BAB II
TINJAUAN UMUM BIRO KONSULTAN

2.1 Pengertian Umum Biro Konsultan

Biro perencanaan adalah badan usaha yang bekerja dan memberikan jasa berupa perencanaan, pengawasan, dan penaksiran biaya.

Biro perencanaan akan mendapatkan imbalan jasa yang besarnya telah ditentukan dan disetujui bersama apabila biro perencanaan telah memberikan jasa berupa perencanaan, perancangan, pengawasan, dan penaksiran biaya.

Biro perencanaan tidak semata-mata hanya mengejar keuntungan melainkan juga dituntut suatu sikap dan moral untuk menjaga agar mutu pelayanan jasa tersebut mempunyai nilai pengabdian yang tinggi, sehingga tidak digunakan untuk kepentingan pribadi semata. Demikian itu diatur dalam system organisasi biro perencanaan dan etika perancangan dan perencanaan.

2.2 Wewenang, Peranan dan Tanggung Jawab Biro Perencanaan

Setelah biro perencanaan ditunjuk oleh pihak pemberi tugas untuk melaksanakan perencanaan, kemudian dibuat suatu perjanjian antara pemberi tugas dengan biro perencanaan.

Setiap tanggung jawab dari ahli akan gugur dalam waktu tiga tahun setelah tanggal pembayaran honorarium terakhir (menurut pekerjaan). Pemberi tugas tidak meminta secara tertulis pertanggungjawaban ahli atas semua akibat dari kesalahan-kesalahannya. Lingkup dari tanggung jawab ini sesuai dengan perjanjian-perjanjian yang telah diadakan dengan pihak pemberi tugas (dapat berupa badan usaha atau badan pemerintah).

2.3 Definisi Proyek

Proyek dapat diartikan sebagai suatu kegiatan sementara yang berlangsung dalam jangka waktu tertentu, adapun ciri pokok proyek adalah sebagai berikut :

- Memiliki tujuan khusus, produk akhir atau hasil kerja akhir.
- Telah ditentukan jumlah biaya dan jadwal didalam proses mencapai tujuan diatas.
- Bersifat sementara, berarti umurnya dibatasi oleh selesai tugas atau proyek.
- Tidak terus menerus, proyek yang satu dengan yang lain memiliki perbedaan.

2.4 Beberapa Cara Mendapatkan Proyek

1. Promosi

- Direct mail, memperkenalkan perusahaan secara pribadi dengan pengiriman company profile melalui jasa kurir / pos kepada contact person perusahaan yang dituju.
- Promosi outdoor
  a. Pemasangan spanduk dan baliho ditempat yang strategis.
  b. Penyebaran flyers atau brosur ditempat umum dengan frekuensi penyebaran secara berkelanjutan.
  c. Pemasangan iklan media cetak (koran) dan media elektronik (radio).

2. Relasi

Promosi langsung yang dilakukan oleh marketing berdasarkan atas hubungan pertemanan atau saudara yang bekerja disebuah perusahaan sasaran.

3. Direct Selling

Mengajukan penawaran produk jadi (design kalender, kartu ucapan, dll) secara langsung kepada perusahaan yang akan dituju. Spesifikasi produk tidak ditentukan oleh perusahaan yang dituju.

4. **Marketing Lepas**

   Melakukan pemasaran melalui beberapa tenaga lepas waktu (part time).

2.5 Sistematika Proyek

1. Perkenalan antara pihak QUEST dengan suatu perusahaan.
2. Suatu perusahaan meminta surat penawaran dari QUEST mengenai produk yang dibutuhkan olehnya.
3. Penawaran yang berisi spesifikasi produk, harga yang ditawarkan serta desain produk selalu diajukan QUEST secara bersamaan.
4. Follow up dilakukan QUEST maksimal 1 bulan sejak penawaran diajukan.
5. Apabila telah terjadi kesepakatan harga dan desain antara kedua pihak, maka QUEST menerima PO (Purchase Order) dan uang muka dari suatu perusahaan.
6. Setelah produk selesai, pihak QUEST akan mengirimkan invoice (tagihan) serta produk jadi kepada suatu perusahaan.