

**PEMANFAATAN LIMBAH KULIT MENJADI KALUNG HEWAN
BERDURABILITAS TINGGI “CHIO SKIN PET COLLAR”**

RANCANG BANGUN BISNIS



الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

Disusun Oleh:

Herdy Herlambang Saputra 17311184

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2023

14
2/23
ace
untuk ringi
Herdy

**PEMANFAATAN LIMBAH KULIT MENJADI KALUNG HEWAN
BERDURABILITAS TINGGI “CHIO SKIN PET COLLAR”**

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen Program Sarjana, Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia



Oleh:

Nama : Herdy Herlambang Saputra
Nomor Mahasiswa : 17311184
Jurusan : Manajemen
Peminatan : Manajemen Operasi

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2023

*Perbaiki draft TA
sudah sesuai dengan arahan*

M. Nasito

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 14 Februari 2023

Penulis,



Herdy Herlambang Saputra

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PEMANFAATAN LIMBAH KULIT MENJADI KALUNG HEWAN
BERDURABILITAS TINGGI “CHIO SKIN PET COLLAR”**

SKRIPSI

Nama : Herdy Herlambang Saputra

NIM : 17311184

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Manajemen Operasi

Pembimbing

Dinyatakan layak dan disetujui untuk ujian,

Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M.

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS RANCANG BANGUN BISNIS
RANCANG BANGUN BISNIS BERJUDUL**

**PEMANFAATAN LIMBAH KULIT MENJADI KALUNG HEWAN
BERDURABILITAS TINGGI “CHIO SKIN PET COLLAR”**

Disusun Oleh : Herdy Herlambang S

Nomor Mahasiswa : 17311184

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan _____

Pada hari, tanggal:

Penguji/Pembimbing Skripsi : Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M.

Penguji : Mochhamad Nasito, Drs., M.M.

Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

Johan Arifin, S.E., M.Si, Ph.D.

MOTTO

اطلب العلم من المهد إلى اللحد

Utlubul ilma minal mahdi ilal lahdi

“Tuntutlah ilmu sejak dari buaian sampai liang lahat”.

“Jika seorang manusia meninggal, terputuslah amalnya, kecuali dari tiga hal: sedekah jariyah, ilmu yang bermanfaat atau anak shalih yang berdoa untuknya.”

(HR. Muslim)



ABSTRAK

Tidak sedikit masyarakat Indonesia maupun masyarakat di belahan dunia lainnya yang menyukai berbagai jenis hewan dan kesukaannya terhadap hewan pun mendorong mereka untuk memelihara hewan yang lazim dipelihara seperti kucing, anjing, burung, landak mini, ikan dan lainnya. Berdasarkan data Dinas Ketahanan Pangan, Kelautan dan Perikanan (DKPKP), jumlah kucing yang terdata di Jakarta sepanjang 2018 mencapai 29.504 ekor. Jumlah itu merupakan gabungan antara kucing liar yang ditangkap pada saat penertiban, kucing yang divaksinasi (berpemilik) dan yang disterilisasi (berpemilik), ditambah kucing liar yang disterilisasi di beberapa lokasi

Adapun manfaat dari rancang bangun bisnis adalah sebagai produk alternatif pengganti kalung kain untuk kucing yang lebih kuat (durable) namun tetap fashionable. Manfaat lain yang tidak kalah penting juga untuk merancang model bisnis yang dapat menjadi solusi bagi para paw parents (pemilik kucing) yang merasa cemas akan kehilangan hewan kesayangan karena produk ini dapat dipesan sesuai keinginan (kustomisasi dengan mencantumkan nama hewan dan nomor ponsel pemilik).

Laporan Rancang Bangun Bisnis ini berfokus pada pengembangan, produksi, dan penyampaian produk Chio Pet Collar, yakni kalung untuk hewan peliharaan (kucing) guna menjawab masalah pemilik hewan peliharaan yang mengalami kesulitan ketika hewan kesayangannya hilang. Melalui fitur identitas dan nomor kontak pemilik hewan peliharaan pada Chio Pet Collar, para pemilik hewan peliharaan dapat memiliki potensi untuk menemukan kembali jika hewan peliharaannya hilang. Dilengkapi dengan kemampuan durabilitas tinggi, Chio Pet Collar dapat bertahan dalam waktu lama, sehingga pemilik hewan peliharaan tidak perlu repot untuk sering menggantinya. Pada aspek operasi, Chio Pet Collar didesain dengan menggunakan bahan mentah limbah kulit sapi yang berasal dari pengrajin fashion seperti tas, jaket, dompet, dll. Melalui pendekatan ini, Chio Pet Collar juga berkontribusi dalam mengurangi jumlah limbah.

Kata Kunci : *Kalung hewan peliharaan, pemanfaatan limbah kulit, kalung dengan Identitas pemilik hewan peliharaan, kalung hewan custom*

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Warrahmatullah Wabarakatuh

Alhamdulillah Rabbil Alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga Tugas Akhir Rancang Bangun Bisnis dengan judul : “PEMANFAATAN LIMBAH KULIT MENJADI KALUNG HEWAN BERDURABILITAS TINGGI” dapat terselesaikan dengan baik di mana merupakan salah satu syarat agar mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih sangat jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Maka dari itu penulis mengucapkan mohon maaf atas kesalahan dan kekurangannya.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir Rancang Bangun Bisnis ini tentunya tidak akan terselesaikan dan berhasil tanpa dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada kepada :

1. Herdy Herlambang Saputra selaku diri saya sendiri karena mampu menyelesaikan Tugas Akhir Rancang Bangun Bisnis dan bekerja mengembangkan bisnis pribadi tanpa bantuan karyawan dalam waktu bersamaan.
2. Bapak Baziedy Aditya Darmawan S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, ilmu dan bimbingan dengan baik, ikhlas, dan sabar kepada saya demi kelancaran pengerjaan Tugas Akhir Rancang Bangun Bisnis ini dengan baik.

3. Kepada mama, papa, dan kakak-kakak saya yang turut mendukung, memotivasi dan doa-doa yang diucapkan selama proses pembuatan Laporan Tugas Akhir Rancang Bangun Bisnis.
4. Shaffira Nabilla selaku rekan bisnis CEO of Chio Pet Kingdom yang turut memberikan dukungan, doa dan partisipasi lebih dalam pembuatan tugas akhir ini. Tidak hanya itu, ia juga telah berbagi pengalaman dan pembelajaran dalam menjalankan bisnis selama ini.
5. Tb. Dira Indah yang telah memberikan tempat yang digunakan sebagai gudang dari Chio Skin Pet Collar.
6. Mbak Rosma dan Mbak Fita selaku sahabat yang telah membantu saya jika ada kesulitan dan dengan ikhlas membantu saya.

Yogyakarta, Februari 2023

Penulis,



Herdy Herlambang Saputra

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
BERITA ACARA UJIAN TUGAS RANCANG BANGUN BISNIS	v
MOTTO.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Ide Bisnis	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan	5
1.4. Manfaat	6
1.5. Ruang Lingkup	6
1.6. Sistematika Laporan.....	6
BAB II.....	8
PERANCANGAN BISNIS	8
2.1. Profil Bisnis	8
2.2. Model Bisnis.....	8
2.2.1. Proposisi Nilai	9
2.2.2. Desain Model Bisnis	15
2.3. Aspek Operasi.....	17
2.4. Aspek Pasar dan Pemasaran	18
2.5. Aspek Organisasi/SDM.....	18
2.6. Aspek Keuangan.....	18
BAB III.....	19
LAPORAN UMUM PELAKSANAAN KEGIATAN.....	19
3.1. Pendahuluan: Profil Bisnis	19
3.2. Tinjauan Aspek Produksi/Operasi	23
3.2.1. Fasilitas Produksi.....	23
3.2.2. Pemilihan Lokasi Usaha.....	24
3.2.3. Kapasitas Produksi.....	24

3.3.	Tinjauan Aspek Organisasi/SDM	25
3.3.1.	Kualifikasi SDM.....	25
3.3.2.	Deskripsi Pekerjaan	26
3.3.3.	Proses Procurement.....	27
3.3.4.	Sistem Penilaian Kinerja	28
3.3.5.	Sistem Kompensasi.....	28
3.4.	Tinjauan Aspek Pemasaran	29
3.4.1.	Saluran Distribusi	29
3.4.2.	Segmentation, Targeting, dan Positioning	30
3.4.3.	Analisis Persaingan.....	30
3.4.4.	Analisis Pelanggan.....	32
3.5.	Tinjauan Aspek Keuangan	35
BAB IV	38
IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH	38
4.1.	Identifikasi Masalah.....	38
4.2.	Tinjauan Teoritis.....	38
4.2.1.	Kepercayaan Pelanggan.....	38
4.2.2.	Pendanaan Eksternal dan Kinerja UKM.....	39
4.2.3.	Kompetensi Inti dan Kinerja UKM.....	40
4.2.4.	Pengembangan Pemasok dan Kinerja UKM	40
4.3.	Pemecahan Masalah.....	41
BAB V	44
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	44
5.1.	Kesimpulan.....	44
5.2.	Rekomendasi	45
DAFTAR PUSTAKA	47
Lampiran Progress Report.....		49
Lampiran Dokumen Bisnis.....		50

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1. Analisis SWOT.....	32
Tabel 3. 2. Analisis Pelanggan.....	32
Tabel 3. 3. Rincian Modal Chio Pet Collar Per 1pcs	36
Tabel 3. 4. Penjualan dan Pengeluaran Chio Pet Collar Periode Januari-Mei 2022	37
Tabel 4. 1. Masalah yang terjadi pada aspek-aspek manajemen.....	38



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Customer Segment	13
Gambar 2. 2. Value Proposition.....	14
Gambar 2. 3. Business Model Canvas Chio Pet Collar.....	16
Gambar 3. 1. Logo Chio Pet Collar	19
Gambar 3. 2. Tampilan produk pada Marketplace Shopee	20
Gambar 3. 3. Profil Bisnis pada Media Sosial Instagram	21
Gambar 3. 4. Kemasan Chio Pet Collar	22
Gambar 3. 5. Proses Produksi Chio Pet Collar	23
Gambar 3. 6. Peta Lokasi Chio Pet KingdomPeta Lokasi Chio Pet Kingdom.....	24
Gambar 3. 7. Performa Penjualan Chio Pet Collar	37



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Ide Bisnis

Tidak sedikit masyarakat Indonesia maupun masyarakat di belahan dunia lainnya yang menyukai berbagai jenis hewan dan kesukaannya terhadap hewan pun mendorong mereka untuk memelihara hewan yang lazim dipelihara seperti kucing, anjing, burung, landak mini, ikan dan lainnya. Berdasarkan data Dinas Ketahanan Pangan, Kelautan dan Perikanan (DKPKP), jumlah kucing yang terdata di Jakarta sepanjang 2018 mencapai 29.504 ekor. Jumlah itu merupakan gabungan antara kucing liar yang ditangkap pada saat penertiban, kucing yang divaksinasi (berpemilik) dan yang disterilisasi (berpemilik), ditambah kucing liar yang disterilisasi di beberapa lokasi. Diambil dari Kompas.com bahwa data dari Temali, komunitas pecinta hewan peliharaan, Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah hewan peliharaan cukup tinggi. Pangsa pasar hewan peliharaan di Indonesia mencapai 15,6% di Asia Tenggara

Memelihara hewan memiliki banyak dampak baik bagi kesehatan mental seseorang. Miami University melakukan penelitian yang dilakukan oleh seorang psikolog. Berdasarkan hasil penelitian, seseorang yang memiliki hewan peliharaan cenderung memiliki kesehatan fisik lebih baik, perasaan kesepian berkurang, lebih disiplin, lebih *open minded*, berkurangnya rasa takut, dan berkurangnya stres. Hewan peliharaan juga dapat membantu pemulihan kesehatan mental. Hewan yang biasanya digunakan sebagai alat meningkatkan kesehatan mental seperti anjing, kucing, kelinci, ikan, burung, hamster.

Hewan juga memiliki hak untuk hidup, diperlakukan dengan layak dan lain sebagainya. UU No. 18 Tahun 2009 tentang Peternakan Dan Kesehatan Hewan.

Menimbang:

- a. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, dan huruf c, perlu membentuk Undang-Undang tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan;
- b. bahwa dengan perkembangan keadaan tuntutan otonomi daerah dan globalisasi, peraturan perundang-undangan di bidang peternakan dan kesehatan hewan yang berlaku saat ini sudah tidak sesuai lagi sebagai landasan hukum bagi penyelenggaraan peternakan dan kesehatan hewan;
- c. bahwa untuk mencapai maksud tersebut perlu diselenggarakan kesehatan hewan yang melindungi kesehatan manusia dan hewan beserta ekosistemnya sebagai prasyarat terselenggaranya peternakan yang maju, berdaya saing, dan berkelanjutan serta penyediaan pangan yang aman, sehat, utuh, dan halal sehingga perlu didayagunakan untuk kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat;
- d. bahwa hewan sebagai karunia dan amanat Tuhan Yang Maha Esa mempunyai peranan penting dalam penyediaan pangan asal hewan dan hasil hewan lainnya serta jasa bagi manusia yang pemanfaatannya perlu diarahkan untuk kesejahteraan masyarakat;

Dalam menjaga kesehatan dan mensejahterakan hewan ada berbagai cara seperti hak untuk merasa tidak lapar dan tidak haus, diberi vaksin, diberi tempat yang nyaman, diberikan media untuk buang air kecil dan besar, merasa aman, kebersihan kandang dan litter box, dan lain sebagainya. Kalung digunakan para *paw parents* sebagai media kucing mereka untuk mempercantik dan sebagai identitas. Kualitas kalung juga perlu

diperhatikan, ada beberapa kalung yang tidak dapat digunakan sebagai identitas dengan maksimal dan mengakibatkan ketika kucing hilang maka sang penemu kucing sulit mengenali kucing tersebut. Para *paw parents* juga perlu tahu mengenai durabilitas kalung yang digunakan, karena jika kalung tersebut menggunakan bahan material yang buruk maka dapat berpengaruh pada kesehatan leher kucing dan ketahanan pemakaian dalam jangka waktu tertentu

Kalung kain sebenarnya memiliki durabilitas yang kurang baik jika digunakan pada waktu tertentu. Hal ini menyebabkan *paw parents* harus dengan teliti melihat kebersihan dan kondisi kalung yang digunakan oleh anabulnya. Kalung kain cenderung lebih mudah meninggalkan noda dan cepat putus apabila tersangkut sesuatu karena berbahan dasar rajutan benang yang disatukan. Tidak sedikit dari kalung tersebut juga tidak memiliki tanda pengenal seperti nama kucing, nama pemilik, dan nomor ponsel pemilik. Sehingga tak sedikit pula *paw parents* yang kesulitan dalam melakukan pencarian pasca kehilangan anabul kesayangannya.

Diberitakan oleh BBC News pada 7 Maret 2020 terdapat seekor kucing yang hilang hampir 11 tahun, setelah tinggal di jalanan yang jaraknya sekitar 12 kilometer dari rumahnya (bbc.com, 2020). Kucing tersebut bernama Missy yang dimiliki oleh Tuannya bernama Eve McDonnell. Kucing tersebut kabur dari mobil milik tuannya pada 2009 di kawasan Five Ways, Birmingham, Inggris. Walaupun sudah dicari, kucing berwarna putih itu tak pernah ditemukan. Namun warga di Hall Green melihat kucing itu berkeliaran di tumpukan sampah dan membawanya ke pusat penyelamatan hewan.

Mengetahui hal tersebut Chio Skin Pet Collar ingin mengenalkan kalung kulit sebagai pengganti kalung kain ke masyarakat di mana Chio Skin Pet Collar adalah produk yang dapat disesuaikan dengan pesanan atau keinginan pelanggan, menggunakan

kulit sapi asli berkualitas, memiliki ketahanan pemakaian yang lebih baik, eco friendly karena menggunakan bahan sisa dari pembuatan tas, sepatu, sabuk, dan aksesoris yang biasa menggunakan bahan kulit. Tidak hanya kucing, hewan lainnya seperti anjing, kelinci juga bisa menggunakan Chio Skin Pet Collar.

Green manufacturing adalah sebuah metode dalam manufaktur untuk meminimalisir limbah dan polusi melalui desain produk dan proses dengan tujuan utama adalah untuk berkelanjutan (Jannah et al., 2018). Chio Skin Pet Collar adalah suatu produk alternatif atau pengganti kalung kucing berbahan kain di mana kelebihan dari Chio Skin Pet Collar ini adalah berdurabilitas tinggi, *fashionable*, *eco friendly* dibandingkan dengan kalung berbahan kain kami jauh menyarankan menggunakan Chio Skin Pet Collar. Hal utama yang kami garis bawahi adalah berdurabilitas tinggi dan tetap memiliki citra premium / *fashionable*, terlebih bahan yang kami gunakan merupakan limbah dari para pengrajin kulit sehingga kita jugamenerapkan *eco-friendly* karena bumi kita ini semakin tua dan sudah terjadi banyak bencana alam yang disebabkan oleh tindakan manusia oleh karena itu kita harus membuatpergerakan untuk memperbaiki bumi kita.

Oleh karena itu Chio Pet Collar dibuat dengan material kulit yang memanfaatkan limbah kulit atau potongan-potongan sisa kulit dari pembuatan tas, sepatu, jaket, dan busana fashion lain yang memerlukan kulit sebagai bahan pembuatannya. Material yang digunakan pastinya juga memiliki standar yang harus diperhatikan (lebar 1 cm tebal 3mm, serat yang padat, warna yang pekat) agar produk yang dihasilkan tetap menjadi produk yang berkualitas dan berdurabilitas tinggi.

Chio Pet Collar terbukti memiliki ketahanan atau masa pakai yang lebih lama dibanding collar pada umumnya yang menggunakan bahan dasar kain. Sebagai perbandingan collar yang berbahan kain jelas akan lebih mudah rusak karena serat yang digunakan lebih tipis. Sedangkan Chio Pet Collar memiliki serat yang lebih padat dan

bahan kulit yang lebih awet karena bahan kulit sudah melalui tahapan penyamakan baik



penyamakan mineral maupun nabati dan pengawetan sehingga kulit memiliki daya tahan pakai yang lebih lama.

Melihat pertumbuhan kucing berpemilik yang semakin meningkat dan hilangnya hewan peliharaan yang semakin banyak, kami berusaha menciptakan produk yang *fashionable* namun tetap awet yaitu Chio Pet Collar sehingga *pet* tetap bisa bermain dengan cantik dan *paw parents* dapat mengawasinya. Dengan terciptanya produk Chio Pet Collar sebagai pengganti per collar kain kami berharap masyarakat terutama *paw parents / pet owner* dapat lebih memperhatikan lingkungan, kesehatan, dan kecantikan *pet* maupun *pet owner*. Lebih lanjut usaha ini merupakan komitmen untuk membangun bisnis dengan memanfaatkan material sisa atau limbah guna mendukung gerakan ramah lingkungan.

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka berikut ini merupakan uraian masalah yang menjadi fokus pada rancang bangun bisnis ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana produk Chio Pet Collar dapat memperoleh kepercayaan pelanggan di tahap awal siklus hidupnya?.
2. Bagaimana model bisnis untuk produk Chio Pet Collar dapat dijalankan dengan keterbatasan pendanaan?
3. Bagaimana proses produksi Chio Pet Collar dapat dilakukan baik dengan segala keterbatasan sumber daya yang dimiliki oleh Chio Pet Kingdom?
4. Bagaimana proses pengadaan bahan utama dapat dijaga dengan baik?

1.3. Tujuan

Adapun tujuan dari rancang bangun bisnis adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses pengenalan produk yang efektif untuk produk Chio Pet Collar.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan model bisnis produk Chio Pet Collar yang efektif dengan sumber pendanaan yang terbatas.
3. Untuk mengetahui proses produksi Chio Pet Collar yang efektif dengan segala keterbatasan sumber daya yang dimiliki oleh Chio Pet Kingdom.
4. Untuk mengetahui proses pengadaan yang efektif untuk bahan utama produk Chio Pet Collar.

1.4. Manfaat

Adapun manfaat dari rancang bangun bisnis adalah sebagai berikut:

1. Untuk menyediakan sebuah produk alternatif pengganti kalung kain untuk kucing yang lebih kuat (*durable*) namun tetap *fashionable*.
2. Untuk merancang model bisnis yang dapat menjadi solusi bagi para *paw parents* (pemilik kucing) yang merasa cemas akan kehilangan hewan kesayangan karena produk ini dapat dipesan sesuai keinginan (kustomisasi dengan mencantumkan nama hewan dan nomor ponsel pemilik).

1.5. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dari rancang bangun bisnis ini meliputi kegiatan-kegiatan utama dalam pengelolaan usaha Chio Pet Kingdom, yakni komunikasi pemasaran, pendanaan, produksi, dan pengadaan bahan baku.

1.6. Sistematika Laporan

Sistematika laporan rancang bangun bisnis ini terdiri dari pendahuluan, perancangan bisnis, laporan pelaksanaan kegiatan, identifikasi dan pemecahan masalah, kesimpulan dan rekomendasi. Adapun bagian pendahuluan berisi latar belakang, rumusan

masalah, tujuan, manfaat, dan ruang lingkup. Kemudian bagian perancangan bisnis terdiri dari profil bisnis, model bisnis, aspek operasi, aspek pasar dan pemasaran, aspek organisasi/SDM, dan aspek keuangan. Pada bagian laporan pelaksanaan kegiatan berisikan laporan tertulis tentang proses dan perjalanan implementasi bisnis. Bagian identifikasi dan pemecahan masalah berisikan analisis kendala dalam implementasi bisnis dan solusi pemecahan masalah. Pada bagian akhir, yakni kesimpulan dan rekomendasi, berisi uraian tentang pelaksanaan bisnis secara umum dan rekomendasi bagi calon wirausahawan yang ingin menjalani bisnis serupa.



BAB II

PERANCANGAN BISNIS

2.1. Profil Bisnis

Chio Pet Kingdom merupakan *petshop* yang fokus pada pengembangan produk kalung kucing. Chio Pet Kingdom bekerja sama dengan salah satu perusahaan yang berada di Jl. Parangtritis No.KM.11, Manding, Sabdodadi, Kec. Bantul, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta untuk menciptakan Pet Collar yang bernama Chio Pet Collar. Sedangkan Warehouse Chio Pet Collar berada di sebelah TB. DIRA INDAH Jl Bantul KM 8, Diro, Pendowoharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta. Para Customers dapat melakukan pesanan atau datang langsung melalui Offline Warehouse maupun Online store pada Marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Olx, Facebook, dan Whatsapp.

Chio Pet Collar berdiri pada Januari 2022 dan siap untuk memberikan produk terbaik kepada *paw parents*. Berdirinya Chio Pet Collar dikarenakan banyaknya permintaan pet collar berbahan dasar kalin. Chio Pet Collar dapat digunakan ketika pet berada dirumah ataupun ketika pet diajak keluar dan jalan jalan bersama *paw parents*.

Chio Pet Collar memiliki target pasar yaitu para pemilik pet / *paw parents* / *pet owner* yang memiliki penghasilan menengah dan menengah keatas serta para *pet owner* yang mengutamakan *fashion* dan *eco friendly*.

2.2. Model Bisnis

Model bisnis produk Chio Pet Collar fokus pada Mengenalkan produk dan mendukung penggunaan kulit sapi asli. Model bisnis ini dirancang untuk memudahkan para *paw parents* guna mengatasi hambatan ketika hewan kesayangannya (kucing) hilang dan sulit ditemukan akibat tidak terdapat identitas yang melekat pada hewan tersebut. Selain itu, model bisnis produk Chio Pet Collar juga dirancang untuk mendukung gerakan

eco friendly melalui pemanfaatan limbah sebagai bahan bakunya. Model bisnis ini juga merupakan gagasan yang memahami kebutuhan *paw parents* dalam menyediakan produk kalung kucing yang memiliki durabilitas tinggi. Manfaat dari model bisnis ini adalah untuk menyediakan sebuah produk alternatif pengganti kalung kain yang lebih kuat namun tetap *fashionable* dan menjadi solusi bagi para *paw parents* yang merasa cemas akan kehilangan hewan kesayangan karena produk ini dapat dipesan secara kustom.

2.2.1. Proposisi Nilai

a. Analisis Pasar dan Industri

Analisis pasar dan industri dilakukan dengan menggunakan kerangka model lima faktor yang memengaruhi daya saing dalam industri yang digagas oleh Michael Porter. Menurut David (2006), analisis daya saing industri merupakan pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri yang terdiri dari ancaman munculnya pesaing baru (*threat of new entrants*), daya tawar pemasok (*bargaining power of supplier*), daya tawar pelanggan (*bargaining power of buyer*), ancaman produk pengganti (*threat of substitutes*), dan intensitas persaingan (*rivalry among existing competitors*). Adapun analisis pasar dan industri dari produk Chio Pet Collar adalah sebagai berikut:

1. Threat of New Entrants

Semakin banyak kompetitor maka tingkat persaingan akan semakin tinggi karena skala laba akan menurun. Semakin banyak hambatan bagi calon kompetitor maka tingkat keamanan posisi perusahaan akan semakin tinggi. Perusahaan yang baik seharusnya mampu mendeteksi akan ancaman dari pendatang dan menetapkan strategi-strategi untuk meminimalisir dan mempersulit pendatang baru untuk bersaing. Adapun hal yang

menjadi ancaman sekaligus keuntungan bagi perusahaan sebagai contoh diferensiasi produk, saluran distribusi, permodalan, dan lainnya

Adapun beberapa indikator terkait dengan hambatan yang dapat dibangun untuk mereduksi potensi munculnya pesaing baru adalah sebagai berikut:

- Harga

Harga yang sangat murah dibandingkan seller lainnya. Kami menjual dengan harga Rp 30.000 hingga Rp 35.000 / pcs tergantung varian. Sedangkan ada beberapa petshop yang menjual hingga Rp 50.000/pcs. Tetapi persaingan via Marketplace cukup bersaing karena banyak *seller* online mematok harga yang murah. Kesimpulannya, ancaman rendah untuk *Offline selling* dan ancaman tinggi untuk *online selling*.

- Saluran distribusi

Saluran distribusi Chio Pet Collar dan *Brand* lainnya pada *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia sangatlah mudah karena dapat melakukan pengiriman ke seluruh nusantara, sedangkan saluran distribusi pada offline hanya untuk wilayah Jogja dan sekitarnya dan jika diantar tambah biaya kirim. Kesimpulannya, ancaman rendah untuk online dan ancaman tinggi untuk offline.

- Diferensiasi produk

Didalam kemasan kami terdapat *mysterious gift* yang berbeda2 dalam setiap kemasan sehingga membuat calon customers tertarik untuk *order*. Kesimpulannya, ancaman diferensiasi produk sedang.

2. *Bargaining Power of Suppliers*

Daya tawar pemasok atau *Bargaining Power of Supplier* dapat menjadi indikator ancaman bagi perusahaan, terlebih jika perusahaan ketergantungan dengan pemasok dan

tidak memiliki cadangan pemasok lainnya. Perusahaan juga harus menganalisis beberapa pemasok dan menyeleksi pemasok yang paling tepat. Dengan pemilihan pemasok yang tepat maka perusahaan dapat bersaing bahkan dapat memenangkan persaingan.

Adapun indikator dari daya tawar pemasok adalah berkaitan dengan pengadaan bahan baku utama, yakni kulit. Sepatuku Kulit Manding yang berada di Manding, Sabdodadi, Kec. Bantul, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan pemasok utama dalam hal ini. Hingga kini, pemasok utama yang dimiliki oleh Chio Pet Kingdom sejauh ini hanya Sepatuku Kulit Manding tersebut yang menjadi satu-satunya pemasok kulit. Kesimpulannya, ancaman ketergantungan dan risiko lainnya terkait pengadaan bahan mentah menjadi tinggi.

3. *Bargaining Power of Buyers* (Daya Tawar Pembeli)

Perusahaan harus menetapkan strategi agar pelanggan loyal dengan perusahaan dan menetapkan harga sebaik mungkin demi menarik perhatian pelanggan. Jika harga terlalu mahal maka perusahaan akan sulit mencari pelanggan yang loyal dan jika perusahaan mampu menetapkan harga terbaik maka pelanggan akan terpancing untuk melakukan transaksi dan mengakibatkan bertambahnya jumlah produk atau jasa yang dikeluarkan dan hal ini akan memangkas modal perusahaan dan terciptanya perusahaan yang makmur meskipun dengan harga yang tidak tinggi tapi perusahaan memiliki laba yang lebih besar.

Adapun indikator dalam daya tawar pembeli ini didapat melalui respon positif dari masyarakat dan mayoritas pelanggan tidak melakukan tawar menawar pada produk dikarenakan produk Chio Pet Collar sudah termasuk murah dipasaran dengan rata-rata di *Pet Shop* menjual Skin Pet Collar dengan bandrol harga sekitar Rp 45.000/pcs hingga Rp 50.000/pcs. Kesimpulannya, daya tawar pembeli adalah rendah.

4. *Threat of Substitutes*

Produk substitusi memberikan alternatif pilihan bagi para konsumen dan juga bisa meningkatkan persaingan yang ketat di pasar (bisnis). Ancaman ini terjadi apabila ada produk pengganti di pasar dan produk tersebut lebih ramah lingkungan, ekonomis dan mudah di dapat. Hal ini akan meningkatkan risiko penurunan laba bagi perusahaan. Sejauh ini belum ada produk pengganti Skin Pet Collar yang lebih ekonomis, fashionable, dan tahan lama. Bahkan Skin Pet Collar adalah produk pengganti dari pet collar berbahan kain yang memiliki durabilitas rendah.

Indikator dari ancaman produk pengganti tentu saja merupakan ketersediaan produk pengganti. Adapun produk pengganti dari *pet collar* hingga saat ini belum tersedia. Hal ini dapat disimpulkan bahwa ancaman produk pengganti Chio Pet Collar rendah.

5. *Rivalry Among Existing Competitors*

Perusahaan harus bisa memancing pasar dan bersaing dengan agresif agar mendapatkan target atau pangsa pasar yang besar. Posisi perusahaan akan tinggi jika kompetitor rendah, pelanggan yang loyalitas banyak, dan lainnya. Perusahaan harus mampu menganalisis jumlah kompetitor yang ada, latar belakang serta nilai-nilai yang diberikan oleh kompetitor.

Indikator yang digunakan dalam mengukur persaingan dalam industri pada produk Chio Pet Collar ini adalah intensitas persaingan. Dalam hal ini, intensitas Chio Pet Kingdom dengan petshop lainnya dalam produk Chio Pet Collar tidaklah intens. Untuk itu, dapat disimpulkan bahwa intensitas persaingan pada produk Chio Pet Collar rendah.

b. Value Proposition Canvas

Value proposition produk Chip Pet Collar dijelaskan menggunakan value proposition canvas berikut ini:

- Customers Job

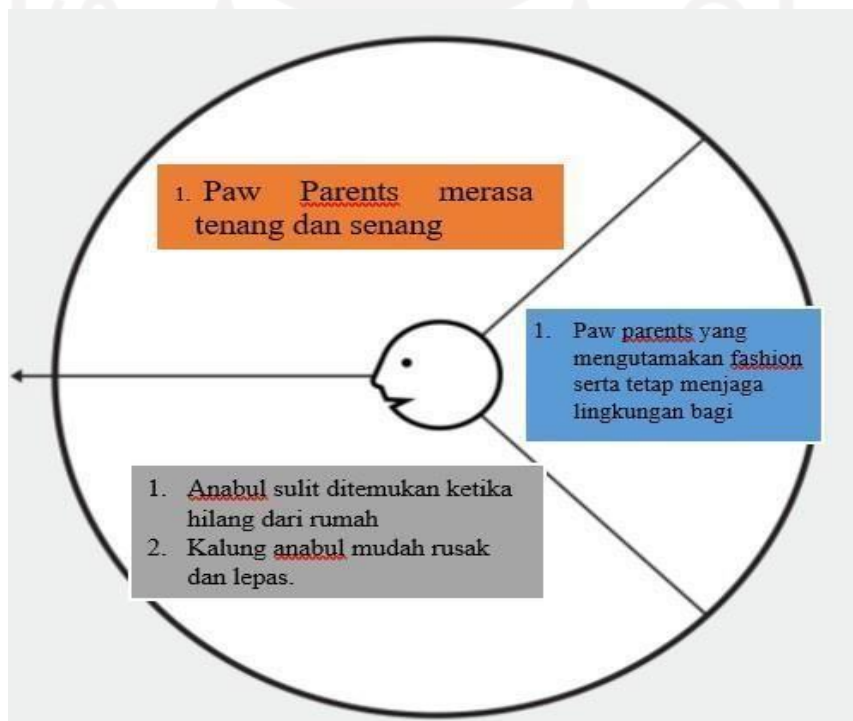
Paw Parents yang ingin lingkungan tetap terjaga dan pet tetap terlihat cantik ketika bermain.

- Customers Pain

Paw Parents kesulitan menemukan pet ketika menghilang dari rumah. *Paw Parents* kesulitan menemukan kalung hewan yang memiliki durabilitas tinggi sehingga awet saat digunakan

- Customers Gain

Paw Parents merasa tenang karena jika hewan peliharaannya hilang maka akan ada orang yang menghubunginya ketika menemukan pet-nya.



Gambar 2. 1. Customer Segment

▪ Product / service

Chio Pet Collar, produk kalung untuk hewan peliharaan (kucing atau anjing) yang berdurabilitas tinggi berbahan kulit dengan dilengkapi identitas hewan peliharaan dan pemiliknya secara kustom.

▪ Gain Creator

Chio Pet Collar menggunakan bahan berkualitas tinggi yang melalui beberapa proses beberapa diantaranya adalah *soaking*, *picking*, dan penyamakan sehingga hasil akhir yang didapatkan lebih bertekstur lemas dan meningkatkan kualitas kulit itu sendiri. Chio Pet Collar adalah produk yang *eco friendly*, di mana bahanyang digunakan merupakan limbah atau kulit sisa dari produksi sepatu, jaket, dompet, tas, dan produk fashion lainnya. Sehingga potongan potongan kecil yang tidak terpakai dapat dimanfaatkan sebagai produk Chio Pet Collar.



Gambar 2. 2. Value Proposition

- Pain relievers

Terdapat data pribadi pemilik pada kalung tersebut sehingga siapa yang menemukan pet pemilik akan mudah menghubunginya. Menggunakan bahan kulit berdurabilitas tinggi tentunya membuat kalung ini memiliki ketahanan pakai jauh lebih lama dibanding dengan kalung berbahan kain pada umumnya.

2.2.2. Desain Model Bisnis

Berikut ini merupakan desain model bisnis dari produk Chio Pet Collar:

- a. Customer Segmentation

Pemilik peliharaan terutama kucing karena penggunaan Chio Pet Collar baik bagi *pet* dan tidak menyebabkan kerusakan pada lingkungan. Pendapatan menengah ke bawah hingga menengah ke atas karena Chio Pet Collar dibandrol dengan harga yang murah.

- b. Value Proposition

Terdapat Nama dan No. Handphone pemilik guna memudahkan penemu pet menghubungi apabila pet hilang. *Eco friendly* karena terbuat dari potongan sisa pembuatan berbagai macam kerajinan kulit / produk fashion yang apabila tidak dimanfaatkan akan terbuang. Bahan yang digunakan bertekstur lembut dan lentur sehingga tidak melukai pet. Bahan yang digunakan memiliki kualitas baik yang di mana menjamin durabilitas tinggi sehingga masa pakai lebih lama

- c. Channels

Penggunaan social media marketing. Saat ini kami masih mengutamakan *social media marketing* seperti instagram, facebook dan lainnya. *Marketplace* juga berperan sangat penting sebagai media pemasaran. Selain itu, direct marketing

juga kami lakukan pada saat customers datang langsung di lokasi
warehouse/home production kami.

Key Partners 1. Sepatuku Manding 2. Yobel 3. Everyprint	Key Activities 1. Produksi 2. Marketing 3. Packing 4. Shipping Key Resources 1. Ruang kerja 2. Listrik 3. Packing 4. Kendaraan	Value Propositions 1. Customer tidak perlu khawatir lagi apabila hewan kesayangannya hilang dari rumah. 2. Bahan yang digunakan memiliki tekstur yang lembut sehingga tidak melukai pet 3. Menggunakan bahan yang berkualitas baik sehingga memiliki durabilitas tinggi (masa pakai lebih lama) 4. Eco-friendly karena menggunakan bahan potongan dari berbagai macam produk fashion berbahan kulit	Customer Relationships 1. Diskon 2. Bonus produk 3. Layanan konsultasi pet GRATIS Channels 1. Social media marketing 2. Shopee, Tokopedia, FB, OLX, WA 3. Direct marketing	Customer Segments 1. Pemilik hewan peliharaan khususnya kucing dan anjing 2. Pendapatan menengah kebawah hingga atas
Cost Structure 1. Bahan baku 2. Pengemasan 3. Listrik 4. Admin 5. Iklan 6. Bensin		Revenue Streams 1. Penjualan Chio Pet Collar 2. Ongkos Kirim		

Gambar 2. 3. Business Model Canvas Chio Pet Collar

d. Customer Relationship

Program diskon juga kami berikan jika melakukan pembelian melalui Shopee atau Tokopedia. Kami akan memberikan *surprise gift* dengan pembelian 5 pcs atau lebih. Menyediakan layanan konsultasi *pet* dengan gratis

e. Revenue Streams

Kami mendapatkan pendapatan dari penjualan Chio Pet Collar. Kami juga mendapatkan keuntungan dari jasa kirim kami sendiri, karena metode kirim kami ada dari pihak shopee, tokopedia, gosend, goshop dan kami antar sendiri. Kami mendapatkan untung lebih dari pengiriman sendiri dan kami menarik pembeli agar mau menggunakan jasa kirim kami dengan membandrol ongkir yang lebih murah dari aplikasi Go Send.

f. Key Activities

Kegiatan yang dilakukan didalam perusahaan yaitu pembuatan produk yang terdiri dari produksi, marketing, packing, dan shipping.

g. Key Resources

Ruang kerja sangat diperlukan untuk fasilitas pengemasan. Listrik diperlukan dalam pressing pengemasan. Selain itu bahan untuk packaging juga penting dalam proses pengemasan. Lebih lanjut, dibutuhkan pula kendaraan untuk aktivitas pengiriman barang dari lokasi produksi ke toko.

h. Key Partnership

Sepatuku Manding sebagai mitra utama dalam menyediakan bahan kulit. Selain itu, Yobel sebagai pemasok bahan pengemasan, dan Everyprint sebagai mitra dalam pencetakan identitas merek.

i. Cost Structures

Struktur pembiayaan dalam bisnis Chio Pet Collar yaitu biaya bahan baku (kulit, bahan kemasan, dan stiker merk), pengemasan, listrik, administrasi, iklan, biaya transportasi, dan biaya tenaga kerja.

2.3. Aspek Operasi

Chio Pet Collar adalah Kalung Kucing yang terbuat dari limbah kulit sapi pengrajin fashion seperti tas, jaket, dompet, dll. Dengan begini kami mengurangi jumlah sampah / limbah. Aspek operasi yang menjadi fokus dalam rancang bangun bisnis ini meliputi fasilitas produksi, pemilihan lokasi, dan kapasitas produksi.

2.4. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran dalam rancang bangun bisnis ini difokuskan untuk meninjau beberapa indikator penting. Adapun indikator tersebut adalah segmentasi, penargetan, dan *positioning*; analisis persaingan; dan analisis pelanggan.

2.5. Aspek Organisasi/SDM

Aspek organisasi dan SDM yang akan ditinjau dalam rancangan bangun bisnis ini meliputi struktur organisasi, jumlah sumber daya manusia, kualifikasi sumber daya manusia, deskripsi pekerjaan, proses rekrutmen, sistem penilaian kinerja, dan sistem kompensasi. Seluruh fokus tinjauan tersebut merupakan indikator utama dalam pengelolaan organisasi dan sumber daya manusia.

2.6. Aspek Keuangan

Pada aspek keuangan, sejumlah indikator digunakan dalam meninjau aspek ini, yaitu biaya-biaya yang terdiri dari biaya SDM, biaya riset dan pengembangan, biaya pemasaran, biaya produksi, dan biaya operasional lainnya. Selain itu, dijelaskan pula penerimaan atau pendapatan sebagai indikator pada aspek keuangan.

BAB III

LAPORAN UMUM PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1. Pendahuluan: Profil Bisnis

Chio Pet Collar menyediakan beberapa kebutuhan hewan peliharaan seperti kucing, anjing, burung, ikan dan lainnya. Untuk saat ini Chio Pet Collar melakukan kemitraan dengan Chio Pet Kingdom sehingga dapat memanfaatkan toko online dan jalur distribusi. Para pelanggan dapat mengunjungi kami pada *online store* (Shopee [Chio Pet Kingdom <https://shopee.co.id/herdyherlambangsaputra>], Tokopedia [Chio Pet Kingdom <https://www.tokopedia.com/chiovetkingdom>], olx Nabilla, facebook Herdy Herlambang Saputra, instagram @chiopetkingdom) dan memiliki *production house* yang berada di TB. Dira Indah Jl. Bantul km 8 dan untuk *offline store* sedang dalam proses. Dan store kami nantinya menyediakan *klinik* grooming, penitipan, jasa pacak. Kami merekrut dokter lulusan Fakultas Kedokteran Hewan Universitas Gadjah Mada. Kami juga menerima pesanan partai dan *dropship* dengan syarat dan ketentuan. Barang yang kami jual antara lain kebutuhan kucing, anjing, burung, dan ikan seperti kandang hewan, pet cargo, aksesoris, makanan, kebutuhan grooming, obat dan vitamin, mainan, bantal/kasur.



Gambar 3. 1. Logo Chio Pet Collar

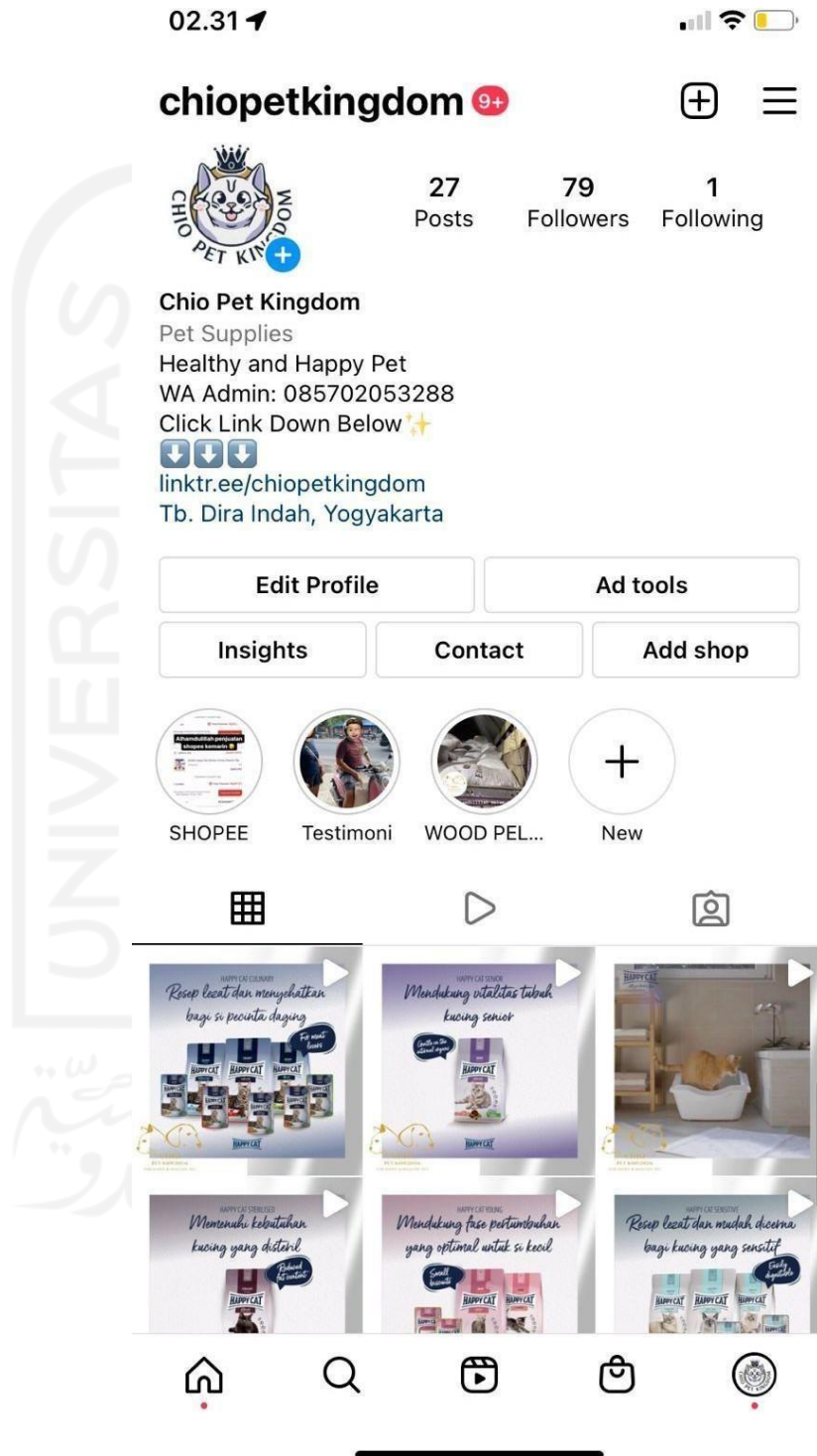


Gambar 3. 2. Tampilan produk pada Marketplace Shopee

Chio Pet Collar adalah pilihan tepat bagi pemilik hewan peliharaan guna menjaga pet agar tetap dalam pantuan. Selain itu Chio Pet Collar dapat meminimalisir atas sulitnya menemukan hewan peliharaan yang hilang dari rumah karena dalam Chio Pet Collar terdapat nomor telepon pemilik sehingga ketika hewan ditemukan oleh orang tak dikenal maka orang tersebut dapat menghubungi sang pemilik hewan tersebut.

Chio Pet Collar juga mengutamakan kualitas yang terbukti dengan penggunaan bahan material premium dan mengutamakan estetika produk tersebut. Chio Pet Collar

menggunakan bahan baku kulit sapi asli yang sudah melewati beberapa proses pengerjaan sehingga memiliki durabilitas yang tinggi.



Gambar 3. 3. Profil Bisnis pada Media Sosial Instagram

Pemilihan manik-manik yang digunakan juga merupakan bahan-bahan yang tidak mudah rusak, seperti contohnya pin nama hewan menggunakan bahan kulit, lonceng dan ring menggunakan besi anti karat, ring jalan dan aksesoris plastik berbahan plastik pilihan terbaik sehingga keseluruhan dari produk Chio Pet Collar dapat dikategorikan produk premium yang memiliki durabilitas dan nilai estetika yang tinggi. Kami juga menerapkan sistem Eco Friendly yang di mana bahan yang digunakan merupakan limbah kulit sisa pembuatan aksesoris berbahan dasar kulit sapi asli seperti tas, sepatu, jaket, dan aksesoris lainnya. Kami bekerja sama dengan pengrajin kulit Sepatuku Manding yang berada di Jl. Parangtritis No.KM.11, Manding, Sabdodadi, Kec. Bantul, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan gudang yang berada di Jl. Bantul KM 8, Diro, Pendowoharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta.



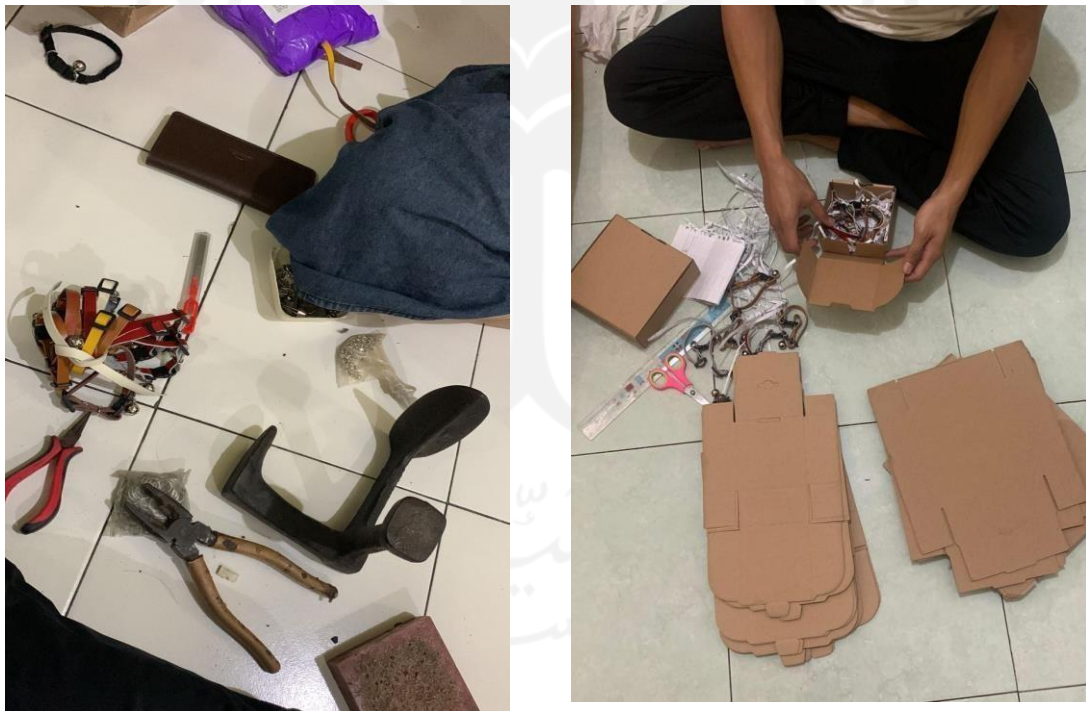
Gambar 3. 4. Kemasan Chio Pet Collar

3.2. Tinjauan Aspek Produksi/Operasi

Chio Pet Collar adalah Kalung Kucing yang terbuat dari limbah kulit sapi pengrajin fashion seperti tas, jaket, dompet, dll. Dengan begini kami mengurangi jumlah sampah / limbah.

3.2.1. Fasilitas Produksi

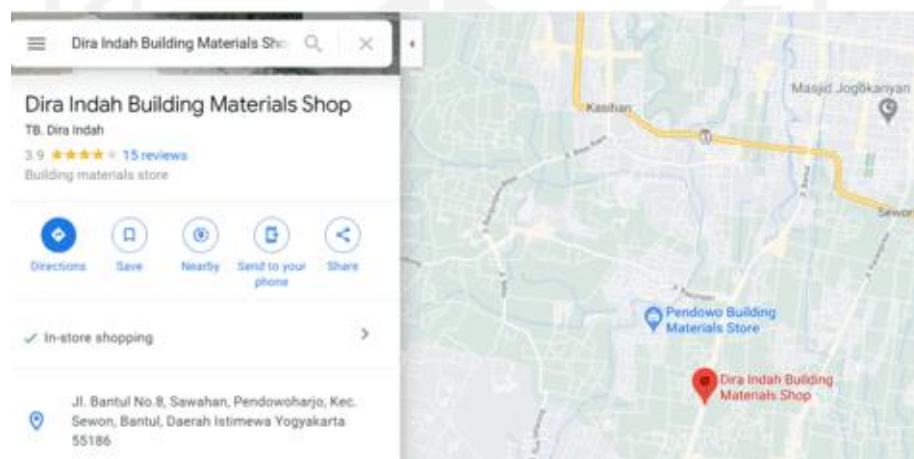
Fasilitas produksi yang disediakan dalam menunjang berjalannya bisnis ini adalah tempat yang layak untuk melakukan proses produksi, transportasi seperti motor untuk melakukan pengiriman. Proses pembuatan Chio Pet Collar dilakukan di Sepatuku Manding Jl. Parangtritis No.KM.11, Manding, Sabdodadi, Kec. Bantul, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.



Gambar 3. 5. Proses Produksi Chio Pet Collar

3.2.2. Pemilihan Lokasi Usaha

Warehouse Chio Pet Collar bergabung dengan Chio Pet Kingdom yang berlokasi di Jl Bantul KM 8, Diro, Pendowoharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta , Daerah Istimewa Yogyakarta. Warehouse kami berlokasi di jalan bantul karena kami telah melakukan riset bahwa di sekitar daerah tersebut sangat sedikit bahkan jarang terdapat Petshop yang berdiri, meskipun kami baru berjualan via online tapi nantinya kami akan mendirikan petshop di area tersebut. Sejauh ini sudah banyak customers kami yang melakukan transaksi dengan pengiriman alamat tujuan daerah Bantul.



Gambar 3. 6. Peta Lokasi Chio Pet Kingdom

3.2.3. Kapasitas Produksi

Pada awal penjualan kami melakukan produksi sebanyak 20 pcs per hari (Bulan Januari hingga Februari), kemudian melakukan peningkatan kapasitas produksi pada Bulan Maret karena mengalami lonjakan penjualan pada Bulan Maret menjadi 2x lipat sehingga kami memproduksi hampir 40 pcs per hari. Dan dari hasil tersebut ditarik kesimpulan bahwa kapasitas produksi kami berjalan secara fleksibel tergantung dari *demand*.

3.3. Tinjauan Aspek Organisasi/SDM

Struktur organisasi atau sumber daya manusia yang ada didalam Chio Pet Collar Herdy Herlambang Saputra merangkap sebagai CEO dan CFO. CEO (*Chief Executive Officer*) bertugas sebagai pemimpin perusahaan dan bertanggung jawab atas jalannya perusahaan, dalam pengambilan keputusan melibatkan CEO. Tugas dan peran CMO (*Chief Marketing Officer*) diantaranya adalah menyusun strategi pemasaran dengan budget yang sesuai, pemegang kendali pertumbuhan perusahaan. CFO (*Chief Financial Officer*) bertugas dalam pengelolaan keuangan, kreditur, menganalisis investasi yang layak dan lainnya. Tugas dari COO (*Chief Operating Officer*) adalah mengatur sumber daya agar produktif, menyusun rencana kebutuhan organisasi, memelihara dan mengawasi SDM, dan lainnya. Terkait dengan jumlah Sumber Daya Manusia, pada Chio Pet Collar Herdy Herlambang Saputra merangkap jabatan sebagai CEO, dan CFO. RR Shaffira Nabilla juga merangkap jabatan sebagai COO, dan CMO.

3.3.1. Kualifikasi SDM

a. CEO

Pemilik Chio Pet Collar harus memiliki kemampuan dan pengetahuan di bidang dunia hewan peliharaan, mental yang kuat, pola pikir yang kreatif, serta pandai meramalkan pangsa pasar di masa depan yang pada era ini teknologi dijunjung tinggi, dan maka dari itu bisnis kami bermula dari bisnis online yang nantinya akan ada bentuk wujud toko fisiknya. CEO juga harus mampu berinovasi terus menerus dan bersifat dinamis agar bisa mengikuti perkembangan zaman dan tren yang terjadi.

b. COO

Seorang Manajer Operasional dituntut untuk memiliki pengetahuan tentang bagaimana Chio Pet Collar dapat tertuju pada customers dengan efisien dan efektif dan COO pada Chio Pet Collar bertugas melakukan pengecekan atau evaluasi produk secara berkala, melakukan produksi, serta bertanggung jawab atas produk dan pengemasan.

c. CMO

Seorang Manajer Pemasaran dituntut untuk mampu menganalisis tujuan pasar yang menguntungkan, mampu cara menyampaikan maksud dan tujuan dari produk ke konsumen dengan baik dan tepat.

d. CFO

Seorang CFO harus mampu menciptakan sistem administrasi yang baik dan efektif misalnya seperti laporan stok, rekap kasir, menyusun laporan keuangan yang akurat, laporan laba rugi, membuat anggaran secara periodik atau purchasing untuk memenuhi kebutuhan dan fasilitas store, serta pembayaran biaya-biaya contohnya gaji karyawan dan lainnya.

3.3.2. Deskripsi Pekerjaan

a. CEO

CEO memiliki tugas dan deskripsi pekerjaan sebagai orang yang bisa mengontrol bisnisnya dari segala aspek, membuat perencanaan yang matang, dan membuat strategi yang tepat untuk menghadapi segala kondisi. Sehingga bisnis dapat tetap berjalan dengan stabil dan dapat bertahan di segala kondisi dalam jangka waktu yang panjang.

b. COO

COO dituntut untuk memiliki kemampuan pengawasan, ketelitian, serta memastikan Sumber Daya Manusia melakukan tugasnya dengan semestinya. COO juga bertanggung jawab mengontrol pengeluaran serta pemasukan stock dan bahan baku. Memberikan motivasi kepada para Sumber Daya Manusia juga perlu dilakukan karena jika Sumber Daya Manusia termotivasi, otomatis kinerja Sumber Daya Manusia akan meningkat dan tujuan perusahaan akan semakin tercapai.

c. CMO

CMO memiliki tanggung jawab terkait pengiklanan, cara mencari pelanggan, menjaga komunikasi atau hubungan dengan pelanggan supaya pelanggan menjadi loyal kepada Chio Pet Collar termasuk Chio Pet Kingdom, memikirkan konten-konten yang akan ditayangkan, up to date mengenai sosial media, serta mengevaluasi kebutuhan demi pengembangan store, melakukan *Customers Relationship* seperti melakukan atau menanyakan mengenai perkembangan produk pada pet, kenyamanan pet menggunakan produk, kritik dan saran, dan bertanggung jawab pada penjualan produk.

d. CFO

CFO harus dapat menganalisis dalam semua aspek manajemen keuangan mulai dari akuntansi sederhana hingga yang kompleks seperti pengalokasian dana kedalam bentuk investasi yang terjamin dan berpotensi besar bagi Chio Pet Collar termasuk Chio Pet Kingdom

3.3.3. Proses Procurement

Chio Pet Kingdom merekrut para eksekutif tentunya dengan banyak aspek seperti apakah para kandidat atau calon memahami dan paham akan tanggung jawab yang

diberikan sesuai dengan jabatannya. Sedangkan perekrutan karyawan tidak ada syarat yang terlalu banyak. Kejujuran, sopan santun dan kedisiplinan diutamakan dalam perekrutan eksekutif maupun karyawan.

3.3.4. Sistem Penilaian Kinerja

Penilaian kinerja adalah penilaian hasil kerja yang dapat digunakan untuk memberi informasi kepada para karyawan secara individual. Menurut Mondy dan Noe (2005), Penilaian kinerja merupakan alat dalam melakukan interaksi formal yang terstruktur antara bawahan dan atasan, baik dalam bentuk wawancara periodik, di mana kinerja bawahan ditinjau dan dibahas, dengan penekanan pada identifikasi kelemahan dan kekuatan serta sebagai peluang untuk perbaikan kinerja dan pengembangan keterampilan. Chio Pet Kingdom dan Chio Pet Collar melakukan evaluasi berjangka setiap bulannya, hal-hal yang dievaluasikan meliputi kesopanan terhadap customers, kinerja yang semakin membaik atau memburuk, tingkat kedisiplinan. Jika anggota perusahaan melanggar peraturan perusahaan maka akan dikenakan Surat Peringatan dan jika pelanggaran telah dilakukan sebanyak 3 kali maka akan diberikan tindakan lebih lanjut seperti dipecat atau lainnya tergantung dari keparahan pelanggaran yang dilakukan.

3.3.5. Sistem Kompensasi

Bonus akan diberikan kepada anggota organisasi jika dalam bulanan atau harian mencapai atau melebihi dari target. Bonus yang diberikan kepada eksekutif tentunya berbeda dengan bonus yang akan diberikan kepada karyawan. Bonus bisa berupa barang atau upah. THR juga akan diberikan kepada anggota perusahaan.

3.4. Tinjauan Aspek Pemasaran

Chio Pet Collar bekerja sama dengan Chio Pet Kingdom melalui promosi “Diskon” di marketplace seperti Shopee dan Tokopedia, kami melakukan promosi di Shopee dan Tokopedia agar produk kami banyak terjual dan banyak review sehingga membangun kepercayaan kepada para calon customers. Di Shopee, kami juga mengaktifkan program Gratis Ongkir Xtra dan Cashback Xtra sehingga membuat calon customers lebih tertarik karena dalam riset kami produk akan lebih laris bila seller mengaktifkan program Gratis Ongkir Xtra dan Cashback Xtra meskipun harga lebih mahal sedikit daripada murah tetapi tidak ada Gratis Ongkir dan Cashback Xtra. Kami hanya melakukan promosi melalui Shopee dan Tokopedia saja karena yang paling efektif.

Penjualan keseluruhan produk pada Shopee juga mengalami kenaikan yang signifikan maka dari penjualan melalui Shopee kami utamakan demi naiknya penjualan, rating toko, serta review di mana calon pembeli akan lebih tertarik jika mengetahui suatu produk sudah banyak terjual dan memiliki review yang baik.

3.4.1. Saluran Distribusi

Saluran distribusi yang kami gunakan jika customer menghubungi melalui Facebook atau Olx ada 3 jenis yaitu kami antar langsung (dengan ongkir tergantung lokasi yang dituju), GoSend, Ekspedisi. Untuk Ekspedisi kebanyakan customer memilih Wahana karena lebih murah dibandingkan ekspedisi lainnya. Jika melalui Shopee kami bekerja sama dengan Ekspedisi J&T, ID Express, SiCepat, Grab, Antaraja, JNE. Sedangkan Tokopedia kami bekerja sama dengan Antaraja, Sicepat, dan Gojek.

3.4.2. Segmentation, Targeting, dan Positioning

a. Segmentation

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), segmentasi adalah proses pembagian pasar menjadi kelompok-kelompok yang berbeda karakteristik maupun kebutuhan. Pada pengelompokan pasar berdasarkan geografisnya, segmentasi kami adalah masyarakat indonesia (pada online shop jangkauan kami bisa mencakup luar pulau) dan yogyakarta (pada offline pick up) sedangkan untuk variabel Demografinya yaitu remaja hingga tua, dan segmentasi lainnya yaitu semua masyarakat berpendapatan rendah hingga pendapatan tinggi, semua jenis kelamin.

b. Targeting

Setelah perusahaan mengidentifikasi peluang segmen pasar, selanjutnya adalah mengevaluasi berbagai segmen tersebut untuk memutuskan segmen mana yang menjadi target market. Target Chio Pet Collar adalah Pawparents berusia remaja hingga usia tua dengan tingkat pendapatan yang beragam, yang mengutamakan *Fashion* yang *Eco Friendly* dan *Durable*.

c. Positioning

Chio Pet Collar for Better Life menempatkan posisi bahwa kami mampu menyediakan produk demi lingkungan atau kehidupan yang lebih baik seperti alam kita lebih terjaga tanpa mengurangi kenyamanan dan kehidupan pet para *Paw Parents* karena *Eco Friendly*.

3.4.3. Analisis Persaingan

a. Analisis SWOT

Analisis SWOT diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.

Sedangkan menurut Siagian (2011), ada pembagian faktor-faktor strategis dalam analisis SWOT yaitu:

1. Faktor berupa kekuatan

Yang dimaksud dengan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis di dalamnya adalah antara lain kompetisi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah dan direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.

2. Faktor kelemahan

Yang dimaksud dengan kesalahan ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan, dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan

3. Faktor peluang

Definisi peluang secara sederhana peluang ialah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.

4. Faktor ancaman

Pengertian ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang yaitu faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis jika jika tidak diatasi ancaman akan menjadi bahaya bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun dimasa depan.

Tabel 3. 1. Analisis SWOT

<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Eco Friendly</i> ▪ Harga sebanding dengan kualitas ▪ Ketahanan masa pakai yang baik ▪ <i>Customize product</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Belum bisa produksi sendiri karena memerlukan biaya yang sangat besar sehingga hanya mampu bekerja sama
<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Banyak masyarakat yang sudah aware terhadap fashion peliharaan dan keselamatan lingkungan. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pola pikir masyarakat bahwa Chio Pet Collar jauh lebih mahal dibandingkan dengan Pet Collar biasa (karena biasanya produk yang peduli lingkungan memiliki harga lebih tinggi)

3.4.4. Analisis Pelanggan

Analisis pelanggan dilakukan dengan mengidentifikasi perilaku pelanggan dengan fokus kepada hasil analisis *customer profile* pada *value proposition* sebagaimana telah diuraikan sebelumnya. Adapun hasil identifikasi tercantum dalam tabel berikut ini:

Tabel 3. 2. Analisis Pelanggan

Pertanyaan	Pelanggan Chio Pet Kingdom	Pelanggan Chio Pet Collar
Siapa yang membeli dan menggunakan produk?	Pelanggan berpotensi yang mengutamakan kesehatan, kenyamanan dan kecantikan peliharaannya / anabulnya.	Pelanggan berpotensi yang mengutamakan kenyamanan peliharaan / anabulnya, kesehatan, serta lingkungan.

Pertanyaan	Pelanggan Chio Pet Kingdom	Pelanggan Chio Pet Collar
Apa yang konsumen beli?	Pakan, vitamin, obat, aksesoris, kebutuhan grooming.	Chio Pet Collar sebagai alternatif / pengganti pet collar kain
Di mana konsumen membeli?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Online Store: Shopee, Tokopedia, Facebook, OLX, Instagram ▪ Offline Store: Jl. Bantul km 8, Diro, Pendowoharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Online Store: Shopee, Tokopedia, Facebook, OLX, Instagram ▪ Offline Store: Jl. Bantul km 8, Diro, Pendowoharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta
Kapan konsumen membeli?	Transaksi dapat dilakukan setiap hari pada jam operasional yaitu 08.00 - 15.00. Sedangkan pengiriman dilakukan dari pukul 10.00 hingga 22.00 dengan batas transfer hingga pukul 15.00 akan dikirim pada hari yang sama dan selebihnya akan dikirim hari berikutnya.	Transaksi dapat dilakukan setiap hari pada jam operasional yaitu 08.00 - 15.00. Sedangkan pengiriman dilakukan dari pukul 10.00 hingga 22.00 dengan batas transfer hingga pukul 15.00 akan dikirim pada hari yang sama dan selebihnya akan dikirim hari berikutnya.
Bagaimana konsumen memilih produk?	Dapat berkonsultasi dengan admin produk mana yang paling sesuai dengan keinginan pelanggan	Dapat berkonsultasi dengan admin produk mana yang paling sesuai dengan keinginan pelanggan
Mengapa konsumen menyukai produk tertentu?	Karena menyesuaikan dengan keinginan anabul dan budget dari Paw Parents serta dipengaruhi oleh kebutuhan setiap pet berbeda-beda.	Karena menyesuaikan dengan keinginan anabul dan budget dari Paw Parents serta dipengaruhi oleh kebutuhan setiap pet berbeda-beda.
Bagaimana respon mereka terhadap strategi marketing mix?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Product Chio Pet Kingdom menjual barang-barang dari yang gampang ditemui hingga yang sulit dicari dan barang-barang premium. Chio Pet Kingdom termasuk toko yang menjual Pet Care dengan komplit dari kebutuhan pangan, aksesoris, 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Product Chio Pet Kingdom menjual barang-barang dari yang gampang ditemui hingga yang sulit dicari dan barang-barang premium. Chio Pet Kingdom termasuk toko yang menjual Pet Care

Pertanyaan	Pelanggan Chio Pet Kingdom	Pelanggan Chio Pet Collar
	<p>grooming, vitamin dan obat, kandang dan tas, cat litter, dan lainnya.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Price Harga sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Harga produk yang dijual pada online store termasuk murah dibandingkan dengan toko lainnya pada produk yang sama. ▪ Promotion Chio Pet Collar menjalankan program Gratis Ongkir Xtra dan Cashback Xtra pada Shopee. Dan harga khusus untuk reseller dan pet shop lainnya. ▪ Place Chio Pet Kingdom dan Chio Pet Collar mudah dijangkau karena Online Store, semua wilayah Indonesia dapat menjangkau. Sedangkan Warehouse dan Offline Store akan dibangun di Jl Bantul Km 8, Diro, Pendowoharjo, Sewon Bantul di mana masih sedikit bahkan sangat jarang ditemukannya Pet Shop. 	<p>dengan komplet dari kebutuhan pangan, aksesoris, grooming, vitamin dan obat, kandang dan tas, cat litter, dan lainnya.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Price Harga sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Harga produk yang dijual pada online store termasuk murah dibandingkan dengan toko lainnya pada produk yang sama. ▪ Promotion Chio Pet Collar menjalankan program Gratis Ongkir Xtra dan Cashback Xtra pada Shopee. Dan harga khusus untuk reseller dan pet shop lainnya. ▪ Place Chio Pet Kingdom dan Chio Pet Collar mudah dijangkau karena Online Store, semua wilayah Indonesia dapat menjangkau. Sedangkan Warehouse dan Offline Store akan dibangun di Jl Bantul Km 8, Diro, Pendowoharjo, Sewon Bantul di mana masih sedikit bahkan sangat jarang ditemukannya Pet Shop.

3.5. Tinjauan Aspek Keuangan

Dalam melaksanakan efisiensi bayaran Staff merancang pemakaian dana cocok pos tiap aspek manajemen yang terdapat dalam bisnis (operasional, SDM, serta pemasaran) dengan rincian selaku berikut:

a. Operasional

Pada aspek operasional Chio Skin Pet Collar membagi penggunaan dananya menjadi beberapa bagian:

- *Research, Development and prototype*

Pada bagian *research, development and prototype* Chio Skin Pet Collar menggunakan dananya dalam proses perencanaan desain hingga pembuatan *prototype* dengan total biaya Rp17.891,- dengan rincian pada tabel 3.3.

- Produksi / Production

Pada bagian produksi Chio Skin Pet Collar menggunakan dananya dalam seluruh aspek produksi, mulai dari kerja sama dengan vendor hingga proses finishing dengan total biaya Rp 311.730,-

- Biaya operasional lainnya

Pada bagian Biaya operasional lainnya Chio Skin Pet Collar mencakup dananya dalam kegiatan di lapangan meliputi hal-hal yang belum direncanakan namun terjadi dalam implementasi kegiatan dan lainnya dengan total biaya Rp20.000,-

b. Sumber Daya Manusia

Pada aspek sumber daya manusia Chio Skin Pet Collar hanya menggunakan dananya ketika melakukan proses produksi dengan total biaya Rp4.000,-

c. Pemasaran

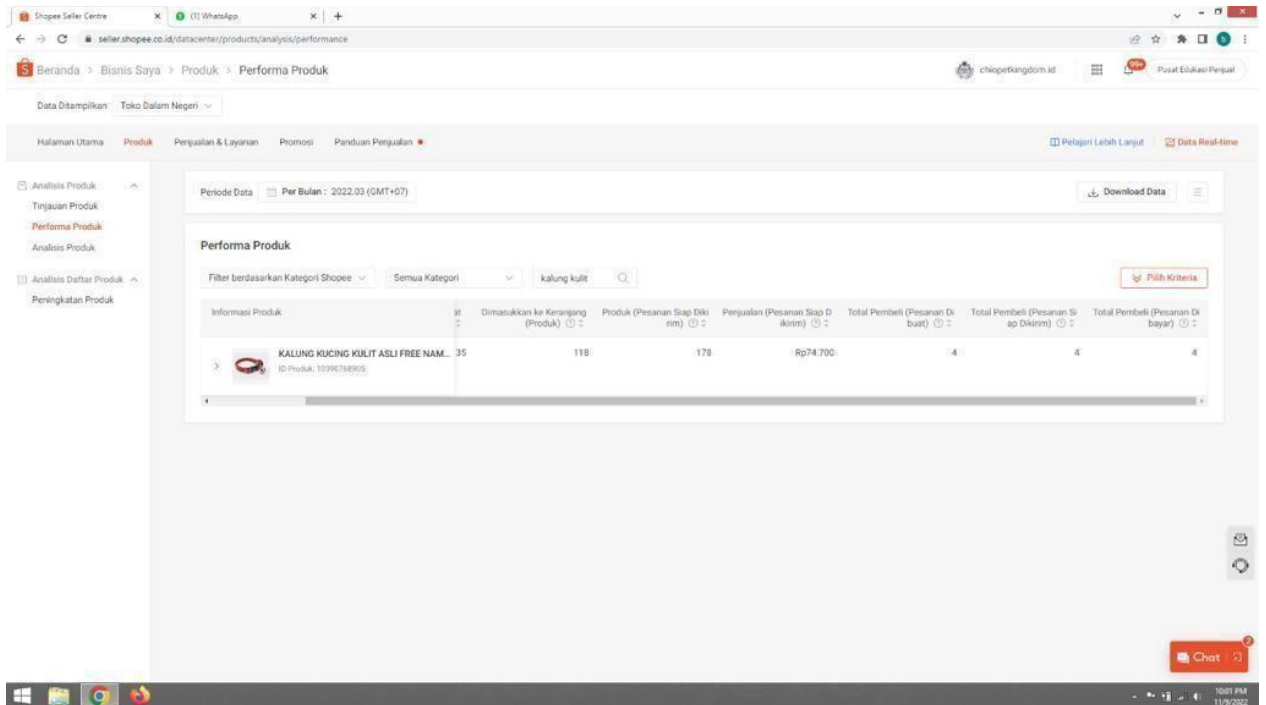
Pada aspek pemasaran, Chio Skin Pet Collar membagi penggunaannya dananya menjadi beberapa bagian:

- *Shopee ads*

Pada bagian *Shopee ads* Chio Skin Pet Collar menggunakan dananya dalam melakukan promosi atau iklan berbayar yang disediakan oleh Shopee dengan total biaya Rp.50.000,-

Tabel 3. 3. Rincian Modal Chio Pet Collar Per 1pcs

Jenis Biaya	Biaya	Keterangan
Kulit	Rp9.495	Include Ring D, Paku Keling
Lonceng	Rp473	Via Shopee
Ring Jalan	Rp148	Via Shopee
Kunci Sodok	Rp275	Via Shopee
Liontin	Rp 7.500	Via Shopee
Total	Rp17.891	



Gambar 3. 7. Performa Penjualan Chio Pet Collar

Tabel 3. 4. Penjualan dan Pengeluaran Chio Pet Collar Periode Januari-Mei 2022

Periode (Bulan)	Penjualan	Kuantitas Penjualan	Biaya (@Rp17.891)	Keuntungan
Januari	Rp525,000	15 pcs	Rp268,365	Rp256,635
Februari	Rp770,000	22 pcs	Rp393,602	Rp376,398
Maret	Rp1,225,000	35 pcs	Rp626,185	Rp598,815
April	Rp1,505,000	43 pcs	Rp769,313	Rp735,687
Mei	Rp2,240,000	64 pcs	Rp1,145,024	Rp1,094,976
Total	Rp6,265,000	179 pcs	Rp3,202,489	Rp3,062,511

BAB IV

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

4.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada pelaksanaan bisnis yang dimulai sejak Januari 2021 sampai dengan September 2021 ditemukan beberapa permasalahan yang esensial dari berbagai aspek fungsional manajemen seperti yang tertera pada tabel di bawah:

Tabel 4. 1. Masalah yang terjadi pada aspek-aspek manajemen

No.	Masalah yang Terjadi	Aspek
1.	Sulitnya memperoleh kepercayaan pelanggan pada periode pengenalan produk.	Pemasaran
2.	Keterbatasan pendanaan dalam perputaran produk Chio Pet Collar yang hanya bertumpu pada pemanfaatan dana internal.	Kuangan
3.	Keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi inti sebagai pengrajin.	Sumber Daya Manusia
4.	Keterbatasan pemasok bahan utama yang kurang andal dan menghambat proses pengadaan.	Operasi

4.2. Tinjauan Teoritis

4.2.1. Kepercayaan Pelanggan

Menurut Geyskens et al. (1996) kepercayaan pelanggan merupakan suatu keyakinan atau antisipasi di benak pelanggan bahwa perkataan atau janji yang disampaikan oleh penyedia produk (penjual) dapat diandalkan dan penjual tidak akan

memanfaatkan kelemahan konsumen. Saat ini, tren penggunaan e-commerce oleh pelanggan untuk membeli produk semakin meluas, hal ini diduga dipengaruhi oleh semakin meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan e-commerce.

Salah satu atribut kepercayaan yang berkaitan dengan peningkatan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan e-commerce menurut Che-Hussin, et al. (2003) umpan balik pelanggan yang tercantum dalam e-commerce. Hal ini relevan mengingat e-commerce di Indonesia (seperti Shopee) memiliki fitur *user content generator*, di mana pelanggan dapat menjadi pengaya konten di e-commerce dengan cara memberikan umpan balik terhadap produk yang telah dibeli dalam bentuk penilaian dan reviu atas produk dan layanan yang telah diterima dari penjual. Mekanisme umpan balik tersebut menurut Abyad (2017), menjadi faktor penting dalam meraih kepercayaan pelanggan.

4.2.2. Pendanaan Eksternal dan Kinerja UKM

Sejumlah peneliti menemukan bahwa pendanaan eksternal merupakan faktor penting dalam kesuksesan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Al-Najjar dan Al-Najjar (2017) melakukan studi tentang dampak pendanaan eksternal terhadap nilai perusahaan pada UKM di United Kingdom. Mereka menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara kebutuhan akan pendanaan eksternal oleh UKM dengan nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kebutuhan pendanaan eksternal oleh UKM, maka semakin meningkat pula nilai aset perusahaan.

Dalam konteks negara berkembang, Sarapaivanich dan Kotey (2006) juga melakukan penelitian tentang dampak akses pendanaan eksternal terhadap kinerja UKM di Thailand. Mereka menemukan bahwa kemampuan untuk mengakses pendanaan eksternal memiliki dampak positif terhadap kinerja UKM di Thailand. Hal ini juga berarti

bahwa semakin terbuka persepsi akses bagi UKM untuk meraih pendanaan eksternal, maka semakin tinggi pula kinerja UKM. Adapun pendanaan eksternal yang dimaksud berasal dari hutang dari lembaga keuangan (bank dan non-bank).

4.2.3. Kompetensi Inti dan Kinerja UKM

Kompetensi inti memiliki dimensi kepemimpinan, kewirausahaan, dan keahlian teknis (Ng, 2016). Menurutnya, dalam konteks kepemilikan sumber daya manusia sebagai aset perusahaan, keahlian teknis merupakan dimensi paling relevan dalam konteks kompetensi inti. Lebih lanjut, Ng et al. (2020) melakukan penelitian yang menguji pengaruh keahlian teknis sebagai salah satu dimensi kompetensi inti terhadap kinerja UKM di Malaysia. Mereka menemukan bahwa keahlian teknis memiliki peran dalam meningkatkan kinerja UKM yang diukur menggunakan indikator keuangan. Hal ini berarti bahwa semakin banyak sumber daya manusia dengan keahlian teknis yang dimiliki oleh UKM, maka semakin tinggi kinerja keuangannya.

4.2.4. Pengembangan Pemasok dan Kinerja UKM

Beberapa penelitian mengungkap bahwa pengembangan pemasok merupakan upaya yang mampu meningkatkan kinerja pemasok dan membangun keunggulan kompetitif (Modi & Mabert, 2015; Alaez-Aller & Longas-Garcia, 2014). Menurut Sithole (2014), pengembangan pemasok dapat didefinisikan sebagai aktivitas yang dilakukan oleh pembeli untuk meningkatkan kinerja pemasok untuk memenuhi kebutuhan pasokan dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Penelitian terdahulu membuktikan bahwa pengembangan pemasok berkontribusi terhadap kinerja perusahaan. Westhuizen dan Ntshingila (2020) menemukan bahwa aktivitas pengembangan pemasok sebagai bagian

dari praktik manajemen rantai pasokan memiliki peran dalam meningkatkan kinerja bisnis UKM di Afrika Selatan.

4.3. Pemecahan Masalah

4.3.1. Peningkatan Kepercayaan Pelanggan Melalui Adopsi E-Commerce

Berdasarkan uraian pada tinjauan teoritis terkait dengan permasalahan sulitnya memperoleh kepercayaan pelanggan pada produk Chio Pet Collar di tahap awal, maka penulis berkesimpulan bahwa adopsi e-commerce (seperti Shopee) merupakan solusi pemecahan masalah yang efektif dan dapat dijangkau. Hal ini relevan mengingat e-commerce seperti Shopee memiliki mekanisme umpan balik pelanggan, di mana pelanggan dapat memberikan testimoni, penilaian, dan revidi terkait pengalaman dalam membeli suatu produk di e-commerce.

Sebagaimana pendapat Abyad (2017) yang menyatakan bahwa mekanisme umpan balik di e-commerce merupakan faktor penting dalam meraih kepercayaan pelanggan. Melalui tampilan umpan balik pelanggan di e-commerce Shopee, perusahaan dapat meningkatkan potensi untuk menambah jumlah pelanggan baru. Hal ini relevan mengingat mekanisme umpan balik merupakan salah satu atribut penting dalam membangun kepercayaan pelanggan (Che-Hussin, et al., 2003).

4.3.2. Memanfaatkan Akses Pendanaan Eksternal

Berdasarkan tinjauan teoritis berkaitan dengan pendanaan eksternal, maka pemanfaatan akses terhadap pendanaan eksternal (bank) merupakan solusi atas masalah keterbatasan pendanaan produk Chio Pet Collar yang selama ini hanya mengandalkan pendanaan yang berasal dari internal Chio Pet Kingdom. Hal ini sangat relevan, mengingat akses pendanaan eksternal yang berasal dari lembaga keuangan telah terbukti

mampu dampak positif terhadap kinerja UKM (Sarapaivanich dan Kotey, 2006). Selain itu, kebutuhan akan pendanaan eksternal juga terbukti mampu berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan dalam konteks UKM (Al-Najjar dan Al-Najjar, 2017).

4.3.3. Menambah Pengrajin Untuk Memperkuat Kompetensi Inti

Penambahan pengrajin menjadi solusi atas keterbatasan pengrajin sebagai aktor dengan kompetensi inti (keahlian teknis). Hal ini sangat mendesak, mengingat hanya terdapat 1 (satu) pengrajin internal untuk memproduksi Chio Pet Collar. Untuk itu, peningkatan kapasitas produksi yang mampu mendorong pertumbuhan perlu didukung dengan penambahan pengrajin internal. Hal ini penting agar tidak bergantung pada pengrajin eksternal yang belum tentu andal.

Penambahan pengrajin ini diyakini dapat meningkatkan kinerja Chio Pet Kingdom dalam konteks produk Chio Pet Collar. Hal ini didasari oleh temuan studi terdahulu yang menemukan bahwa peningkatan kompetensi inti berperan dalam meningkatkan kinerja UKM (Ng et al., 2020). Penambahan pengerjaan internal berarti juga penambahan keahlian teknis, yang menurut Ng et al. (2020) akan berdampak positif terhadap kinerja keuangan UKM.

4.3.4. Mencari Pemasok Alternatif yang Andal

Pencarian pemasok alternatif dalam kasus Chio Pet Collar merupakan langkah yang penting, mengingat pemasok yang tersedia untuk bahan utama, yakni liontin sangatlah terbatas, yakni hanya 1 (satu) pemasok. Tak jarang, masalah muncul ketika masa pengerjaan dan pengiriman liontin tidak sesuai (lebih lama) dari yang dijanjikan, dengan alasan keterbatasan pada teknologi pencetakan liontin.

Untuk itu, pemasok alternatif merupakan kebutuhan mendesak bagi Chio Pet Kingdom untuk memastikan pasokan yang terjaga untuk bahan utama Chio Pet Collar.

Adapun pertimbangan utamanya adalah pada ketersediaan teknologi laser untuk memproduksi liontin. Adapun teknologi laser diyakini dapat mempercepat proses pencetakan liontin, baik yang berbahan kulit maupun akrilik, sehingga waktu tunggu dalam pemesanan liontin kepada pemasok menjadi lebih pendek.

Hal ini sesuai dengan studi terdahulu bahwa pengembangan pemasok dapat berupa aktivitas yang dilakukan untuk meningkatkan kinerja pemasok guna memenuhi kebutuhan pasokan (Sithole, 2014), termasuk mencari alternatif pemasok yang lebih andal dan lebih cepat. Hal ini penting untuk memberikan dampak positif terhadap peningkatan kinerja pemasok dan keunggulan kompetitif perusahaan (Modi & Mabert, 2015; Alaez-Aller & Longas-Garcia, 2014) serta meningkatkan kinerja bisnis (Westhuizen dan Ntshingila, 2020).

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Laporan Rancang Bangun Bisnis ini berfokus pada pengembangan, produksi, dan penyampaian produk Chio Pet Collar, yakni kalung untuk hewan peliharaan (kucing) guna menjawab masalah pemilik hewan peliharaan yang mengalami kesulitan ketika hewan kesayangannya hilang.
2. Melalui fitur identitas dan nomor kontak pemilik hewan peliharaan pada Chio Pet Collar, para pemilik hewan peliharaan dapat memiliki potensi untuk menemukan kembali jika hewan peliharaannya hilang. Dilengkapi dengan kemampuan durabilitas tinggi, Chio Pet Collar dapat bertahan dalam waktu lama, sehingga pemilik hewan peliharaan tidak perlu repot untuk sering menggantinya.
3. Pada aspek operasi, Chio Pet Collar didesain dengan menggunakan bahan mentah limbah kulit sapi yang berasal dari pengrajin fashion seperti tas, jaket, dompet, dll. Melalui pendekatan ini, Chio Pet Collar juga berkontribusi dalam mengurangi jumlah limbah.
4. Pada aspek pasar dan pemasaran, rancang bangun bisnis ini difokuskan untuk meninjau beberapa indikator penting segmentasi, penargetan, dan *positioning*; analisis persaingan; dan analisis pelanggan.
5. Pada aspek Organisasi/SDM, laporan ini fokus pada analisis jumlah sumber daya manusia, kualifikasi sumber daya manusia, deskripsi pekerjaan, proses

rekrutmen, sistem penilaian kinerja, dan sistem kompensasi. Seluruh fokus tinjauan tersebut merupakan indikator utama dalam pengelolaan organisasi dan sumber daya manusia.

6. Pada aspek keuangan, laporan ini meninjau biaya-biaya yang terdiri dari biaya SDM, biaya riset dan pengembangan, biaya pemasaran, biaya produksi, dan biaya operasional lainnya, serta pendapatan yang diperoleh.
7. Beberapa pemecahan masalah yang diperoleh dari hasil tinjauan teoritis terdiri dari adopsi e-commerce (Shopee) untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan pada produk Chio Pet Collar di tahap awal siklus hidup produk; pemanfaatan akses pendanaan eksternal dari bank untuk menambah modal kerja; menambah pengrajin untuk memperkuat kompetensi inti; dan mencari pemasok alternatif yang andal dan cepat.

5.2. Rekomendasi

Berdasarkan dari pengalaman dari bisnis Chio Pet Collar berikut adalah beberapa rekomendasi untuk para calon pengusaha yang akan menekuni bisnis dengan pendanaan eksternal.

1. Para calon pengusaha harus mampu memahami trend yang sedang berjalan dalam hal apapun contohnya marketplace yang sedang naik daun sehingga tercapainya penjualan yang diinginkan
2. Sebelum memulai bisnis calon pengusaha harus membuat *Value Proposition Canvas (VPC)* dan *Business Model Canvas (BMC)*. Dengan dibuatnya *Value Proposition Canvas* kita mampu mengetahui *value* yang diberikan oleh produk atau jasa yang ditawarkan serta mengerti apa yang diinginkan dan diresahkan oleh konsumen. Sedangkan tujuan dari dibuatnya *Business Model Canvas*

(BMC) adalah mengerti poin-poin penting dalam perencanaan bisnis, mempersingkat waktu perencanaan dan mengurangi atau meminimalisir risiko dalam menjalankan bisnis karena di dalam *Business Model Canvas (BMC)* terdapat 9 elemen yang sudah dijelaskan pada BAB II

3. Para calon pengusaha jangan ragu untuk memulai bisnis dan berani terjun langsung dan bertanya dengan ahlinya sehingga kita bisa mendapatkan peluang berbisnis tanpa harus terjun langsung dalam proses pembuatan kedepannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abyad, A (2017), Importance of Consumer Trust in e-commerce, *Middle East Journal of Business*, 12(3): 20-24.
- Al-Najjar, B., & Al-Najjar, D (2017), The impact of external financing on firm value and a corporate governance index: SME evidence, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(2): 411-423.
- Alaez-Aller, R. & Longas-Garcia, J.C (2014), Dynamic supplier management in the automotive industry. *International Journal of Operations & Production Management*, 30(3): 312-335.
- bbc.com (2020), *Hilang 11 tahun, kucing bernama Missy akhirnya bertemu pemiliknya*, diperoleh pada 28 Oktober 2022 di <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-51764270>.
- Che-Hussin, A.R., Macaulay, L. and Keeling, K (2003), The Importance Ranking of Trust Attributes in e-Commerce Website, *11th Pacific-Asia Conference on Information Systems*.
- David, F. R. (2006), *Strategic Management*, New Jersey: Prentice Hall.
- Geyskens, I., Steenkamp, J-B, E. M., & Kumar, N. (1998), Generalizations about trust in marketing channel relationships using meta-analysis. *International Journal of Research in Marketing*, 15: 223-248.
- Kotler, P., & Armstrong, G, (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran Ed. 12*, Jakarta: Erlangga.
- Modi, S.B & Mabert, V.A. (2015), Supplier development: improving supplier performance through knowledge transfer. *Journal of Operations Management*, 25(1), 42-64.
- Mondy, R. W., & Noe, R. M. (2005), *Human resource management*, Pearson Educación.
- Ng, H.S. (2016), "The influence of transformational leadership and competence on small enterprise success in Malaysia: the mediating effect of innovativeness", unpublished PhD Thesis, Universiti Sains Malaysia, Pulau Pinang.
- _____, Kee, D.M.H. and Ramayah, T. (2020), Examining the mediating role of innovativeness in the link between core competencies and SME performance, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(1): 103- 129.
- Sarapaivanich, N., & Kotey, B. (2006), The effect of financial information quality on ability to access external funds and performance of SMEs in Thailand. *Journal of Enterprising Culture*, 14(03): 219-239.

Siagian, V. F. (2011). Strategi Perencanaan Wilayah Kecamatan Tarutung Berbasis Kemampuan Lahan (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara), diperoleh pada 23 November 2022 di <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/43723>.

Sithole, P. (2014), *Barriers in supplier development encountered by SMEs as suppliers in the South African railway industry*. MBA. University of Pretoria.

Van der Westhuizen, J., & Ntshingila, L. (2020), The effect of supplier selection, supplier development and information sharing on SME's business performance in sedibeng. *International Journal of Economics and Finance*, 12(2): 290-304.

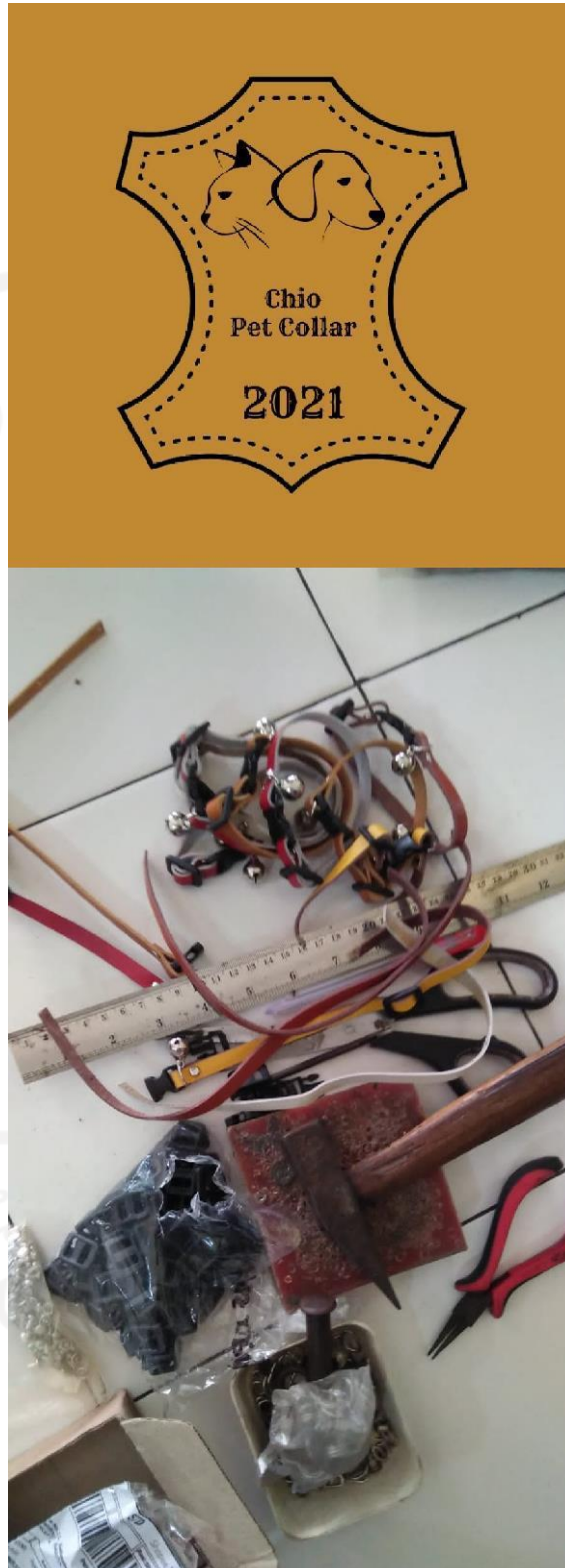
Designing the Measurement of System Green Manufacturing Using SCOR Model in The Leather Tanning Industry Jannah B, Ridwan A, Hadi R *Jurnal Rekayasa Sistem & Industri* (JRSI) (2018) 5(02) 60



Lampiran Progress Report

Tanggal	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
24 November 2021	Melakukan survei penentuan vendor	Memastikan vendor yang tepat	Melanjutkan diskusi di lain hari dan melakukan penelitian	CEO
29 November 2021	Melakukan survei penentuan vendor	Memastikan vendor yang tepat	Melanjutkan diskusi di lain hari dan melakukan penelitian	CEO
5 Desember 2021	Melakukan diskusi dengan partner	Masih ragu untuk order	Melanjutkan diskusi di lain hari dan melakukan penelitian	CEO
6 Desember 2021	Melakukan desain logo dan printing sticker	-	-	CEO
10 Desember 2021	Mengikuti rangkaian produksi di Rumah Produksi	Mendalami ilmu produksi	-	CEO
19 Desember 2021	Melakukan diskusi dengan partner, Melakukan transaksi Produk Pertama	-	-	CEO
05 Januari 2022	Melakukan Editing gambar produk lalu upload di berbagai macam marketplace dan menawarkan kepada rekan komunitas kucing	Yang tertarik baru sedikit karena dalam masa penetrasi produk	Memberikan solusi kepada target customers	Tim Pemasaran
6 Januari 2022 - 11 Januari 2022	Melakukan posting produk Shopee	Respon masih sedikit	Terus melakukan pemasaran	Tim Pemasaran

Lampiran Dokumen Bisnis



BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**PEMANFAATAN LIMBAH KULIT MENJADI KALUNG HEWAN
BERDURABILITASTINGGI “ CHO SKIN PET COLLAR”**

Disusun Oleh : **HERDY HERLAMBANG SAPUTRA**

Nomor Mahasiswa : **17311184**

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

Pada hari, tanggal: Rabu, 08 Maret 2023

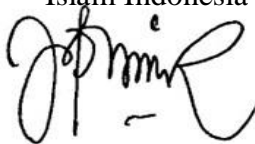
Penguji/ Pembimbing TA : Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M.



Penguji : Mochammad Nasito , Drs, M.M.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan
Ekonomika Universitas
Islam Indonesia



Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

Bismillahirrahmannirrahim

Pada Semester **Genap 2022/2023** hari, tanggal: **Rabu, 08 Maret 2023** Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir yang disusun oleh:

Nama : **HERDY HERLAMBANG SAPUTRA**
No. Mahasiswa : **17311184**
Judul Tugas Akhir : **PEMANFAATAN LIMBAH KULIT MENJADI KALUNG HEWAN BERDURABILITAS TINGGI
"CHO SKIN PET COLLAR"**
Jenis Tugas Akhir : **Skripsi**
Pembimbing : **Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M.**

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir tersebut dinyatakan:

- 1. Lulus Ujian Tugas Akhir *)**
 - ~~a. Tugas Akhir tidak direvisi~~
 - ~~b. Tugas Akhir perlu direvisi~~
- 2. ~~Tidak Lulus Ujian Tugas Akhir~~**

Nilai : **B+**
Referensi : **Layak/~~Tidak Layak~~ *)** ditampilkan di Perpustakaan
Tim Penguji
Ketua Tim : **Mochammad Nasito , Drs, M.M.**
Anggota Tim : **Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M..**



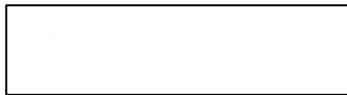
FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Ringroad Utara, Condong Catur, Depok
Sleman, Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 883087, 885376;
F. (0274) 882589
E. fe@uii.ac.id
W. fecon.uui.ac.id

Keterangan:

*) *Coret yang tidak perlu*

*Munir
Bey*



Mu

Yogyakarta, 08 Maret 2023 Ketua Program Studi Manajemen

Abdur Rafik, S.E., M.Sc.

