

## Strategi pemasaran dalam Desain Interior dan Tren Kontemporer: Model Bisnis Terkini (Studi Pada Inhiven Desain Sidoarjo)

Isa Mansyur Sholeh

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Alamat: Jl. Ahmad Yani No.117, Jemur Wonosari, Kec. Wonocolo, Surabaya, Jawa Timur  
60237

Korespondensi penulis: [isamansyursholeh23@gmail.com](mailto:isamansyursholeh23@gmail.com)

**Abstract.** *Inhiven Design is a company that combines graphic design with interior design to provide creative and integrated solutions in various fields such as housing, offices, and commercial. The author's purpose in conducting this study is to analyze the history of the early formation of Inhiven Design? Then what are the problems faced during the establishment of Inhiven Design? And how does Inhiven Design optimize sales in its marketing? The method used in this study is qualitative observation with primary data collection through direct interviews. This study examines the development of Inhiven Design, including the company profile, history of its establishment, and marketing and management strategies implemented. Data were collected through qualitative observation and direct interviews with team members to understand the marketing strategy carried out by Inhiven Design by applying contemporary trends in interior design. The results of the analysis show that the success of Inhiven Design depends not only on technical skills and creativity, but also on the ability to adapt to market changes and maintain good relationships with customers and business partners.*

**Keywords:** *Graphic Design, Interior Design, Marketing, Inhiven Design, Business Strategy.*

**Abstrak.** Inhiven Design sebuah perusahaan yang menggabungkan bidang desain grafis dengan desain interior untuk menyediakan solusi kreatif dan terintegrasi dalam berbagai bidang seperti perumahan, kantor, dan komersial. Tujuan penulis melakukan penelitian ini guna untuk menganalisis terkait tentang bagaimana sejarah awal mula terbentuknya Inhiven Design? Kemudian Apa saja problem- problem yang dihadapi selama Inhiven Design berdiri? Dan bagaimana inhiven design mengoptimalkan penjualan dalam pemasarannya?. Metode yang digunakan dalam penelitian ini kualitatif observasi dengan pengambilan data primer secara wawancara langsung. Studi ini mengkaji perkembangan Inhiven Design, termasuk profil perusahaan, sejarah berdirinya, dan strategi pemasaran serta manajemen yang diterapkan. Data dikumpulkan melalui observasi kualitatif dan wawancara langsung dengan anggota tim untuk memahami strategi pemasaran yang dilakukan Inhiven Design dengan menerapkan tren kontemporer dalam desain interior. Hasil analisis menunjukkan bahwa keberhasilan Inhiven Design tidak hanya bergantung pada kemampuan teknis dan kreativitas, tetapi juga pada kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan serta mitra bisnis.

**Kata kunci:** Desain Grafis, Desain Interior, Pemasaran, Inhiven Design, Strategi Bisnis.

### 1. LATAR BELAKANG

Desain grafis menurut (Rahmadhani, 2023) adalah seni dan proses menciptakan elemen visual menggunakan berbagai elemen seperti warna, bentuk, teks, gambar, dan grafik untuk menyampaikan pesan atau mempengaruhi audiens. Desain grafis memiliki

peran yang penting dalam komunikasi visual dan digunakan dalam berbagai industri dan bidang, seperti periklanan, penerbitan, branding, desain web, dan lain sebagainya. Salah satu aspek penting dalam desain grafis adalah komposisi visual. Komposisi visual melibatkan pengaturan elemen-elemen desain, seperti garis, bentuk, dan teks, dalam sebuah tata letak yang menarik dan seimbang. Dengan menggunakan prinsip desain seperti keseimbangan, kontras, proporsi, dan ritme, desainer grafis dapat menciptakan tata letak yang menarik dan efektif.

Desain interior pada prinsipnya digunakan untuk menciptakan ruangan yang fungsional/praktis dan juga estetis/indah dikutip dari jurnal (Rahman & Jumino, 2020). Nilai estetis mengacu pada bagaimana sebuah ruangan perpustakaan dapat terlihat indah dan memberikan kesan yang nyaman bagi orang yang berada di dalamnya. Selain itu, warna juga memainkan peran penting dalam desain grafis. Warna dapat mempengaruhi emosi dan persepsi audiens, sehingga pemilihan warna yang tepat sangat penting. Desainer grafis harus mempertimbangkan harmoni warna, kontras, dan arti simbolik dari warna yang digunakan dalam desain mereka. Selain komposisi visual dan warna, tipografi juga merupakan aspek penting dalam desain grafis. Pemilihan jenis huruf yang tepat dapat memberikan karakteristik dan suasana yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Desainer harus memperhatikan legibilitas dan keterbacaan jenis huruf, serta menjaga konsistensi dalam penggunaan jenis huruf di seluruh desain.

Selain itu, teknologi dan perkembangan digital telah membuka peluang baru dalam desain grafis. Dalam jurnal (Rizal & Rony, 2024) desainer grafis biasanya menggunakan perangkat lunak desain seperti Adobe Photoshop, Illustrator, atau InDesign untuk membuat karya mereka. Mereka juga harus mengikuti perkembangan desain grafis, seperti desain responsif untuk aplikasi mobile atau desain web yang adaptif. Dalam dunia desain grafis, kreativitas dan keberanian untuk berinovasi sangat penting. Desainer grafis harus terus mengembangkan kemampuan mereka, mengikuti tren desain terkini, dan tetap terbuka terhadap ide-ide baru. Dengan menggabungkan elemen-elemen desain dengan visi dan pemahaman yang mendalam tentang audiens, desainer grafis dapat menciptakan karya yang kuat dan memikat.

Temuan berharga dari penelitian ini menekankan sifat imperatif untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dalam konteks bisnis modern. Ini menggarisbawahi pentingnya untuk tetap terkini terhadap kemajuan teknologi guna mengoptimalkan

potensi penuh teknologi manajemen dalam mengoptimalkan berbagai proses operasional dan merinci kerangka pengambilan keputusan dalam bisnis, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan berkelanjutan dan keunggulan kompetitif bisnis di lanskap bisnis kontemporer.

Dengan menggabungkan desain grafis dengan konsep interior ini dapat menjadi sebuah peluang bisnis yang lumayan besar. Karena permintaan akan sebuah desain interior begitu banyak segala aspek infrastruktur hampir membutuhkan desain interior agar terlihat lebih indah dengan tidak meninggalkan fungsi gunanya. Dari hal tersebut ada beberapa hal yang berhubungan dengan perusahaan *Inhaven Design*. Perusahaan ini memanfaatkan pendekatan pemasaran menjemput bola dan menyesuaikan desain dengan kebutuhan klien, termasuk dalam pembangunan dan penyediaan bahan-bahan sesuai anggaran. Meskipun menghadapi tantangan seperti ketidaksesuaian antara keinginan pelanggan dan perjanjian, serta persaingan yang ketat, *Inhaven Design* tetap fokus pada kepuasan pelanggan dan kualitas hasil kerja.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **1.1 Strategi Pemasaran Bisnis terkini**

Dalam bukunya berjudul "Strategi Public Relations," Sandra Oliver menyebutkan bahwa strategi diartikan sebagai metode untuk mencapai hasil akhir yang diinginkan. Strategi fungsional juga berperan langsung dalam mendukung strategi kompetitif. William F. Glueck dan Lawrence R. Jauch, sebagaimana dikutip oleh (Digital dan Strategi Bisnis et al., 2024), mendefinisikan strategi sebagai suatu rencana menyeluruh, komprehensif, dan terpadu yang bertujuan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Pemasaran dalam skripsi (Nurtionita, 2020) menyatakan bahwa salah satu usaha dalam perusahaan dalam menyampaikan keinginan pesan kepada orang lain dengan tujuan pesan tersebut diterima dalam pewujudan sebuah permintaan terhadap sebuah produk perusahaan. Pemasaran agar memenuhi target pasar memerlukan sebuah manajemen strategi pemasaran. Manajemen pemasaran dikutip dalam skripsi (Nurtionita, 2020) merupakan kegiatan utama yang dilakukan perusahaan dalam mempertahankan serta mengembangkan kualitas produk dan keberlangsungan bisnis guna mewujudkan permintaan produk di lingkup pasar global. Kegiatan pemasaran

harus selalu memberikan kepuasan bagi konsumen apabila suatu organisasi ingin menginginkan usahanya terus berkembang, sehingga konsumen dapat mengetahui lebih baik produk yang dimiliki organisasi tersebut.

Efisiensi bisnis model terkini dalam pengembangan sebuah perusahaan harus mengadopsikan teknologi manajemen terkini juga. Secara rinci integrasi yang mulus dari teknologi manajemen tidak hanya secara signifikan meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memfasilitasi manajemen sumber daya yang lebih efisien dan merangsang proses pengambilan keputusan yang lebih baik dikutip dalam jurnal (Judijanto et al., 2024). Implementasi teknologi manajemen memiliki dampak besar terhadap paradigma bisnis. Dengan adopsi solusi manajemen terkini, perusahaan dapat mengubah cara mereka beroperasi dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar.

Dalam jurnal (Judijanto et al., 2024) Lipusari dan Mawardi menyatakan bahwa sistem manajemen yang berintegrasi dapat meningkatkan efisiensi dalam perencanaan bisnis disegi operasional maupun memberikan visibilitas yang lebih baik serta mendukung dalam pengambilan keputusan yang lebih tepat dalam suatu perusahaan. Tidak hanya itu, teknologi manajemen juga membuka peluang baru bagi perusahaan. Menurut studi oleh Pramudianto & Juliane menyatakan bahwa implementasi teknologi manajemen yang tepat dapat menciptakan inovasi baru, memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan produk dan layanan perusahaan yang lebih baik, serta memasuki pasar yang sebelumnya sulit dijangkau dikutip dalam jurnal (Judijanto et al., 2024). Inovasi ini dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang signifikan bagi perusahaan di era digital.

Selain mengubah paradigma dan membuka peluang, teknologi manajemen juga dapat mengoptimalkan proses internal perusahaan. Menurut N, Pomtoh, & Kusumawati dalam jurnal (Panjaitan et al., 2024), sistem manajemen yang terintegrasi dapat mengotomatiskan tugas-tugas rutin, meningkatkan koordinasi antardepartemen, dan mengurangi kesalahan manusiawi.

Dengan mengoptimalkan proses internal, perusahaan dapat meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya operasional, menghasilkan keuntungan yang signifikan. Penerapan teknologi manajemen juga dapat memperkuat kolaborasi dalam organisasi. Menurut Putri menyatakan bahwa sistem manajemen kolaboratif

memungkinkan karyawan bekerja bersama secara efisien, bahkan jika mereka berada di lokasi yang berbeda. Ini dapat meningkatkan kreativitas tim, mempercepat pengembangan produk, dan meningkatkan kepuasan karyawan dikutip jurnal (Panjaitan et al., 2024).

Namun, perlu diingat bahwa implementasi teknologi manajemen juga dapat menimbulkan tantangan. Menurut Pradana ada beberapa tantangan melibatkan investasi awal yang signifikan, perubahan budaya organisasi, dan ketidakpastian terkait dengan evolusi teknologi. Oleh karena itu, perusahaan perlu merencanakan dengan hati-hati dan memastikan bahwa implementasi tersebut sesuai dengan strategi bisnis jangka panjang mereka dikutip jurnal (Halim et al., 2023).

Dalam konteks ini, penting bagi perusahaan untuk terus mengikuti perkembangan teknologi dan merespon dengan cepat terhadap perubahan pasar. Menurut Rahadiyan dalam jurnal (Ernawan & Fourqoniah, 2021), perusahaan yang fleksibel dan responsif terhadap perubahan teknologi lebih mampu bertahan dan tumbuh di lingkungan bisnis yang dinamis. Oleh karena itu, sumber daya manusia yang terampil dan terus belajar menjadi kunci keberhasilan dalam mengimplementasikan teknologi manajemen secara efektif.

## 1.2 Integrasi desain Interior kontemporer

Desain interior merupakan perencanaan, penataan, dan perancangan ruang-ruang interior dalam bangunan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar akan sarana bernaung dan berlindung, menentukan sekaligus mengatur aktivitas, memelihara aspirasi dan mengekspresikan ide, tindakan serta penampilan, perasaan, dan kepribadian menurut pendapat ching dalam jurnal (Ramadhan & Ratnawili, 2024).

Menurut Ching (2008), desain interior melibatkan perencanaan, pengaturan, dan perancangan ruang-ruang dalam bangunan untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti tempat berlindung, menentukan aktivitas, serta mengekspresikan ide, tindakan, penampilan, perasaan, dan kepribadian. Desain interior dapat menjadi solusi untuk memaksimalkan fungsi bangunan, seperti restoran, sekaligus menonjolkan potensi dan peluang yang dimiliki restoran tersebut. Desain interior pada restoran dapat memengaruhi psikologi dan aktivitas pengunjung, sehingga diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat dan wisatawan untuk berkunjung. Saat ini, desain

interior menghadapi tuntutan besar untuk beradaptasi dengan perubahan metode perancangan serta cepat menyerap teknologi guna menghasilkan desain kontemporer yang berfokus pada prinsip desain hijau, yang lebih peduli terhadap isu lingkungan. Desain yang baik sering kali dihubungkan dengan estetika yang mendukung upaya mengatasi pemanasan global, penghematan energi, dan pengelolaan lingkungan yang lebih bertanggung jawab.

Desain interior kontemporer sering mengutamakan prinsip minimalisme, yang menekankan penggunaan elemen desain sederhana dan fungsional. Gaya ini berfokus pada penghapusan elemen yang tidak diperlukan untuk menciptakan ruang yang bersih, teratur, dan efisien, sering kali dengan palet warna netral, garis bersih, dan furnitur yang ramping. Desain interior kontemporer juga banyak memanfaatkan teknologi terbaru untuk meningkatkan fungsionalitas dan kenyamanan, seperti sistem pencahayaan otomatis, material modern seperti komposit dan kaca, serta teknologi rumah pintar yang mengintegrasikan perangkat elektronik. Pemilihan material dan tekstur sangat penting, dengan kombinasi bahan yang berbeda untuk menciptakan kontras visual dan daya tarik, misalnya dengan menggunakan beton, kaca, logam, serta bahan alami seperti kayu dan kain. Keseimbangan visual dan proporsi juga menjadi elemen utama dalam desain interior kontemporer. Desain ini menekankan pencapaian keseimbangan antara elemen-elemen yang ada, baik simetris maupun asimetris, serta pentingnya proporsi agar semua elemen berfungsi harmonis. Penggunaan cahaya alami dan ruang terbuka juga sering terlihat, dengan jendela besar, skylight, dan pencahayaan buatan yang efektif menciptakan suasana yang terang dan menyenangkan.

Desain interior kontemporer kerap dipengaruhi oleh budaya dan tren global, di mana desainer menggabungkan elemen-elemen dari berbagai budaya untuk menciptakan ruang yang unik. Aspek kesehatan dan kesejahteraan juga diperhatikan, dengan memilih material ramah lingkungan dan menciptakan lingkungan yang mendukung kesejahteraan fisik dan mental, seperti melalui ventilasi yang baik dan pencahayaan yang optimal. Keberlanjutan, melalui penggunaan material ramah lingkungan dan desain yang efisien energi, menjadi bagian penting dari desain interior kontemporer. Selain itu, desain interior kontemporer menekankan pentingnya personalisasi, menciptakan ruang yang mencerminkan kepribadian dan kebutuhan penghuni, serta menyatu dengan gaya hidup dan preferensi individu. Studi lebih lanjut

tentang integrasi desain interior kontemporer dapat dilakukan melalui analisis spesifik pada proyek desain interior yang relevan, di mana setiap elemen dapat diterapkan secara unik sesuai dengan konteks dan tujuan desain.

### **3. METODE PENELITIAN**

Metode kualitatif observasi dikutip dalam jurnal (Hasanah, 2017) Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan cara mengamati dan memeriksa secara teliti serta langsung di lokasi penelitian untuk memahami kondisi yang ada, yang selanjutnya digunakan untuk mengonfirmasi kebenaran desain penelitian yang sedang berlangsung. Penelitian ini berfokus pada “Kompleksitas Bisnis Desain terhadap furnitur dan bangunan modern.” Observasi ini dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan serta melakukan wawancara terstruktur. Metode kualitatif observasi adalah teknik penelitian yang melibatkan pengamatan langsung terhadap fenomena, individu, atau kelompok dalam konteks alaminya. Dalam konteks judul "Strategi Kerja Sama dalam Desain Interior dan Tren Kontemporer: Model Bisnis Terkini", metode ini dapat memberikan wawasan mendalam tentang praktik kerja sama dan bagaimana tren kontemporer diterapkan dalam desain interior.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **2.1 Profile obyek perusahaan inhiven design**

Desain grafis adalah seni dan proses menciptakan elemen visual yang efektif dalam menyampaikan pesan melalui berbagai media. Dalam konteks ini, desain grafis memainkan peran kunci dalam komunikasi visual, termasuk di bidang interior dan periklanan. Komposisi visual, pemilihan warna, dan tipografi merupakan elemen-elemen penting dalam menciptakan desain yang menarik dan fungsional. Seiring dengan perkembangan teknologi digital, desain grafis kini lebih banyak memanfaatkan perangkat lunak seperti Adobe Photoshop dan Illustrator, serta harus mampu beradaptasi dengan tren terbaru seperti desain responsif dan web adaptif. Inhiven Design perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa design yang di korelasikan dengan interior-interior serta furniture perumahan, masjid, cafe, sekolah, kantor, ataupun komersial. Inhiven design ini meliputi design bidang interior dengan sistem pemasaran menjemput bola yang artinya dengan menjemput konsumen dengan cara memberi

referensi atau mungkin menyesuaikan permintaan konsumen kemudian didesain sesuai dengan permintaan dan jika konsumen minta juga sekalian pembangunannya inhiven design akan memberikan desainya kepada tukang yang memang sudah di siapkan dari inhiven design sendiri serta bahan-bahannya pun juga di paparkan disesuaikan dengan budget yang konsumen minta. Inhivendesign menerima pesanan di seluruh indonesia, tapi untuk sekarang mungkin pemesanan yang luar kota surabaya sidoarjo hanya sekedar furniture rumah seperti yang sudah memesan di inhiven design yaitu daerah blora.

## 2.2 Sejarah terbentuknya Inhiven Design

Inhiven Design sendiri ini sudah mulai tahun 2020 sudah berjalan 4 tahun lamanya. Dan di awal terbentuknya hanya ada 2 orang yaitu Mas Fariz sebagai manajemen dan Mas Ainun sebagai desainer nya. Beliau berdua mendirikan Inhiven Design dengan atas dasar ingin mencari rezeki sama-sama yang juga mengutamakan kekeluargaannya. Dengan latar belakang mencari rezeki bareng dan susah senang bareng dengan asas kekeluargaan sedang kan menurut mas ainun sendiri sebuah bisnis harus dengan latar belakang yang berbeda seperti inhiven yang awalnya Cuma 2 orang yaitu mas ainun yang latar belakang dari jurusan desain dan mas ainun sebagai manajemennya yang latar belakangnya dari jurusan ekonomi. Menurut mas ainun juga ketika perpektif sebuah tim itu sama akan menimbulkan sesuatu yang tidak akan berkembang jadi sebuah tim harus mempunyai latar belakang yang berbeda agar bisa saling melengkapi dan mengoreksi yang bisa mendorong perkembangan sebuah tim

Inhiven sendiri terbentuk karena atas dasar dan tujuan untuk berbisnis bersama dengan mendasarkan kekeluargaan. Pada saat terbentuk Inhiven di hadapkan dengan gejala covid yang membuat inhiven harus tetap survive agar tetap berjalan. Pertama Inhiven hanya ada 2 orang kemudian tambah 1 orang lagi buat menjadi pembantu tim desain yaitu Mas Johan Yang akan membantu mas ainun di tim desain. Selanjutnya dalam waktu 1 tahun berikutnya dengan struktur tim desain dan tim manajemen menambah 1 orang lagi yaitu mas arif sebagai marketing pemasaran yang membantu mas fariz di tim manajemen.

## 2.3 Pembagian tugas dalam inhiven design

Jika pemesanan biasanya inhoven memberikan sebuah gambaran untuk di ajukan kepada sebuah kontraktor. Scope interior terbatas struktur rumah sedangkan arsitek scope nya luas. Bedanya arsitek dengan inhoven design biasanya orang awam memandang interior dan eksterior tetapi perbedaanya terdapat pada interior inhoven design tidak bisa mengubah struktur rumahnya atau bangunannya. Sedangkan arsitek dapat merubah seluruh tatanan misalnya design interior tidak dapat merubah sebuah tatanan perumahan tetapi arsitek bisa intinya lebih umum dan luas jasa arsitek dari pada inhoven design tetapi dalam harga pun juga berbeda jauh pasti lebih terjangkau inhoven karna tidak banyak membutuhkan perencanaan dan fasilitas seluas jasa arsitek. Dalam desain interior biasanya hanya mengerjakan furniture atau desain rumah yang melekat.

#### 2.4 Segmentasi pemasaran inhoven design

Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk kebutuhan barang, jasa, dan pengalaman baik itu orang, properti, tempat, acara, informasi dan buah pikiran dikutip dari jurnal (Baitirahman & Rejeki, 2024). Berkaitan dengan produk terutama barang konsumsi, tidak hanya membutuhkan makanan atau minuman yang enak dilidah untuk bisa menarik perhatian.

Dalam hal desain sendiri untuk pemasarannya pertama project inhoven di tahun 2020 dan itu belum menentukan segmen atau target pemasaran dan hanya mencoba general inhoven menjadi sustainable customer. Projek pertama dan sebagai target promosi inhoven dan sangat menjaga project tersebut yaitu sebuah pondok pesantren Hidayatullah. Kemudian di tahun berikutnya inhoven membuat sebuah catalog desain untuk ditunjukkan kepada customer nantinya. Inhoven sangat mengutamakan kepuasan pelanggan dan kualitas dalam pembangunan. Dan pada tahun 2023 ini segmen pasar inhoven desain adalah sebuah kontraktor perumahan dengan level menengah ke atas.

#### 2.5 Motivasi yang digunakan inhoven design dalam menghadapi permasalahan dalam bisnis

Dalam kutipan skripsi (Nurtionita, 2020) Masalah yang sering dihadapi dalam bisnis antara lain ketidakekesuain customer dengan permintaannya dan perjanjian yang sudah ditentukan sering di langgar atau juga di manfaat kan orang lain, karena dalam bisnis ini masih banyak peluangnya jadi sangat banyak orang yang bersaing untuk

mendapatkan keuntungan yang besar. Sebenarnya di inhiven sudah terdapat perjanjian yang memang terdapat kontrak hukum nya tetapi dalam penerapan masih di lakukan terhadap project-project besar seperti rumah, sekolah dan pondok pesantren. Untuk semacam furniture rumah kita hanya melayani dengan pembayaran DP atau pembayaran setengah harga. Kemudian dalam masalah desain mas ainun bilang “kalau dalam desain itu mas seperti mahasiswa yang di kejar dosen nahh kita juga dikejar oleh customer”. Dalam pengerjaanya desain motivasi yang digunakan mas ainun yaitu “kita kerjakan ya harus siap tekanan dari manapun jadi harus di biasakan pokok kerjakan sambil mengeluh tidak apa-apa yang penting tugas kita selesai dan sesuai dengan apa yang di inginkan customer”. Segmentasi pasar juga mempengaruhi faktor desain karna level dalam segi desain juga harus di sesuaikan dengan kelasnya. Kemudian untuk jangka waktu pengerjaanya inhiven desain mungkin dapat menyelesaikan project degan skala kecil seperti furniture mungkin 2 minggu sampai 1 bulan. Sedangkan skala besar seperti rumah,sekolah,kantor butuh 1 sampai 2 bulan untuk desainya saja. Dalam penanganan revisi tergantung budget yang desediakan customer juga. Dalam ihiven design mengambil konsep kontemporer atau model desain kekininan dan yang menjadi referensi dari mas ainun designer-desainer luar negeri.

Dalam pemasarannya dalam inhiven masih mengandalkan relasi yang ada di sekitarnya. Relasi tersebut menjadi tabungan yang akan menjadi pemasaran untuk kedepanya dalam inhiven design mencari cutomer. Permintaan pasar yang lumayan banyak di ihiven biasanya di pertengahan tahun sampai akhir tahun karena banyak perusahaan yang menghabiskan anggaranya. Dalam pemasarannya masih begitu banyak karena dalam desain sendiri lebih tinggi tingkat permintaan dari pada disgner yang ada, jadi untuk pemasarannya tergantung kita mengambil segmen pasar yang mana. Begitu besar nya peluang banyak juga pesaing jadi jika kita gk terus menjemput customer akan kalah juga dengan pesaing walaupun permintaan overload.Dalam manajemen karyawan inhiven menggunakan waktu kerja jam 8 dari jam 5 sore sudah termasuk isthirahat dan libur sabtu minggu. Kemudian dalam inhiven di terapkan prinsip jika bekerja ya bekerja lah terserah kamu mau gimana yang penting tugas kamu selesai.Rencanya juga inhiven design akan membagi 2 cabang jadi nantinya ada tim desain yang memantau serta mengkonsep pembangunan dan tim manajemen mulai dari marketing keuangan furchasing hrd bisnis development.

Dalam pengawasannya inhoven design harus diterapkan sering mengecek dan mengontrol ke lokasi kemudian kalau bisa seluruh tukang harus paham dengan desain yang sudah ada dan kalau bisa desain gambarnya di tempel dalam tempat pembangunannya. Serta penentuan tukang tidak sembarangan inhoven sudah punya beberapa tukang yang sudah menjadi partner. Untuk pengerjaan yang fatal itu sudah termasuk tanggung jawab inhoven seperti kayak cat salah, plafon salah, atau bagian yang tidak sesuai dari desain harus di revisi. Jadi di inhoven budget sudah ditakar dari awal jadi segala ketidaksesuaian sudah dijamin jadi segala biaya harga sudah diterapkan di awal jadi tidak ada tambahan biaya di akhirnya. Dalam pengawasannya yang paling penting karena agar bisa pembangunannya sesuai dengan yang diharapkan. Jadi di inhoven itu memikirkan semua hal aspek dalam pembangunannya customer tinggal terima jadi dan sudah pasti harga dan sudah pasti kualitasnya.

Karena inhoven design bisnis yang didasarkan kerja sama dan kekeluargaan dalam pembentukannya Mas Fariz sudah melakukan riset terlebih dahulu dan ia bilang kalau perusahaan joinan itu pasti terjadi konflik atau mungkin cari untung sendiri maka penentuan karakter menjadi alasan utama dalam menentukan partner bisnis, kemudian pembagian tugas maupun hasil harus transparan dan harus seimbang dengan tugasnya. Dalam konsep penguasaan bidang harus memiliki tujuan dan konsep yang sama karena jika hal itu berbeda akan menyebabkan tidak seimbangannya di segala aspek bisnis nantinya baik dari manajemen maupun konsep desainnya. Itulah yang harus dipertimbangkan jika seseorang memulai bisnis kerja sama.

## 2.7 Analisa berbasis pengetahuan dan pengalaman anggota Tim.

Inhaven Design sendiri ini sudah mulai tahun 2020 sudah berjalan 3 tahun lamanya. Dan di awal terbentuknya hanya ada 2 orang yaitu Mas Fariz sebagai manajemen dan Mas Ainun sebagai desainernya. Dengan menggabungkan desain grafis dengan konsep interior ini dapat menjadi sebuah peluang bisnis yang lumayan besar. Karena permintaan akan sebuah desain interior begitu banyak segala aspek infrastruktur hampir membutuhkan desain interior agar terlihat lebih indah dengan tidak meninggalkan fungsi gunanya dikutip dalam jurnal (*PENGEMBANGAN MODEL DIGITAL PRODUCTION BASED*, 2023). Dari hal tersebut ada beberapa hal yang berhubungan dengan perusahaan inhaven Design. kemudian didesain sesuai dengan

permintaan dan jika konsumen minta juga sekalian pembangunannya inhiven design akan memberikan desainya kepada tukang yang memang sudah di siapkan dari inhiven sendiri serta bahan-bahannya pun juga di paparkan disesuaikan dengan budget yang konsumen minta . Dengan latar belakang mencari rezeki bareng dan susah senang bareng dengan asas kekeluargaan serta sebuah bisnis harus dengan latar belakang yang berbeda .

Dalam pemasarannya dalam inhiven masih mengandalkan relasi yang ada di sekitarnya. Relasi tersebut menjadi tabungan yang akan menjadi pemasaran untuk kedepannya dalam inhiven design mencari customer. Permintaan pasar yang lumayan banyak di inhiven biasanya di pertengahan tahun sampai akhir tahun karena banyak perusahaan yang menghabiskan anggarannya. Dalam pemasarannya masih begitu banyak karena dalam desain sendiri lebih tinggi tingkat permintaan dari pada designer yang ada, jadi untuk pemasarannya tergantung kita mengambil segmen pasar yang mana. Begitu besarnya peluang banyak juga pesaing jadi jika kita gak terus menjemput customer akan kalah juga dengan pesaing walaupun permintaan overload. Dalam manajemen karyawan inhiven menggunakan waktu kerja jam 8 dari jam 5 sore sudah termasuk istirahat dan libur sabtu minggu. Kemudian dalam inhiven di terapkan prinsip jika bekerja ya bekerja lah terserah kamu mau gimana yang penting tugas kamu selesai. Rencananya juga inhiven design akan membagi 2 cabang jadi nantinya ada tim desain yang memantau serta mengkonsep pembangunan dan tim manajemen mulai dari marketing keuangan purchasing hrd bisnis development.

Problematisa yang sering di hadapi inhiven design ketidaksesuaian customer dengan permintaannya dan perjanjian yang sudah ditentukan sering di langgar atau juga di manfaatkan orang lain, karena dalam bisnis ini masih banyak peluangnya jadi sangat banyak orang yang bersaing untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Sebenarnya di inhiven sudah terdapat perjanjian yang memang terdapat kontrak hukumnya tetapi dalam penerapan masih di lakukan terhadap project-project besar seperti rumah, sekolah dan pondok pesantren. Untuk semacam furniture rumah kita hanya melayani dengan pembayaran DP atau pembayaran setengah harga. Kemudian dalam masalah desain mas ainun bilang “kalau dalam desain itu mas seperti mahasiswa yang di kejar dosen nahh kita juga dikejar oleh customer”. Dalam pengerjaannya desain motivasi yang digunakan mas ainun yaitu “kita kerjakan ya harus siap tekanan dari manapun jadi harus di

biasakan pokok kerjakan sambil mengeluh tidak apa-apa yang penting tugas kita selesai dan sesuai dengan apa yang di inginkan customer. Segmentasi pasar juga mempengaruhi faktor desain karna level dalam segi desain juga harus di sesuaikan dengan kelasnya. Kemudian untuk jangka waktu pengerjaanya inhiven desain mungkin dapat menyelesaikan project degan skala kecil seperti furniture mungkin 2 minggu sampai 1 bulan. Sedangkan skala besar seperti rumah,sekolah,kantor butuh 1 sampai 2 bulan untuk desainya saja. Dalam penanganan revisi tergantung budget yang desediakan customer juga. Dalam inhiven design mengambil konseo kontemporer atau model desain kekininan dan yang menjadi referensi dari mas ainun designer-desainer luar negeri.

Dalam pengawasannya inhiven design harus diterapkan sering mengecek dan mengontrol ke lokasi kemudian kalau bisa seluruh tukang harus paham dengan desain yang sudah ada dan kalau bisa desain gambar nya di tempel dalam tempat pembangunannya. Serta penentuan tukang tidak sembarangan inhiven sudah punya beberapa tukang yang sudah menjadi partner. Untuk pengerjaan yang fatal itu sudah termasuk tanggung jawab inhiven seperti kayak cat salah,plafon salah, atau bagian yang tidak sesuai dari desain harus di revisi. Jadi di inhiven budget sudah ditakar dari awal jadi segala ketidaksesuaian sudah di jamin jadi segala biaya harga sudah diterapkan di awal jadi tidak ada tambahan biaya di akhirnya. Dalam pengawasan lah yang paling penting karena agar bisa pembangunannya sesuai dengan yang di diharapkan. Jadi di inhiven itu memikirkan semua hal aspek dalam pembangunannya customer tinggal terima jadi dan sudah pasti harga dan sudah pasti kualitasnya.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Perkembangan teknologi dan digital telah membuka peluang baru dalam desain grafis dan desain interior. Kreativitas, inovasi, serta pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pasar menjadi kunci keberhasilan bagi desainer. Dalam hal ini, Inhiven Design, yang berdiri sejak tahun 2020, menjadi contoh usaha desain interior yang terus berkembang dengan fokus pada kepuasan pelanggan dan kualitas hasil kerja. *Inhiven Design* mengutamakan pendekatan personal melalui sistem pemasaran "jemput bola," menyesuaikan desain dengan kebutuhan konsumen, serta menawarkan solusi lengkap mulai dari desain hingga pelaksanaan. Dengan lingkup kerja pada desain interior, fokus utama Inhiven adalah menciptakan desain fungsional dan estetis tanpa mengubah struktur bangunan, berbeda dengan cakupan arsitektur yang lebih luas.

Sebagai bisnis berbasis kerja sama, Inhiven Design menekankan pentingnya riset, transparansi, pembagian tugas yang seimbang, serta kesamaan visi antar anggota. Selain itu, segmentasi pasar yang lebih terarah, seperti kontraktor perumahan menengah ke atas, menjadi langkah strategis untuk memperluas jangkauan bisnis. Pendekatan berbasis kekeluargaan ini memungkinkan Inhiven untuk menjaga stabilitas internal sekaligus memenuhi ekspektasi pelanggan secara konsisten. Kesimpulannya, keberhasilan dalam bisnis desain interior tidak hanya terletak pada kreativitas, tetapi juga pada pengelolaan hubungan kerja yang baik, strategi pemasaran yang tepat, dan pemahaman yang kuat terhadap kebutuhan pasar.

## DAFTAR REFERENSI

- Baitirahman, A., & Rejeki, M. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Produk, Promosi Dan Fasilitas Fisik Jasmine Cakery. *Journal of Food and Culinary*, 7(1), 31–44.
- Digital dan Strategi Bisnis, R., Terkini terhadap Pertumbuhan Ekonomi, T., & Aryati Arfah, H. (2024). SEIKO : Journal of Management & Business. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 7(1), 1299–1303.
- Ernawan, A. M. I., & Fourqoniah, F. (2021). Penerapan Etika Bisnis Dalam Kegiatan Produksi Pada Sektor Perdagangan (Studi Pada Rumah Potong Hewan Tanah Merah Samarinda). *JURNAL SYNTAX IMPERATIF : Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 2(5), 315. <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v2i5.112>
- Halim, R. S., Chandra, T. Y., & Mau, H. A. (2023). Volume 2 Nomor 9 September 2023 KELALAIAN MEDIS DI INDONESIA. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(September), 3048–3074. <https://jmi.rivierapublishing.id/index.php/rp/article/view/580/666>
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Judijanto, L., Gunanto Marsasi, E., Andiena, P. A., Putri, N., Koerniawati, D., Apramilda, R., Bali, S., Uin, ), & Surabaya, S. A. (2024). Peningkatan Efisiensi Operasional Bisnis Melalui Implementasi Teknologi Manajemen Terkini. *Communnity Development Journal*, 5(1), 216–222.
- Nurtionita, U. (2020). *Dalam Meningkatkan Kuantitas Santri Baru Di Pondok Pesantren Modern El-Fira Purwokerto Skripsi Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Institut Agama Islam Negeri.*

[https://eprints.uinsaizu.ac.id/7780/1/COVER\\_BAB I\\_BAB V\\_DAFTAR PUSTAKA.pdf](https://eprints.uinsaizu.ac.id/7780/1/COVER_BAB_I_BAB_V_DAFTAR_PUSTAKA.pdf)

Panjaitan, D. M., Andini, B. P., Milala, D. T. br, Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Inovasi Terhadap Perkembangan Bisnis dan PermintaanPasar: Studi Kasus Pada Kenaikan Permintaan dan HargaMenjelang Hari Besar. *Musytari : Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 4(9), 38–48. <https://doi.org/10.8734/musytari.v4i9.2734>

*PENGEMBANGAN MODEL DIGITAL PRODUCTION BASED.* (2023).

Rahmadhani, K. W. (2023). *Desain Strategi Bisnis Guna Peningkatan Penetrasi Pasar dengan Pendekatan Purple Ocean Strategy (Studi Kasus: My Heartbeat Company)*.

<https://fvqwy.weak.asia/handle/123456789/46065%0Ahttps://fvqwy.weak.asia/bitstream/handle/123456789/46065/19522364.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rahman, M. F. N., & Jumino, J. (2020). Peran Desain Interior Dalam Menunjang Kenyamanan Pengguna di Perpustakaan Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 4(1), 81–98. <https://doi.org/10.14710/anuva.4.1.81-98>

Ramadhan, A. F., & Ratnawili, R. (2024). PENGARUH DESAIN INTERIOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Restoran Lavenrice Bengkulu). *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 5(1), 211–220. <https://doi.org/10.36085/jems.v5i1.5962>

Rizal, F., & Rony, Z. T. (2024). Strategi Inovatif Dalam Pengelolaan Sumber Daya Manusia: Meningkatkan Kinerja Organisasi Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 5(3), 403–408. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v5i3.1851>