



BAB I

PENDAHULUAN

A. Ide Bisnis

Bisnis ini berasal dari kecintaan saya pada hewan peliharaan. Selama pandemi, saya menghabiskan lebih banyak waktu untuk menjelajah online dan bahkan membuat akun media sosial untuk anjing saya. Dalam akun ini saya mendapatkan lebih banyak teman online dengan orang-orang yang kebanyakan tinggal di luar negeri. Kami membangun komunitas besar tempat kami berbagi ide dan menyebarkan hal-hal positif. Mereka berbagi masalah mereka dengan saya dan saya berbagi masalah saya dengan mereka. Kami berbicara tentang apa yang akan disukai hewan peliharaan kami untuk diberikan kepada mereka dan semua hal terkait hewan peliharaan lainnya.

Menurut pengawasan pemilik hewan peliharaan internasional yang dilakukan oleh Packaged Facts pada Agustus 2020, 79% pemilik mengatakan mereka lebih sering menggunakan internet, dengan 71% memesan dan membeli lebih banyak secara online, 56% memesan / membeli lebih banyak dengan aplikasi ponsel cerdas, dan 49 % membeli bahan makanan secara online lebih banyak. “Sekarang, dengan pandemi yang meledak, e-commerce telah dilacak dengan cepat sehingga rupa sehingga dalam semalam, strategi online yang kuat telah menjadi komponen penting dari operasi pasar hewan peliharaan dan kecil,” tulis David Lummis, pemimpin analis pasar hewan peliharaan untuk Fakta yang Dikemas, dalam Laporan Status Industri Berita Produk Hewan Peliharaan & Panduan Pembelian Tahunan.

Pawfection adalah bisnis berbasis online di mana saya akan menjual berbagai produk - mulai dari perlengkapan hewan peliharaan hingga pakaian untuk pemiliknya juga (sesuai dengan





hewan peliharaan mereka). Pawfection berasal dari kata 'perfection', 'paw', dan 'affection'.

Artinya setiap produk kami dibuat dengan cinta untuk pemilik dan hewan peliharaan mereka.

Setiap produk kami dibuat dengan ide untuk membuat hidup kami lebih dipenuhi dengan cinta dan kualitas tinggi.

Pawfection berbasis online dan juga akan menjadi toko online berbasis konveksi. Artinya saya akan bekerja sama dengan merek dan toko lain dan membantu menjual produk mereka dari Pawfection.

Bisnis ini tidak akan menyimpan inventory dan akan berbasis jual beli (made to order) online. Tidak akan ada Real Time Goods. Oleh karena itu fasilitas penyimpanan tidak diperlukan. Bisnis akan membutuhkan peralatan dasar seperti Komputer / Laptop, Printer, Pembungkus Kemasan, Wi-Fi, dan lain-lain. Karena pandemi ini saya akan mengoperasikannya di rumah.

Saya yakin ini adalah Niche besar yang bisa bermanfaat. Oleh karena itu saya akan memanfaatkan kesempatan ini.

B. Visi dan Misi

Pernyataan visi adalah pernyataan aspirasi menyeluruh organisasi tentang apa yang ingin dicapai atau akan dicapai. Pernyataan visi tidak memberikan target khusus. Perhatikan bahwa setiap contoh di atas dapat diterapkan pada banyak organisasi yang berbeda. Sebaliknya, visi adalah deskripsi luas tentang nilai yang diberikan organisasi. Ini adalah gambaran visual tentang

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian tanpa mencantumkan sumber:
a. Penyalinan 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.



apa yang organisasi coba hasilkan atau jadikan. Itu harus menginspirasi orang dan memotivasi mereka untuk ingin menjadi bagian dan berkontribusi pada organisasi. Pernyataan visi harus

1. jelas dan ringkas, biasanya tidak lebih dari paragraf pendek.

Pernyataan visi dan pernyataan misi sering kali membingungkan, dan banyak perusahaan menggunakan istilah tersebut secara bergantian. Namun, masing-masing memiliki tujuan yang berbeda. Pernyataan visi menggambarkan kemana organisasi ingin berada di masa depan; pernyataan misi menjelaskan apa yang perlu dilakukan organisasi sekarang untuk mencapai visi tersebut. Pernyataan visi dan misi harus saling mendukung, tetapi pernyataan misi lebih spesifik. Ini menentukan bagaimana organisasi akan berbeda dari organisasi lain dalam industrinya.

Karena lebih spesifik, pernyataan misi lebih bisa ditindaklanjuti daripada pernyataan visi.

Pernyataan misi mengarah pada tujuan strategis. Sasaran strategis adalah sasaran luas yang ingin dicapai oleh organisasi. Dengan menjelaskan mengapa organisasi itu ada, dan di mana serta bagaimana organisasi itu akan bersaing, pernyataan misi memungkinkan para pemimpin untuk menentukan serangkaian tujuan yang koheren yang cocok untuk mendukung misi.

Pawfection's Visioin and Mission:

Mission: Pawfection supplies is dedicated to provide quality, safe, and modern pet accessories, that have passed expert inspection to our beloved customers.

Vision: Making Pawfection a recognized centre for your precious pet fashion and passionate needs.

Hak Cipta dilindungi Undang-undang
Insitutur Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



©

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



C Tujuan Bidang Usaha

Memiliki hewan peliharaan adalah tanggung jawab besar. Mereka adalah makhluk hidup yang membutuhkan cinta, perhatian, dan perhatian terus-menerus - jenis yang juga akan Anda berikan kepada seorang anak. Dan makhluk ini membutuhkan persediaan yang tepat untuk membantu pertumbuhan dan kesejahteraannya. Mulai dari makanan, obat-obatan, mainan, produk perawatan, kebutuhan pelatihan, dan lainnya - setiap hewan tidak berhak mendapatkan apa pun selain yang terbaik.

Short term goals for this business:

1.) *Build an interactive pet community online to help spread awareness of the best products to buy for your pet and even for the 'hooman' (human/owner).*

2.) *Build a strong brand/ pet store positive awareness/recognition globally.*

3.) *Give the best online experience service for the customers*

Long term goals for this business:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- 1.) *Innovate and Evolve. Make our own branded products.*
- 2.) *Become one of the most recognized and trusted online Pet Store globally.*
- 3.) *Build a healthy and strong bond with our loyal customers.*

Meskipun mudah untuk melihat beberapa toko hewan peliharaan kecil yang bermunculan di sekitar kota yang menawarkan produk hewan peliharaan terbatas, sebagian besar toko besar, yang menawarkan rangkaian produk hewan peliharaan yang lebih komprehensif dan berkualitas, hampir tidak ada. Anda beruntung jika Anda tinggal cukup dekat dengan satu, tetapi bagi mereka yang tidak, sangat tidak nyaman untuk pergi ke berbagai toko hewan peliharaan untuk mendapatkan kebutuhan hewan peliharaan Anda terutama dengan masalah lalu lintas yang sedang berlangsung di Jakarta. Dan masuklah ke Toko Hewan Peliharaan Online.

D. Besar Peluang Bisnis

Toko perlengkapan hewan peliharaan bisa sangat sukses. Petco dimulai pada tahun 1965 sebagai bisnis suplai hewan pesanan melalui pos. Toko ritel pertama dibuka pada 1979, dan sekarang 1.150 toko beroperasi di seluruh Amerika Serikat sebagai bagian dari perusahaan milik publik. PetSmart adalah contoh lain dari toko perlengkapan hewan peliharaan yang dimulai dari skala kecil - hanya dua toko di Arizona pada tahun 1987 - dan tumbuh secara eksponensial, sekarang dengan lebih dari 1.200 toko.

- 1.) Adanya „Large Market“

Pasar hewan peliharaan sangat luas. Hewan peliharaan ditemukan di 62 persen rumah tangga di Amerika Serikat, yang setara dengan 79 juta rumah. Hewan peliharaan yang paling



umum dimiliki adalah ikan air tawar karena jumlah ikan di akuarium rata-rata. Namun jika dilihat dari persentase rumah tangga, hewan peliharaan yang paling banyak dijumpai adalah anjing 46,3 persen, disusul kucing, 38,9 persen. Ukuran pasar memainkan peran penting dalam kesuksesan bisnis.

2. Pengeluaran untuk peliharaan semakin meningkat – Owners are spending more money on their pets

Pengeluaran meningkat oleh pemilik hewan peliharaan yang meningkatkan peluang sukses untuk toko perlengkapan hewan peliharaan. Pemilik hewan peliharaan menghabiskan rata-rata \$ 254 per tahun untuk makanan anjing mereka dan \$ 220 per tahun untuk makanan kucing. Sebanyak \$ 20,64 miliar dihabiskan untuk makanan hewan pada 2012, sedangkan 2013 diproyeksikan mencapai \$ 21,26 miliar. IBIS sebuah firma riset pemasaran menyatakan bahwa penjualan toko hewan peliharaan mengalami peningkatan setiap tahun antara tahun 2008 dan 2012 dan diproyeksikan meningkat 3 persen dari tahun ke tahun pada tahun 2013

3. Menurut Forbes Potensi Bidang Industry Hewan sangat besar (semenjak pandemi COVID19)

In 2019, selling pet products online became the largest single sales channel for the first time, reaching 22% of the total pet products market. That growth has been led by Amazon and Chewy, which was bought by PetSmart in 2017 for \$3.35 billion. The coronavirus shutdown further accelerated the move to online sales, and is now driving online to 30% of the market. But the pandemic also turned the overall industry forecast upside down: Packed Facts said early this year that pet products would rise by 5% in 2020. Once the closure hit, the forecast

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



changed to negative, with non-food pet supplies down 23% and non-medical pet services declining by 47%.

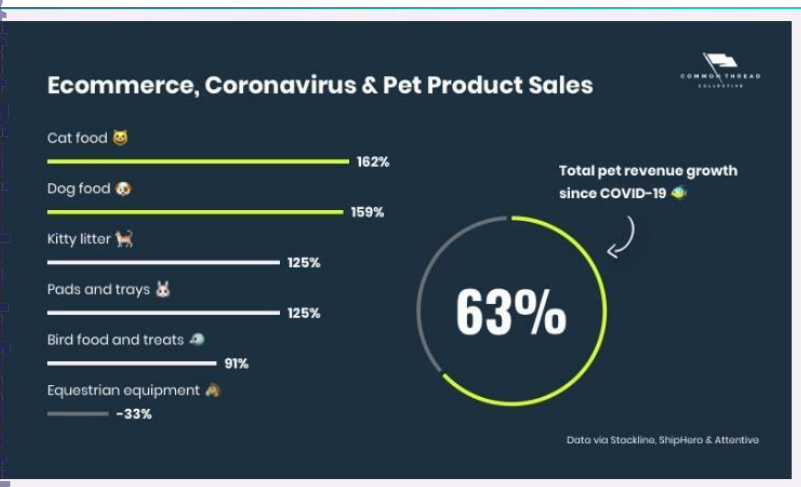
Sellers of pet products have had to race to catch up with the alarming rate of change in sales channels, mix of products being sold and the overall change from growth to decline.

As consumers have rethought where they buy their pet products, an even bigger opportunity has been created for online retailers and a more urgent and immediate challenge has been created for physical pet stores. The leading pet retailers, Petsmart and Petco (with over 3,000 stores combined nationwide), along with most pet retailers, responded to the pandemic by offering delivery and curbside pickup. But the big two have also had to reduce staff, cut advertising and shutter overhead.

Steve King, CEO of American Pet Products Association, says one of the unavoidable outcomes of coronavirus is more pet store closures. He's certainly right, but the ways that consumers interact with pet sales channels will continue to change as stores, online merchants and direct-to-consumer brands reshuffle how they present themselves in order to compete more effectively.¶

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengantarkan sumbernya.
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 IBI IKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI IKKG.



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

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

