

**PAW *PET SHOP SUPPLIES*: PENYEDIA PRODUK DAN LAYANAN
BERKUALITAS UNTUK HEWAN PELIHARAAN
RINGKASAN PROYEK KEWIRAUSAHAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

Wahyu Ardy Kusuma

112031179

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI**

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2024

TUGAS AKHIR

PROYEK KEWIRAUSAHAAN

**PAW *PETSHOP SUPPLIES*: PENYEDIA PRODUK DAN LAYANAN
BERKUALITAS UNTUK HEWAN PELIHARAAN**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

WAHYU ARDY KUSUMA

Nomor Induk Mahasiswa: 112031179

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Kamis tanggal 16 Januari 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak.)



Susunan Tim Penguji:

Pembimbing

Deranika Ratna Kristiana, SE., M.Si., Ak., CA.

Penguji

Prima Rosita Arini, SE., M.Si., Ak., CA.

Yogyakarta, 5 Februari 2025
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Laporan ini bertujuan untuk mengevaluasi Penjualan Paw Pet Shop yang berada di daerah Godean, Kabupaten Sleman, Kota Yogyakarta. Penelitian mencakup analisis pasar untuk mengenali preferensi konsumen, kajian tentang pesaing, strategi penentuan harga, serta penilaian aspek operasional dan finansial. Temuan analisis SWOT mengindikasikan adanya peluang pasar yang baik, didukung oleh tren naiknya jumlah pemilik hewan peliharaan di daerah perkotaan serta perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin memprioritaskan kesejahteraan hewan peliharaan mereka. Dengan memberikan layanan yang berbeda dan menerapkan fokus pada kualitas produk, Paw Pet Shop diharapkan dapat memenuhi permintaan pasar yang terus bertumbuh sambil menghadapi tantangan berupa kompetisi bisnis.

Kata kunci: Kewirausahaan, Pet Shop, Paw Pet Shop

ABSTRACT

This report aims to evaluate the sales of Paw Pet Shop located in Godean, Sleman Regency, Yogyakarta City. The research included a market analysis to identify consumer preferences, a review of competitors, pricing strategies, and an assessment of operational and financial aspects. The findings of the SWOT analysis indicated a good market opportunity, supported by the upward trend in the number of pet owners in urban areas as well as the changing consumption patterns of people who are increasingly prioritizing the welfare of their pets. By providing differentiated services and implementing a focus on product quality, Paw Pet Shop is expected to meet the growing market demand while facing the challenges of business competition.

Keywords: Entrepreneurship, Pet Shop, Paw Pet Shop

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan kegiatan yang berfokus pada penambahan nilai produk dan jasa melalui perubahan, kreativitas, inovasi, dan ramah lingkungan. Peraturan Presiden mendefinisikan wirausaha sebagai individu yang secara kreatif mengidentifikasi dan mengelola diri, peluang, dan sumber daya yang ada di sekitarnya guna menciptakan nilai bagi dirinya secara berkelanjutan.

menjelaskan pengertian kewirausahaan adalah penciptaan usaha baru dalam menghadapi risiko dan ketidakpastian dengan tujuan mencapai keuntungan dan pertumbuhan, hal ini dicapai dengan mengidentifikasi peluang dan mengumpulkan informasi. Sumber daya

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

diperlukan untuk memanfaatkan peluang. Dari sudut pandangnya, pengertian kewirausahaan mempunyai beberapa pengertian.

Kewirausahaan adalah usaha atau kegiatan usaha mandiri yang seluruh sumber daya dan upayanya ditanggung oleh pelaku ekonomi. Semua aktivitas tersebut dimulai dengan penemuan produk baru, penentuan metode produksi, pengorganisasian operasional bisnis, pemasaran dan pengelolaan modal.

Industri toko hewan peliharaan telah mengalami pertumbuhan yang signifikan selama beberapa dekade terakhir, yang mencerminkan perubahan mendasar dalam cara masyarakat memandang dan memperlakukan hewan peliharaan. Dari toko sederhana yang menjual makanan hewan hingga pusat layanan lengkap yang menawarkan beragam produk dan layanan, evolusi toko hewan mencerminkan meningkatnya kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap kesejahteraan hewan peliharaan mereka.

Sejarah toko hewan peliharaan modern dimulai pada abad ke-19 di Eropa dan Amerika. Awalnya, toko hewan peliharaan adalah kios kecil yang menjual burung dan ikan peliharaan. Dengan meningkatnya urbanisasi dan peningkatan standar hidup, permintaan akan hewan peliharaan dan produk terkait mulai meningkat. Pada tahun 1860-an, toko hewan peliharaan pertama yang tercatat didirikan di London, Inggris. Toko ini tidak hanya menjual hewan peliharaan, tetapi juga perlengkapan pokok dan makanan. Industri ini mulai berkembang di Amerika Serikat setelah Perang Saudara, dengan toko-toko khusus bermunculan di kota-kota besar. **Rumusan Masalah:**

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah proyek ini adalah sebagai berikut.

Bagaimana karakteristik konsumen toko hewan peliharaan di kawasan Godean?

Bagaimana Paw Pet Shop dapat bersaing dengan toko hewan peliharaan lain di kawasan Godean?

Produk dan layanan pet shop dapat terjual dengan lancar serta apa saja elemen kuncinya?

Apa hasil proses pengelolaan keuangan Paw Pet Shop?

Tujuan Proyek Kewirausahaan adalah:

Memberikan gambaran pangsa pasar pet shop di wilayah Godean

Analisis Faktor penentu keberhasilan Paw Pet Shop

Analisis proses pengelolaan Keuangan Paw Pet Shop

Kontribusi Proyek Kewirausahaan

Bisnis pet shop kami tidak hanya menyediakan produk dan layanan standar dari toko hewan peliharaan umum, tetapi juga memiliki keunikan yang jarang terlihat di masyarakat umum. Awalnya, toko hewan peliharaan kami hanya menawarkan hal-hal dasar yang dibutuhkan hewan peliharaan, seperti makanan, aksesoris, dan perawatan. Kami akan lebih

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

meningkatkan daya tarik kami kepada pelanggan dengan menambahkan inovasi baru seperti pengitipan hewan yang dilengkapi dengan peralatan berkualitas tinggi. Berkat inovasi layanan tambahan, pelanggan tidak hanya dapat membeli kebutuhan hewan peliharaan mereka, tetapi juga menikmati pengalaman yang lebih komprehensif dalam mempertahankan dan berinteraksi dengan hewan peliharaan mereka.

BAHASAN UMUM DAN ANALISIS SWOT

Produk

Produk merupakan suatu barang atau jasa yang di ciptakan oleh sebuah perusahaan atau UMKM untuk dipasarkan kepada konsumen dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan yang bersangkutan dengan barang yang dipasarkan. Produk merupakan alat atau sesuatu hal yang merupakan jawaban atau solusi atas masalah kebutuhan dari konsumen, maka dalam penciptaan produk haruslah melihat permasalahan atau kebutuhan konsumen.

Paw Pet Shop merupakan sebuah bisnis yang menawarkan berbagai produk dan layanan untuk hewan peliharaan mulai dari makanan hewan yang berkualitas, peralatan, aksesoris, obat-obatan dan layanan perawatan yang lengkap. Tujuan didirikan Paw Pet Shop adalah untuk memenuhi kebutuhan serta memberikan kepuasan kepada pemilik hewan peliharaan dengan menyediakan berbagai kebutuhan hewan mereka.

Cat Food

Makanan kucing yang baik ialah makanan yang mengandung nutrisi seimbang yang penting buat menjaga kesehatan dan ekuilibrium tubuh mereka. Kucing membutuhkan protein buat membentuk serta memperbaiki jaringan tubuh mereka, lemak buat energi yang berkelanjutan, karbohidrat untuk energi tambahan, serta vitamin serta mineral buat mendukung fungsi tubuh yang optimal. Menentukan makanan yang sesuai dengan usia dan kondisi kesehatan kucing sangat krusial. Kucing yang masih kecil membutuhkan makanan yang lebih tinggi protein dan kalori buat pertumbuhan yang sehat, sedangkan kucing yang lebih tua mungkin membutuhkan makanan yang lebih rendah kalori buat menjaga berat badan yang ideal.

Salah satu makanan kucing yang dipilih oleh saya adalah Whiskas dikarenakan menggunakan komposisi yang baik untuk dikonsumsi baik untuk kucing yang sedang dalam masa pertumbuhan maupun kucing dewasa. Produk ini dijual dengan harga Rp7.000 per pack.

Dog Food

Anjing merupakan salah satu mamalia karnivora yang memiliki berbagai peran dalam kehidupan manusia. Dalam menjaga kesehatan anjing, pemberian makanan berkualitas menjadi sangat berpengaruh memilih makanan yang tepat untuk anjing seringkali dianggap sepele oleh kebanyakan orang, makanan yang diberikan kepada anjing harus terbuat dari bahan-bahan alami dan segar agar dapat menghilangkan patogen dan mempertahankan nilai gizi dari makanan tersebut, contohnya seperti, Pawmeals, Lams, Royal Canin, dan lain-

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

lain. Dalam hal ini saya memilih untuk menawarkan produk Dog Choize sebagai makanan anjing, produk ini dijual dengan harga Rp17.000 per pack.

Litter Box

Litter box adalah tempat kucing buang kotoran dan urinnya. Biasanya terbuat dari plastik atau logam, dan diisi dengan pasir, serbuk kayu, atau bahan penyerap lainnya. Litter box sangat penting untuk menjaga kebersihan kucing dan lingkungan sekitarnya, maka dari itu saya menjual litter box dengan harga Rp20.000 per pcs. Selain itu, untuk melengkapi litter box ini diperlukan pasir untuk menyerap kotoran hewan peliharaan. Dalam hal ini Paw Pet Shop menyediakan juga pasir untuk litter box dengan harga Rp35.000 saja.

Tempat Makan Hewan

Tempat makan hewan adalah wadah atau mangkuk khusus yang digunakan untuk memberikan makanan dan minuman kepada hewan peliharaan. Sama seperti manusia, hewan juga membutuhkan wadah yang bersih dan sesuai untuk makan dan minum agar menjaga kebersihan dan kesehatan mereka. Dalam hal tempat makan hewan, Paw Pet Shop menjual tempat makan hewan di harga Rp10.000

Snack Hewan

Snack hewan adalah makanan tambahan yang diberikan kepada hewan peliharaan sebagai camilan atau hadiah. Snack hewan biasanya memiliki rasa yang lezat dan tekstur yang menarik bagi hewan, sehingga dapat meningkatkan nafsu makan dan menjadi bentuk kasih sayang dari pemilik. Snack hewan ini dijual dengan harga Rp2.500 per pack

Mainan Kucing

Mainan hewan adalah segala jenis benda yang dirancang khusus untuk menghibur dan merangsang hewan peliharaan. Mainan ini sangat penting untuk menjaga kesehatan mental dan fisik hewan, terutama bagi hewan yang hidup di dalam ruangan. Paw Pet Shop menawarkan mainan kucing ini dengan harga yang terjangkau, hanya dengan Rp16.000 konsumen dapat membawa pulang satu pcs mainan kucing.

Shampo Kucing dan Anjing

Shampo hewan adalah produk perawatan khusus yang dirancang untuk membersihkan bulu dan kulit hewan peliharaan. Sama seperti manusia, hewan juga perlu mandi secara teratur untuk menjaga kebersihan dan kesehatan kulitnya. Shampo untuk hewan peliharaan ini dijual dengan harga yang terjangkau, hanya dengan Rp15.000 saja.

Vitamin Kucing

Vitamin hewan adalah nutrisi penting yang dibutuhkan oleh hewan untuk menjaga kesehatan tubuhnya, sama seperti manusia. Vitamin berperan dalam berbagai fungsi tubuh, seperti pertumbuhan, perkembangan, perbaikan jaringan, serta menjaga sistem kekebalan tubuh agar tetap kuat. Paw Pet Shop menawarkan vitamin hewan ini dengan harga

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Rp230.000 untuk satu botolnya, dikarenakan komposisi dari vitamin ini yang baik bagi kesehatan hewan peliharaan menjadikan harga vitamin ini relatif mahal.

Obat-Obat Untuk Kucing

Obat-obat untuk hewan adalah obat-obatan untuk hewan sangat penting untuk menjaga kesehatan dan mengobati berbagai macam penyakit yang bisa dialami oleh hewan peliharaan kita. Sama seperti manusia, hewan juga bisa sakit dan membutuhkan perawatan medis untuk itu Paw Pet Shop juga menyediakan obat-obatan untuk hewan dengan harga Rp13.000

Atribut Produk

menjelaskan bahwa atribut produk merupakan unsur-unsur yang membedakan suatu produk, memberikan nilai dan kegunaan, serta menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian. semua karakteristik produk menentukan keunggulan produk, merupakan bagian integral dari produk itu sendiri, dan dianggap penting oleh konsumen ketika mengambil keputusan pembelian. Atribut produk merupakan faktor yang membedakan atau mengutamakan produk sehingga memberikan nilai dan kegunaan, serta menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian. Berdasarkan definisi di atas dan disesuaikan dengan teks ini, penulis merangkum bahwa fitur produk adalah komponen yang membedakan suatu produk dengan produk lainnya dan memberikan manfaat kepada pelanggan.

Format Atribut Produk

Branding pengertian merek menurut merek dapat diartikan sebagai tanda atau simbol yang memberi identitas pada suatu produk atau jasa tertentu, baik berupa kata, gambar, atau gabungan keduanya. Kami di Paw Pet Shop yakin bahwa setiap hewan peliharaan adalah bagian penting dari keluarga yang menambahkan kebahagiaan dan kehangatan di rumah . Paw Pet Shop memberikan solusi terpadu untuk semua kebutuhan hewan peliharaan konsumen dengan layanan yang dipersonalisasi dan produk yang dapat diandalkan.

Desain minimalis dan geometris dari ikon hewan memberikan logo kesan modern dan mudah didekati, sehingga cocok untuk bisnis yang berhubungan dengan hewan peliharaan. Secara keseluruhan, logo ini secara efektif menyampaikan konsep toko hewan peliharaan, dengan siluet hewan berwarna biru dan teks yang jelas dan lugas menciptakan identitas merek yang mudah diingat dan dikenali.

Kualitas produk

Pengertian kualitas produk menurut adalah “the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes” mempunyai arti kemampuan sebuah produk untuk menunjukkan fungsinya, hal ini merupakan holistik durabilitas, reliabilitas, ketepatan kemudahan pengoperasian & reparasi produk jual atribut produk lainnya. Sedangkan mendefinisikan kualitas produk merupakan produk atau jasa yg sudah memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi para ahli, bisa disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu bentuk barang atau jasa yg diukur

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pada ketinggian baku mutu keandalan, keistimewaan tambahan, kadar, rasa, dan fungsi kinerja berdasarkan produk tadi yg bisa memenuhi perluasan pelanggan.

Analisis Strengths Weaknesses Opportunities and Threats (SWOT)

Analisis SWOT adalah identifikasi sistematis berbagai faktor untuk menentukan strategi bisnis. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan peluang dan kekuatan sekaligus meminimalkan ancaman dan kelemahan. Dilihat dari landasan filosofisnya, analisis SWOT merupakan penyempurnaan pemikiran dari berbagai kerangka dan rencana strategis yang dapat diterapkan dalam dunia bisnis. Pengambilan keputusan bisnis memerlukan pertimbangan faktor internal termasuk kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal termasuk peluang dan ancaman. Dalam hal ini analisis SWOT digunakan jika pengambilan keputusan strategis perusahaan dapat memaksimalkan peran faktor kekuatan dan memanfaatkan peluang, sekaligus berfungsi sebagai alat untuk meminimalkan kelemahan dalam organisasi dan menghilangkan ancaman-ancaman yang perlu dihadapi. Untuk memahami posisi perusahaan dalam industri pasar, analisis SWOT merupakan langkah yang penting. Hal ini membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis dan membantu membangun strategi yang tepat. Laporan kewirausahaan ini akan menjelaskan hasil analisis SWOT Paw Pet Shop sebagai bagian untuk lebih memahami situasi perusahaan.

Strength (Kekuatan)

Kekuatan disini mengacu pada faktor internal perusahaan dalam memberikan keunggulan dan mampu bersaing dengan Perusahaan lain. Sehingga jika bisa mengetahui kekuatan internal perusahaan maka bisa digunakan untuk pembandingan dari para kompetitor perusahaan. Salah satu keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh Paw Pet Shop adalah beragamnya pilihan produk yang ditawarkan. Dengan menyediakan berbagai jenis makanan, perlengkapan, dan aksesoris hewan peliharaan, Paw Pet Shop berhasil memenuhi kebutuhan yang beragam dari pelanggan. Selain itu, penetapan harga yang kompetitif menjadi daya tarik tersendiri. Hal ini memungkinkan untuk menjangkau lebih banyak konsumen dengan berbagai tingkat daya beli, sekaligus mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada.

Weaknesses (Kelemahan)

Mendeteksi kelemahan internal perusahaan merupakan titik awal untuk meningkatkan usaha perusahaan, karena dengan adanya faktor kelemahan dalam perusahaan dapat mengakibatkan kerugian dan menjadi hambatan dalam mencapai tujuan. Salah satu kelemahan utama yang dihadapi oleh Paw Pet Shop saat ini adalah kurangnya visibilitas di mata konsumen. Hal ini disebabkan oleh minimnya pemasaran yang dilakukan. Akibatnya, potensi pelanggan masih belum banyak yang mengetahui keberadaan dan layanan yang ditawarkan oleh Paw Pet Shop.

Opportunities (Peluang)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Peluang dalam analisis SWOT merupakan hasil dari faktor kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan. Peluang merupakan faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan dan memenangkan persaingan antar usaha pet shop lain. Salah satu peluang besar yang dapat dimanfaatkan oleh Paw Pet Shop adalah meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan dan kesejahteraan hewan peliharaan. Hal ini menciptakan permintaan yang tinggi akan produk dan layanan berkualitas. Dengan menawarkan produk-produk berkualitas dengan harga yang sepadan, Paw Pet Shop dapat memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang. Selain itu, peluang untuk membuka lapangan pekerjaan juga sangat menjanjikan. Dengan memperluas bisnis, Paw Pet Shop dapat berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian lokal dan memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat.

Threats (ancaman)

Ancaman disini berbeda dengan kelemahan karena sifatnya eksternal dan diluar kendali. Faktor-faktor eksternal tersebut juga dapat menghambat pertumbuhan perusahaan dan bahkan dapat menimbulkan resiko. Salah satu ancaman terbesar yang dihadapi oleh Paw Pet Shop adalah persaingan yang semakin ketat di industri petshop. Munculnya banyak pesaing baru dengan berbagai strategi pemasaran yang agresif dapat menarik minat pelanggan. Selain itu, pergeseran perilaku konsumen yang semakin mengandalkan belanja online juga menjadi tantangan tersendiri. Kemudahan dan kenyamanan berbelanja online membuat pelanggan cenderung beralih ke toko online untuk memenuhi kebutuhan hewan peliharaannya.

Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat untuk menyusun elemen-elemen strategis suatu organisasi bisnis dan menyajikan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi suatu organisasi atau perusahaan dapat diadaptasi. Kekuatan dan kelemahan suatu organisasi atau perusahaan dapat dibagi menjadi:

SO (Strength – Opportunities): Memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menggunakan peluang eksternal.

WO (Weaknesses – Opportunities): Mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

ST (Strength – Threats): Memanfaatkan kekuatan internal untuk mengatasi atau mengurangi dampak ancaman eksternal.

WT (Weaknesses – Threats): Strategi ini berfokus pada mitigasi kelemahan internal dan menghindari berbagai ancaman eksternal.

METODOLOGI PENGEMBANGAN PRODUK DAN MANAJEMEN USAHA

Eksplorasi Kreativitas

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Menurut menjelaskan bahwa kewirausahaan merupakan suatu kemampuan untuk menciptakan hal yang baru dan berbeda dari apa yang sebelumnya sudah ada. (ability to create the new and different thing). Bahkan entrepreneurship sering juga diartikan sebagai prinsip atau kemampuan wirausaha.

Sedangkan menurut , kewirausahaan adalah applying creativity and innovation to solve the problems and to exploit opportunities that people face every day. Kewirausahaan merupakan pengembangan kreativitas dan inovasi untuk dapat menyelesaikan masalah dan upaya untuk mengambil peluang yang dihadapi setiap saat. Kewirausahaan merupakan kombinasi dari kreativitas, inovasi, dan keberanian menghadapi risiko yang dilakukan untuk membentuk dan meningkatkan usaha baru.

Eksplorasi kreativitas dalam bisnis toko Paw Pet Shop adalah dengan membuat produk pada pet shop terlihat bervariasi. Pada toko Paw Pet Shop menyediakan produk produk seperti, makanan hewan, snack hewan dan perlengkapan hewan yang dibutuhkan. Dalam hal kreativitas Paw Pet Shop menyediakan layanan pesan antar untuk konsumen yang akan melakukan pembelian, dengan harga yang terjangkau berkisar antara Rp5.000 sampai dengan Rp100.000 per item produk.

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah pusat kesuksesan bisnis modern. Dengan berkembangnya era digital dan globalisasi, pentingnya strategi pemasaran yang efektif semakin tidak mungkin diabaikan. Manajemen pemasaran tidak hanya mencakup promosi produk dan layanan, tetapi juga analisis mendalam, perencanaan strategis, dan aktivitas manajemen untuk memastikan bahwa produk menjangkau konsumen yang tepat dengan cara yang paling efisien. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pasar serta beradaptasi dengan perubahan tren, manajemen pemasaran bertanggung jawab untuk menciptakan nilai bagi pelanggan, meningkatkan pangsa pasar, dan memaksimalkan keuntungan dengan mendalami dunia manajemen pemasaran, cara kerjanya, dan mengapa setiap bisnis perlu menguasai manajemen pemasaran agar tetap relevan dan kompetitif di pasar yang dinamis ini.

Menurut , menjelaskan bahwa manajemen pemasaran merupakan pasar sasaran untuk menarik, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan menciptakan dan memberikan kualitas penjualan yang baik.

Menurut dalam bukunya yang berjudul Marketing Management: Analysis, Planning, and Control ada empat konsep dasar dalam manajemen pemasaran atau disebut dengan konsep 4P (Product, Price, Place, Promotion).

Product

Pengertian produk meliputi desain, kualitas, fitur, variasi produk, merek, dan semua yang berkaitan dengan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam hal ini toko Paw Pet Shop mampu memberikan dan menyediakan produk dengan berbagai variasi dan kualitas produk. Sehingga dengan tersedianya berbagai variasi dan kualitas tersebut, bisa digunakan untuk tetap menjaga loyalitas para konsumen.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Price

Dalam hal ini harga termasuk dalam penetapan harga dasar, harga diskon, dan strategi harga lainnya yang digunakan penjual untuk menetapkan harga yang akan dibayar konsumen. Dalam proyek kwirausahaan Paw Pet Shop dimana memberikan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan pet shop lainnya. Untuk menarik konsumen agar berminat membeli produk lebih banyak, Paw Pet Shop memberikan potongan harga untuk pembelian satu paket produk dan peralatannya.

Place

Pemilihan lokasi dalam menjalankan usaha merupakan faktor penting dikarenakan sangat berhubungan dengan saluran distribusi dan cara di mana produk atau jasa disediakan dan dijangkau konsumen. Dalam hal ini Paw Pet Shop memiliki lokasi yang strategis berada di dekat jalan raya, sehingga memudahkan distributor dan kosumen dalam akses jalan ke toko tersebut.

Promotion

Elemen ini melibatkan kegiatan promosi yang digunakan untuk memperkenalkan, memasarkan, dan mempromosikan produk atau jasa kepada konsumen. Promosi-promosi tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mengkomunikasikan produk kepada kosumen dan mendorong pembeli untuk melakukan transaksi pembelian. Dalam hal ini Paw Pet Shop telah melakukan beberapa cara untuk promosi, namun untuk hasil paling tinggi yaitu dengan melakukan promosi secara mulut ke mulut atau sering disebut Word of Mouth Marketing.

Manajemen Operasi

Manajemen operasi adalah penciptaan produk dan jasa. Manajemen operasi adalah kegiatan yang menciptakan produk dan jasa melalui proses transformasi input menjadi output. Kegiatan menciptakan produk dan jasa tersebut dilakukan di dalam organisasi. Manajemen operasi juga dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang meliputi desain, operasi, dan perbaikan sistem yang menciptakan dan menyampaikan produk dan jasa atau pelayanan. Pada perusahaan manufaktur, kegiatan produksi yang menghasilkan produk yang biasanya cukup nyata. Hal ini dapat dilihat dari produk yang dihasilkannya. Sementara itu, dalam perusahaan yang tidak menghasilkan produk yang secara fisik nampak kegiatan produksi dirasakan tidak tepat lagi. Hal ini tidak nampak oleh masyarakat maupun pelanggan, seperti proses transformasi yang terjadi di bank, rumah sakit, maupun lembaga pendidikan. Manajemen operasi juga berkaitan dengan pengelolaan semua proses individu seefektif mungkin. Dalam fungsi operasi, keputusan manajemen dapat dibagi kedalam keputusan strategik (jangka panjang), keputusan taktik (jangka menengah), dan keputusan perencanaan dan pengendalian operasi (jangka pendek). Keputusan manajemen operasi dalam level strategik menghipnotis keefektifan perusahaan atau organisasi jangka panjang. Keputusan ini wajib seiring menggunakan taktik korporasi. Keputusan yang dibentuk dalam level strategik adalah syarat yang permanen atau adalah patokan pada melaksanakan aktivitas operasi jangka menengah dan jangka pendek. Perencanaan jangka menengah mencakup penjadwalan material dan energi kerja buat mencapai target jangka panjang.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Sedangkan perencanaan dan pengendalian operasi jangka pendek meliputi planning kerja harian atau mingguan, prioritas penyelesaian pekerjaan, & siapa yg melaksanakan aktivitas operasi tersebut.

Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah semua manusia yang terlibat didalam suatu organisasi dalam mengupayakan terwujudnya tujuan organisasi tersebut. Sumber daya manusia berkualitas baik adalah sumber daya manusia yang mampu menciptakan bukan saja dinilai dari komparatif tetapi juga nilai kompetitif-generatif-inovatif dengan menggunakan energi antar lain intelligence, creativity dan imagination; tidak lagi semata-mata menggunakan energi kasar, seperti bahan mentah, lahan, air tenaga otot, dan sebagainya. Pada Paw Pet Shop, manajemen sumber daya manusia mengedepankan pelayanan yang ramah dan bersahabat dari penjual hingga pembeli sebagai sarana untuk menjaga loyalitas konsumen.

Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) adalah alat untuk menyusun strategi bisnis dalam format visual sederhana. BMC pertama kali diperkenalkan untuk mendeskripsikan model dan menyederhanakan konsep bisnis menjadi sesuatu yang lebih sederhana dan mudah dipahami dengan tampilan yang menarik. BMC pertama kali diperkenalkan pada tahun 2005 oleh Alexander Osterwelder, seorang pengusaha, pakar manajemen bisnis, dan konsultan bisnis asal Swiss, dalam bukunya Business Model Generation. Buku ini menjelaskan kerangka sederhana yang mewakili elemen kunci pemodelan bisnis. Keunggulan Business Model Canvas hanya memiliki satu halaman sehingga sederhana namun efektif untuk memahami Model Bisnis secara keseluruhan. Semua ide kerangka dijelaskan dalam satu halaman.

Segmentasi Pelanggan (Consumer Segmentation)

Elemen pertama yang harus ada dalam BMC adalah segmentasi pelanggan. Apa pun jenis bisnis yang dijalankan, perlu melakukan segmentasi pelanggan sejak awal. Pelaku usaha juga perlu menentukan target bisnis dan segmen pelanggan mana yang kemungkinan besar akan membeli produk atau layanan ditawarkan. Saat memutuskan untuk melakukan segmentasi produk, Anda dapat mempertimbangkan hal berikut:

Customer Jobs: Segmen ini mengharuskan pelaku usaha mengidentifikasi apa yang ingin dicapai pelanggan, masalah yang mereka hadapi, kebutuhan mereka, dan bagaimana produk atau layanan yang ditawarkan dapat membantu mereka.

Customer Gain: Segmen ini mencakup manfaat yang diinginkan atau diharapkan konsumen dari jenis usaha yang dipilih.

Customer Pain: Segmen ini menjelaskan bagaimana emosi negatif dapat menyebabkan ketidaknyamanan, ketakutan, dan risiko yang signifikan bagi konsumen.

Proposisi Nilai (Consumer Value Proposition)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Setelah mengidentifikasi siapa target pelanggan yang akan dituju, pelaku usaha perlu mengetahui bagaimana usaha ini dapat membantu mereka. Proposisi nilai ini menggambarkan poin atau nilai yang diberikan perusahaan kepada suatu segmen konsumen. Untuk mempelajari lebih lanjut, pertanyaan berikut akan membantu dalam penyusunan proposisi nilai yang tepat.

Apa manfaat yang didapat oleh pelanggan?

Mengapa pelanggan harus memilih produk tersebut?

Apa yang membedakan produk tersebut dengan pesaingnya?

Menciptakan proposisi nilai membuat konsumen mengetahui manfaat apa yang akan mereka terima nantinya dengan menggunakan produk atau layanan.

Saluran (Channel)

Saluran adalah media interaksi antara pelaku usaha dan konsumen untuk mengkomunikasikan produk dan layanannya. Penentuan saluran ini merupakan salah satu faktor kunci kesuksesan bisnis, misalnya melalui media sosial dan website. Salah satu saluran terbaik untuk menyampaikan produk ke konsumen adalah website. Membuat website bisnis memungkinkan untuk menjangkau lebih banyak konsumen dengan mudah. Selain itu, website juga menyediakan tampilan katalog produk yang menarik dan berfungsi sebagai tempat transaksi pelanggan.

Customer Relationship (Hubungan konsumen)

Setelah melakukan segmentasi pasar secara cermat dan mengidentifikasi saluran distribusi yang tepat, langkah selanjutnya adalah merumuskan strategi interaksi dengan pelanggan. Tujuan utama adalah membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan sehingga loyalitas pelanggan dapat dipertahankan di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Beberapa taktik yang dapat diimplementasikan meliputi pemberian diskon, penyelenggaraan program hadiah, serta pengembangan program keanggotaan. Perlu diingat bahwa setiap pelanggan memiliki karakteristik yang unik, sehingga pendekatan yang personal sangatlah penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Selain fokus pada penjualan produk, perusahaan juga harus memberikan perhatian yang optimal terhadap pengelolaan keluhan pelanggan dan penyediaan layanan informasi yang komprehensif.

Revenue Streams (Sumber pendapatan)

Elemen kanvas bisnis ini merepresentasikan aliran pendapatan yang menjadi sumber utama keberlangsungan bisnis. Aspek ini memiliki signifikansi yang sangat krusial dan oleh karena itu memerlukan perencanaan yang matang. Fokus utama adalah pada identifikasi potensi peningkatan pendapatan. Seiring dengan pertumbuhan bisnis, diversifikasi sumber pendapatan menjadi langkah strategis yang perlu dipertimbangkan. Selain mengandalkan penjualan produk, pengembangan program keanggotaan atau layanan premium dapat menjadi alternatif yang menjanjikan. Analisis mendalam terhadap berbagai strategi perlu

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dilakukan untuk mengoptimalkan profitabilitas. Penting untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang ditawarkan dimanfaatkan secara optimal sesuai dengan tujuan bisnis.

Key Resource (Sumber daya)

Untuk mempertahankan daya saing dalam dunia bisnis yang dinamis, suatu perusahaan memerlukan alokasi sumber daya yang optimal. Sumber daya merupakan aset berharga yang mendukung perusahaan dalam mewujudkan nilai tambah bagi pelanggan. Secara umum, sumber daya dapat dikategorikan menjadi empat jenis utama:

Sumber Daya Fisik: Meliputi segala aset berwujud yang dimiliki perusahaan, seperti gedung, pabrik, peralatan produksi, persediaan bahan baku, dan produk jadi. Sumber daya fisik ini berperan krusial dalam proses produksi, distribusi, dan pelayanan pelanggan.

Sumber Daya Finansial: Terdiri dari seluruh dana yang dimiliki perusahaan, termasuk modal awal, hasil operasi, pinjaman, dan investasi. Sumber daya finansial menjadi fondasi bagi seluruh aktivitas bisnis, mulai dari pengembangan produk hingga ekspansi pasar.

Sumber Daya Manusia: Merupakan aset paling berharga bagi perusahaan. Sumber daya manusia terdiri dari seluruh individu yang berkontribusi dalam menjalankan bisnis, mulai dari tenaga kerja operasional hingga tingkat manajemen. Kualitas dan kompetensi sumber daya manusia akan sangat menentukan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Sumber Daya Intelektual: Meliputi aset tidak berwujud yang memiliki nilai strategis bagi perusahaan, seperti merek dagang, hak cipta, paten, rahasia dagang, dan pengetahuan karyawan. Sumber daya intelektual ini memberikan keunggulan kompetitif dan dapat meningkatkan nilai perusahaan secara jangka panjang.

Key Activities (Aktivitas yang dijalankan)

Key activities atau aktivitas yang dilakukan adalah komponen dalam kanvas model bisnis yang menggambarkan semua kegiatan yang terkait dengan suatu usaha. Semua kegiatan ini harus menghasilkan nilai tawar bagi perusahaan, yang merupakan serangkaian aktivitas esensial yang harus dijalankan perusahaan agar model bisnisnya dapat beroperasi dengan baik. Aktivitas tersebut mencakup berbagai tindakan penting yang harus dilakukan secara efektif untuk menciptakan dan menyampaikan nilai kepada konsumen, membangun relasi dengan pelanggan, serta menghasilkan pendapatan bagi perusahaan.

Key Partnership atau kemitraan utama adalah elemen kanvas model bisnis yang mencakup daftar sumber daya eksternal yang diperlukan untuk menyelesaikan aktivitas utama dan memberikan nilai kepada pelanggan. Mitra utama ini dapat berupa pihak ketiga seperti pemasok, mitra bisnis, atau perusahaan lain yang mendukung aktivitas bisnis.

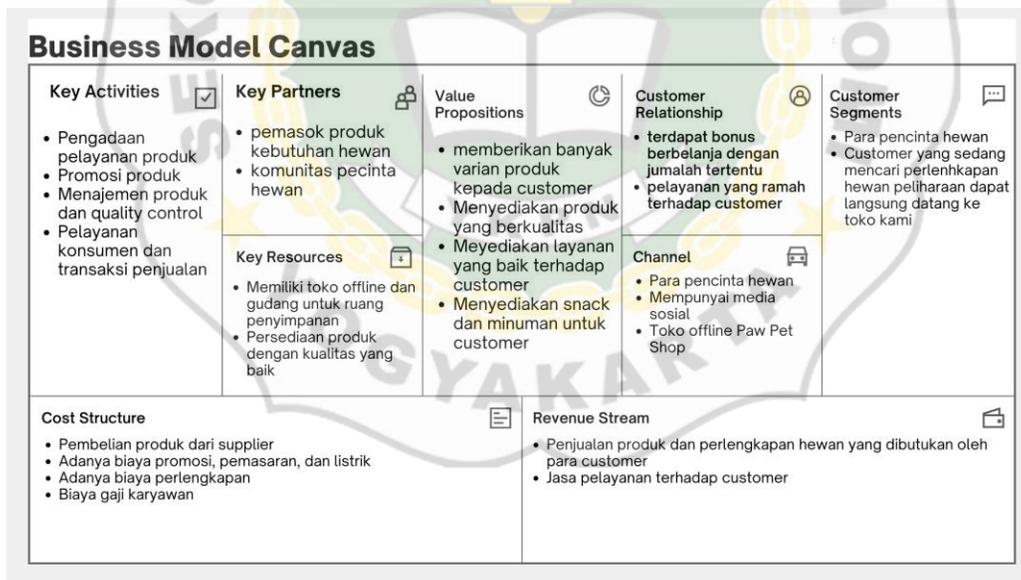
Cost Structure (Struktur biaya)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Merupakan elemen terakhir dari kanvas model bisnis. Model bisnis ini menjelaskan tentang biaya variabel dan biaya tetap yang diperlukan untuk mengelola keuntungan yang baik agar tidak terjadi inflasi pada toko kami. Elemen ini melibatkan penyeimbangan biaya dalam menjalankan bisnis sehingga bisnis pet shop kami dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya kendala. Selain itu, penting juga untuk mengelola anggaran bisnis dengan lebih efisien untuk meminimalkan risiko kerugian perusahaan dan posisi keuangan yang tidak baik. Mengelola keuangan perusahaan memerlukan pembuatan dan penyusunan laporan keuangan serta penyimpanan catatan akuntansi yang benar.

Tabel 3.1 Gambar Tabel BMC

PEMBAHASAN MANAJEMEN USAHA



Inovasi Produk

Inovasi produk Business Dictionary bukan hanya merupakan sebuah pengembangan produk, namun inovasi produk juga dapat berupa pengenalan produk baru, mengkonsep ulang dalam rangka meningkatkan barang atau jasa yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan. Inovasi produk bukan hanya merupakan bentuk dari penciptaan produk baru yang di hasilkan perusahaan namun dapat diartikan pula sebagai peningkatan mutu baik dari segi bahan baku bentuk fisik atau apapun kemampuan barang sudah pernah dijual. Banyak hal yang berkaitan dengan inovasi produk, seperti proses pencapaian, ide yang muncul dan kemasan dari inovasi produk yang dapat diterima pasar. Dalam hal ini, Saya melakukan inovasi dengan mengembangkan produk kebutuhan hewan yang sudah jadi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

untuk di pasarkan kembali kepada konsumen seperti produk makanan hewan dan perlengkapan hewan yang pastinya ada di pet shop kami (Ummah, 2019). Ada beberapa ide inovasi yang ada pada produk di pet shop kami diantaranya adalah:

Makanan hewan dan makanan ringan makanan organik. Paw Pet Shop menawarkan makanan hewan yang terbuat dari bahan organik dan alami, bebas bahan pengawet dan pewarna buatan.

Makanan khusus. Paw Pet Shop menawarkan makanan khusus untuk hewan peliharaan dengan masalah kesehatan tertentu, seperti makanan rendah protein untuk kucing dengan masalah ginjal dan makanan berserat tinggi untuk anjing dengan masalah pencernaan.

Jajanan fungsional: Paw Pet Shop menyajikan jajanan yang tidak hanya enak, namun mempunyai manfaat tambahan, seperti membersihkan gigi, mengurangi rambut rontok, atau memperkuat sistem kekebalan tubuh.

Aksesoris hewan peliharaan aksesoris modis. Paw Pet Shop menawarkan aksesoris bergaya yang menggabungkan tren model, termasuk pakaian, kerah, dan tali kekang dalam berbagai desain menarik.

Aksesoris fungsional. Paw Pet Shop memberikan aksesoris yang memudahkan aktivitas sehari-hari, seperti tas jinjing yang ergonomis, wadah makan dan minum portabel, serta mainan edukatif yang meningkatkan kecerdasan hewan peliharaan.

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pemantauan berbagai kegiatan pemasaran suatu organisasi atau bisnis. Tujuan utamanya adalah untuk mencapai tujuan bisnis secara efektif sekaligus memastikan bahwa produk dan layanan yang diberikan memenuhi kebutuhan konsumen. Manajemen pemasaran mencakup strategi penetapan harga, periklanan, penjualan, dan riset pasar untuk mencapai keunggulan kompetitif di pasar. Ada dua jenis manajemen pemasaran yang dilakukan penulis. Pertama, penulis memanfaatkan iklan melalui media sosial seperti WhatsApp, Instagram. Mengingat situasi saat ini, masyarakat lebih suka melihat postingan di media sosial dibandingkan media periklanan lainnya. Yang kedua adalah memberikan contoh uji coba kepada pemilik hewan bahwa pet shop kami ini adalah pet shop yang dapat diandalkan.

Manajemen Produksi

Tujuan utama manajemen produksi adalah untuk mencapai efektivitas dan efisiensi proses produksi guna memenuhi permintaan pasar dan mencapai tujuan suatu perusahaan atau organisasi. Pada bab 3 juga menyebutkan bahwa input dan output memegang peranan yang sangat penting dalam manajemen operasi. Paw Pet Shop adalah perusahaan yang melakukan jual beli produk kebutuhan hewan sehingga kami tidak menawarkan produk selain produk kebutuhan hewan yang sudah ada. Produk makanan hewan yang diperjualbelikan merupakan barang jadi yang di ambil dari produsen lainnya. Ada beberapa aspek-aspek didalam manajemen produksi diantaranya sebagai berikut:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Masalah pengendalian produksi dan barang dagangan. Hal ini dilakukan untuk menentukan jenis hewan peliharaan apa yang akan dijual, makanan, aksesoris, dan layanan apa yang akan disediakan.

Pengadaan barang. Hal ini dilakukan untuk memastikan ketersediaan makanan, perbekalan, dan peralatan lainnya.

Mutu hewan. Dilakukan untuk menjamin bahwa hewan sehat, terawat, dan bebas penyakit. Kualitas produk. Dalam hal ini pemilihan makanan dan aksesoris yang berkualitas tinggi dan aman bagi hewan.

Kualitas layanan. Paw Pet Shop memberikan layanan terbaik kepada pelanggan, dimulai dari saran hingga perawatan hewan peliharaan.

Jadwal pengiriman. Paw Pet Shop menetapkan jadwal pengiriman untuk memastikan produk dan hewan peliharaan tiba di toko tepat waktu.

Rencana perawatan. Membuat rencana perawatan hewan seperti membersihkan kandang, memberi makan hewan, dan membawanya ke dokter hewan. Perencanaan

Layanan Pelanggan. Seperti menjadwalkan waktu konsultasi dan layanan lainnya untuk memastikan pelanggan merasa dilayani dengan baik.\\

Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

Merupakan aspek yang sangat penting dalam menjalankan usaha pet shop ini kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen haruslah sangat bergantung pada kompetensi dan dedikasi karyawan. Ada beberapa aspek MSDM yang diperhatikan dalam menjalankan usaha pet shop ini rekrutmen dan seleksi kriteria sesuai minat terhadap hewan, mempunyai pengetahuan dasar tentang perawatan hewan, serta mempunyai sikap ramah dan sabar.

Tes Keterampilan merupakan tes untuk mengukur kemampuan karyawan dalam menangani hewan, membersihkan kandang, dan memberikan layanan pelanggan. Wawancara terperinci dapat dilakukan untuk melakukan tes keterampilan ini seperti tentang pengalaman dalam merawat hewan peliharaan, pengetahuan tentang berbagai spesies, dan motivasi bekerja di toko hewan peliharaan. Pelatihan dan pengembangan pelatihan awal memberikan pelatihan dasar dalam perawatan berbagai jenis hewan, penggunaan peralatan perawatan, penanganan hewan yang sakit, dan prosedur kebersihan.

Pelatihan berkelanjutan merupakan pelatihan rutin untuk memperbarui pengetahuan karyawan tentang produk baru, tren perawatan hewan terkini, dan cara merespons keadaan darurat. Pengembangan karir memberikan kesempatan pengembangan karir yang memotivasi pegawai untuk terus meningkatkan kinerjanya. Penilaian kinerja penilaian berkala dilakukan penilaian kinerja secara berkala untuk mengukur kinerja karyawan, memberikan umpan balik, dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Sistem

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

penghargaan untuk mengapresiasi karyawan atas kinerja luar biasa guna meningkatkan motivasi dan produktivitas. Sistem sanksi yang diterapkan adalah sistem sanksi yang jelas atas pelanggaran peraturan internal. Kompensasi dan tunjangan gaji kompetitif. Paw Pet Shop menawarkan gaji kompetitif yang sepadan dengan standar industri dan keterampilan karyawan. Manfaat tambahan. Paw Pet Shop menawarkan manfaat tambahan seperti asuransi kesehatan, pembayaran liburan, dan diskon barang-barang toko hewan peliharaan. Peralatan kerja menyediakan lingkungan kerja yang nyaman dan aman bagi pekerja, termasuk penyediaan peralatan kerja yang sesuai. Motivasi dan kesejahteraan karyawan membangun budaya perusahaan menciptakan budaya kerja yang positif dan ramah dimana karyawan merasa dihargai dan diterima. Komunikasi efektif merupakan komunikasi yang baik dengan karyawan dan mendengarkan pendapat serta keluhan mereka. Program tunjangan, menyelenggarakan program tunjangan karyawan seperti kegiatan rekreasi dan pelatihan soft skill.

Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan (financial management) merupakan seluruh kegiatan organisasi yang berkaitan dengan pembiayaan, pemanfaatan dana, dan pengelolaan aset sesuai dengan tujuan organisasi secara keseluruhan. Untuk menghasilkan keuntungan dan kekayaan bagi pemegang saham serta keberlangsungan usaha bagi perusahaan. Teori-teori tersebut menyatakan bahwa manajemen keuangan adalah pemahaman mengenai posisi keuangan suatu perusahaan dalam pengambilan keputusan investasi, pembiayaan, bahkan aset perusahaan, dengan tujuan menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham dan menciptakan keberlanjutan bagi negara perusahaan. Manajemen keuangan melibatkan penetapan tujuan keuangan jangka panjang, merancang strategi untuk mencapainya, mencatat dan mengevaluasi kinerja keuangan secara terus menerus, menentukan struktur modal dan sumber daya yang optimal, dan tugasnya adalah melaksanakan rencana dan tindakan perbaikan.

Manajemen Perubahan dan Inovasi

Manajemen perubahan dan inovasi adalah suatu pendekatan terstruktur dan dilakukan secara metodis yang melibatkan individu, kelompok, atau organisasi dengan menggunakan sarana, sumber daya, dan pengetahuan untuk mencapai perubahan dari keadaan saat ini ke keadaan yang lebih baik. Untuk meminimalkan risiko dalam proses perubahan. Manajemen perubahan adalah proses menggunakan pendekatan perencanaan, pengorganisasian, penerapan, dan pengendalian untuk membawa perubahan dalam suatu perusahaan.

Manajemen perubahan adalah pendekatan sistematis untuk mengelola transisi organisasi dari kondisi saat ini ke kondisi yang diinginkan untuk mencapai tujuan bisnis dengan lebih baik. Dalam hal ini, manajemen perubahan mempunyai kemampuan untuk mewujudkan perubahan yang berkelanjutan dan positif dalam suatu organisasi, sehingga meningkatkan daya saing organisasi dan kemampuan beradaptasi terhadap lingkungan bisnis yang terus berubah. Inovasi, di sisi lain, adalah proses atau hasil memperkenalkan sesuatu yang baru atau berbeda ke dalam konteks organisasi untuk mencapai hasil yang lebih baik. Inovasi memiliki kemampuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas organisasi, mempertahankan dan meningkatkan daya saing pasar, serta menciptakan nilai bagi pemangku kepentingan. Manajemen perubahan dipraktikkan untuk menciptakan solusi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

bisnis yang diperlukan untuk sukses dengan cara yang lebih terorganisir melalui cara mengelola dampak perubahan. Pakar manajemen perubahan John Kotter menjelaskan bahwa manajemen perubahan adalah pengembangan dan penerapan strategi, rencana, metode dan prosedur yang menghasilkan inovasi dan perubahan dengan memperbanyak pilihan produk di Paw Pet Shop dan memperluas pasar melalui penjualan online jenis produk hewan yang dijual di pet shop.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Paw Pet Shop menunjukkan bahwa bisnis ini memiliki peluang besar dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah di bidang perawatan hewan peliharaan. SWOT dan BMC mengungkapkan bahwa kesuksesan usaha ini ditopang oleh kelebihan seperti lokasi yang strategis, variasi produk yang luas, harga yang bersaing, dan pelayanan pelanggan yang memuaskan. Selain itu, meningkatnya jumlah pemilik hewan peliharaan dan minat masyarakat terhadap layanan terkait menambah daya tarik bagi usaha ini.

Namun, ada kelemahan seperti ketidakstabilan promosi, pengisian kembali produk yang tidak teratur, serta keterbatasan kehadiran pemilik di lokasi yang bisa menghambat potensi pertumbuhan usaha. Persaingan dengan bisnis online dan perubahan selera pelanggan juga memerlukan pendekatan yang inovatif agar tetap bersaing di pasar yang ketat.

Dari sisi operasional, penerapan manajemen keuangan, pemasaran, dan sumber daya manusia yang efektif telah memberikan kestabilan bagi usaha ini. Pendapatan menunjukkan tren yang positif meskipun masih ada ruang untuk peningkatan dalam efisiensi. Dengan melakukan inovasi pada produk dan layanannya, Paw Pet Shop dapat terus memperkuat posisinya sebagai pilihan utama bagi pemilik hewan peliharaan.

Saran

Promosi dan Pemasaran:

Penggunaan media sosial harus dimaksimalkan dengan membuat rencana rutin untuk posting yang menyajikan informasi menarik mengenai perawatan hewan, tips kesehatan hewan, serta produk yang tersedia. Contohnya, dapat dibuat konten edukatif tentang cara merawat anjing atau kucing, video menghibur yang menunjukkan interaksi dengan hewan, atau informasi mengenai diskon produk.

Program loyalitas pelanggan dapat berupa kartu anggota yang memberikan poin untuk setiap transaksi. Poin ini dapat ditukarkan dengan potongan harga, produk gratis, atau layanan khusus. Sistem seperti ini akan membuat pelanggan merasa dihargai dan mendorong mereka untuk berbelanja lebih sering.

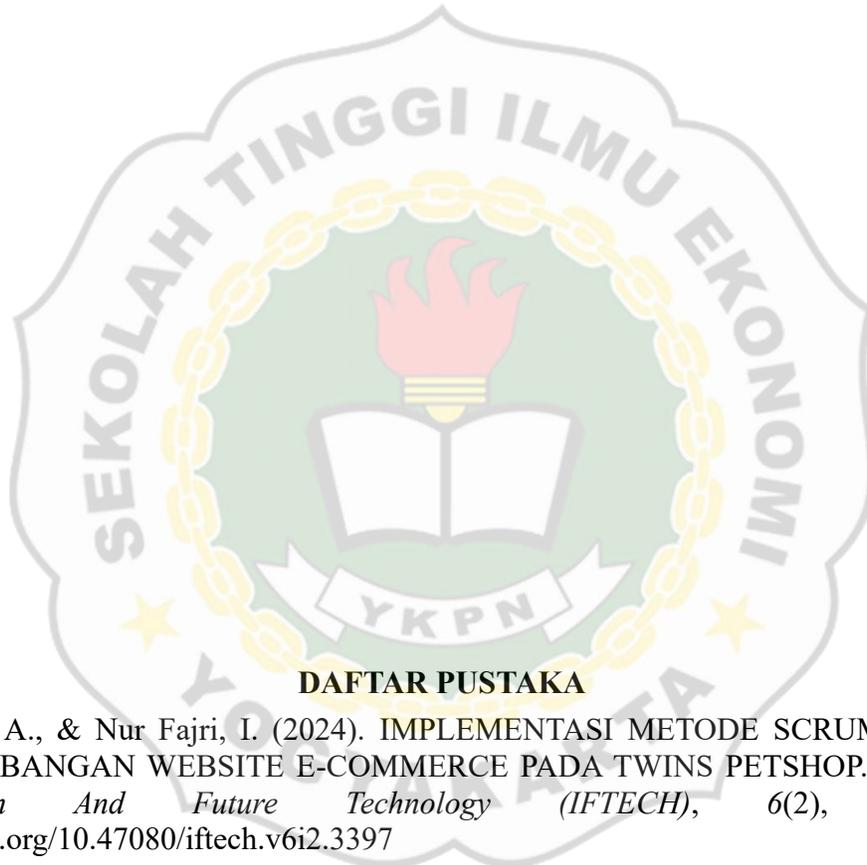
Pengelolaan Keuangan:

Review keuangan perlu dilakukan setiap bulan dengan mencatat semua pemasukan dari penjualan produk dan layanan, serta pengeluaran seperti gaji pegawai, pembelian ulang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

produk, biaya operasional, dan biaya pemasaran. Analisis data ini untuk mengetahui produk yang paling menguntungkan dan area yang perlu ditingkatkan efisiensinya.

Sebagian dari keuntungan sebaiknya dialokasikan untuk beberapa keperluan: sebagian untuk pengembangan fasilitas (seperti alat baru atau renovasi), sebagian untuk dana promosi (iklan dan program keanggotaan), dan sisanya untuk cadangan. Pastikan semua pengeluaran dicatat dengan rapi.



DAFTAR PUSTAKA

- Ayurira, C. L. A., & Nur Fajri, I. (2024). IMPLEMENTASI METODE SCRUM DALAM PENGEMBANGAN WEBSITE E-COMMERCE PADA TWINS PETSHOP. *Journal of Innovation And Future Technology (IFTECH)*, 6(2), 259–270. <https://doi.org/10.47080/iftech.v6i2.3397>
- Bonavasius Purba, A., Suliantoro, H., & Rumita, R. (2016). *Perancangan Strategi Bisnis dengan Menggunakan Matriks SWOT (Studi Kasus: Bank Jateng Pusat Semarang)*.
- Bukhari, A. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Drucker, P. F. (1969). *The Age of Discontinuity, Guidelines to Our Changing Society*. Pan Books.
- Kotler, P., & Armstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip marketing Edisi Ke Tujuh (7th ed.)*. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed)*. Pearson Education Limited.
- Kusuma, R. W., & Suwitho, S. (2015). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, FASILITAS DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Oscar, B., & Megantara, H. C. (2020). ENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MUSLIM ARMY. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1).
- Pujiastuti, Y., & Filantrovi, E. W. (2019). GAMBARAN MINAT KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA. *Jurnal Manajemen*, 15(2), 169–180. <https://doi.org/10.25170/jm.v15i2.473>
- Rachmayani, A. N. (2020). *Manajemen Keuangan*.
- Sya'bana, N. A., Herdiansah, A., Faridi, F., & Pujangkoro, T. (2023). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Makanan Kucing Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process. *JIKA (Jurnal Informatika)*, 7(4), 472. <https://doi.org/10.31000/jika.v7i4.9600>
- Zimmerer, T., & Scarborough, N. M. (1996). *Entrepreneurship and The New Venture Formation*. Prentice Hall International.
- Ummah, M. S. (2019). Manajemen Inovasi. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBERTUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

