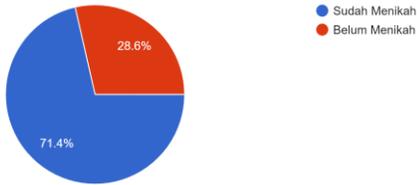
	konsultasi hingga pemesanan, serta pelayanan dan pembayaran (keramahan, komunikasi, kecepatan) dari GH Interior sudah baik ?						
Persepsi Merek							
8	Apakah terdapat kesan / image yang melekat pada Bapak / Ibu setelah menggunakan jasa dari GH Interior ?						
9	Sebutkan dalam 3 kata (misal : cepat, rapih,murah)						
Loyalitas Merek							
10	Apakah Bapak / Ibu akan menggunakan jasa dari GH Interior lagi jika dibutuhkan ?						
11	Apakah Bapak / Ibu akan merekomendasikan						

	jasa dari GH Interior kepada orang lain ?						
--	---	--	--	--	--	--	--

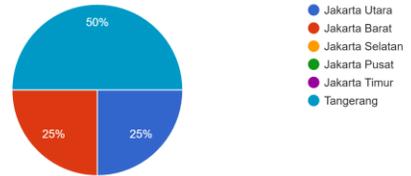
## Lampiran 2 : Hasil Kuesioner untuk existing customer

### 1. Nama?

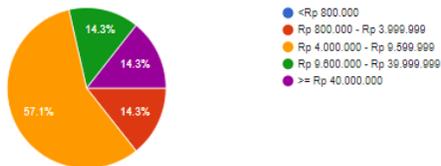
Status Pernikahan  
7 responses



Domisili  
8 responses



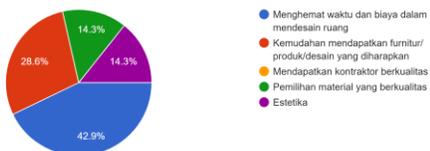
Pengeluaran untuk kebutuhan dan gaya hidup rata-rata per bulan  
7 responses



Apa alasan utama Bapak/Ibu dalam menggunakan jasa desain interior dari GH Interior ?  
8 responses

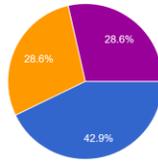


Apa manfaat yang Bapak/Ibu harapkan dalam menggunakan jasa desain dari GH Interior ?  
7 responses



Berdasarkan informasi yang diterima, apa yang menjadi fokus Bapak / Ibu sehingga akhirnya memilih jasa dari GH Interior ?

7 responses

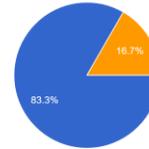


- Biayanya sesuai ekspektasi
- Melihat portofolio yang berkualitas
- Dirkomendasikan teman/saudara/kerabat
- Memiliki sistem kerja yang jelas
- Kemudahan transaksi

Dari mana Bapak / Ibu mendapatkan informasi tentang GH Interior?

Bagaimana Bapak / Ibu melakukan perbandingan berbagai jasa desain interior saat akhirnya memutuskan untuk menggunakan jasa dari GH Interior ?

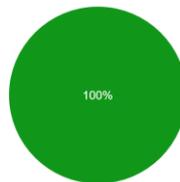
6 responses



- Survey Harga
- Survey Portofolio
- Tidak membandingkan

Bagaimana cara yang paling nyaman menurut Bapak / Ibu untuk melakukan survey & konsultasi jasa interior ?

7 responses



- Datang ke kantor Interior
- Datang ke pameran Interior
- Melalui telepon / zoom meeting
- Melalui chat

### Lampiran 3 : Kuesioner untuk Survey Pasar

Pada Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian jasa interior dan furnitur. Kuesioner ini tertuju untuk Calon Konsumen.

<b>Demografi</b>	
1.	Nama
2.	Status Pernikahan dan Status Keluarga? a. Belum menikah b. Sudah Menikah dan belum memiliki anak c. Sudah menikah dan memiliki anak usia 7-13 tahun d. Sudah menikah dan memiliki anak usia > 13 tahun
3.	Domisili: a. Jakarta b. Bogor c. Depok d. Tangerang e. Bekasi f. lainnya
4.	Pengeluaran untuk kebutuhan dan gaya hidup rata-rata perbulan a. < Rp. 499.999 b. Rp. 500.000 - Rp 4.999.999 c. Rp. 5.000.000 - Rp. 9.999.999 d. > Rp. 10.000.000
<b>Perilaku Konsumen</b>	
<b><i>Problem Recognition</i></b>	
1.	Apa alasan utama Bapak/Ibu ingin menggunakan jasa desain interior ? a. Merealisasikan konsep desain yang diinginkan b. Merancang furnitur yang sesuai dengan kebutuhan c. Mengoptimalkan pemanfaatan ruangan d. Meningkatkan nilai jual properti e. Lainnya
2.	Apa manfaat yang Bapak/Ibu harapkan dalam menggunakan jasa desain interior? a. Menghemat waktu dan biaya dalam mendesain ruang

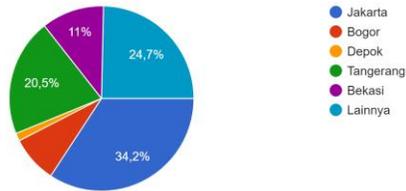
	<ul style="list-style-type: none"> <li>b. Mendapatkan furnitur yang ukurannya sesuai kebutuhan</li> <li>c. Mendapatkan furnitur dengan material yang tahan lama</li> <li>d. Estetika</li> <li>e. Lainnya</li> </ul>
<b>Information Search</b>	
1.	<p>Dari mana Bapak / Ibu mendapat informasi tentang jasa interior ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Minta rekomendasi kenalan</li> <li>b. Website</li> <li>c. Instagram</li> <li>d. Facebook</li> <li>e. Datang ke kantor interior</li> <li>f. Brosur/flyer</li> <li>g. Dari Pameran</li> <li>h. Lainnya</li> </ul>
<b>Alternative Evaluation</b>	
1.	<p>Apa yang menjadi pertimbangan dalam memilih jasa desain interior ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Biayanya yang sesuai ekspektasi</li> <li>b. Melihat portofolio desain yang berkualitas</li> <li>c. Mendapat rekomendasi kenalan / teman</li> <li>d. Melihat testimoni dari sosial media / website</li> </ul>
2.	<p>Bagaimana Bapak / Ibu melakukan perbandingan berbagai jasa desain interior ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. survey Harga</li> <li>b. Survey Portofolio</li> </ul>
3.	<p>Desain interior mana yang paling anda butuhkan?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Space saving</li> <li>b. stylish</li> <li>c. Child friendly</li> </ul>
4.	<p>Apa yang menggambarkan style interior yang paling cocok untuk anda?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tradisional</li> <li>b. Minimalis</li> <li>c. Modern</li> <li>d. classic</li> </ul>

<b>Purchase Behavior</b>	
1.	<p>Bagaimana cara yang paling nyaman menurut Bapak / Ibu untuk melakukan survey &amp; konsultasi jasa interior ?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Datang ke showroom Interior</li> <li>Datang ke pameran Interior</li> <li>Melalui telepon / zoom meeting</li> <li>Melalui chat</li> <li>Lainnya</li> </ol>
	<p>Jika anda akan membuat sebuah lemari. Sekiranya, berapa biaya yang ingin dikeluarkan untuk lemari tersebut?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- 5 juta (model simpel dan fungsional)</li> <li>6- 10 juta (material berkualitas)</li> <li>&gt; 10 juta (desain mewah)</li> </ol>
<b>Post Purchase</b>	
1.	<p>Apakah anda merasa puas menggunakan jasa interior?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Ya</li> <li>Tidak</li> </ol>
2.	<p>Apakah anda akan merekomendasikan jasa interior yang anda gunakan kepada keluarga maupun teman?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Ya</li> <li>Tidak</li> </ol>

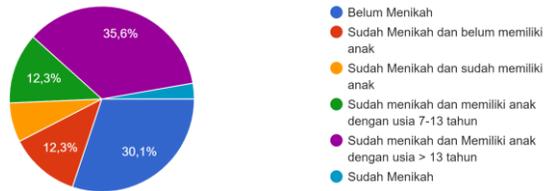
## Lampiran 4 : Hasil Kuesioner untuk Survey Pasar

- Demografi

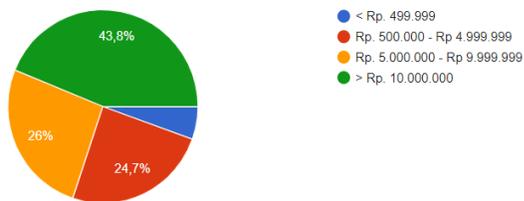
Domisili  
73 jawaban



Status Pernikahan  
73 jawaban



Pengeluaran untuk kebutuhan dan gaya hidup rata-rata per bulan  
73 jawaban



## ● Pengenalan Kebutuhan

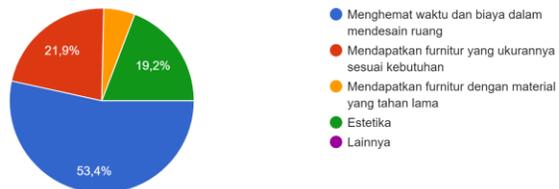
Apa alasan utama Anda ingin menggunakan jasa Desain Interior ?

73 jawaban



Apa manfaat yang Anda harapkan dalam menggunakan jasa Desain Interior ?

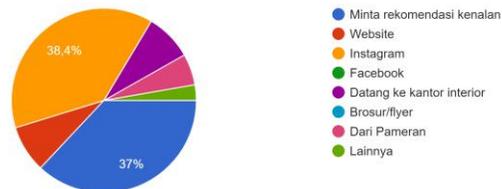
73 jawaban



## ● Pencarian Informasi

Dari mana Anda mendapat informasi tentang jasa interior ?

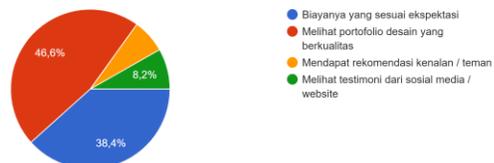
73 jawaban



## ● Evaluasi Alternatif

Apa yang menjadi pertimbangan dalam memilih jasa desain interior?

73 jawaban



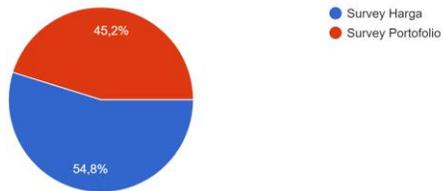
Bagaimana cara yang paling nyaman menurut Anda untuk melakukan survey & konsultasi jasa interior?

73 jawaban



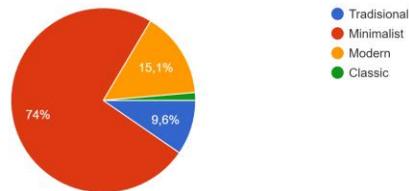
Bagaimana Bapak / Ibu melakukan perbandingan berbagai jasa desain interior?

73 jawaban



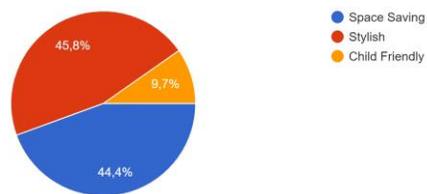
Apa yang menggambarkan style interior yang paling cocok untuk anda?

73 jawaban



Desain interior mana yang paling anda butuhkan?

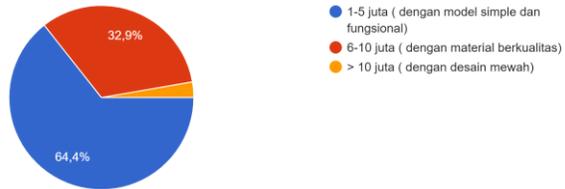
72 jawaban



- Proses Pembelian

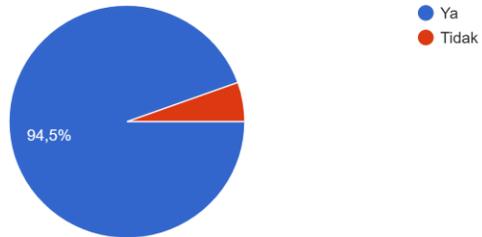
Jika anda akan membuat sebuah lemari. Sekiranya, berapa biaya yang ingin dikeluarkan untuk lemari tersebut?

73 jawaban

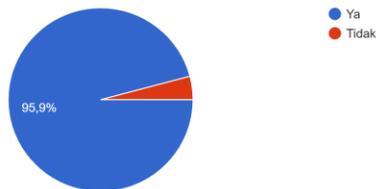


- Pasca Pembelian

Apakah anda merasa puas menggunakan jasa interior?  
73 jawaban



Apakah anda akan merekomendasikan jasa interior yang anda gunakan kepada keluarga maupun teman?  
73 jawaban



## Lampiran 5 : Pertanyaan untuk kompetitor

- 1) **Glori** : Selamat siang kak, saya glori.. Mau tanya dulu boleh kak tentang pembuatan interior ? kalau bikin meja kerja gitu bisa tidak ya kak ?

**Fabelio** : Selamat datang di Fabelio Projects! Halo, bapak/Ibu perkenalkan saya Yolanda dari Fabelio Projects. Ada yang bisa saya bantu terkait kebutuhan interiornya? 😊 Mau custom meja kerja ya? bisa bu. kebutuhannya untuk ukuran berapa meter? Supaya aku bantu hitungkan estimasi kasarnya

**Vinili.id** : Selamat pagi Kak Glori. Boleh kak silahkan. Bisa kak untuk custom meja kerja, kalau kakak sudah ada perkiraan desainnya seperti apa (mungkin dari pinterest) kami bisa langsung hitungkan perkiraan biayanya

- 2) **Glori** : saya mau buat seperti ini. Cocoknya ukuran berapa ya dan kena berapa ya?



**Fabelio** : Dibuat 1,5 meter-an ya bu? Estimasinya sekitar 5 jutaan. Apakah kebutuhannya hanya untuk meja saja?

**Vinili.id** : itu kalau saya lihat cukup panjang seperti meja makan sekitar 180cm? mau ada kombinasi laci seperti ini ya? harus diukur dulu space ruangnya, kakak mungkin bisa tolong fotokan ruangnya yg mau ditaruh meja kerja? kami bisa hitung dari jumlah batu keramik.

**3) Glori : Iya kak..Materialnya apa ya kak ? dan harga per meter kena berapa memang kak ?**

**Fabelio** : 3 juta/m<sup>2</sup>. Untuk material standar kita plywood finishing hpl taco, jika mau ditambah kaca atau finishing duco atau veneer juga bisa, namun budgetnya juga pasti lebih mahal. Sebelumnya saya jelaskan dulu untuk step pengerjannya; Tergantung juga sih kak dari bahan yg dipilih dan berapa banyak laci / pintu akan mempengaruhi harga. Tapi kurang lebih segitu kak averagenya

1. Ibu/Bapak memberikan informasi kebutuhan desain interiornya berikut dengan range budget nya. Jika budget dan kebutuhannya cocok, maka selanjutnya,
2. Ibu/Bapak akan dijadwalkan untuk konsultasi langsung dengan tim di Fabelio Projects Experience Studio di Jl. Panglima Polim V No. 52, Jakarta Selatan dengan membawa foto ruangan / layout ruangan yang akan didesain.\*
3. Apabila Bapak/Ibu setuju untuk melanjutkan desain interior, maka kami akan memintakan deposit sebesar Rp. 2.000.000,- sebagai tanda jadi dan keseriusan bapak/ibu untuk project ini. Kemudian melakukan survey ke lokasi,
4. Proses penggambaran design akan dilakukan setelah tim project melakukan survey ke lokasi dan jangka waktu penggambaran desain akan dikerjakan dalam waktu 30 hari kerja,
5. Setelah desain telah dibuat, akan dijadwalkan meeting oleh team Sales Manager.

**NB :**

1 . 2 juta akan kami kembalikan dalam bentuk store credit apabila proyek dengan Fabelio batal setelah pembayaran Deposit. Kami memberikan 1 kali revisi untuk Design. Deposit akan hangus jika sudah sudah melakukan revisi dan anda tetap melakukan pembatalan.

- 2 . Proses pengerjaan kami sekitar 6 - 8 minggu (terhitung setelah down payment di proses)
3. Jika bapak/ibu tidak dapat datang langsung ke Fabelio Projects Design & Experience Center, maka konsultasi dapat dijadwalkan dengan virtual meeting dengan tim sales manager.
4. Proses survey hanya bisa lakukan di hari senin - jumat pukul 10.00 s/d 16.00 (tidak termasuk tanggal merah)
5. Design hanya dipresentasikan pada saat meeting.
6. Design tidak dikirimkan dalam bentuk apapun.

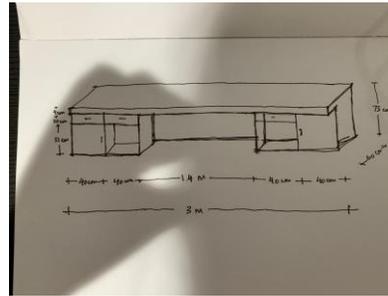
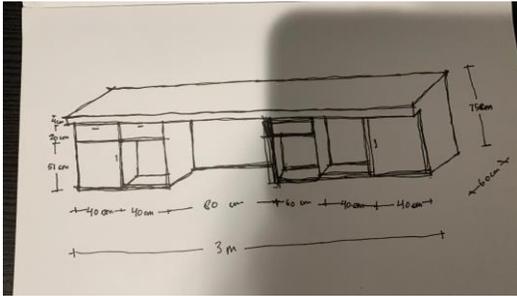
Apabila ada pertanyaan silahkan ditanyakan :)

**Vinili.id** : kami pakai bahan dasar multiplek lapis HPL kak. per meternya kena di 3,5jt - 4jt kak.

- 4) Glori ke **Fabelio** :Utk proses penggambarannya itu nanti sy bs lihat jg kak?  
Atau sy cm tau jadi? |

ke **Vinili.id** : \*kirim foto ruangan dan memberikan ukuran 1 keramik\*

- **Fabelio** : Sebelum pengerjaan design, tim kami akan survey terlebih dahulu dan diskusi dengan ibu terkait detail kebutuhannya seperti apa, jika ada referensi akan lebih membantu. Jadi nanti designnya akan dibuatkan berdasarkan kebutuhan, referensi dan budget ibu. Setelah selesai, design akan dipresentasikan berikut dengan quotationnya
- **Vinili.id** : saya minta designer sketch pakai tangan sbntar yah kak. \*beberapa menit kemudian\* Hallo kak, kami coba sketch 2 meja kak.. (lalu memberikan saran mengenai bentuk dan ukuran dari meja yang cocok dengan ruangan yang penulis foto, serta rekomendasi design)



5) Glori : Apakah ada contoh portofolio kakak ?

- **Fabelio** : \*mengirim portofolio PDF\* , Atau bisa cek di <https://fabelio.com/projects> scroll ke bawah ke bagian Project Terbaru Kami.
- **Vinili.id** : \*mengirim foto-foto hasil pengerjaan meja kerja\*

6) Glori : Baik terima kasih kak.

**Fabelio** (2 jam kemudian) : Bagaimana bu, apakah ingin melanjutkan ke tahap selanjutnya?

Glori : Halo ka nanti saya kabari ya saya rundingkan dulu terima kasih :)