



BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF

A. Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep Bisnis

Sudah menjadi rahasia umum jika anjing merupakan hewan yang dekat dengan manusia. Anjing dapat menjadi penjaga rumah, teman untuk orang tua, menuntun orang buta, membantu berburu, menjaga anak kecil, dan lain – lain. Hal – hal tersebut membuat anjing mempunyai hubungan yang dekat dengan manusia. Dengan demikian, permintaan konsumen terhadap anjing meningkat karena mengetahui begitu banyak manfaat yang didapat dari memelihara anjing. Anjing juga dapat menjadi hobi sampingan yang tepat bagi konsumen. Ada banyak acara yang dapat dilakukan bersama anjing kesayangan seperti jalan sehat, berburu, dan mengikuti lomba pameran anjing (*dog show*).

Maka dari itu penulis tertarik untuk membuat sebuah bisnis peternakan anjing yang mengembangbiakkan anjing jenis *Golden Retriever* bernama *Goldmine Kennel* agar dapat memenuhi permintaan konsumen yang semakin meningkat. Jenis anjing *Golden Retriever* dipilih karena mudah dipelihara, mudah dilatih, dan memiliki banyak manfaat. *Goldmine Kennel* menyediakan anjing dengan *budget* yang sesuai untuk kalangan menengah ke atas. Selain menyediakan anjing, peternakan anjing ini juga menyediakan jasa penitipan anjing bagi konsumen yang sedang keluar kota. Nama “*Goldmine*” dipilih sebagai nama yang artinya tambang emas, sedangkan “*Kennel*” adalah sebutan untuk peternakan anjing. Penulis memilih nama tersebut agar nantinya bisnis ini dapat menjadi tambang emas yang menguntungkan tidak hanya bagi penulis tetapi juga bagi orang – orang di sekitarnya.



2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Visi dari *Goldmine Kennel* adalah menjadi *kennel* pilihan nomor satu bagi pecinta anjing di Pulau Jawa dan Pulau Bali dalam memenuhi kebutuhan untuk anjingnya.

b. Misi

- (1) Memilih anjing indukan yang berkualitas sehingga menghasilkan anakan anjing yang berkualitas juga.
- (2) Menjaga hubungan yang baik dengan konsumen dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi pelanggan sehingga konsumen akan melakukan pembelian ulang.
- (3) Menjaga kebersihan tempat usaha agar kualitas anjing tetap bagus.

3. Produk

Golden Retriever adalah anjing ras yang mulanya dikembangbiakkan sebagai anjing pemburu yang digunakan untuk mengambil hewan hasil buruan. Anjing ras ini termasuk jenis *Retriever* (pengambil). Bulunya yang berwarna keemasan di bawah sinar matahari membuat anjing jenis ini disebut *Golden Retriever*. Pada dasarnya, anjing jenis ini merupakan anjing yang senang dengan air. Sewaktu mengambil hewan buruan, mereka tidak menggigit secara kasar, sehingga hasil buruan masih utuh dan tidak rusak.

Kecerdasan dan kepandaian yang beraneka ragam menjadikan *Golden Retriever* sebagai anjing multiguna, contohnya anjing pelacak narkoba, anjing penyelamat (*search and rescue*), anjing pemburu, dan anjing penuntun.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Goldmine Kennel menyediakan empat jenis produk anjing yaitu, anak anjing *pet*

quality, anak anjing *show quality*, anjing dewasa *show quality*, dan anjing dewasa indukan.

4. Persaingan

a. Pesaing Langsung

Saat ini belum ada pesaing sejati yang mempunyai produk, kualitas, dan modal yang serupa dengan *Goldmine Kennel*. Pesaing lainnya kebanyakan menawarkan anjing dengan harga yang sangat tinggi meskipun kualitasnya tidak terlalu baik.

b. Pesaing Tidak Langsung

Berikut adalah pesaing dari *Goldmine Kennel*:

(1) *Gold Legend Kennel*

Alamat : Kelapa Gading, Jakarta Utara

Harga : Rp 35.000.000 – Rp 100.000.000

Deskripsi : *Gold Legend Kennel* adalah *kennel* baru yang menjual anjing impor dan anak anjing yang berkualitas sangat tinggi (*show quality*) dengan harga yang sangat mahal, namun tidak menyediakan anak anjing untuk peminat di kelas menengah ke bawah. Biasanya pemasaran dilakukan pada saat acara *dog show* atau pameran anjing dimana konsumen dapat melihat anjing secara langsung dan mengetahui prestasinya.

(2) *Albatross Golden Palace*

Alamat : Ungaran, Jawa Tengah

Harga : Rp 5.000.000 – Rp 35.000.000



Deskripsi : Pada awalnya, *Albatross Golden Palace* hanya mengembangbiakkan anjing jenis *Golden Retriever* untuk trah besar dan *American Cocker Spaniel* untuk trah kecil. Namun beberapa tahun belakangan ini mereka mengembangkan bisnisnya dengan menambah koleksi anjing jenis *Siberian Husky* dan *Alaskan Malamut*. *Kennel* ini menyediakan anak anjing berkualitas *show quality* dengan harga yang tidak terlalu mahal sehingga konsumennya adalah kelas menengah ke atas. Pemasaran oleh *kennel* ini dilakukan dengan iklan saat *dog show*.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

(3) Golden Castle

Alamat : Puri Indah, Jakarta Barat

Harga : Rp 10.000.000 – Rp 35.000.000

Deskripsi : *Golden Castle* merupakan salah satu kennel tertua di Indonesia. Banyak *kennel* besar yang mengawali karirnya dengan indukan dari kennel ini. *Golden Castle* menyilangkan anjing impor dengan anjing indukan lokal sehingga harga yang ditawarkan tidak terlalu mahal. *Kennel* ini dikenal dengan *kennel* yang menghasilkan anakan anjing dengan anatomi yang sangat bagus sehingga memiliki kemungkinan besar untuk menang di *dog show*. *Kennel* ini tidak melakukan pemasaran secara besar – besaran karena namanya sudah sangat terkenal di dunia anjing. Biasanya promosi hanya dilakukan dengan memasang iklan di buku daftar peserta saat *dog show*.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Target dan Ukuran Pasar

a. Target Pasar

- (1) Konsumen di Pulau Jawa dan Pulau Bali.
- (2) Peminat anjing laki – laki maupun perempuan yang berusia 20 – 55 tahun dengan pendapatan menengah ke atas.
- (3) Orang – orang yang hobi memelihara anjing.

b. Ukuran Pasar

Goldmine Kennel memiliki pasar di daerah Pulau Jawa dan Pulau Bali.

6. Strategi Pemasaran

a. Pembuatan Website

Sebuah *website* merupakan media yang tepat bagi konsumen untuk mengakses informasi *Goldmine Kennel*. Website ini nantinya akan berisi informasi tentang anakan anjing yang tersedia, anjing unggulan *Goldmine Kennel*, alamat, jam operasional, *contact person*, layanan penitipan anjing, rencana mengawinkan anjing, dan lain – lain.

Website akan dibuat menggunakan fasilitas *blogger*.

b. Media sosial

Belakangan ini pengguna media sosial di Indonesia sangat meningkat. Segala sesuatunya mulai diukur dengan media sosial. Maka dari itu, dengan memanfaatkan situasi tersebut *Goldmine Kennel* akan memaksimalkan promosinya melalui media sosial. Cara tersebut dipilih karena dianggap paling ampuh dalam menyebarkan informasi kepada konsumen. *Goldmine Kennel* akan melakukan promosi menggunakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



media sosial facebook, instagram, dan twitter dengan cara *update* tentang kelahiran

c anak anjing baru atau informasi bahwa anjing akan dikawinkan.

c. Mengikuti Lomba Anjing

Lomba anjing merupakan sarana yang sangat menguntungkan bagi peternak anjing untuk mempromosikan anjingnya, karena konsumen dapat melihat sendiri kualitas anjing Goldmine Kennel dibandingkan dengan peternakan lainnya. Jika anjing menang, maka harga anjing dapat menjadi mahal dan peternakan anjing akan semakin terkenal. Rencananya *Goldmine Kennel* akan mengikuti lomba anjing yang diselenggarakan di Jakarta sebanyak 3 kali setahun.

d. Kartu Nama

Cara promosi selanjutnya adalah memberikan kartu nama kepada calon konsumen.

Kartu nama berisi contact person yang dapat memberi informasi kepada konsumen.

e. Iklan di Buku Peserta

Goldmine Kennel akan memasang iklan di buku peserta pada lomba anjing. Buku peserta tersebut nantinya akan dibagikan kepada setiap pemilik anjing sehingga dapat dilihat oleh semua peserta.

f. Iklan di Website Komunitas Anjing

Selain iklan yang dipasang di buku peserta saat lomba anjing, *Goldmine Kennel* juga akan memasang iklan di sebuah *website* bernama AnjingKita.Com yang merupakan sarana bagi peminat anjing untuk saling bertukar informasi. Di *website* ini disediakan ruang untuk memasang iklan bagi pengunjung yang ingin menjual anjingnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



g. Mengikuti Jalan Pagi Bersama Komunitas

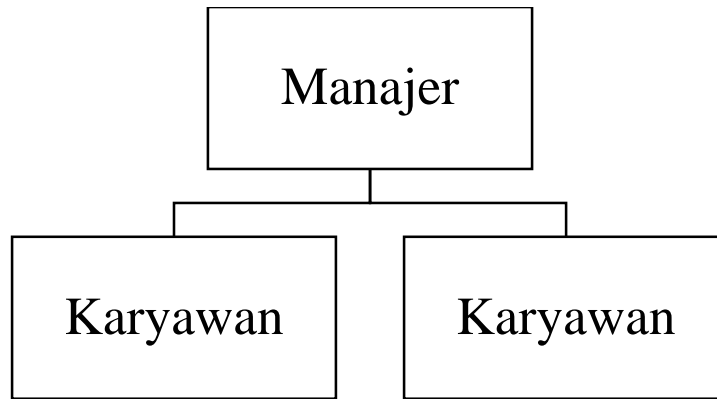
Ⓒ Kegiatan jalan pagi bersama anjing merupakan salah satu promosi yang tepat. Pada kegiatan ini peserta akan saling bertukar informasi tentang bagaimana cara merawat anjing, di mana mereka membeli anjing tersebut, dan lain – lain. Maka dari itu kegiatan ini dapat sangat berguna untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang *Goldmine Kennel*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

7. Tim Manajemen

Tim manajemen *Goldmine Kennel* terdiri dari seorang manajer dan 2 orang karyawan. Berikut adalah struktur organisasinya:

Gambar 9.1
Struktur Organisasi *Goldmine Kennel*



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



8. Kelayakan Keuangan

Berikut adalah analisis kelayakan keuangan *Goldmine Kennel*:

Tabel 9.1
Ringkasan Analisis Kelayakan Usaha *Goldmine Kennel*

Analisis	Batas	Hasil Perhitungan	Kesimpulan
<i>Net Present Value</i>	0	Rp 966.869.065	Layak
<i>Internal Rate of Return</i>	13,01%	68,98%	Layak
<i>Payback Period</i>	5 tahun	2 tahun, 13 hari	Layak

Sumber: Tabel 7.28

B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Jika dilihat dari konsep usaha, *Goldmine Kennel* memiliki usaha yang unik dan akan diminati oleh banyak orang di masa depan. Produk yang dimiliki juga unik dan berbeda dari bisnis lainnya. *Goldmine Kennel* tidak memiliki pesaing langsung, namun memiliki pesaing tidak langsung. Target pasarnya adalah laki – laki maupun perempuan berusia 20 – 55 tahun yang ingin memelihara anjing. Strategi pemasarannya menggunakan *website*, media sosial, mengikuti lomba anjing, kartu nama, iklan di buku peserta, iklan di *website* komunitas anjing, dan mengikuti jalan pagi bersama komunitas. Tim manajemen terdiri dari seorang manajer dan 2 orang karyawan.

Jika dilihat dari perhitungan analisis kelayakan usaha, *Goldmine Kennel* layak dari semua analisis yang dihitung yaitu *net present value*, *internal rate of return*, dan *payback period*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa usaha peternakan anjing *Goldmine Kennel* layak untuk dijalankan.

- Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
- Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 - Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.