

ABSTRAK

Ko, Nathania Myra Amelinda (01011170186)

“RENCANA STRATEGI BISNIS MEBELSOHO”

(x + 74 halaman : 9 gambar)

MebelSoho merupakan anak perusahaan dari PT Chiara Allegra Living yang beroperasi sejak 2019 dan mulai berjalan di tahun 2020. Pasar dari MebelSoho dikhususkan untuk pasar dalam negeri dengan sentuhan kualitas produk ekspor. Produk yang dihasilkan dirancang dengan keunikan tradisi Indonesia yang beragam kearifan lokal. Perusahaan menawarkan produk dengan kualitas, desain, ukiran kayu dari tangan pemahat dengan detail yang indah dan mewah. Tujuan perusahaan agar masyarakat Indonesia dapat memilih dan memiliki produk lokal dengan kualitas luar negeri. Dalam memasarkan produknya perusahaan menargetkan pangsa pasar *business to business* (B2B) dan *business to customer* (B2C). Dengan pertumbuhan bisnis property 2018 hingga 2019 akhir meningkat 10% dari tahun-tahun membuat industry ini masih terbuka untuk pemain baru seperti MebelSoho disamping kompetitor yang sudah terjun terlebih dahulu seperti Fabelio dan IKEA. Perusahaan melakukan pemasaran secara *online* dan menggunakan website MebelSoho.com yang direncanakan sudah dapat diakses pada awal tahun 2021. Pemasaran juga dilakukan secara *offline* dengan pembukaan galeri, spanduk, atau banner. Selain itu perusahaan akan mengikuti pameran mebel seperti IFEX. Perusahaan juga akan mengadakan promosi berupa potongan harga atau *cashback voucher* secara langsung saat pameran, mengadakan penawaran khusus berupa gratis ongkos kirim saat melakukan pembelian di atas Rp 20.000.000.000 dan potongan harga promo *discount flash sale*. Saat ini perusahaan dipimpin langsung oleh pemilik yang berpengalaman dibidang industri mebel. Pengawasan juga dilakukan secara langsung oleh pemilik untuk memantau dan mengetahui kinerja perusahaan tetap berjalan efektif. Pengawasan dilakukan kepada bidang operasional dan produksi terhadap 41 orang karyawan yang berada dalam produksi 30 orang, satu orang desain, dua orang HRD, satu orang manajer, satu orang sekretaris, dua orang keuangan dan administrasi, tiga orang marketing dan sales, dan satu orang IT. Pengembangan pada 2021 direncanakan perusahaan menggunakan sosial media dan *e-commerce* sebagai salah satu saluran pengenalan produk untuk konsumen. Direncanakan tahun 2021 galeri di Semarang. 2022 galeri di wilayah Jakarta, Surabaya, dan Bali. 2023 di luar Jawa.

Kata Kunci : Strategi Bisnis, Teknologi, dan Target Pasar Baru