

**LAPORAN PROYEK BISNIS MAHASISWA**

**DSRabbit**



**Dimas Septiawan**

19312387

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Di sini saya menyatakan orisinalitas Laporan Proyek Bisnis saya. Saya tidak mempresentasikan karya orang lain untuk mendapatkan gelar di universitas, saya juga tidak mempresentasikan kata-kata, ide, atau ungkapan orang lain tanpa pengakuan.

Jika di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi apapun sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan .

Yogyakarta, 11 Mei 2023



MENYATAI  
TEMPEL  
3CAKX166160311

Dimas Septiawan

**HALAMAN PENGESAHAN**

**LAPORAN PROYEK BISNIS  
MAHASISWA “DSRabbit”**

Dibuat oleh:

**Dimas Septiawan**

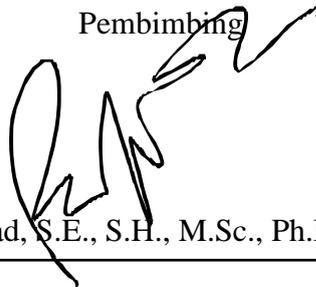
19312387

Disahkan oleh,

Yogyakarta, 2023

Dosen

Pembimbing



Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS., ASPM

---

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR WIRAUSAHA**

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**Laporan Proyek Bisnis Mahasiswa "DSRabbit"**

Disusun Oleh : Dimas Septiawan

Nomor Mahasiswa : 19312387

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

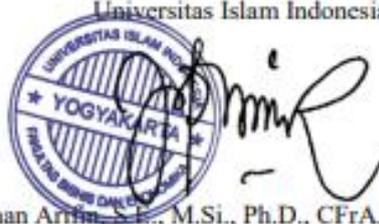
Pada hari, tanggal: 06 Juni 2023

Penguji/ Pembimbing TA : Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS., ASPM.

Penguji : Arif Fajar Wibisono, SE., M.Sc., CFra.



Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Johan Arif, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertIPSAS.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Proyek Bisnis ini. Penulisan Laporan Proyek Bisnis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia sebagai pengganti skripsi. Sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan proyek bisnis ini tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari awal perkuliahan sampai pada penyusunan laporan proyek bisnis ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- (1) Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS., ASPM, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan laporan akhir proyek bisnis ini;
- (2) Bapak dan Ibu saya atas segala kasih sayang, do'a, serta dukungan transferan;
- (3) Adik saya yang selalu memberikan semangat sekaligus menjadi penyemangat untuk saya agar bisa segera menyelesaikan tugas akhir ini;
- (4) Pelanggan DSRabbit yang selalu percaya dan mendukung berjalannya bisnis mulai dari awal sampai saat ini ;
- (5) Sahabat – sahabat saya dari lingkungan Desa, Kampus maupun Komunitas yang telah banyak membantu memberi motivasi dan semangat untuk bisa mendapatkan berbagai prestasi dan menyelesaikan tugas akhir di UII ;
- (6) Sahabat terbaik saya Iqbal, Raffi, Agus, Angga, Rudi, Ardyan, Joko, Edo, Asep, Galuh, Ella, Putri, Nanda, Isabel, Monita, Fira, Dhanti, Anya, Puput, Fita, Mira yang senantiasa menjadi orang penting di setiap hari yang saya jalani dan berpengaruh besar dalam pemenuhan tugas akhir ini ;
- (7) Tak lupa barisan para mantan yang sudah banyak memberikan warna – warni kehidupan

Akhir kata, semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga laporan proyek bisnis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Yogyakarta, 9 Mei 2023

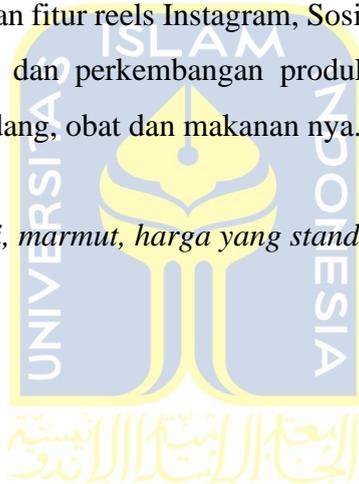
Penulis

## ABSTRAK

DSRabbit merupakan usaha yang bergerak dibidang penjualan hewan. DSRabbit fokus pada penjualan Kelinci dan marmut karena dianggap kedua hewan ini merupakan hewan yang bisa dipelihara oleh siapapun dan dengan biaya yang relatif ringan. Kedua hewan ini sangat disukai dikalangan pemuda karena dianggap hewan yang lucu dan bisa dijadikan hadiah kepada orang terkasih. Produk yang penulis tawarkan adalah jenis kelinci dan marmut dengan harga yang standar. Bisnis ini didirikan juga berkat penulis yang melihat peluang dalam penjualan kelinci ini sangatlah tinggi, sehingga dikemas dalam marketing yang bagus dengan harapan bisa semakin menunjang penjualan.

Proyek Bisnis ini dijalankan sejak tahun 2015, namun saat itu masih minimnya langkah inovasi dalam awal usaha nya, sehingga di tahun 2022 dikembangkanlah bisnis ini mulai dari marketing, sosial media dan produk yang dijual. Marketing yang dikemas dengan sangat menarik memanfaatkan fitur reels Instagram, Sosial media facebook dan Instagram dengan konten produk nya dan perkembangan produk yang tidak hanya kelinci dan marmut saja melainkan kandang, obat dan makanannya.

**Keyword :** *DSRabbit, kelinci, marmut, harga yang standar*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	2
C. Tujuan Program.....	2
D. Luaran yang Diharapkan .....	2
E. Manfaat Program.....	3
<b>BAB 2 TELAAH PUSTAKA</b>	
A. Hewan Ternak .....	4
B. Analisis SWOT .....	4
C. Business Model Canvas .....	5
D. Porter's Five Force Model.....	7
<b>BAB 3 METODE PELAKSANAAN</b>	
A. Gambaran Umum Rencana Usaha .....	9
B. Gagasan Kegiatan Usaha.....	10
C. Peluang Pasar .....	11
D. Analisis Kelayakan Usaha.....	11
<b>BAB 4 RENCANA DAN ANGGARAN PROYEK BISNIS</b>	
A. Rencana dan Jadwal Proyek Bisnis .....	18
B. Anggaran Proyek Bisnis.....	21
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>23</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>25</b>

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Penduduk Indonesia yang bertempat tinggal di pedesaan memanfaatkan kondisi alam sebagai tempat untuk mengembangkan usaha peternakan mereka, namun bukan berarti dilingkungan perkotaan tidak ada masyarakat yang usahanya dibidang peternakan. Sebagian penduduk menjadikan peternakan sebagai penghasilan utama mereka dan sebagian hanya untuk memuaskan hobi saja. Banyak sekali jenis hewan ternak yang ada di Indonesia, mulai dari hewan yang harus dipelihara dengan kandang terpisah dari rumah seperti sapi, kerbau dan kambing, ada juga hewan yang bisa dipelihara di dalam rumah atau biasa disebut hewan peliharaan seperti kucing, marmut dan kelinci.

Kelinci merupakan hewan yang populasinya cukup banyak dan menjadi hewan yang kerap dipelihara karena bentuknya yang lucu dan makanan dari kelinci ini mudah untuk didapatkan. Wortel, kangkung dan juga pelet menjadi makanan favorit dari kelinci, selain harga dari makanan yang ekonomis, keberadaannya pun mudah untuk didapatkan. Kelinci tidak begitu memerlukan tempat yang besar untuk kandangnya, cukup tempat dengan ukuran 1 x 0,5 meter sudah cukup untuk kelinci hidup dan berkembang biak.

“DSRabbit” adalah nama yang diberikan oleh penulis untuk usaha ini. DS yang merupakan singkatan dari nama pemilik usaha ini dan Rabbit yang merupakan Bahasa Inggris dari kelinci. Proyek bisnis ini akan beroperasi dalam penjualan beberapa jenis kelinci dan juga dengan kandang serta peralatan makan kelinci. Semoga bisnis ini bisa berkembang dan bisa memenuhi segala kebutuhan customer dimasa yang akan datang.

### **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada proyek bisnis ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah DSRabbit bisa diterima di masyarakat?
- b. Apakah strategi terbaik untuk meningkatkan omzet penjualan kelinci di masa tingginya persaingan bisnis?
- c. Apakah laporan keuangan DSRabbit dalam kondisi baik?

- d. Apakah bisnis DSRabbit layak untuk dipertahankan?

### **C. Tujuan Program**

Tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui DSRabbit dapat diterima di masyarakat atau tidak.
- b. Untuk mengetahui strategi terbaik untuk meningkatkan omzet penjualan kelinci di masa tingginya persaingan bisnis.
- c. Untuk mengetahui kondisi keuangan DSRabbit.
- d. Untuk mengetahui bisnis DSRabbit layak atau tidaknya dipertahankan.

### **D. Luaran yang Diharapkan**

Luaran yang diharapkan pada proyek bisnis ini adalah sebagai berikut:

- a. Bisnis DSRabbit dapat diterima dimasyarakat dan memberikan peluang bisnis dengan prospek usaha yang baik kedepannya untuk meningkatkan perekonomian di Indonesia.
- b. Bisnis DSRabbit dapat bertahan di dalam persaingan industri yang sejenis.
- c. Mampu meningkatkan pendapatan di masa muda.
- d. Mampu memberikan lapangan pekerjaan.

### **E. Manfaat Program**

Menjawab masalah-masalah yang ada dan luaran dari proyek bisnis ini, diharapkan proyek bisnis ini akan memiliki manfaat sebagai berikut:

- a. Melatih *softskill* dan *hardskill* mahasiswa dalam menjalankan proses berwirausaha di masa muda.
- b. Menambah pengetahuan dan pengalaman dalam menjalankan dan mengembangkan usaha.

## BAB 2

### TELAAH PUSTAKA

#### A. Hewan Peliharaan

Meehan (2017) dalam tulisannya menyatakan bahwa hewan peliharaan akan memberikan banyak manfaat bagi pemeliharanya. Hewan peliharaan dapat bertindak sebagai fasilitator dalam hubungan sosial, membuat pemiliknya dapat membangun hubungan pertemanan, dan mengurangi kecemasan dalam diri anak-anak serta orang dewasa.

Ikatan antara pemilik hewan peliharaan dengan hewan peliharaannya adalah sesuatu yang bersifat otentik dan menunjukkan hubungan emosional yang dalam hal ini bisa terlihat ketika pemilik hewan yang merasa sedih ketika hewan peliharaannya sakit ataupun mati (Meehan, 2017).

#### B. Analisis SWOT

Identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan merupakan pengertian dari Analisis SWOT. Analisis ini didasarkan untuk memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal yaitu peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) (Rangkuti, 2004).

Menurut Fahmi (2013), untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu:

##### 1. Faktor eksternal

Faktor eksternal ini memengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O dan T). Faktor ini menyangkut dengan keadaan yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

##### 2. Faktor internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strengths and weaknesses* (S dan W). Faktor ini sesuai dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan dan tentunya turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi macam - macam manajemen fungsional yaitu pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (*corporate culture*).

### C. Business Model Canvas

*Business Model Canvas* (BMC), yaitu sebuah konsep model bisnis yang dikembangkan oleh Osterwalder dan Pigneur yang berhasil mengubah konsep model bisnis yang rumit menjadi sederhana dan dapat dijadikan alternatif strategi perusahaan yang berujung pada kelayakan usaha (Dewobroto, 2013). BMC ditampilkan dalam bentuk kanvas yang berisikan 9 (sembilan) elemen yang terdiri dari *customer segment*, *value proposition*, *channel*, *customer relationship*, *revenue stream*, *key resources*, *key activity*, *key partnership*, dan *cost structure*.

#### 1. *Value Proposition* (keunggulan yang ditawarkan)

*Value Proposition* berisi mengenai keunggulan/nilai lebih (*value*) yang akan ditawarkan kepada konsumen, tawaran tersebut dapat bersifat kuantitatif (harga dan efisiensi) maupun kualitatif (pengalaman konsumen). Menurut Osterwalder & Pigneur (2012), keunggulan/nilai lebih (*value*) yang ditawarkan dapat berupa desain yang unik, harga yang lebih murah/kompetitif, kemudahan akses, dan lain-lain.

#### 2. *Customer Segments* (target pelanggan utama)

Menurut Osterwalder & Pigneur (2012), inti dari semua model bisnis adalah pelanggan. Perusahaan dapat mengelompokkan pelanggan ke dalam segmen yang berbeda-beda berdasarkan kesamaan kebutuhan, perilaku, dan karakteristik lainnya untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

3. *Channels* (media yang digunakan untuk menjangkau customer segment)

Channel merupakan Alat atau media yang digunakan perusahaan/ organisasi berkomunikasi atau mencapai target konsumennya, sehingga keunggulan/nilai lebih (*value*) perusahaan/organisasi dapat diterima oleh target konsumen.

4. *Customer Relationships* (Cara menjaga hubungan baik dengan customer)

*Customer Relationships* merupakan penggambaran terkait cara-cara untuk membangun hubungan baik dengan pelanggan sehingga harapannya dapat menarik pelanggan, mempertahankan pelanggan lama atau meningkatkan penjualan.

5. *Revenue Streams* (Arus pendapatan)

*Revenue Streams* menggambarkan aliran pendapatan yang dihasilkan perusahaan dari masing-masing *Customer Segments*.

6. *Key Activities* (kegiatan operasional utama yang dilakukan)

*Key Activities* menggambarkan berbagai tindakan atau aktivitas penting yang diambil perusahaan untuk dapat beroperasi dengan sukses. Aktivitas-aktivitas kunci dibutuhkan untuk menjangkau pasar maupun mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan dan pada akhirnya dapat menghasilkan pendapatan.

7. *Key Resources* (Sumber Daya utama yang dimiliki)

*Key Resources* menggambarkan aset kunci yang diperlukan untuk menjalankan model bisnis. *Key Resources* dapat berupa sumber daya utama yang berbentuk fisik, financial, ataupun manusia.

8. *Key Partnerships* (mitra kerja utama)

*Key Partnerships* menggambarkan aktivitas penting terkait kerja sama yang dijalankan perusahaan dengan mitra kerja yang mendukung perusahaan agar model bisnis dapat berjalan dengan lancar.

9. *Cost Structure* (struktur biaya)

*Cost Structure* menggambarkan terkait dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis sehingga kegiatan operasional dapat berjalan dengan baik.



## BAB 3 METODE PELAKSANAAN

### A. Gambaran Umum Rencana Usaha

#### a. Nama Usaha

Bisnis ini diberi nama DSRabbit. Nama tersebut diambil dari singkatan nama pemilik bisnis yaitu Dimas Septiawan dan digabungkan dengan kata kelinci dalam Bahasa Inggris “Rabbit”. Harapan dari bisnis ini nantinya bisa dikenal dan dipercaya oleh masyarakat sebagai penjual beragam kelinci yang menarik dan dalam kondisi sehat.



#### b. Konsep Usaha

Usaha ini memiliki konsep penjualan 2 jenis hewan peliharaan yaitu kelinci dan marmut. Kelinci yang akan tersedia beragam jenis dengan berbagai warna yang menarik. Jenis kelinci yang akan ditawarkan yaitu Rex, Australi, Jawa dan Anggora.

Selain menyediakan kelinci dan marmut, DSRabbit juga menyediakan kandang dan perlengkapan – perlengkapan lainnya seperti tempat makan dan minum. Kebutuhan Kesehatan untuk kelinci dan marmut juga disediakan dengan adanya vitamin dan obat obatan. Semua ini dilakukan untuk menjawab kebutuhan customer dalam memelihara hewan.

Nantinya kotoran dari kelinci dan marmut juga bisa dimanfaatkan untuk pupuk tanaman.



#### c. Target Usaha

Target pasar DSRabbit adalah Mahasiswa dan masyarakat umum khususnya yang menyukai hewan peliharaan.

d. Strategi Promosi

Strategi pemasaran DSRabbit adalah mempromosikan secara online dengan menggunakan media sosial seperti Whatsapp, Instagram dan Facebook. Selain itu, adanya pemasaran yang dilakukan secara offline.

e. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran DSRabbit adalah dengan menampilkan foto dan video kelinci dan marmut yang dipasarkan serta memberikan jaminan kesehatan kelinci dan marmut. Bebas biaya pengiriman bagi wilayah Gunungkidul dan wilayah radius 2 km dari kampus Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII, selebih dari jarak itu hanya akan ditambah biaya Rp10.000 saja bagi wilayah Jogja. Menyediakan kandang dari bahan bambu maupun besi sehingga customer tidak perlu repot-repot lagi untuk menyediakan tempat. Selain itu, DSRabbit melakukan promosi dengan menggunakan influencer di media sosial seperti Instagram guna untuk lebih dikenal secara luas oleh masyarakat. Kami juga menerapkan sistem pembayaran dalam bentuk offline dan online. Offline dengan sistem COD (Cash on Delivery) dan online dengan memasarkan melalui media sosial (Whatsapp, Instagram, dan Facebook) dengan sistem pembayaran melalui transfer Bank, E-Wallet dan Qris.

f. Lokasi Usaha

Lokasi usaha DSRabbit akan berada di Dusun Tanjung 1 RT 11 RW 02, Bleberan, Playen, Gunungkidul, D.I Yogyakarta. Lokasi ini merupakan lokasi pusat sebelum nantinya akan ada cabang cabang di daerah lain.

## **B. Gagasan Usaha**

Penulisan memiliki ide dengan usaha kelinci dan marmut dengan beragam jenis. Bisnis ini didasari minat masyarakat untuk memelihara hewan peliharaan ataupun sebagai hadiah untuk orang tersayang. Dengan adanya 4 jenis kelinci yaitu Rex, Australi, Jawa, dan Anggora sehingga nantinya customer bisa memilih jenis apa yang mereka inginkan dan sesuai dana yang

dimiliki. Customer juga bisa membeli kandang, tempat makan, tempat minum dan juga obat-obatan di DSRabbit, kandang yang disediakan ada 2 jenis yaitu berbahan bambu dan besi.

### **C. Peluang Pasar**

Penjualan kelinci dan marmut memiliki peluang yang bagus di wilayah Gunungkidul, sehingga menjadi acuan untuk penulis dalam memasarkan dan mengembangkannya lebih luas lagi. Kelinci dan marmut merupakan hewan yang menarik untuk dipelihara sehingga hal ini bisa dimanfaatkan sebagai hadiah dan tentunya menjadi peluang untuk DSRabbit semakin sukses mengembangkan usahanya.

### **D. Analisis Kelayakan Usaha**

#### **a. Aspek Lingkungan**

Usaha ini memiliki dampak positif secara fisik terhadap lingkungan karena kotoran yang dihasilkan bisa menjadi pupuk yang baik untuk tanaman dan kotoran yang dihasilkan tidak terlalu menimbulkan bau yang menyengat.

#### **b. Aspek Pasar dan Pemasaran**

##### **1. Segmentasi: Geografis**

Lokasi usaha DSRabbit bertempat di Gunungkidul, D.I Yogyakarta. Namun, produk juga dipasarkan secara online, sehingga pelanggan dengan mudah mengetahui dan membeli produk melalui media sosial.

##### **2. Targeting**

Target sasaran dari DSRabbit berfokus pada kalangan Masyarakat berusia 8-40 tahun.

##### **3. Positioning**

DSRabbit menyediakan berbagai macam jenis dan perlengkapan dalam pemeliharaan kelinci dan marmut, sehingga bisnis ini.

#### **c. Analisis Pesaing Usaha**

## 1. Analisis SWOT

- Strengths (kekuatan)
  - o Kecantikan hewan
  - o Kesehatan yang terjamin
  - o Harga terjangkau
  - o Tersedianya perlengkapan kandang dll sehingga memudahkan customer
- Weaknesses (kelemahan)
  - o Brand belum dikenal oleh masyarakat
  - o Belum tersedianya akses pengiriman luar provinsi
- Opportunities (peluang)
  - o Banyak masyarakat khususnya Remaja tertarik akan hewan peliharaan yang bisa dipelihara dalam rumah
  - o Bisa digunakan untuk kado yang menarik
  - o Komplitnya penawaran dan adanya COD sehingga customer lebih mengetahui kondisi hewan yang dibelinya
- Threats (ancaman)
  - o Pergantian musim yang tidak menentu
  - o Munculnya produk yang sama dan lebih murah
  - o Tidak cocok dengan tempat baru

## 2. Business Canvas Model

### a. Customer Segments

Target customer yang diambil DSRabbit ini adalah Masyarakat mulai dari usia 15-40 tahun yang menyukai hewan peliharaan.

### a. Value Proposition

Perbedaan produk DSRabbit dengan produk lain sebagai

berikut:

1. Kelinci dan marmut yang dimiliki DSRabbit dalam keadaan sehat dan pembeli bisa bertemu langsung dengan penjual untuk memastikan Kesehatan hewan yang akan
2. Kelengkapan peralatan yang ditawarkan DSRabbit akan memanjakan customer sehingga customer tidak harus mencari perlengkapan hewan di toko lain.
3. Tersedia bebas biaya pengiriman.
4. DSRabbit menawarkan harga yang terjangkau.
5. Gratis konsultasi atas pembelian yang sudah dilakukan di DSRabbit.

b. Channels

Cara yang digunakan produk DSRabbit ini dalam menjangkau pelanggan ada beberapa cara:

1. Offline Store, memasarkan produk DSRabbit secara toko offline yang tersedia di rumah pemilik bisnis di Gunungkidul, sehingga nantinya pembeli bisa langsung datang dan mendapatkan informasi mengenai tata cara memelihara kelinci dan juga marmut.
2. Media Sosial, memasarkan produk DSRabbit ini melalui Whatsapp, Instagram dan juga Facebook yang akan memudahkan para pelanggan dalam membeli produk DSRabbit.

c. Customer Relationship

Penting menjaga hubungan antara pelanggan dalam hal pelayanan agar tidak mengecewakan mereka. Sehingga customer pun bebas berkonsultasi perihal Kesehatan kelinci yang mereka miliki.

d. Revenue Stream

Aliran pendapatan yang diperoleh DSRabbit ini adalah dari pelanggan produk DSRabbit dengan memanfaatkan offline store dan media sosial. Selain itu, DSRabbit memiliki metode pembayaran dengan sistem online dengan menggunakan via transfer melalui

bank serta Qris yang telah disediakan oleh DSRabbit dan dengan metode cash. Harga yang ditawarkan oleh DSRabbit adalah *Fixed Pricing* bagi pembelian secara online maupun Cash on Delivery namun bisa secara negosiasi ketika pembelian langsung di offline store. Hal ini digunakan untuk mengapresiasi mereka yang rela datang langsung untuk berkunjung dan belajar mengenai tata cara pemeliharaan.

e. Key Activities

Aktivitas utama dari DSRabbit adalah membeli kelinci dan marmut dari partner peternak lain dan menjualnya kembali dengan sistem pemasaran yang telah ditetapkan DSRabbit. DSRabbit juga melakukan aktivitas pembudidayaan dari proses proses perkembangbiakan sampai nantinya siap untuk dijual.

f. Key Resources

Sumber daya yang ada di DSRabbit, sebagai berikut:

1. Kelinci & marmut , yang nantinya akan dikembang biakkan oleh partner peternak lain, dan kemudian dipasarkan kembali oleh DSRabbit serta DSRabbit juga melakukan perkembangbiakan sendiri
2. Kandang, alat makan dan minum, yang nantinya diambil dari partner pembuatan kandang.
3. Makanan, bisa diambil dari tanaman di kebun, sayuran dari pasar dan juga makanan berupa pellet.

g. Key Partner

Dalam membangun bisnis, diperlukan kerja sama dengan berbagai pihak. DSRabbit memiliki 3 kerja sama dengan berbagai bisnis, yang pertama DSRabbit bekerja sama dengan Bisnis pembuatan kandang, tempat makan dan minum yang memiliki kualitas bagus dengan harga terjangkau. Kedua, bekerja sama dengan peternak kelinci dan marmut yang tersebar di wilayah Gunungkidul yang nantinya akan menjadi supplier kelinci DSRabbit. Ketiga, bekerja sama dengan penjual makanan kelinci

yang berbentuk pellet maupun sayuran. Keempat bekerjasama dengan pemasok obat-obatan untuk menjamin Kesehatan kelinci dan juga marmut.

#### h. Cost Structure

Biaya yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis DSRabbit meliputi biaya pembelian, biaya pemeliharaan, biaya kesehatan, biaya promosi dan pemasaran.

### 3. Porter's 5 Forces Model

*Five Forces Porter* adalah model analisis bisnis yang membantu untuk menjelaskan mengapa berbagai macam industri mampu mempertahankan profitabilitasnya dalam berbagai tingkatan. *Porter's Forces Model* digunakan untuk menganalisis struktur dan strategi pemasaran suatu bisnis. Ada berbagai macam penerapan *Five Force Model* pada bisnis DSRabbit sebagai berikut:

#### - Potensi *Newcomer* (*Entry Barrier*)

Pada bisnis DSRabbit, potensi *newcomer* sedang dikarenakan bisnis *Animals* yang merupakan kebutuhan pelengkap bagi manusia dan memiliki tingkat pasar yang cukup luas.

#### - Produksi Substitusi

Pada produk *Animals* seperti DSRabbit merupakan produk yang akan terus berkembang dari zaman ke zaman karena tingginya peminat hewan peliharaan.

#### - Pembeli

DSRabbit menerapkan harga yang murah dan adanya proses negosiasi antara penjual dan pembeli.

#### - *Supplier*

Produk DSRabbit ketergantungan dengan *supplier* sedang karena produk yang didapatkan di mana saja.

#### - *Competitor*

*Competitor* DSRabbit adalah para peternak kelinci dengan tingkat promosi yang jauh lebih tinggi.

**BAB 4**  
**PERKEMBANGAN DAN REALISASI PROYEK**  
**BISNIS**

**A. Rencana dan Jadwal Proyek Bisnis**

**a. Rencana Proyek Bisnis**

1. Tahap Inisiasi Proyek

Hewan peliharaan merupakan kebutuhan pelengkap manusia. Ada sekelompok orang yang menganggap hewan peliharaan seperti teman nya sendiri dalam keseharian sehingga hal ini lah yang menyebabkan eksistensi bisnis hewan terus berjalan. Kelinci dan marmut adalah salah satu hewan yang menjadi favorit untuk dipelihara. Selain karena bentuknya yang lucu, hewan ini termasuk murah untuk didapatkan. Pemeliharaannya pun terbilang simple dan tidak memerlukan modal yang besar. Makanan yang dibutuhkan pun mudah dicari di lingkungan sekitar sehingga membuat masyarakat lebih tertarik dengan 2 jenis hewan ini.

Dalam mengembangkan usaha yang lebih bisa bersaing dan maju kedepannya, saya melakukan berbagai macam pelatihan untuk mendapatkan wawasan yang lebih luas terkait pengembangan proyek bisnis.

Kelas	Bulan	Biaya
Social Media Management	Oktober	Rp 250.00 0
Digital Marketin g	Novembe r	Rp 0

2. Tahapan Perencanaan Proyek

Dalam perjalanan bisnis DSRabbit, berbagai macam jenis

kelinci dan marmut akan disediakan. Masing masing jenis kelinci mempunyai harganya sendiri sehingga nantinya customer bebas memilih sesuai keinginan dan dana yang mereka miliki. Dalam melakukan pembelian kelinci mereka juga bisa membeli kandang beserta tempat makan dan minumannya, hal ini karena DSRabbit menyediakan perlengkapan tersebut dalam bisnisnya. Dalam hal Kesehatan juga DSRabbit menyediakan seperti obat kulit pada kelinci ataupun marmut serta menyediakan alat suntiknya. Kebutuhan makanan juga disediakan oleh DSRabbit berupa pelet untuk makanan kelinci dan marmut. Dalam perkembangannya DSRabbit akan evaluasi rutin yang nantinya akan digunakan untuk menambah inovasi produk sesuai kebutuhan konsumen dimasa mendatang.

Bulan	Target			Realisasi		
	Online	Offline	Total	Online	Offline	Total
November	8 ekor	7 ekor	15 ekor	5 ekor	4 ekor	9 ekor
Desember	10 ekor	8 ekor	18 ekor	8 ekor	9 ekor	17 ekor
Januari 2023	12 ekor	15 ekor	27 ekor	10 ekor	11 ekor	21 ekor

### 3. Tahap Pelaksanaan Proyek

- Pembelian dari partner peternak lain

Untuk pembelian kelinci dari peternak lain diutamakan pada peternak peternak yang ada di wilayah Gunungkidul namun jika dirasa belum mencukupi tidak menutup kemungkinan untuk melakukan pembelian di luar daerah. Pembelian ini dilakukan secara datang langsung ke peternak-peternak sekaligus berbagi pengalaman dalam pemeliharaan

kelinci dan juga marmut.

- Perkembang biakan oleh DSRabbit

DSRabbit juga melakukan perkembang biakan yang dimulai dari proses perkawinan dan nantinya sampai lahir anak anak kelinci dan juga marmut yang bisa dijual ketika umurnya sudah siap.



- Proses Pemeliharaan

Pada proses pemeliharaan, kelinci dan marmut akan diberikan makanan makanan yang segar dan mengandung vitamin tinggi untuk menjamin Kesehatan kelinci dan marmut yang dimiliki DSRabbit.



- Proses Pengemasan atau pengiriman

Proses pengemasan atau pengiriman ini akan menggunakan kandang jika pembeli melakukan pembelian disertai dengan kandangnya, namun jika tidak akan dibawa menggunakan tas hewan.



- Proses Pemasaran

Proses pemasaran yang dilakukan selain melalui offline, juga melalui media social seperti Instagram



4. Tahap Pemantauan dan Pengendalian Proyek

Pada tahap pemantauan dan pengendalian, DSRabbit akan dilakukan pengecekan ketersediaan dan melakukan pencatatan pengeluaran anggaran secara bertahap, sehingga diharapkan pembelian berjalan dengan baik serta tepat waktu.

5. Tahap Penutupan Proyek

Tahap terakhir dari proyek ini adalah pembuatan laporan akhir proyek bisnis yang akan berakhir dalam waktu 6 bulan.

**b. Jadwal Proyek Bisnis**

KEGIATAN	BULAN																							
	September				Oktober				November				Desember				Januari				Februari			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penyusunan Proposal Proyek Bisnis	█	█	█	█	█	█	█	█																
Persiapan dan pemenuhan stock					█	█	█	█	█															
Pemasaran dan Pemantauan									█	█	█	█	█	█	█	█	█	█						



## B. Anggaran Proyek Bisnis (Kelinci dan Marmut)

### 1. Kebutuhan pokok

<b>Produk</b>	<b>Justifikasi Pemakaian</b>	<b>Kuantitas</b>	<b>Harga Satuan (Rp)</b>	<b>Total</b>
Kelinci	Kebutuhan inti	10	Rp 40.000	Rp 400.000
Marmut	Kebutuhan Inti	20	Rp 20.000	Rp 400.000
Kandang Bambu	Pemeliharaan	4	Rp 40.000	Rp 160.000
Kandang Besi	Pemeliharaan	3	Rp 150.000	Rp 450.000
<b>Sub Total</b>				<b>Rp 1.410.000</b>

### 2. Bahan Habis Pakai

<b>Material</b>	<b>Justifikasi Pemakaian</b>	<b>Kuantitas</b>	<b>Kebutuhan</b>	<b>Harga Satuan (Rp)</b>	<b>Total Produksi</b>
Pelet Kelinci	Konsumsi	1	25 kg	Rp 200.000	Rp 200.000

		1			
Obat kulit	Pemeliharaan	2		Rp 12.000	Rp 24.000
	<b>Rp 224.000</b>				

### 3. Perjalanan

Material	Justifikasi Perjalanan	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Total
Perjalanan membeli kelinci (PP) (Bensin)	Pembelian Kelinci	1 kali	Rp 20.000	Rp 20.000
Perjalanan membeli perlengkapan (Kandang, pakan ternak) (Bensin)		1 kali	Rp. 20.000	Rp. 20.000
<b>Sub Total</b>				<b>Rp 40.000</b>

### 4. Lain-lain

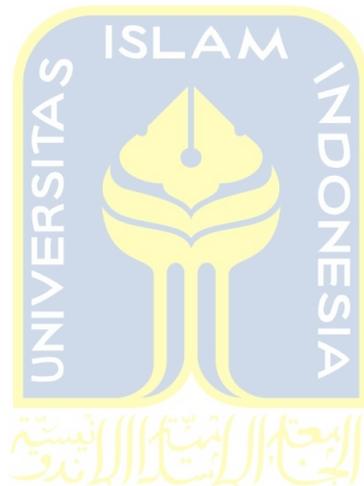
Material	Justifikasi Perjalanan	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Total
Promosi/endorsement	Proses pemasaran produk	4 kali (Instagram)	Rp 50.000	Rp 200.000
Ongkos kirim promosi	Proses pemasaran produk	2 kali endorse	Rp 10.000	Rp 20.000
<b>Sub Total</b>				<b>Rp 220.000</b>
<b>TOTAL KESELURUHAN</b>				<b>Rp 1.894.000</b>

## DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, K. A., Wulandari, S., & Sagita, B. H. (2018). Perancangan Model Bisnis UKM Atelier Prana Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas. *eProceedings of Engineering*, 5(3).
- Noviana, F. (2018). Hewan Peliharaan Sebagai Human Substitute Dalam Keluarga Jepang. *Kiryoku*, 2(1), 11-17.
- Dewobroto, W. S. (2012). Penggunaan Business Model Canvas Sebagai Dasar Untuk Menciptakan Alternatif Strategi Bisnis dan Kelayakan Usaha. *Jurnal Teknik Industri*, 2(3), 215-230.
- Fahmi, I. (2013). *Manajemen Pengambilan Keputusan, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Indrawati, S., & Samsinar, S. (2019). Analisis dan penerapan e-commerce pada Toko Econg Sport menggunakan metode business model canvas (BMC). *IDEALIS: InDonEsiA journal Information System*, 2(5), 390-395.
- Limantoro, L. V., & Mustamu, R. H. (2018). "Analisis Strategi Bersaing Pada Perusahaan Jasa Kebersihan". *Agora*, 6(2).
- Osterwalder, A. & Y. Pigneur. 2012. *Business Model Generation*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta. Hal 14 – 216.
- Pamungkas, D. P. (2016). "Analisis Competitive Force dan Competitive Strategy Sistem Informasi Kuliner di Indonesia (Studi Kasus: Kulina.id)". *Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*, 1(2).

Rangkuti, F. (2004), *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus  
Bisnis*, PT. Gramedia, Jakarta.

Rosyada, R. (2020). *Proposal Kewirausahaan “Kamilia Skirt”*. Tresnawan, I. G.  
P. Y., Kusumah,



## LAMPIRAN

### A. Realisasi Anggaran Proyek Bisnis

Program proyek bisnis DSRabbit telah berjalan mulai dari 1 November 2022 hingga 30 April 2023. Berikut merupakan realisasi anggaran proyek bisnis DSRabbit pada jangka waktu November 2022 – April 2023

#### A1. Penjualan

Berikut ini data penjualan DSRabbit yang meliputi kelinci dan marmut pada 1 November 2022 – 30 April 2023 :

No	Bulan	Keterangan	Harga per unit	Jumlah terjual	Total
1	November	Kelinci	Rp 80.000	5	Rp 400.000
		Marmut	Rp 40.000	4	Rp 160.000
2	Desember	Kelinci	Rp 80.000	10	Rp 800.000
		Marmut	Rp 40.000	7	Rp 280.000
3	Januari	Kelinci	Rp 80.000	12	Rp 960.000
		Marmut	Rp 40.000	9	Rp 360.000
4	Februari	Kelinci	Rp 90.000	15	Rp 1.350.000
		Marmut	Rp 40.000	12	Rp 480.000
5	Maret	Kelinci	Rp 90.000	14	Rp 1.260.000
		Marmut	Rp 40.000	13	Rp 520.000
		Pelet	Rp 11.000	5	Rp 55.000
6	April	Kelinci	Rp 90.000	18	Rp 1.620.000
		Marmut	Rp 40.000	12	Rp 480.000
		Pelet	Rp 11.000	4	Rp 44.000
		Urine	Rp 15.000	7	Rp 105.000
TOTAL PENJUALAN				147	Rp 8.874.000

#### A2. Biaya Bahan Baku

Berikut ini data Biaya bahan baku DSRabbit yang meliputi kelinci dan marmut pada 1 November 2022 – 31 Januari 2023 :

No	Bulan	Keterangan	Harga per unit	Jumlah terjual	Total
1	November	Kelinci	Rp 40.000	5	Rp 200.000
		Marmut	Rp 20.000	4	Rp 80.000
2	Desember	Kelinci	Rp 40.000	10	Rp 400.000
		Marmut	Rp 20.000	7	Rp 140.000
3	Januari	Kelinci	Rp 40.000	12	Rp 480.000
		Marmut	Rp 20.000	9	Rp 180.000
4	Februari	Kelinci	Rp 40.000	15	Rp 600.000
		Marmut	Rp 20.000	12	Rp 240.000
5	Maret	Kelinci	Rp 40.000	14	Rp 560.000
		Marmut	Rp 20.000	13	Rp 260.000
6	April	Kelinci	Rp 40.000	18	Rp 720.000
		Marmut	Rp 20.000	12	Rp 240.000
TOTAL Biaya Bahan Baku					Rp 1.480.000

#### A3. Biaya Habis Pakai

Berikut ini data Biaya bahan baku DSRabbit yang meliputi kelinci dan marmut pada 1 November 2022 – 31 Januari 2023 :

Material	Kuantitas	Kebutuhan	Total
Pelet Kelinci	1	25kg	Rp 200.000

#### A4. Biaya Promosi

Berikut ini data Biaya Promosi DSRabbit yang meliputi kelinci dan marmut pada 1 November 2022 – 31 Januari 2023 :

Material	Justifikasi Perjalanan	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Total
Promosi/endorsement	Proses pemasaran produk	2 kali (Instagram)	Rp 25.000	Rp 50.000

#### A5. Harga Pokok Produksi

Berikut ini data HPP DSRabbit yang meliputi kelinci dan marmut pada 1

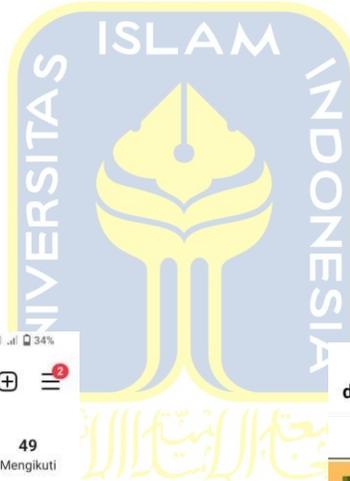
November 2022 – 30 April 2023

Keterangan	Nominal
Total Biaya Bahan Baku	Rp 1.480.000
Total biaya habis pakai	Rp 200.000
Total biaya promosi	Rp 50.000
<b>TOTAL</b>	<b>Rp 1.730.000</b>

#### A6. Laporan Laba Rugi

Berikut ini data Laporan Laba Rugi DSRabbit yang meliputi kelinci dan marmut pada 1 November 2022 – 30 April 2023

Laporan Laba Rugi DSRabbit Periode November 2022 – April 2023	
Penjualan	Rp 8.874.000
HPP	Rp 1.730.000
Laba Kotor	Rp 7.144.000
Biaya Operasional	-
<b>Laba Bersih</b>	<b>Rp 7.144.000</b>



#### B. Sosial Media dan Prod

