

## ABSTRAK

Pembuatan perencanaan bisnis Victory Aquarium ini adalah untuk mengetahui bisnis ini layak atau tidak untuk dijalankan. Penulis mendapatkan peluang bisnis dari melihat area ketertarikan penulis dalam bidang hewan peliharaan dan otomotif. Penulis melihat masih banyaknya masyarakat yang mencari-cari ikan hias dengan harga yang wajar dan pakan ikan hias yang praktis untuk digunakan. Victory Aquarium sendiri akan menggunakan promosi terutama melewati media sosial karena di dalamnya ada komunitas-komunitas ikan hias yang bisa dijadikan target selain kota Cimahi dan Bandung. Victory Aquarium terletak di kawasan kota Cimahi bagian utara dimana tempat ini masih sangat dekat dari Kota Bandung. Victory Aquarium mengusung konsep toko ikan hias yang didesain seperti galeri yang lebih mengkhususkan menjual ikan Louhan dan Arwana serta Pakan ikan hias berupa Pelet dan Cacing beku. Penulis melihat ide ini karena masih terdapat peluang melihat dari survey harapan pelanggan mengenai toko ikan hias. Selain itu, Victory Aquarium menyediakan fasilitas-fasilitas yang tidak ada di toko ikan lainnya seperti terdapatnya sofa agar orang-orang yang memilih ikan dapat bersantai sambil mencari ikan yang menurutnya sangat cocok. Tidak hanya itu saja, Victory Aquarium juga memberikan pelayanan yang sangat baik seperti pemberian minuman dingin kepada orang-orang yang datang dan mengontrol setiap pembeli selama 2 minggu. Oleh karena itu, Victory aquarium berharap agar setiap konsumen akan tertarik untuk datang, membeli, dan menjadi pelanggan setia dari Victory Aquarium. Dalam melihat kelayakan usaha penulis melakukan perhitungan dengan cara *Net Present Value*, *payback period*, dan *profitability Index*.

## ABSTRACT

Making this Victory Aquarium business plan is to find out whether this business is feasible or not to run. The author gets a business opportunity from seeing the area of interest of writers in the field of pets and automotive. The author sees that there are still many people who are looking for ornamental fish with reasonable prices and practical ornamental fish feed to use. Victory Aquarium itself will use promotions mainly through social media because there are ornamental fish communities that can be targeted besides the cities of Cimahi and Bandung. Victory Aquarium is located in the northern part of Cimahi where this place is still very close to the city of Bandung. Victory Aquarium carries the concept of an ornamental fish shop that is designed like a gallery that specializes in selling Louhan and Arwana fish and ornamental fish feed in the form of frozen pellets and worms. The author sees this idea because there are still opportunities to see from customer expectation surveys about ornamental fish stores. In addition, Victory Aquarium provides facilities that are not available at other fish shops such as the presence of sofas so that people who choose fish can relax while looking for fish that they think is very suitable. Not only that, Victory Aquarium also provides excellent services such as giving cold drinks to people who come and control every buyer for 2 weeks. Therefore, Victory Aquarium hopes that every consumer will be interested to come, buy, and become a loyal customer of Victory Aquarium. In looking at the business feasibility the author calculates the Net Present Value, payback period, and profitability Index.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL INDONESIA.....	i
HALAMAN JUDUL INGGRIS.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB 1 RINGKASAN EKSEKUTIF.....	1
1.1 DESKRIPSI KONSEP BISNIS.....	1
1. Net Present Value .....	4
2. Payback Period .....	5
3. Profitability Index .....	5
1.2 DESKRIPSI BISNIS.....	6
1. Nama Perusahaan .....	6
2. Logo Perusahaan .....	7
3. Bentuk Perusahaan .....	7
4. Visi .....	7
5. Misi .....	7
BAB 2 ANALISIS PELUANG DAN IDE PRODUK.....	8
2.1 AREA KETERTARIKAN.....	8
2.2 DECISION MATRIX ANALYSIS.....	12
2.3 ANALISIS PERBANDINGAN BERPASANGAN.....	15
2.4 QUESTION.....	17
BAB 3 ASPEK PEMASARAN.....	37
3.1 STRATEGI PEMASARAN.....	37

3.1.1	SEGMENTASI PASAR.....	37
3.1.2	TARGETING.....	41
3.1.3	POSITIONING.....	46
3.2	BAURAN PEMASARAN.....	47
3.3	PERKIRAAN PENJUALAN.....	52
BAB 4	ASPEK OPERASIONAL.....	66
4.1	PERALATAN DAN KAPASITAS PRODUKSI / OPERASI.....	65
4.2	PROSES PRODUKSI / OPERASI.....	83
4.3	BLUE PRINT OPERASIONAL.....	89
4.4	PROSES PELAYANAN.....	92
4.5	LOKASI.....	93
4.6	RENCANA TATA LETAK LAY OUT.....	95
BAB 5	ASPEK SUMBER DAYA INSANI DAN MANAJEMEN.....	98
5.1	STRUKTUR ORGANISASI.....	98
5.1.1	STRUKTUR ORGANISASI.....	98
5.1.2	DESKRIPSI PEKERJAAN.....	99
5.1.3	SPEKIFIKASI PEKERJAAN.....	108
5.1.4	REKRUTMEN.....	110
5.1.5	SELEKSI.....	110
5.1.6	ORIENTASI.....	111
5.1.7	PELATIHAN.....	112
5.1.8	PENILAIAN KINERJA.....	112
5.2	WAKTU KERJA DAN KOMPENSASI.....	113
5.3	STANDAR OPERATING PROCEDURE.....	117
BAB 6	ASPEK KEUANGAN.....	130
6.1	KEBUTUHAN DANA.....	130
6.2	SUMBER DANA.....	134
6.3	PROYEKSI NERACA.....	135
6.4	PROYEKSI LABA RUGI.....	136
6.5	PROYEKSI ARUS KAS.....	148
6.6	PENILAIAN KELAYAKAN INVESTASI.....	155

6.6.1 NET PRESENT VALUE (NPV).....	155
6.6.2 PAYBACK PERIODE.....	157
6.6.3 PROFITABILITY INDEX.....	158
DAFTAR PUSTAKA.....	159
LAMPIRAN A.....	161
LAMPIRAN B.....	191
CURRICULUM VITAE .....	196



## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1.1 LOGO VICTORY AQUARIUM.....	7
GAMBAR 4.4.1 PROSES PELAYANAN .....	92
GAMBAR 4.5.1 LOKASI VICTORY AQUARIUM.....	94
GAMBAR 4.6.1 LAY OUT VICTORY AQUARIUM.....	95
GAMBAR 5.1.1 STRUKTUR ORGANISASI VICTORY AQUARIUM.	99



## DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 TABEL NET PRESENT VALUE .....	4
TABEL 2.1 AREA KETERTARIKAN.....	9
TABEL 2.2 DECISION MATRIX ANALYSIS.....	13
TABEL 2.3. ANALISIS PERBANDINGAN BERPASANGAN.....	15
TABEL 2.4 SKOR AKHIR.....	16
TABEL 2.5 HARAPAN PELANGGAN.....	29
TABEL 2.6 HARAPAN PELANGGAN (TERBUKA).....	30
TABEL 2.7 SWOT.....	35
TABEL 3.1.1 SIMILAR GROUP OF SEGMENT.....	45
TABEL 3.2.1 HARGA PRODUK VICTORY AQUARIUM.....	49
TABEL 3.2.2 HARGA GROSIR PRODUK VICTORY AQUARIUM.....	50
TABEL 3.3.1 PERKIRAAN PENJUALAN TAHUN KE 1.....	53
TABEL 3.3.2 PERKIRAAN PENJUALAN TAHUN KE 2.....	57
TABEL 3.3.3 PERKIRAAN PENJUALAN TAHUN KE 3.....	61
TABEL 4.1.1 BIAYA PERALATAN PRODUKSI.....	67
TABEL 4.1.2 BIAYA PERLENGKAPAN PRODUKSI.....	76
TABEL 4.1.3 BIAYA PRODUKSI PELET SUPER PREMIUM.....	80
TABEL 4.1.4 BIAYA PRODUKSI PELET MIGHTY RED.....	81
TABEL 4.1.5 BIAYA PRODUKSI PELET ORIGINAL.....	81
TABEL 4.1.6 BIAYA PRODUKSI CACING BEKU BIASA.....	82
TABEL 4.1.7 BIAYA PRODUKSI CACING BEKU SUPER.....	82
TABEL 4.2.1 BAHAN PELET SUPER PREMIUM.....	83
TABEL 4.2.2 BAHAN PELET MIGHTY RED.....	85
TABEL 4.2.3 BAHAN PELET ORIGINAL.....	87
TABEL 4.2.4 BAHAN CACING BEKU BIASA.....	88
TABEL 4.2.5 BAHAN CACING BEKU SUPER.....	89
TABEL 5.1.1 DESKRIPSI PEKERJAAN .....	100
TABEL 5.2.1 WAKTU KERJA SENIN-SABTU .....	113
TABEL 5.2.2 WAKTU KERJA MINGGU.....	115



TABEL 5.3.1 STANDAR WAKTU KERJA SENIN SAMPAI SABTU .....	117
TABEL 5.3.2 STANDAR WAKTU KERJA MINGGU.....	119
TABEL 5.3.3 STANDAR OPERASIONAL PEMESANAN BAHAN BAKU	120
TABEL 5.3.4 STANDAR OPERASIONAL MENERIMA PESANAN MELEWATI ONLINE.....	121
TABEL 5.3.5 STANDAR OPERASIONAL MENGIRIM PESANAN MELEWATI EKSPEDISI .....	122
TABEL 5.3.6 STANDAR OPERASIONAL MELAYANI PELANGGAN YANG DATANG.....	122
TABEL 5.3.7 STANDAR BAHAN BAKU PELET SUPER PREMIUM.....	124
TABEL 5.3.8 STANDAR BAHAN BAKU PELET MIGHTY RED.....	124
TABEL 5.3.9 STANDAR BAHAN BAKU PELET ORIGINAL.....	125
TABEL 5.3.10 STANDAR BAHAN BAKU CACING BEKU BIASA.....	125
TABEL 5.3.11 STANDAR BAHAN BAKU CACING BEKU SUPER.....	125
TABEL 5.3.12 STANDAR OPERASIONAL MEMBERSIHKAN TOKO.....	126
TABEL 5.3.13 STANDAR OPERASIONAL MEMBERSIHKAN RUANGAN PRODUKSI .....	126
TABEL 5.3.14 STANDAR KEDISIPLINAN KARYAWAN.....	127
TABEL 5.3.15 STANDAR PERALATAN PRODUKSI.....	128
TABEL 5.3.16 STANDAR PERLENGKAPAN.....	129
TABEL 6.1.1 HARGA PERALATAN DAN PERLENGKAPAN.....	130
TABEL 6.1.2 HARGA JUAL.....	133
TABEL 6.3.1 PROYEKSI NERACA.....	135
TABEL 6.4.1 BIAYA PRODUKSI TAHUN 2019.....	136
TABEL 6.4.2 BIAYA PRODUKSI TAHUN 2020.....	137
TABEL 6.4.3 BIAYA PRODUKSI TAHUN 2021.....	138
TABEL 6.4.4 PENDAPATAN TAHUN 2019.....	139
TABEL 6.4.5 PENDAPATAN TAHUN 2020.....	140
TABEL 6.4.6 PENDAPATAN TAHUN 2021.....	141
TABEL 6.4.7 PAJAK PENGHASILAN.....	142
TABEL 6.4.8 TARIF PAJAK UMKM.....	142



TABEL 6.4.9 BEBAN GAJI.....	143
TABEL 6.4.10 BEBAN THR.....	144
TABEL 6.4.11 BEBAN REKRUTMEN.....	144
TABEL 6.4.12 BEBAN PROMOSI.....	145
TABEL 6.4.13 BEBAN LISTRIK.....	145
TABEL 6.4.14 BEBAN TRANSPORTASI.....	145
TABEL 6.4.15 BIAYA OPERASIONAL.....	146
TABEL 6.4.16 LAPORAN LABA RUGI TAHUN 2019-2021.....	147
TABEL 6.5.1 PROYEKSI ARUS KAS TAHUN 2019.....	148
TABEL 6.5.2 PROYEKSI ARUS KAS TAHUN 2020.....	151
TABEL 6.5.3 PROYEKSI ARUS KAS TAHUN 2021.....	153
TABEL 6.6.1.1 NET PRESENT VALUE (NPV).....	156
TABEL 6.6.2.1 ARUS KAS KUMULATIF.....	157



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A HASIL KUESIONER HARAPAN PELANGGAN..... 161  
LAMPIRAN B HASIL FOTO BUKTI RESPONDEN..... 191

