



RENCANA PENDIRIAN

BISNIS PET SHOP

“PETS NEED” di LIPPO CIKARANG

MALIKA

AGUS SALIM, S.E., M.B.A., M.M.

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

Jl. Yos Sudarso Kav. 87 Sunter-Jakarta 14350

RINGKASAN EKSEKUTIF

PETS NEED merupakan sebuah perusahaan perseorangan yang menyediakan kebutuhan sehari-hari hewan peliharaan dengan menawarkan produk yang berkualitas tinggi dengan harga yang sepadan dengan kualitas yang di dapatkan dan menawarkan cek kesehatan kulit bagi hewan peliharaan, diutamakan adalah anjing dan kucing.

Lokasi usaha PETS NEED terletak di Ruko Easton no 24 Blok A, Lippo Cikarang Kabupaten Bekasi. Daerah ini dinilai sangat cocok untuk mendirikan usaha pet shop karena banyak penghuni di Lippo Cikarang dan sekitarnya mempunyai hewan peliharaan terutama anjing dan kucing, letak Lippo Cikarang pun sangat strategis karena berdekatan dengan 2 daerah yang dinilai sudah maju yaitu Deltamas dan Jababeka, kedua daerah tersebut juga memfokuskan bisnis kepada perumahan. Perumahan merupakan sasaran yang bagus untuk mendirikan pet shop karena rata-rata setiap cluster perumahan pasti mempunyai hewan peliharaan. Ruko Easton juga mempunyai lokasi yang strategis karena selain rukonya yang sudah ramai dan letaknya juga sangat dekat dengan perumahan maupun jalan utama.

Gambaran pertumbuhan ekonomi di Bekasi khususnya Cikarang menunjukkan suatu prospek yang menjanjikan ke depannya untuk usaha pet shop dan dengan pasar yang bisa dibidang potensial, selain itu rata-rata penduduk di daerah Lippo Cikarang dan sekitarnya merupakan kelas menengah atas. Karena prospek yang menjanjikan tentu PETS NEED tidak terlepas dari ancaman para pesaing sehingga dibuat analisis kelemahan maupun kekuatan pesaing.

Pendirian usaha PETS NEED membutuhkan modal sebesar Rp 855.000.000 (delapan ratus lima puluh lima juta rupiah) yang berasal 100% dari modal sendiri. Modal awal tersebut nantinya digunakan untuk membeli peralatan, perlengkapan, bahan baku, renovasi toko dan biaya-biaya lainnya yang menunjang kegiatan operasional perusahaan.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan penilaian kelayakan investasi disimpulkan bahwa usaha PETS NEED adalah layak dengan menghasilkan Net Present Value (NPV) sebesar Rp 20.394.786 (duapuluh juta tiga ratis Sembilan puluh empat tujuh ratus delapan puluh enam rupiah). Penilaian investasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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

dilakukan dengan menghitung Profitability Index yaitu sebesar 1,02, Dapat disimpulkan usaha layak untuk dijalankan karena nilainya lebih dari satu. Selain itu diketahui periode pengembalian investasi selama 3 tahun 6 bulan. Tingkat pengembalian suku bunga atau IRR sebesar 9,85% yang berarti proyek bisnis yang dilakukan oleh PETS NEED ini menguntungkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tidak diperjual belikan atau dipinjamkan kepada pihak lain tanpa izin Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

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.



EXECUTIVE SUMMARY

PETS NEED is a private company providing daily necessities pet by offering a high quality product at a price commensurate with the quality that they got and offers skin health checks for pets, dogs and cats are preferred.

PETS NEED business premises located in Easton office No. 24 Block A, Lippo Cikarang Bekasi Regency. The area is considered very suitable to start a business pet shop because many occupants in Lippo Cikarang and surrounding areas have pets, especially dogs and cats, the location of the Lippo Cikarang also very strategic because it is close to two areas considered to be advanced is Deltamas and Jababeka, these two regions also business focus to housing. Housing is a good target to set up a pet shop because on average each residential cluster must have a pet. Commercial Easton also has a strategic location because in addition rukonya already crowded and the location is also very close to the residential and main roads.

Overview of economic growth in Cikarang Bekasi in particular shows a promising future prospects for the business of pet shop and the market potential that could be considered, in addition to the average population in Lippo Cikarang and surrounding area is the upper middle class. Due to promising prospects PETS NEED certainly not in spite of the threat of competitors that made the analysis of the weaknesses and strengths of competitors.

PETS NEED business establishment requires a capital of Rp 855 million (eight hundred and fifty five million rupiah) derived 100% of its own capital. The initial capital will be used to purchase equipment, supplies, raw materials, store renovations and other costs that support the operations of the company.

From the results of calculations using investment appraisal PETS NEED concluded that the business is feasible to produce a Net Present Value (NPV) Rp 20,394,786. Rate investment company in generating profits made by calculating the Profitability Index is equal to 1.02, to conclude businesses are eligible to run for a value greater than one. Also note payback periods for 3 years and 6 months. Interest rate or rate of return IRR of 9.85%, which means business projects undertaken by PETS NEED profitable.



PENDAHULUAN

Latar Belakang

A. Data dan Alamat Usaha

a. Nama dan Alamat Usaha :

Nama Usaha : PETS NEED
Alamat Usaha : Ruko Easton no 24 Blok A, Lippo Cikarang
Jenis Produk : Makanan, perlengkapan, perawatan hewan
peliharaan dan cek kesehatan
Bentuk Badan Usaha : Perusahaan Perseorangan

b. Data Pemilik Usaha :

Nama Pemilik : Malika Velina
Alamat Pemilik Usaha : Jl Pakis Permai 3 no 9 Taman Tuscany, Perumahan
Meadow Green, Lippo Cikarang
Tempat Tanggal Lahir : 19 November 1994
No Handphone : 081218993190
Email : Malikavelina@gmail.com

B. Bidang Usaha

Pemilik menyadari bahwa semakin banyak masyarakat yang mempunyai hewan peliharaan tetapi fasilitas yang tersedia masih terbatas dalam hal pemenuhan kebutuhan hewan peliharaannya. Oleh karena itu pemilik berencana untuk mendirikan PETS NEED. PETS NEED adalah usaha yang berbentuk perusahaan perseorangan yang menyediakan keperluan hewan peliharaan yang lengkap dan seperti obat-obatan, makanan, perawatan dan keperluan hewan peliharaan lainnya seperti adanya fasilitas kesehatan hewan dengan kualitas yang sudah terjamin untuk para peliharaan.

PETS NEED berencana untuk memperkerjakan 5 orang karyawan untuk mengoperasikan pet shop tersebut dan melayani pengunjung yang datang. PETS NEED memberikan konsep pet shop yang berbeda dibandingkan dengan pet shop lainnya yang berada di Lippo Cikarang yaitu setiap pengunjung yang datang bebas membawa hewan peliharaannya sehingga peliharaan bisa berkomunikasi dengan peliharaan lainnya dan setiap pengunjung yang ingin memeriksa kesehatan peliharaannya dikenakan gratis biaya konsultasi dan kami juga menjual makanan raw food bagi pemilik yang menyukai





makanan yang alami tanpa pengawet bagi hewan kesayangannya. PETS NEED mempunyai dekorasi yang sederhana tetapi menarik untuk pengunjung dan hewan peliharaan yang datang sehingga tingkat stress yang mungkin dialami hewan peliharaan saat datang ke PETS NEED akan berkurang.

Dalam hal penyediaan kebutuhan hewan peliharaan PETS NEED dapat dibillang lengkap karena kami menyediakan makanan yang berkualitas sangat baik sampai yang berkualitas biasa saja dan dalam hal perawatan dan perlengkapan hewan peliharaan, kami menyediakan pilihan yang terbaik disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing hewan peliharaan dan dalam hal penyediaan ketersediaan obat-obatan, kami menyediakan obat-obatan komersil yang bisa direferensikan kepada kebutuhan pasien yang mengecek kesehatan kulitnya di PETS NEED. Dengan mempertahankan konsistensi dan pelayanan yang baik, PETS NEED yakin akan terus mengalami pertumbuhan dan berjalan sukses.

C. Kebutuhan Modal

Untuk pembukaan usaha PETS NEED ini, diperlukan dana sebesar Rp 855.000.000 yang mana dana tersebut akan dialokasikan sebaik mungkin. Berikut adalah alokasi dana awal yang akan dilakukan PETS NEED .

Tabel 1.1

PETS NEED

Kebutuhan Modal

Keterangan	Jumlah (Rp)	Total (Rp)
Kas Cadangan	84.205.800	
Sewa ruko	55.000.000	
Bahan baku (Raw Food)	69.192.600	
Persediaan barang dagang	354.597.600	
Biaya peralatan dapur	4.128.000	
Biaya tenaga kerja	226.250.000	
Biaya pemasaran	3.930.000	
Kendaraan	14.700.000	
Biaya perlengkapan toko	4.570.000	
Biaya renovasi ruko	12.669.000	
Biaya peralatan toko	25.757.000	
TOTAL KEBUTUHAN DANA		855.000.000

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. 2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ANALISIS INDUSTRI

Visi

Menurut Fred R. David (2010:16) mengembangkan pernyataan visi sering kali dipandang sebagai langkah pertama dari perencanaan strategis, bahkan mendahului pembuatan pernyataan misi. Visi merupakan pernyataan berupa satu kalimat tunggal. Visi yang jelas memberikan dasar untuk mengembangkan pernyataan misi yang komprehensif. Visi dari PETS NEED adalah “Menjadi petshop yang terkenal dan memuaskan kebutuhan pecinta hewan di Lippo Cikarang”.

Misi

Menurut Fred R. David (2010:16) misi adalah pernyataan tujuan yang secara jelas membedakan satu bisnis dari perusahaan-perusahaan lain yang sejenis. Pernyataan misi yang jelas melukiskan nilai dan prioritas dari sebuah organisasi. Pernyataan misi secara umum menggambarkan arah masa depan suatu organisasi. Misi dari PETS NEED adalah

1. Menyediakan produk yang berkualitas tinggi dan lengkap untuk keperluan hewan peliharaan dibandingkan dengan petshop sekitarnya.
2. Menyediakan cek kesehatan kulit yang terjamin dengan tenaga kerja yang handal demi kesehatan kulit hewan peliharaan
3. Berinovasi adalah prinsip utama petshop PETS NEED
4. Turut mendukung komunitas hewan dan ajang kontes hewan yang diadakan di Jabodetabek

Analisis Pesaing

Competitive Profile Matrix

Faktor-faktor Keberhasilan Penting	Bobot	PETSNEED		Pet Corner		Gabe Petshop	
		Peringkat	Skor Bobot	Peringkat	Skor Bobot	Peringkat	Skor Bobot
Kualitas Produk	0,25	4	1	3	0,75	3	0,75
Harga	0,10	4	0,4	4	0,4	4	0,4
Kelengkapan Produk	0,20	4	0,8	3	0,6	3	0,6
Lokasi Strategis	0,15	4	0,6	4	0,6	4	0,6
Pelayanan Jasa	0,10	4	0,4	4	0,4	4	0,4
Kelengkapan Jasa	0,10	3	0,3	4	0,4	4	0,4
Reputasi	0,10	2	0,2	4	0,4	3	0,3
TOTAL	1		3,7		3,55		3,45

SWOT MATRIX

<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>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.</p>	Strengths	Weaknesses
	<ol style="list-style-type: none"> Menyediakan produk lebih beragam yang berkualitas dengan harga yang bersaing dan pelayanan yang baik. Memiliki konsep bisnis yang unik dan menjual makanan raw food dan pemilik boleh membawa hewan peliharaannya Menyediakan jasa cek kesehatan kulit hewan dengan layanan konsultasi gratis dan menjual obat yang sesuai Lokasi yang strategis 	<ol style="list-style-type: none"> PETS NEED pendatang baru, reputasinya belum diketahui oleh pasar sasaran Profesionalisme kinerja jasa PETSNEED masih lemah Variasi jasa yang ditawarkan belum lengkap
<ol style="list-style-type: none"> Bukti penelitian mengatakan mempunyai hewan peliharaan dapat menurunkan stress Mempunyai hewan peliharaan sudah menjadi gaya hidup masyarakat Tingginya kesadaran pemilik hewan untuk menjaga kesehatan hewan peliharaannya Mempunyai hewan peliharaan dijadikan sebagai mata pencaharian Banyaknya ajang kontes kecantikan dan ketangguhan hewan peliharaan 	SO Strategies	WO Strategies
	<ol style="list-style-type: none"> Menyediakan fasilitas kesehatan dengan standar yang baik dan ahli kesehatan yang handal (S3,O3) Menyediakan makanan alami tanpa bahan pengawet dan mengandung nutrisi lengkap (S2,O3) Menyediakan produk yang lengkap untuk memudahkan konsumen membuat pilihan dan memberikan layanan delivery (S1,O2) 	<ol style="list-style-type: none"> Menyediakan jasa pemacakan hewan (W3,O4) Terus melakukan perbaikan dengan mengambil pengalaman dalam pelayanan jasa (W2,O3) Memasang iklan di media setempat (W1,O2)
<ol style="list-style-type: none"> Kenaikan nilai dollar terhadap rupiah Muncul pendatang 	ST Strategies	WT Strategies
	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan peramalan dan memperbanyak 	<ol style="list-style-type: none"> Berinovasi dengan menambah 1 pelayanan jasa (





<p>baru dengan meniru ide dan konsep dari PETS NEED</p> <p>3. Perkembangan era digital yang semakin besar sehingga perusahaan harus menyesuaikan dengan teknologi terkini</p>	<p>persediaan produk untuk dijual nantinya (S1 , T1)</p> <p>2. Melakukan inovasi baik secara teknologi maupun layanan yang ditawarkan (S2,T2)</p>	<p>W3,O2)</p> <p>2. Melakukan promosi menggunakan media internet dan membuat sendiri jaringan sosial online (W1,O3)</p>
---	---	--

Segmentasi Pasar

1. Segmentasi Geografis

Dalam segmentasi geografis pembagian pasar dibagi berdasarkan unit geografis seperti negara, negara bagian, wilayah, kabupaten, kota, atau lingkungan sekitar. Berdasarkan segmentasi geografis, PETS NEED melakukan fokus segmentasi pada konsumen yang berada di daerah Cikarang lebih tepatnya di daerah Lippo Cikarang dan Jababeka sekitarnya. Hal ini dikarenakan Lippo Cikarang dan Jababeka merupakan daerah perumahan yang sudah ramai dan terus mengalami pertumbuhan dan kawasan perumahan merupakan pasar yang strategis untuk industri pet shop, selain itu Lippo Cikarang dan Jababeka berlokasi sangat dekat dan strategis.

2. Segmentasi Demografis

Di dalam segmentasi demografis, pasar dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variable seperti usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, kebangsaan dan kelas sosial. Segmentasi ini mempunyai hubungan yang paling erat dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Berikut adalah variable demografis yang digunakan untuk segmentasi pasar :

- a. Usia dan tahap siklus hidup
Segmentasi ini dikelompokkan berdasarkan usia dan siklus hidup seseorang karena keinginan dan kemampuan konsumen berubah sesuai dengan usianya. PETS NEED fokus kepada konsumen yang berusia 15 tahun ke atas karena dianggap usia tersebut dimana seseorang sudah bisa mengambil keputusan pembelian sendiri.
- b. Jenis Kelamin
Segmentasi ini membagi pasar ke sejumlah kelompok yang berbeda jenis kelamin, pria dan wanita dianggap mempunyai sikap dan perilaku yang berbeda. Fokus segmentasi PETS NEED adalah untuk semua jenis kelamin yaitu pria dan wanita, karena baik pria dan wanita mempunyai potensi yang besar untuk mempunyai hewan peliharaan.



c. Pendapatan

Segmentasi ini membagi pasar berdasarkan kelas pendapatan dari kelompok yang berbeda-beda. Fokus segmentasi PETS NEED yaitu masyarakat dengan pendapatan mulai dari kisaran Rp 4.000.000,-/bulan.

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi ini konsumen dibagi menjadi berbagai kelompok berdasarkan sifat psikologis/kepribadian, gaya hidup atau nilai. Orang-orang yang berada di kelompok demografi yang sama bisa memiliki profil psikografis yang sangat berbeda. Berikut adalah variable dari segmentasi psikografis :

a. Gaya hidup

Variabel segmentasi ini mengklasifikasikan pasar ke dalam segmen pasar yang dapat diidentifikasi dengan pola gaya hidup yang spesifik. VALS membagi gaya hidup ke dalam delapan bagian yaitu : penemu, pemikir, pencapai, orang yang mengalami, peganut, pekerja keras, pembuat dan bertahan hidup. Berdasarkan hal tersebut maka PETS NEED fokus kepada golongan orang yang mengalami yaitu kaum pecinta hewan yang antusias dalam merawat hewan peliharaannya dan beranggapan bahwa mempunyai hewan peliharaan dapat menaikkan status sosial si pemilik.

b. Karakteristik kepribadian

Variabel segmentasi ini membagi pasar ke dalam karakteristik kepribadian yang berbeda-beda dan dikelompokkan untuk menjadi informasi yang bermanfaat bagi perusahaan. Fokus segmentasi PETS NEED yaitu masyarakat yang memiliki kecintaan terhadap hewan dan bertanggung jawab dalam merawat hewan peliharaannya.

4. Segmentasi Perilaku

Dalam segmentasi ini, pembeli dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan atau respons terhadap sebuah produk. Fokus segmentasi PETS NEED yaitu bagi mereka yang menyukai binatang seperti anjing, kucing, hamster dan binatang lainnya dan peduli terhadap kualitas hidup hewan peliharaan mereka.

Targeting

Target pasar dari PETS NEED adalah konsumen kalangan menengah ke atas, karena dilihat dari sisi lingkungan yaitu reputasi Lippo Cikarang yang membangun perumahan yang hanya bisa dicapai oleh kalangan menengah ke atas dan harga produk yang dijual oleh PETS NEED mulai dari Rp 90.000. Target pasar PETS

NEED berikutnya fokus kepada segmentasi psikografis yaitu para konsumen yang merupakan pecinta hewan yang bertanggung jawab dalam merawat hewan peliharaannya, konsumen yang memperhatikan kualitas hidup dan kesehatan hewan peliharaannya dan konsumen yang mempunyai binatang dengan kualitas bagus.

Positioning

Produk dari PETS NEED diposisikan sebagai suatu produk untuk para konsumen baik wanita maupun pria yang mengutamakan kesehatan, kualitas hidup dan kebahagiaan binatang peliharaannya terutama kesehatan anjing dan kucing peliharaannya dan hanya menjual produk yang berkualitas dengan harga yang sesuai dengan kualitas yang didapat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.

PERENCANAAN JASA dan OPERASIONAL

Waktu Operasional

Hari	Waktu Operasi
Senin-Jumat	10.00 – 20.00
Sabtu-Minggu	08.00 – 19.00

Proses Pengadaan Produk



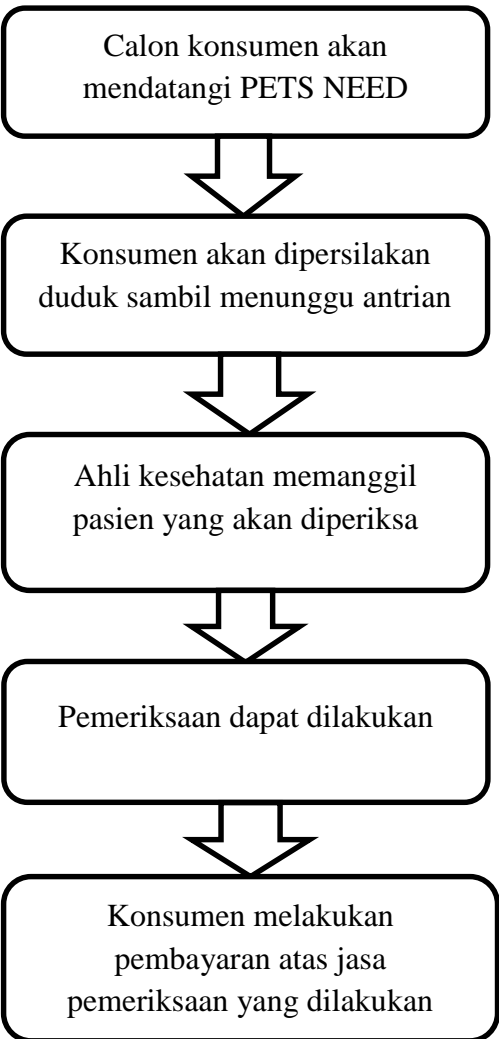
Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip 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.





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

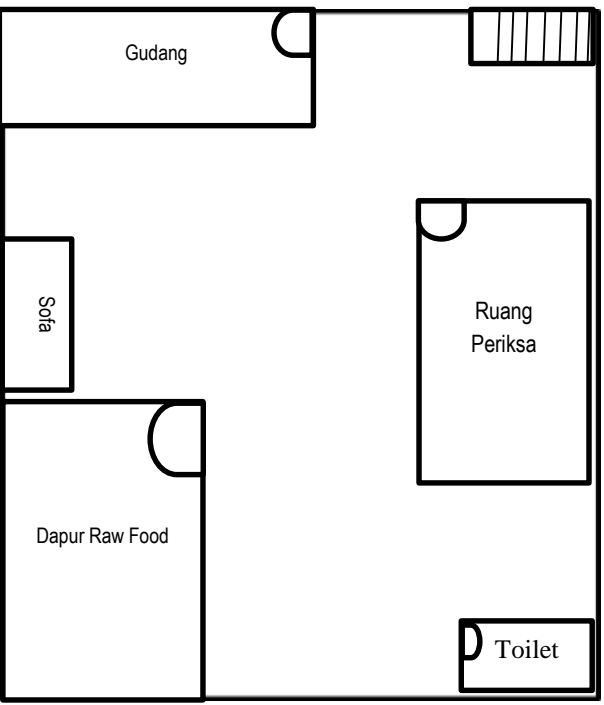
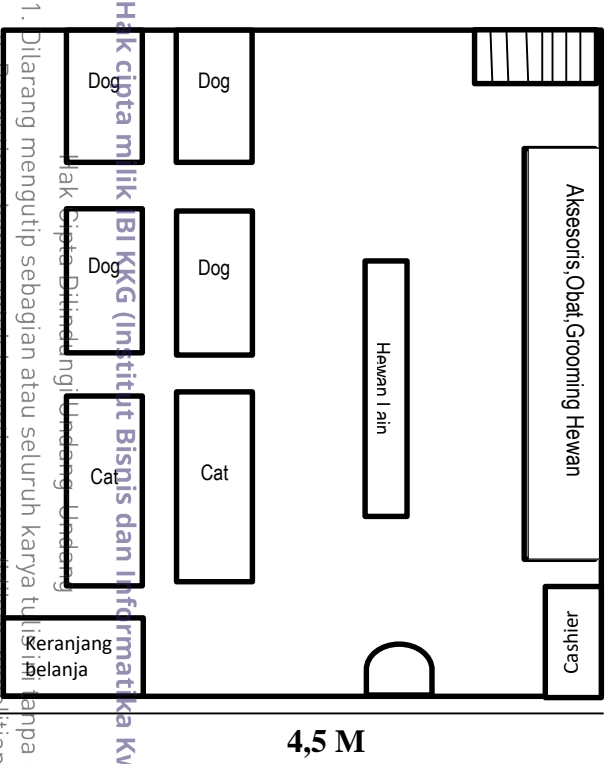
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

Layout Ruang Usaha



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



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



Rencana Awal Pendirian Usaha

Bulan / Keterangan	Des 2016	Jan 2017	Feb 2017	Maret 2017	April 2017	Mei 2017
Penataan toko						
Mencari supplier						
Pendaftaran NPWP						
Mendaftarkan SIUP						
Membeli peralatan dan perlengkapan						
Perekrutan tenaga kerja						
Memasok produk untuk dijual						
Melakukan promosi melalui media iklan						
Buka Toko						

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Promosi

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Sedangkan promosi menurut Kotler dan Armstrong (2008 : 63) adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya.

Ada empat jenis kegiatan promosi yaitu :

1. Periklanan (Advertising)

Bentuk promosi non personal dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembelian. Periklanan menawarkan suatu produk kepada konsumen dengan cara mengemukakan alasan supaya membeli.

PETS NEED menggunakan sarana periklanan berupa media cetak yaitu majalah bulanan Lippo Cikarang yang bernama Good News dan Koran Kompas yang dilakukan dalam waktu yang telah ditentukan. Situs Internet seperti anjingdijual.com juga akan digunakan PETS NEED sebagai sarana promosi komersil dengan memasang iklan di situs tersebut dan PETS NEED juga akan menggunakan media sosial seperti instagram, facebook dan twitter sebagai sarana promosi dengan memposting produk yang ditawarkan PETS NEED. Untuk mendapat pengikut di akun media sosial tersebut, PETS NEED akan menanyakan *ID* dari konsumen masing-masing dan memberi tahu kepada konsumen tentang *ID* perusahaan.

2. Penjualan Tatap Muka (Personal Selling)

Bentuk promosi secara personal dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk merangsang pembelian atau kegiatan mempromosikan suatu produk dengan cara mendatangi ke tempat konsumen

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



berada, oleh seorang wiraniaga atau salesperson. Dengan adanya kontak langsung antara wiraniaga dan konsumen, maka terjadilah komunikasi dua arah.

Penjualan Tatap Muka yang dilakukan PETS NEED adalah dengan menggunakan fasilitas komunikasi online seperti Whatsapp, Line dan Email. Jika PETS NEED sudah mendapatkan kontak konsumen maka penyampaian promosi dan keuntungan berbelanja di PETS NEED akan menjadi lebih mudah.

3. Publisitas

Bentuk promosi non personal mengenai usaha untuk merangsang permintaan dari suatu produk secara non personal yang bersifat komersial. Cara ini sangat baik untuk memperkenalkan perusahaan atau produk yang dihasilkan, karena publisitas dapat mencapai pembeli yang potensial yang tidak dapat dicapai dengan personal selling.

Salah satu pemasaran publisitas yang dilakukan PETS NEED adalah dengan aktif mengikuti kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pecinta hewan dan aktif menjadi sponsor di dalam suatu acara yang paling menguntungkan bagi PETS NEED. Dengan menjadi sponsor maka kemungkinan PETS NEED akan dikenal oleh konsumen yang potensial menjadi lebih besar.

4. Promosi Penjualan

Bentuk promosi diluar ketiga bentuk diatas yang ditujukan untuk merangsang pembelian. Promosi penjualan menawarkan suatu produk dengan cara memberikan rangsangan supaya membeli. Rangsangan ini bisa berupa uang, barang atau pelayanan tambahan lainnya yang biasanya tak disertakan bersama produk tersebut.

Bentuk promosi penjualan yang dilakukan oleh PETS NEED adalah dengan seolah-olah membuat konsumen beranggapan akan mendapatkan keuntungan lebih jika berbelanja di PETS NEED, dalam hal ini adalah dari segi harga. PETS NEED akan memberikan cek kesehatan kulit gratis dan gratis produk raw food dengan syarat dan ketentuan berlaku. Dengan adanya seolah-olah memberikan produk gratis saat pembukaan toko diharapkan dapat membuat konsumen menjadi tertarik untuk berbelanja di perusahaan dan menanamkan citra PETS NEED yang positif di mata konsumen.

Ramalan Penjualan

Periode Waktu	Jumlah Penjualan (unit)						Total Penjualan
	Produk				Jasa		
	Makanan	Aksesoris	Grooming	Obat dan Vitamin	Pemeriksaan Mikroskop	Pemeriksaan Jamur	
Maret	150	50	95	85	108	103	591
April	100	30	40	60	95	96	421
Mei	119	30	45	50	90	85	419
Juni	124	25	49	45	75	79	397
Juli	121	15	36	70	55	88	385
Agustus	145	20	31	45	48	75	364
Sept	100	29	40	33	60	87	349



Oktober	115	45	33	45	79	105	422
Nov	110	46	30	65	90	96	437
Des	101	30	50	50	56	89	376
Januari	129	19	42	67	78	98	433
Februari	140	19	36	56	98	99	448
Maret	125	45	50	73	68	100	461
Total	1.579	403	527	744	1.000	1.200	5.503

Rencana Pengendalian

1. Untuk menaikkan reputasi maka PETSNEED harus membangun hubungan baik dengan komunitas hewan Cikarang seperti PAC (Pecinta Anjing Cikarang) seperti turut aktif mendukung acara yang diadakan organisasi tersebut dan memancing konsumen untuk melakukan pemasaran *mouth to mouth* dengan memanfaatkan sarana media sosial seperti Twitter dan Instagram. Konsumen yang merasa puas berbelanja di PETS NEED maka secara otomatis akan menyebarkan informasi kepada relasi mereka, untuk itu PETS NEED akan selalu menjaga kualitas produk yang dijual dan kualitas jasa yang dapat dinilai oleh konsumen

2. Untuk menangani usaha kita tersaingi oleh pesaing maka PETS NEED akan selalu melakukan inovasi baru dari segi pelayanan maupun produk yang dijual. PETS NEED juga akan menghargai setiap ide bagus yang bermanfaat untuk perkembangan usaha, maka dari itu PETS NEED akan memotivasi dan menantang karyawan untuk selalu berpikir kreatif sehingga ide-ide baru bisa mengalir dari semua tempat.

3. Pesaing baru akan dianggap membuat usaha terancam jika perusahaan menganggap bahwa pesaing baru tersebut bisa merebut loyalitas konsumen dari perusahaan tersebut. PETS NEED selalu mengutamakan loyalitas konsumen, oleh karena itu setiap konsumen yang rutin berbelanja di PETS NEED maka akan diberikan pelayanan spesial yaitu bisa diberikan produk berupa voucher diskon untuk jumlah pembelian tertentu dan gratis produk dengan rentang harga tertentu untuk minimal lima kali memeriksa kesehatan kulit hewan peliharaan di PETS NEED.

4. Melakukan pemasaran dan promosi secara gencar sehingga target penjualan bisa tercapai setiap bulannya dan mengalokasikan anggaran dengan benar terhadap biaya yang dianggap penting dan rutin dikeluarkan setiap bulan.

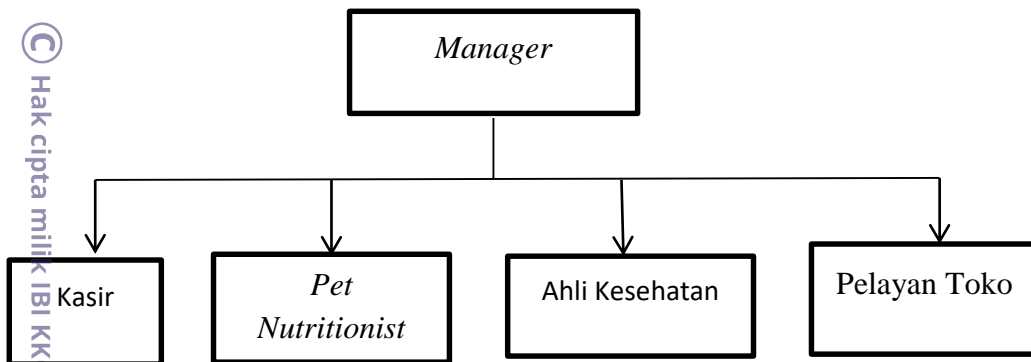
Kompensasi

No	Jabatan	Jumlah (orang)	2017	2018	2019	2020
1	Manajer	1	56.250.000	57.375.000	58.522.500	59.692.950
2	Ahli Kesehatan	1	43.750.000	44.625.000	45.517.500	46.427.850
3	Pelayan Toko	1	41.250.000	42.075.000	42.916.500	43.774.830
4	<i>Pet Nutritionist</i>	1	43.750.000	44.625.000	45.517.500	46.427.850
5	Kasir	1	41.250.000	42.075.000	42.916.500	43.774.830
	Total	5	226.250.000	230.775.000	235.390.500	240.098.310

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



Struktur Organisasi



Evaluasi Resiko

PETS NEED merupakan pendatang baru sehingga reputasinya belum dikenal sebagian besar masyarakat di Lippo Cikarang peduli terhadap kesehatan dan tingkat kepuasan hidup binatang peliharaannya, karena hal itu secara otomatis mereka akan terus mencari pet shop dan klinik yang menurut mereka terbaik. Melihat peluang tersebut walaupun PETS NEED masih terbilang baru dan orang masih meragukan kualitas produk dan jasa yang diberikan oleh PETS NEED, oleh karena itu PETS NEED akan memberikan promosi dan memasang iklan melalui media elektronik, media cetak setempat dan komunitas anjing Cikarang. Saat awal pembukaan PETS NEED akan menanyakan data konsumen dan menawarkan kartu member kepada konsumen dengan pembelian minimal 200 ribu dan, kartu member berguna bagi perusahaan karena dengan adanya kartu member perusahaan dapat mempererat hubungan jangka panjang dengan konsumen dan membuat loyalitas konsumen meningkat. Program kartu member yang akan dilaksanakan salah satunya adalah dengan mengisi stempel kosong sampai penuh, jika stempel sudah penuh maka akan diberikan gratis cek kesehatan atau gratis *raw food* dengan berat yang sudah ditentukan yaitu 250 gram. Promosi seperti itu tentu akan menaikkan reputasi PETS NEED di kalangan pecinta binatang.

2. Ide usaha mudah ditiru

Salah satu ide usaha dari PETS NEED yang mudah ditiru oleh pesaing adalah pembuatan *raw food*. Pembuatan *raw food* mudah ditiru karena bahan baku dari makanan tersebut banyak tersedia di pasaran, tetapi yang tidak bisa ditiru oleh pesaing adalah komposisi untuk membuat makanan tersebut. Oleh karena itu PETS NEED khusus memperkerjakan *Pet Nutritionist* agar komposisi makanan tersebut bisa seimbang, jika komposisi makanan seimbang akan berpengaruh terhadap performa anjing dan kucing seperti bulu menjadi lebih halus, tingkat energi meningkat dan berat badan menjadi proposional. Namun dari segi ide pemasaran seperti adanya kartu member susah untuk ditiru oleh pesaing karena disamping pesaing harus menyediakan pendanaan lebih besar, pesaing juga harus mempunyai teknologi komputer yang memadai.

3. Munculnya pesaing atau kompetitor baru

PETS NEED sebagai pendatang baru di pasar pet shop dan klinik di Lippo Cikarang akan menghadapi tantangan yang cukup besar. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah munculnya pesaing atau kompetitor baru. PETS NEED sebagai pendatang baru di pasar pet shop dan klinik di Lippo Cikarang akan menghadapi tantangan yang cukup besar. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah munculnya pesaing atau kompetitor baru.

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

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



Jika suatu usaha mempunyai potensi untuk berkembang pesat dan direspon positif oleh masyarakat maka secara otomatis pesaing baru akan muncul dengan ide yang lebih baik. Hal ini sangat mungkin terjadi pada PETS NEED karena PETS NEED menyediakan hal yang diinginkan oleh kalangan pecinta binatang terutama anjing dan kucing yaitu berupa pengobatan yang harganya akan lebih rendah dibandingkan jika ke dokter hewan dan menjual makanan yang memenuhi kebutuhan anjing dan kucing. Maka dengan resiko ini, PETS NEED akan terus melakukan inovasi dan peningkatan dari segi pemasaran maupun dari segi produk dan jasa yang dijual.

Resiko keuangan

Karena posisi PETS NEED di pasar sebagai perusahaan yang belum matang dan pendatang baru, maka ketersediaannya pendanaan bisa menjadi resiko bagi usaha. Untuk menanggulangi hal tersebut PETS NEED harus membuat promosi agar target penjualan bisa tercapai dan jika pendanaan untuk kelangsungan usaha tetap kurang maka PETS NEED akan melakukan efisiensi dari segi operasional, mengalokasikan anggaran keuangan lebih banyak untuk kegiatan promosi dan menambah jangkauan wilayah konsumen dengan cara memanfaatkan toko online sebagai alternatif lain untuk penghematan biaya dan pencapaian target penjualan.

PERENCANAAN KEUANGAN

Proforma Income Statement

Keterangan	2017	2018	2019	2020
Penjualan	747.276.600	998.127.032	1.222.375.520	1.734.882.300
Biaya Variabel				
Biaya Listrik	33.903.840	35.056.571,00	36.670.393	38.137.209
Persediaan barang	312.751.600	375.301.920	450.362.304	540.434.765
Biaya Perlengkapan Toko	4.570.000	4.935.600	5.330.448	5.756.884
Biaya Air	4.518.000	4.671.612	4.830.444	4.994.676
Biaya Bahan Baku (Raw Food)	69.192.600	83.031.120	99.637.344	119.564.813
Biaya Pemasaran	3.930.000	4.008.600	4.201.783	4.170.547
Total Biaya Variabel	428.866.040	507.005.423,00	601.032.716	713.058.894
Margin Kontribusi	318.410.560	491.121.609,00	621.342.803,70	1.021.823.406
Biaya Tetap				
Biaya Gaji Karyawan	226.250.000	230.775.000	235.390.500	240.098.310
Biaya Penyusutan Peralatan Dapur	1.032.000	1.032.000	1.032.000	1.032.000
Biaya Penyusutan Peralatan Toko	6.439.250	6.439.250	6.439.250	6.439.250
Biaya Penyusutan Kendaraan	2.550.000	2.550.000	2.550.000	2.550.000
Biaya Internet dan Telepon	6.420.000	6.420.000	6.420.000	6.420.000
Biaya sewa ruko	55.000.000	55.000.000	55.000.000	55.000.000
Total Biaya Tetap	242.691.250	302.216.250	306.831.750	311.539.560
Laba sebelum Pajak (EBT)	75.719.310	188.905.359,00	314.511.053,70	710.283.846
Pajak Penghasilan	1.085.966	15.235.804	34.076.658	129.070.962

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.



Laba Setelah Pajak (EAT)	74.633.345	173.669.555,15	280.434.395,65	581.212.885
---------------------------------	-------------------	-----------------------	-----------------------	--------------------

Cash Flow Projection

Keterangan	2016	2017	2018	2019	2020
Arus Kas Masuk					
Modal disetor	855.000.000	0	0	0	0
Penerimaan penjualan bersih	0	747.276.600	998.127.032	1.222.375.520	1.734.882.300
Total arus kas masuk	855.000.000	747.276.600	998.127.032	1.222.375.520	1.734.882.300
Arus kas keluar					
Biaya sewa di bayar di muka	55.000.000		55.000.000	55.000.000	55.000.000
Peralatan toko	25.757.000				
Renovasi toko	12.669.000				
Peralatan dapur	4.128.000				
Persediaan barang dagang		354.597.600	375.301.920	450.362.304	540.434.765
Biaya bahan baku		69.192.600	83.031.120	99.637.344	119.564.813
Biaya gaji		226.250.000	230.775.000	235.390.500	240.098.310
Biaya listrik		33.903.840	35.259.993,60	36.670.393	38.137.209
Biaya air		4.518.000	4.671.612	4.830.444	4.994.676
Biaya telepon dan internet		6.420.000	6.420.000	6.420.000	6.420.000
Perengkapan toko	4.570.000		4.935.600	5.330.448	5.756.884
Biaya Pemasaran		3.930.000	4.008.600	4.088.772	4.170.547
Pph		1.085.966	15.235.804	34.076.658	129.070.962
Total arus kas keluar	102.124.000	699.898.006	814.639.649	931.806.863	1.143.648.165
Arus kas bersih	752.876.000	47.378.595	183.487.383	290.568.657	591.234.135
Saldo kas awal	0	752.876.000	800.254.595	983.741.977	1.274.310.634
Saldo kas akhir	752.876.000	800.254.595	983.741.977	1.274.310.634	1.865.544.768

Proforma Balance Sheet

Keterangan	Per 1 Jan 2017	Per 31 Des 2017	2018	2019	2020
Aktiva					
Aktiva Lancar :					
Kas	84.205.800	766.048.795	949.536.177	1.240.104.834	1.831.338.968
Perengkapan toko	4.570.000	0	4.935.600	5.330.448	5.756.884
Sewa dibayar di muka	55.000.000		55.000.000	55.000.000	55.000.000
Persediaan barang dagang	354.597.600	0	375.301.920	450.362.304	540.434.765
Bahan Baku	69.192.600	0	83.031.120	99.637.344	119.564.813
Biaya pemasaran	3.930.000		4.008.600	4.088.772	4.170.547
Biaya tenaga kerja	226.250.000	226.250.000	230.775.000	235.390.500	240.098.310
Total Aktiva Lancar	797.746.000	992.298.795	1.702.588.417	2.089.914.202	2.796.364.287
Aktiva Tetap :					
Motor	14.700.000	14.700.000	14.700.000	14.700.000	14.700.000
Akum. Depr. Kendaraan	0	2.550.000	5.100.000	7.650.000	10.200.000
Peralatan toko	25.757.000	25.757.000	25.757.000	25.757.000	25.757.000
Akum. Depr. Peralatan Toko	0	6.439.250	12.878.500	19.317.750	25.757.000
Peralatan dapur	4.128.000	4.128.000	4.128.000	4.128.000	4.128.000
Akum. Depr. Peralatan Dapur	0	1.032.000	2.604.000	3.096.000	4.128.000
Renovasi Toko	12.669.000	0	0	0	0
Total Aktiva Tetap	57.254.000	34.563.750	24.002.500	14.521.250	4.500.000
Total Aktiva	855.000.000	957.735.045	1.726.590.917	2.104.435.452	2.800.864.287
Pasiva :					
Hutang Lancar :					
Hutang Dagang		0	0	0	0
Hutang Jangka Panjang	0	0	0	0	0
Total Pasiva	0	0	0	0	0
Modal :					
Modal Usaha	855.000.000	855.000.000	957.735.045	1.726.590.917	2.104.435.452
Laba Ditahan	0	102.735.045	768.855.873	377.844.535	696.428.835
Total Modal	855.000.000	957.735.045	1.726.590.917	2.104.435.452	2.800.864.287
Total Pasiva + Modal	855.000.000	957.735.045	1.726.590.917	2.104.435.452	2.800.864.287

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



Analisis Kelayakan Usaha

Break Even Point (BEP)

Tahun	FC	1-(VC/Sales)	BEP
2017	242.691.250	0,426094648	103.409.443
2018	302.216.250	0,49204319	148.703.448
2019	306.831.750	0,50830763	155.964.920
2020	311.539.560	0,588987164	183.492.802

Net Present Value (NPV)

Tahun	EAT	Depresiasi	Net Cash Flow	DF (9%)	PVNCF
2017	74.633.345	10.021.250	84.654.595	0,9174	77.662.125
2018	173.669.555	10.021.250	183.690.805	0,8417	154.612.551
2019	280.434.396	10.021.250	290.455.646	0,7722	224.289.850
2020	581.212.885	10.021.250	591.234.135	0,7084	418.830.261
Total PV of NCF					875.394.786
Initial Investment					855.000.000
Net Present Value (NPV)					20.394.786

Profitability Index (PI)

$$PI = \frac{875.394.786}{855.000.000} = 1,02$$

Payback Period (PP)

Jumlah Investasi	855.000.000
<i>Proceed</i> tahun ke 1	<u>(84.654.595)</u>
	770.345.405
<i>Proceed</i> tahun ke 2	<u>(183.690.805)</u>
	586.654.600
<i>Proceed</i> tahun ke 3	<u>(290.455.646)</u>
	296.198.954

$$PP \text{ Bulan} = (296.198.954 : 591.234.135) \times 12 = 6,012$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka PP PETS NEED adalah 3 tahun 6 bulan.



Internal Rate of Return

Tahun	Net Cash Flow	DF = 9%	Pv of NCF	DF = 11%	PV of NCF2
2017	84.654.595	0,9174	77.662.125	0,9009	76.265.324
2018	183.690.805	0,8417	154.612.551	0,8116	149.083.457
2019	290.455.646	0,7722	224.289.850	0,73112	212.357.932
2020	591.234.135	0,7084	418.830.261	0,6587	389.445.924
Total PV of NCF			875.394.786		827.152.638
Initial Investment			855.000.000		855.000.000
NPV (+)			20.394.786		(27.847.362)

$$IRR = 9\% + \left[\frac{20.394.786}{20.394.786 - (-27.847.362)} \times (11\% - 9\%) \right] = 9,85\%$$

Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan kedua NPV dan diskon faktor tersebut, maka ditemukan IRR PETS NEED sebesar 9,85%