

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1. Deskripsi Konsep Bisnis

Untuk memenuhi kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial, manusia di samping membutuhkan manusia, juga membutuhkan juga hewan. Mempunyai hewan peliharaan bukan menjadi hal yang aneh di zaman sekarang. Manusia memiliki hewan peliharaan dengan berbagai alasan dan dan tujuan, antara lain menjadi hobi, teman main, dan bahkan tidak jarang yang menganggap hewan peliharaan sebagai keluarga. Saat ini sangat mudah untuk mendapatkan hewan peliharaan karena perdagangan hewan banyak dan mudah untuk diakses. Kebersamaan antara hewan dan manusia dalam waktu yang lama akan menciptakan suatu ikatan batin di antara mereka.

Memelihara binatang peliharaan merupakan salah satu aktivitas yang menjadi ciri dari umat manusia. Hewan peliharaan merupakan binatang yang dijinakan dan diurus oleh pemiliknya, serta memiliki ikatan emosional di antara keduanya. Ikatan emosional akan membentuk sebuah hubungan antara manusia dengan hewan. Hubungan tersebut telah banyak diteliti dan terbukti telah memberikan manfaat positif untuk pemiliknya baik itu dalam hal fisik, psikologis, dan kesejahteraan sosial, di mana membuat hewan peliharaan akan menjadi suatu kebutuhan yang semakin penting dalam rumah tangga modern (Chen *et al.*, 2012).

Berbagai penelitian telah menemukan bahwa hewan peliharaan memiliki manfaat yang beragam seperti kesehatan fisiologis maupun psikologis. Lewis *et al* (2009) menemukan memelihara anjing secara signifikan meningkatkan kualitas

hidup dalam aspek fisik. Sedangkan memelihara kucing dan selain anjing dapat meningkatkan kualitas sosial. Pendapat ini diperkuat oleh McConnell *et al* (2011) yang meneliti *well being* antara pemilik hewan peliharaan dan yang tidak memiliki hewan peliharaan.

Berdasarkan penelitian oleh *UC Davis School of Veterinary Medicine, 2010* memiliki hewan peliharaan membantu anak membaca lebih baik, dan bahkan membantu kognitif anak. Dalam studi 1 dekade yang dilangsungkan University of Minnesota di Minneapolis, yang dipublikasikan pada tahun 2008 mengungkapkan bahwa risiko pemelihara anjing untuk meninggal akibat serangan jantung 60 persen lebih rendah dari yang tidak memelihara hewan, dan 70 persen lebih rendah meninggal akibat penyakit kardiovaskuler ketimbang yang tidak memelihara hewan. Sebuah studi di tahun 2009 di Amerika Serikat menunjukkan pula bahwa memiliki hewan peliharaan berkontribusi banyak terhadap terapi dan rehabilitasi di antara orang dewasa dengan penyakit mental yang serius. Kucing dan binatang-binatang kecil, seperti burung dan kelinci bahkan digunakan untuk membantu terapi narapidana. Di tahun 2010, *University of Montreal* mempublikasi studi di jurnal *Psychoneuroendocrinology* menemukan bahwa kehadiran hewan peliharaan di rumah bisa menurunkan ketegangan dan stres anak dengan kondisi autisme.

Manfaat memelihara hewan juga diungkap oleh Zimolag dan Krupa (2009), mereka menyatakan memelihara hewan dapat dijadikan terapi pada orang dengan penyakit mental serius. Orang yang memiliki hewan peliharaan mendapat skor lebih tinggi pada keterikatan terhadap aktivitas yang berarti daripada yang tidak memiliki hewan peliharaan (Zimolag & Krupa, 2009). Menurut Setianingrum (2012) dengan melakukan aktivitas memelihara hewan, seseorang dapat mendapatkan tiga

manfaat, yaitu: (1) membantu untuk memulihkan kesehatan dengan cara menerapkan gaya hidup sehat seperti mengajak jalan-jalan ataupun bermain, (2) membantu mengatasi stres dengan menganggap hewan sebagai hiburan dan teman bermain, (3) bersosialisasi dengan lingkungan dan orang-orang baru seperti saat memandikan hewan maupun membawanya berjalan-jalan.

Di Indonesia, survey pada *World Society for the Protection of Animal* (WSPA) pada tahun 2008 menunjukkan jumlah populasi hewan peliharaan dengan jenis anjing sebesar 8 juta dan populasi jenis kucing sebesar 15 juta. Perkembangan dari populasi anjing selama kurang lebih 5 tahun meningkat sebesar 22% (peringkat 9 dari 58 negara) dan pada populasi kucing bertambah sebesar 66% (peringkat 2 dari 58 negara) (Batson, 2008). Hasil survey tersebut menunjukkan betapa pesatnya perkembangan minat memelihara hewan di Indonesia. Perkembangan ini sejalan dengan munculnya komunitas dan yayasan yang bergerak dalam hal pemeliharaan hewan di Indonesia, seperti *Indonesian Cat Association* (ICA) dan Ikatan Pecinta Reptil dan Amfibi Indonesia (IPRAI) yang berada dalam tingkat nasional hingga komunitas lokal.

Hewan peliharaan atau hewan kesayangan merupakan hewan yang dipelihara sebagai teman sehari-hari manusia. Hewan kesayangan berbeda dari hewan ternak, hewan percobaan, hewan pekerja, atau hewan tunggangan yang dipelihara untuk kepentingan ekonomi atau melakukan tugas tertentu. Hewan peliharaan populer biasanya adalah hewan yang memiliki karakter setia pada majikannya, memiliki penampilan yang menarik, atau kemampuan menarik tertentu seperti hewan kecil contohnya anjing, kucing, kelinci, burung, dan ikan.

Anjing merupakan hewan peliharaan yang cukup populer. Dalam keanggotaan *World Society for the Protection of Animal*(WSPA), peningkatan populasi anjing di Indonesia mencapai 22% (merupakan peringkat ke-9 dari 58 negara) dan populasi kucing sebesar 66% (merupakan peringkat ke-2). Populasi hewan peliharaan di dunia mencapai delapan juta ekor untuk anjing dan 15 juta ekor untuk kucing (Nurlayli dan Hidayati, 2014).

1.2. Deskripsi Bisnis



Gambar 1.1. Logo dan Identitas King's Kennel

Sumber: Pribadi Penulis

Nama *King's Kennel* diambil karena penulis memiliki *passion* bagi usaha ini menjadi pemimpin pasar dalam bidang *Kennel* dan *Breeding* anjing di kota Bandung, dengan sasaran dapat mendapatkan sertifikasi *kennel* internasional yang akan memberikan nilai tambah. Logo anjing dengan menggunakan mahkota

menggambarkan sasaran akhir dari perusahaan, yaitu untuk menciptakan lingkungan untuk anjing berkualitas yang dapat bersaing secara internasional.

Nama Usaha : *KING'S KENNEL*

Bentuk Usaha : CV (Commanditaire Vennootschap/ Persekutuan Komanditer)

Pemilik : Agustian Rommy Darmawan

Produk yang dipasarkan: *Puppy* (anak anjing berkualitas) dan jasa pacak untuk Anjing Ras *Welsh Corgi*

Metode Produksi : Pengembangbiakan dan pemeliharaan (*Kennel*) anjing ras *Welsh Corgi*

Visi dari bisnis adalah:

Menjadi *Kennel* Unggulan bertaraf Internasional untuk menyediakan *Puppy* dan *Lineage* berkualitas bagi pecinta anjing *Welsh Corgi* di seluruh Indonesia tahun 2030.

Misi dari bisnis ini:

1. Mempersiapkan indukan unggulan anjing *Welsh Corgi* bagi kelangsungan bisnis, untuk meningkatkan kualitas Anjing Ras.
2. Melakukan proses perkembangbiakan yang sesuai dengan standar *Kennel* Internasional.
3. Bekerja sama dengan PERKIN (Perkumpulan Kinologi Indonesia) mempersiapkan anakan anjing (*Puppy*) anjing *Welsh Corgi* yang berkualitas, berdaya saing, dan memiliki nilai tambah bagi pembeli.
4. Mengembangkan industri *Kennel* sebagai bidang usaha yang menguntungkan bagi investor dan *stakeholder*.

5. Mengedukasi menjadi sarana edukasi masyarakat dalam perawatan dan pengembangbiakan anjing *Welsh Corgi*.

Bentuk Perusahaan:

CV menjadi pilihan utama bagi penulis untuk membuat usaha ini, karena merupakan bisnis level UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Selain itu, biaya pembuatan CV lebih murah daripada biaya yang harus dikeluarkan untuk mendirikan PT. Selain itu, CV bisa mengambil keputusan secara langsung tanpa harus melalui proses rapat dan melakukan eksekusi untuk kepentingan perusahaan. Hal ini juga berlaku untuk perubahan anggaran dasar. Penulis sebagai seorang pemilik usaha bisa langsung melakukan perubahan akta untuk melakukan perubahan akta tanpa melakukan rapat pengurus, sehingga memudahkan penulis untuk mengendalikan perusahaan.

