

## BAB I

### RINGKASAN EKSEKUTIF

#### 1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila perusahaan tersebut dapat menguasai pangsa pasarnya dan mampu menghasilkan profit yang besar dari hasil penjualan produknya. Perusahaan juga dapat dikatakan gagal apabila, perusahaan itu tidak dapat bersaing dan produknya sepi peminat di pasar. Dunia usaha tidak dapat dipisahkan dari persaingan, peluang, tantangan, maupun kesulitan. Konsep usaha yang terencana dengan baik merupakan salah satu faktor yang penting agar suatu usaha dapat berhasil dan terus berkembang.

Seiring naiknya ekonomi kelas menengah di Indonesia, Indonesia dinilai sebagai pasar potensial disektor hewan peliharaan. Menurut data dari komunitas hewan peliharaan, Indonesia menjadi salah satu negara dengan hewan peliharaan yang cukup tinggi. Pangsa pasar hewan peliharaan Indonesia sebesar 15,6% di Asia Tenggara. Jumlah hewan peliharaan yang meningkat mendorong pengembangan layanan profesional dan meningkatkan permintaan terhadap kebutuhan hewan peliharaan (Arhando, 2016). Orang-orang juga rela mengorbankan kebutuhan mereka demi hewan peliharaanya. Menurut survei yang diposting di situs *kennel club's website* dari 1.088 responden, 97% bersedia untuk lebih banyak makan di rumah untuk menghemat uang agar dapat memenuhi kebutuhan anjing mereka, 94% bersedia menghemat uang untuk berbelanja pakaian mereka demi memenuhi

kebutuhan peliharaan mereka, dan 88% mengatakan bahwa mereka bersedia untuk menunda membeli mobil baru, atau akan membeli model yang lebih murah demi memenuhi kebutuhan hewan peliharaan mereka (Corner, 2009).

Burung berkicau adalah salah satu hewan peliharaan yang banyak digemari warga Indonesia. Penghobi burung berkicau tersebar merata mulai rakyat jelata sampai pejabat. Dari kelas burung yang murah sampai burung yang sangat mahal (Batubara, 2016).

Konsep bisnis yang dijalankan penulis adalah bisnis pakan burung racikan dengan berbasis penjualan konvensional dan promosi melalui media sosial dengan menggunakan merek dagang Pakan Burung Omjin. Penulis memilih produk pakan burung dikarenakan permintaan terhadap pakan burung akan selalu ada, karena makanan adalah kebutuhan pokok untuk makhluk hidup. Menurut bapak Jokowi (Presiden ke-7 RI) yang dikutip di artikel tempo.co perputaran uang dalam dunia bisnis perburungan angkanya sangat fantastis, yakni sebesar Rp 1,7 T per-tahun (Riana, 2018). Penulis melihat adanya peluang yang mendatangkan keuntungan dari produk kebutuhan hewan (pakan burung) yang penulis pasarkan dan penulis melihat bahwa bisnis kebutuhan hewan merupakan bidang usaha yang menjanjikan.

Persaingan dalam bisnis pakan burung bisa dibilang belum terlalu sengit, karena pasar burung berkicau merupakan *niche market*. *Niche market* adalah pasar yang sangat fokus terhadap suatu jenis atau layanan tertentu (Fatullah, 2013). Produk pakan burung berkicau saat ini dikuasai oleh beberapa perusahaan diantaranya Ebod Jaya, Oriq Jaya, Matahari Sakti, Radja, dll. Para pesaing tersebut

berkutat didunia pasar burung berkicau sudah cukup lama. Selain perusahaan besar yang menguasai pasar burung berkicau, ada juga perusahaan yang masih merintis.

Produk yang penulis tawarkan adalah pakan racikan untuk burung dengan berbagai vitamin dan bahan-bahan untuk memberikan nutrisi yang baik dan merangsang burung untuk berkicau dengan harga yang terjangkau oleh berbagai macam segmen masyarakat. Pakan Burung Omjin menyediakan pakan burung yang didalamnya terkandung vitamin A, vitamin D3, vitamin E, *calcium*, dan lain-lain. Mengingat meningkatnya tingkat persaingan pada produk pakan racikan untuk burung, Pakan Burung Omjin perlu memiliki kualitas dan pemilihan harga yang lebih bersaing dibandingkan para kompetitor. Pakan Burung Omjin memiliki *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* yang dapat dibagi berdasarkan pembagian demografis, psikografis, geografis. Target market penulis adalah pria dewasa (26-45 tahun) dengan pendapatan > Rp.3.000.000/bulan yang memelihara burung berkicau. Pakan Burung Omjin ditawarkan dengan harga terjangkau oleh perusahaan penulis yaitu Rp. 17.500 per-bungkus untuk *reseller* dan Rp. 20.000 per-bungkus untuk konsumen langsung.

Strategi pemasaran Pakan Burung Omjin dilakukan melalui beberapa media sosial, seperti Instagram, Facebook, Line, Whatsapp, maupun ikut serta di forum jual beli yang disediakan oleh web seperti Kaskus, Blibli, Shopee ataupun Olx. Hal ini dikarenakan menurut penulis pemasaran melalui sosial media tersebut terbilang cukup efektif dan efisien untuk menarik target market Penulis. Penulis melihat bahwa pada masa sekarang ini remaja dan orang dewasa yang gemar menggunakan media sosial terbilang cukup banyak. Pakan Burung Omjin juga bekerja sama

dengan *reseller*, dimana *reseller* yang membeli minimal 25 pcs atau lebih akan mendapatkan harga khusus. Dengan demikian kami mengharapkan dapat meningkatkan tingkat penjualan dari Pakan Burung Omjin.

Pakan Burung Omjin tergolong bisnis kecil menengah dan bersifat *home industry*, sehingga peralatan yang digunakan dapat mudah ditemui dimanapun sehingga memudahkan dalam menjalankan bisnis ini. Pakan Burung Omjin memiliki kegiatan usaha yang terdiri dari 3 bagian yang berbeda-beda. Bagian pertama yaitu bagian yang mana bagian ini menyiapkan bahan-bahan mentah yang hendak digunakan untuk diproduksi, dan bagian pengemasan produk. Bagian kedua adalah bagian yang bertugas memegang kendali media sosial untuk berhubungan langsung dengan konsumen, bagian ini juga berguna sebagai divisi promosi dan pemasaran. Bagian kedua lainnya adalah bagian pencatatan pesanan, dan bertugas untuk bagian pengiriman produk. Bagian ketiga adalah bagian produksi dimana bagian ini mengolah bahan mentah menjadi produk jadi.

Total pembiayaan atau modal awal yang dibutuhkan Pakan Burung Omjin adalah sebesar Rp. 150.000.000 terdiri dari aktiva lancar dan Aktiva tetap. Sumber dana tersebut didapat dari tabungan Penulis dan Pinjaman. Dalam kegiatan usaha Pakan Burung Omjin selama 3 tahun, nilai NPV menunjukkan nilai positif yaitu sebesar Rp.43.613.831 yang memiliki arti bahwa investasi dapat dikatakan layak. Kegiatan usaha Pakan Burung Omjin memiliki PP (*Payback Period*) selama 2 tahun 159 hari, hal ini dapat dikatakan layak karena PP (*Payback Period*) yang disyaratkan dari usaha ini adalah 3 tahun. Nilai PI (*Profitability Index*) layak karena nilai PI (*Profitability Index*) yang dihasilkan dari usaha ini  $>1$  yaitu sebesar 1,291.

Berdasarkan perhitungan IRR (*Internal rate of return*), nilai IRR (*Internal rate of return*) yang didapatkan sebesar 19,2% dan nilai ini melebihi nilai dari *discount factor* yang disyaratkan yaitu sebesar 8%. Secara keseluruhan, usaha ini layak untuk dilakukan oleh Investor.

Bisnis pakan racikan untuk burung pada masa mendatang memiliki prospek yang baik, sebab pasar hewan peliharaan merupakan pasar yang potensial di Indonesia. Penulis optimis Pakan Burung Omjin dapat bersaing di pasar, dengan harga terjangkau dan kualitas produk yang baik dirasa akan sangat diminati konsumen. Pakan burung Pakan Burung Omjin memiliki prospek yang baik seiring dengan berkembangnya pasar hewan peliharaan Indonesia.

### **1.2 Deskripsi Bisnis**

Nama produk yang di pasarkan adalah Pakan Burung Omjin dengan pendiri bernama Alamsyah Muhamad. Nama Pakan Burung Omjin sendiri didapatkan setelah mengalami perubahan. Awalnya perusahaan ini memiliki nama Pakan Burung Aladdin. Aladdin berasal dari kata Alam dan Dinda. Alam adalah nama penulis, dan Dinda adalah nama adik dari penulis. Penulis memilih nama perusahaan yang didasarkan pada nama keluarga, dikarenakan penulis ingin berjuang demi keluarga dan agar penulis selalu semangat dalam menjalani bisnis ini. Nama Pakan Burung Aladdin juga terinspirasi dari tokoh kartun Aladin, yang didalam ceritanya, Aladin memiliki keberuntungan yang diharapkan produk Pakan Burung Aladdin memiliki keberuntungan seperti tokoh Aladin.

Namun saat nama Pakan Burung Aladdin akan didaftarkan ke Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual, nama tersebut sudah tidak bisa digunakan. Karena beberapa produk Pakan Burung Aladdin telah dikenal sebelumnya di pasar (obat, aksesoris, kandang), penulis memilih nama Pakan Burung Omjin. Pakan Burung Omjin dipilih karena Aladdin identik dengan lampu dan teman jinnya.

Berikut tampilan dari logo Pakan Burung Aladdin :



**Gambar 1.1**

**Logo Pakan Burung Aladdin**

Sumber : (Pribadi, 2019)

Berikut perubahan tampilan dari logo Pakan Burung Aladdin ke Pakan Burung Omjin :



**Gambar 1.2**

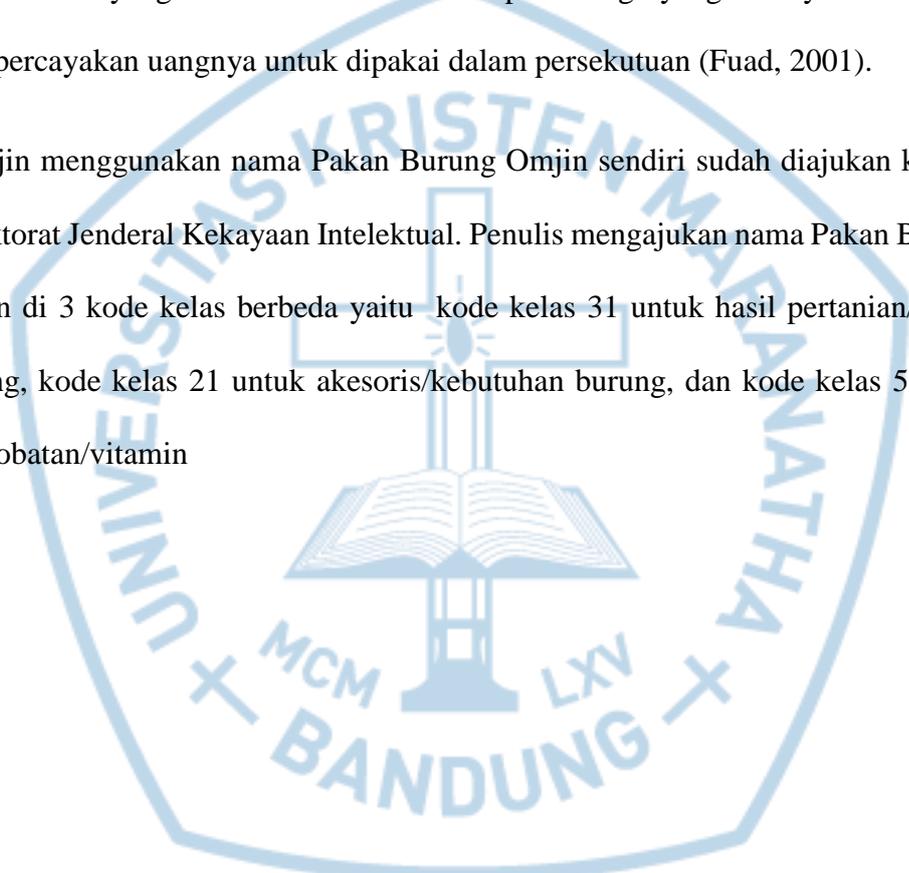
**Logo Pakan Burung Omjin**

Sumber : (Pribadi, 2019)

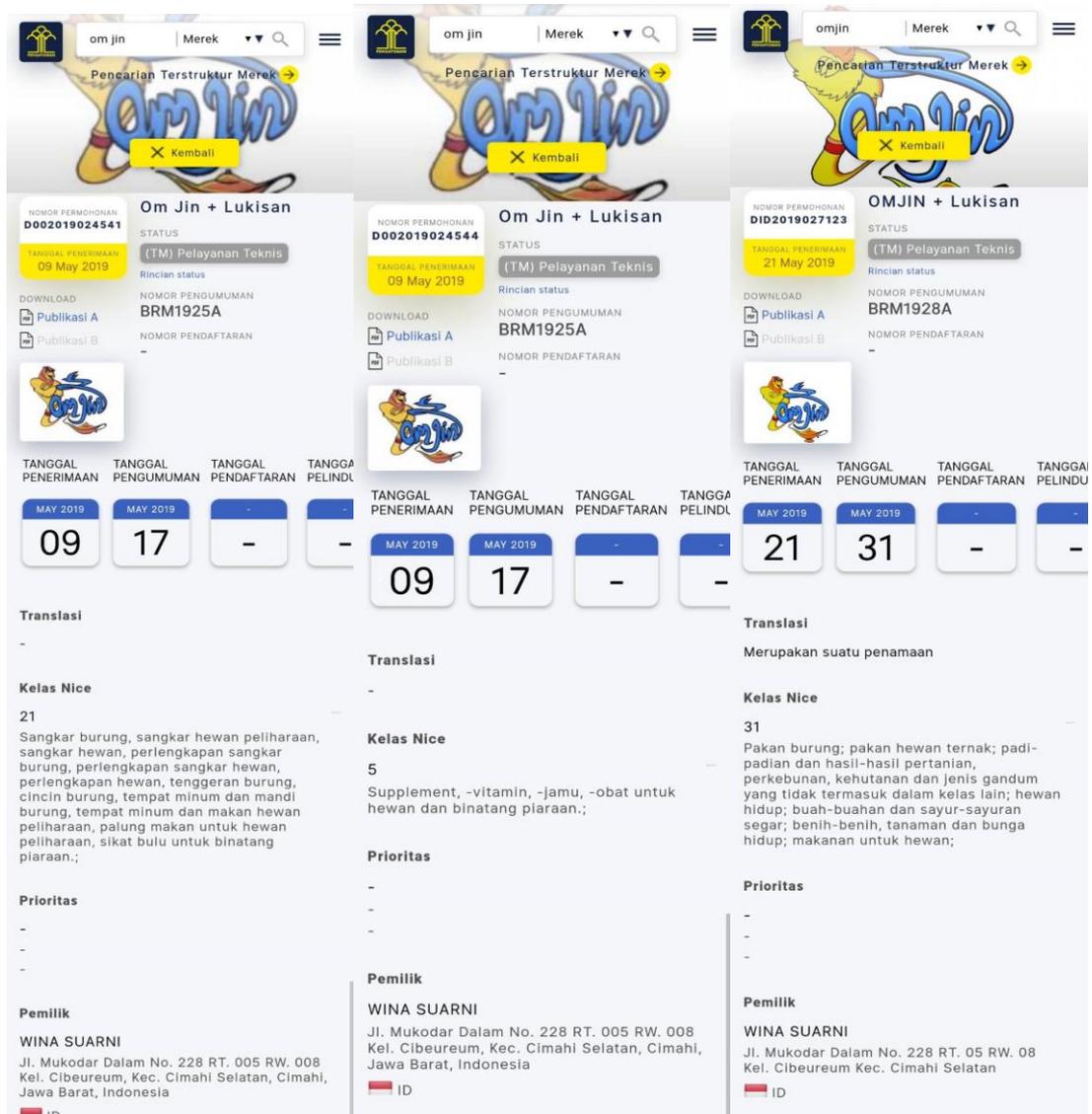
Logo Burung Elang yang keluar dari lampu jin menandakan identitas Pakan Burung Omjin itu sendiri (Jin Burung). Burung Elang juga menggambarkan ketangguhan dan kekuatan.

Bentuk kepemilikan Pakan Burung Omjin adalah CV (perseroan komanditer). CV dapat dianggap sebagai perluasan bentuk badan perseorangan. CV adalah persekutuan yang didirikan oleh beberapa orang yang menyerahkan dan mempercayakan uangnya untuk dipakai dalam persekutuan (Fuad, 2001).

Ijin menggunakan nama Pakan Burung Omjin sendiri sudah diajukan kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Penulis mengajukan nama Pakan Burung Omjin di 3 kode kelas berbeda yaitu kode kelas 31 untuk hasil pertanian/pakan burung, kode kelas 21 untuk aksesoris/kebutuhan burung, dan kode kelas 5 untuk obat-obatan/vitamin



# BAB I PERENCANAAN BISNIS PAKAN BURUNG OMJIN 8



Gambar 1.3

## Ijin Pendaftaran Merek Pakan Burung Omjin

Sumber : (Pribadi, 2019)

Dalam ijin pendaftaran merek di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, nama pemilik yang didaftarkan Pakan Burung Omjin menggunakan nama kerabat (Wina Suarni) dari pemilik Pakan Burung Omjin yang asli (Alamsyah). Alasan menggunakan nama kerabat pemilik karena di strategi awal pemasarannya pemilik

asli tidak ingin diketahui identitasnya atas permintaan dari Toko Ratu Bandung. Awal pendirian Pakan Burung Omjin pemasarannya adalah melalui Toko Ratu Bandung, yang pemilik Toko Ratu Bandung tersebut adalah Orangtua kandung dari pemilik Pakan Burung Omjin.

Untuk Produk baru lainnya yang ingin masuk ke Toko Ratu Bandung tidak mudah, tapi pengecualian untuk Pakan Burung Omjin. Hal ini yang menyebabkan nama pemilik Pakan Burung Omjin dirahasiakan, karena pemilik Toko Ratu Bandung tidak ingin orang-orang berprasangka bahwa Pakan Burung Omjin adalah produk dari Toko Ratu Bandung. Dengan cara seperti ini, Toko Ratu Bandung bisa bebas untuk mempromosikan produk Pakan Burung Omjin tanpa akan ada timbulnya prasangka nepotisme.

Pakan Burung Omjin memiliki visi yang di harapkan menjadi pedoman untuk berkembangnya bisnis ini menjadi semakin lebih baik.

Visi Pakan Burung Omjin :

- Pakan Burung Omjin menjadi perusahaan besar dibidang produksi pakan burung yang selalu berinovasi serta menciptakan produk yang memuaskan konsumen di abad ke 21

Misi Pakan Burung Omjin :

- Memproduksi pakan burung dengan kualitas biji terbaik dan variasi biji yang lengkap

- Memproduksi pakan burung dengan memperhatikan nutrisi dan vitamin yang terbaik untuk burung
- Selalu menciptakan inovasi-inovasi baru
- Saling bekerja sama di segala lini
- Menjaga kualitas pelayanan dan produk.

Lokasi dari Pakan Burung Omjin adalah di Jln. Leuwianyar II C2 yang merupakan saat ini adalah tempat tinggal penulis sendiri. Konsumen dapat membeli produk kami secara langsung ke alamat tersebut atau melalui agen dan *reseller* kami. Berikut adalah rencana daftar agen resmi dan *reseller* produk pakan burung dari Pakan Burung Omjin yang tersebar di beberapa kota:

**Bandung**

Toko Ratu Pasar Burung Sukahaji Bandung, No Telp. 08157046363

**Purwakarta**

Bapa Dirman, No Telp. 081912576221

**Sumedang**

Ibu Agus, Toko AGS Sumedang, No Telp. 089524349552

**Cianjur**

Toko Giant Cianjur, No Telp. 087721488884

**Malang**

Bpk. Sulistya Prasaja, No Telp. 085736047127

**Lampung**

Abang Lampung, No Telp. 081271999774

**Padang**

Abang Padang, No Telp. 081374408769

Selain itu juga penulis melakukan pemasaran dengan memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, Line, Whatsapp, atau ikut serta di forum jual beli yang disediakan oleh web seperti Kaskus, Blibli, Shopee ataupun Olx. Pemesanan juga bisa berupa pesan dan juga dapat telepon langsung ke nomer yang sudah disediakan, sedangkan pengiriman produk akan menggunakan jasa dari pihak JNE ( Jalur Nugraha Ekakurir ), GO-SEND, KALOG, KIB, HERONA, KOBRA, atau penulis sendiri yang mengirimkannya sendiri.

