

RINGKASAN
LAPORAN PROYEK KEWIRAUSAHAAN
Purradise Cat Hotel & Grooming

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:
Farida Fauzizah
2121 31596

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025

TUGAS AKHIR
PROYEK KEWIRAUSAHAAN
PURRADISE CAT HOTEL & GROOMING

Dipersiapkan dan disusun oleh:

FARIDA FAUZIZAH

Nomor Induk Mahasiswa: 212131596

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Selasa tanggal 14 Januari 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)



Pembimbing

Heni Kusumawati, SE., M.Si.

Penguji

Miswanto, Dr., M.Si.

Yogyakarta, 7 Februari 2025
Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



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

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Dengan adanya pertumbuhan jumlah pemilik kucing di Yogyakarta, terutama dari kalangan pendatang, kebutuhan akan layanan perawatan dan penitipan kucing yang aman dan terpercaya meningkat. Tujuan utama dari proyek kewirausahaan Purradise adalah memberikan solusi bagi para pemilik kucing di Yogyakarta yang sering bepergian dan kesulitan dalam memberikan perawatan *grooming* bagi kucing. Pengembangan bisnis dilakukan melalui analisis SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bisnis, analisis BCG, dan penerapan teori manajerial. Analisis SWOT menunjukkan bahwa Purradise memiliki kekuatan dalam layanan premium dan fasilitas lengkap, namun tantangan terbesar adalah persaingan dengan *cat hotel* lain yang sudah memiliki pelanggan loyal. Berdasarkan analisis BCG, Purradise berada dalam kategori *question mark*, dengan potensi pertumbuhan tinggi tetapi masih memerlukan peningkatan dalam memperkuat pangsa pasar. Instagram dan TikTok sebagai platform untuk pemasaran digital, membantu meningkatkan kesadaran pemilik kucing terhadap layanan yang ditawarkan Purradise. Dari aspek keuangan, analisis *payback period* menunjukkan bahwa modal awal yang dikeluarkan dapat kembali dalam waktu 6,9 bulan. Dengan pendekatan operasional yang terstruktur dan strategi pemasaran yang tepat, Purradise memiliki potensi besar untuk berkembang.

Kata kunci: *Cat Hotel, Penitipan Kucing, Grooming, Purradise.*

ABSTRACT

With the growing number of cat owners in Yogyakarta, especially among migrants, the need for safe and reliable cat grooming and cat hotel services are increasing. The main objective of the project is to provide a solution for cat owners in Yogyakarta who are often traveling and have difficulty in providing grooming care for cats. Business development is conducted through SWOT analysis to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the business, BCG analysis, and application of managerial theory. The SWOT analysis showed that Purradise has strengths in premium services and complete facilities, but the biggest challenge is competition with other cat hotels that already have loyal customers. Based on BCG analysis, Purradise is in the "question mark" category, with high growth potential but still needs improvement in strengthening market share. Instagram and TikTok as platforms for digital marketing, help to increase cat owners' awareness of the services offered by Purradise. From a financial aspect, the payback period analysis shows that the initial capital spent can be recovered within 6,9 months. With a structured operational strategy and the right marketing strategy, Purradise has great potential to grow.

Keywords: *Cat Hotel, Grooming, Purradise.*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, minat masyarakat terhadap hewan peliharaan terus tumbuh di Indonesia. Berdasarkan survei yang dilakukan Rakuten Insight pada tahun 2021, diproyeksikan sebesar 47% masyarakat Indonesia memilih untuk memelihara kucing sebagai hewan peliharaan. Alasan utama pemilihan kucing meliputi karakter lucu, kemampuan mengurangi stres, dan perawatan yang relatif mudah untuk beberapa ras, seperti domestik, Persia, Anggora, dan British Shorthair. Kucing berbulu panjang seperti Persia dan Anggora memerlukan perawatan khusus, termasuk grooming berkala. Angka kepemilikan kucing ini diperkirakan akan terus meningkat, terutama di wilayah perkotaan seperti Yogyakarta, yang memiliki populasi sekitar 4.126.444 jiwa, dengan Kabupaten Sleman sebagai wilayah dengan populasi tertinggi.

Kondisi ini menciptakan peluang bisnis bagi layanan penitipan dan grooming kucing, terutama di Sleman, di mana sekitar 619.510 penduduk berpotensi memelihara kucing. Dengan adanya dua kelompok besar yaitu penduduk lokal dan pendatang yang memiliki pola mobilitas tinggi, kebutuhan akan perawatan kucing saat pemiliknya bepergian semakin meningkat. Namun, hanya sekitar 25 layanan penitipan kucing yang ada di Yogyakarta, yang tidak sepenuhnya mampu memenuhi permintaan, terutama selama musim liburan. Melihat celah pasar yang besar ini, muncul gagasan untuk mendirikan Purradise sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan perawatan kucing.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana menangkap peluang bisnis *cat hotel* dan *grooming* di Yogyakarta yang memiliki potensi pasar besar, seiring dengan meningkatnya jumlah pemilik kucing di kalangan pendatang?
2. Bagaimana menyediakan layanan penitipan kucing yang aman dan terpercaya bagi pemilik kucing di Yogyakarta, khususnya pendatang yang harus sering bepergian?
3. Bagaimana menciptakan pengalaman yang nyaman dan menyenangkan bagi kucing yang dititipkan agar sesuai dengan konsep "Paradise"?

1.3 Tujuan Proyek Kewirausahaan

1. Untuk mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan.
2. Memberikan kemudahan bagi para pemilik kucing dengan memberikan layanan penitipan kucing sehingga membuat para pemilik kucing merasa tenang ketika harus bepergian jauh meninggalkan hewan peliharaan mereka.
3. Menyediakan layanan *grooming* untuk para pemilik kucing yang tidak memiliki waktu, keterampilan, atau fasilitas yang memadai untuk merawat kebersihan kucing mereka secara teratur.

1.4 Kontribusi Proyek Kewirausahaan

1. Memberikan solusi praktis bagi pemilik kucing yang sibuk atau sering bepergian.
2. Memperkuat hubungan sosial komunitas pecinta kucing dengan menyediakan tempat penitipan yang dapat diandalkan, mendukung kesejahteraan kucing sekaligus memenuhi kebutuhan pemiliknya.

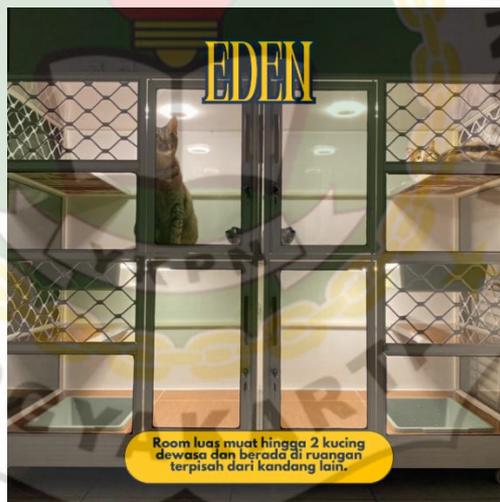
PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2.1 Produk

Dengan mengusung konsep "Paradise" bagi kucing, Purradise menekankan aspek kenyamanan, keamanan, dan kebersihan di setiap servis yang diberikan. Nama kategori layanan yang ada di Purradise seperti *Eden*, *Nirvana*, dan *Valhalla*, diambil dari konsep surga dalam berbagai budaya dan mitologi, yang melambangkan suasana yang nyaman bagi kucing. Setiap pilihan layanan ini menawarkan pengalaman yang berbeda namun tetap memberikan perawatan maksimal sesuai kebutuhan masing-masing kucing.

2.1.1 Cat Hotel

1. *Eden*



Gambar 2.1 Kategori Eden

Sumber: Dokumen Penulis (2024)

Eden merupakan pilihan premium yang menawarkan kandang paling luas dan ditempatkan di ruangan terpisah yang lebih tenang, sehingga kucing dapat merasa lebih nyaman dan bebas. Layanan ini cocok untuk kucing yang membutuhkan lebih banyak ruang atau pemilik yang menginginkan privasi ekstra bagi kucing mereka.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. *Nirvana*

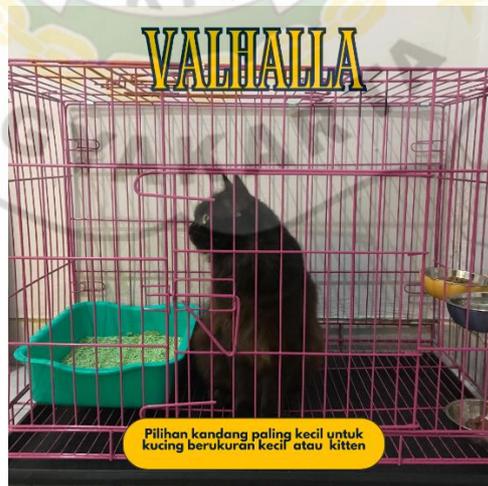


Gambar 2.2 Kategori Nirvana

Sumber: Dokumen Penulis (2024)

Nirvana menawarkan kandang dengan ukuran reguler yang cukup untuk satu kucing dewasa. Pilihan ini cocok untuk kucing yang membutuhkan kenyamanan dasar dengan fasilitas yang memadai.

3. *Valhalla*



Gambar 2.3 Kategori Valhalla

Sumber: Dokumen Penulis (2024)

Valhalla adalah layanan ekonomis yang menawarkan kandang berukuran kecil, ideal untuk anak kucing atau kucing dengan ukuran

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

tubuh kecil. Meskipun lebih sederhana, *Valhalla* tetap memberikan perawatan yang baik bagi kucing yang dititipkan.

2.1.2 *Grooming*

Purradise tidak hanya menyediakan layanan *cat hotel*, tetapi juga berbagai pilihan *grooming* untuk memenuhi kebutuhan perawatan kucing. Setiap layanan *grooming* dirancang untuk memberikan kebersihan dan kenyamanan dengan produk yang aman.

1. *Grooming Kering*

Perawatan dasar tanpa mandi, mencakup pemotongan kuku, pembersihan telinga, hidung, mata, dan telapak kaki, serta pemberian parfum kucing. Cocok untuk kucing yang tidak memerlukan pembersihan menyeluruh.

2. *Grooming Basic*

Perawatan yang meliputi mandi menggunakan sampo alami yang lembut dan aman, diikuti dengan rangkaian perawatan dasar. Servis ini cocok bagi kucing yang tidak memiliki masalah pada bulu mereka.

3. *Grooming Kutu atau Jamur*

Dikhususkan untuk kucing yang membutuhkan perawatan akibat kutu atau infeksi jamur, menggunakan sampo khusus.

4. *Grooming Kutu dan Jamur*

Menyediakan solusi menyeluruh untuk kucing yang mengalami masalah kutu dan jamur secara bersamaan dengan penggunaan sampo dan cairan pembasmi.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2.2 Analisis SWOT

SWOT merupakan singkatan dari *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats*. Konsep SWOT pertama kali diperkenalkan oleh Albert Humphrey pada tahun 1960-an di Stanford Research Institute. Melalui analisis ini, perusahaan dapat mengidentifikasi keunggulan yang dapat dimaksimalkan, kelemahan yang perlu diperbaiki, peluang yang bisa dimanfaatkan, serta ancaman yang harus diantisipasi.

Tabel 2.1 Analisis SWOT Purradise

	Strengths (S) <ul style="list-style-type: none">a. Layanan bervariasi untuk kebutuhan pemilik kucing.b. Karyawan terlatih dan peduli terhadap kucing.c. Laporan aktivitas kucing.d. Layanan antar-jemput.	Weakness (W) <ul style="list-style-type: none">a. Bisnis baru dan masih membangun reputasi.b. Kapasitas kandang masih terbatas.c. Cakupan pasar terbatas karena belum memiliki cabang.
Opportunities (O) <ul style="list-style-type: none">a. Potensi ekspansi layanan dan kemitraan.b. Kebutuhan penitipan dan <i>grooming</i> kucing yang meningkat.c. Media sosial sebagai alat promosi.	S-O (Strengths-Opportunities) <ul style="list-style-type: none">a. Mengoptimalkan media sosial untuk <i>brand awareness</i>.b. Memberikan diskon.c. Memperluas layanan antar-jemput.d. Riset pasar rutin untuk memahami tren pelanggan.	W-O (Weakness-Opportunities) <ul style="list-style-type: none">a. Menerapkan sistem reservasi untuk manajemen kapasitas.b. Meningkatkan kapasitas layanan seiring dengan permintaan.
Threats (T) <ul style="list-style-type: none">a. Banyaknya pesaing dengan bisnis serupa.b. Perubahan ekonomi dan	S-T (Strengths-Threats) <ul style="list-style-type: none">a. Program loyalitas untuk retensi pelanggan.b. Opsi pembayaran fleksibel.	W-T (Weakness-Threats) <ul style="list-style-type: none">a. Menyediakan layanan pemantauan (akses CCTV) bagi pemilik.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

daya beli masyarakat.	c. Penyesuaian strategi pemasaran.	b. Menyediakan paket layanan harian/per jam untuk penitipan singkat.
-----------------------	------------------------------------	--

3.1 Eksplorasi Kreativitas

Purradise didirikan untuk memenuhi kebutuhan pemilik hewan peliharaan, khususnya kucing, yang kesulitan saat bepergian jauh dan tidak dapat membawa hewan mereka. Menitipkan kucing kepada tetangga atau kerabat seringkali menimbulkan keraguan karena kurangnya pengetahuan dalam perawatan hewan. Oleh karena itu, Purradise hadir sebagai cat hotel yang tidak hanya menyediakan tempat tinggal sementara bagi kucing, tetapi juga memberikan perhatian dan perawatan yang layak, sehingga pemilik dapat merasa tenang saat meninggalkan hewan kesayangan mereka.

3.2 Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler & Keller (2018), manajemen pemasaran bertujuan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan, membangun loyalitas pelanggan, dan mengelola hubungan jangka panjang dengan konsumen. Dalam konteks bisnis Purradise, pemasaran digital menjadi pilihan utama untuk menarik pelanggan baru dan memperluas pangsa pasar. Pemasaran digital merupakan adaptasi dari pemasaran tradisional yang dilakukan melalui media berbasis teknologi digital seperti internet, media sosial, dan aplikasi seluler.

3.2.1 *Digital Marketing Funnel*

Marketing funnel menggambarkan perjalanan pelanggan dari saat pertama kali mereka mengetahui produk atau layanan hingga akhirnya

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

melakukan pembelian. *Digital marketing funnel* terbagi dalam beberapa tahapan berikut:

1. *Awareness*

Tahap ini berfokus pada upaya untuk meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap keberadaan produk atau layanan yang ditawarkan. Tujuan utama pada tahap ini adalah untuk menjangkau sebanyak mungkin audiens.

2. *Interest*

Setelah mengenal merek, calon pelanggan mulai menunjukkan minat dengan mencari informasi lebih lanjut, melihat ulasan, atau mengunjungi situs web resmi atau media sosial perusahaan.

3. *Consideration*

Pada tahap ini, calon pelanggan sudah mulai mempertimbangkan produk atau layanan yang ditawarkan, membandingkannya dengan opsi lain, dan mulai mempertimbangkan apakah akan melakukan pembelian.

4. *Conversion*

Tahap ini merupakan momen di mana calon pelanggan mengambil tindakan, seperti membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan. Pada tahap inilah fokus perusahaan adalah mendorong penjualan.

5. *Retention*

Setelah terjadi pembelian, perusahaan berfokus mempertahankan pelanggan dengan memberikan layanan yang memuaskan serta komunikasi berkelanjutan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

6. *Advocacy*

Pada tahap ini, pelanggan yang sangat puas akan merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain, baik secara lisan maupun melalui ulasan *online*.

3.3 Manajemen Operasi

Menurut Heizer dan Render (2014), manajemen operasi mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan kegiatan yang diperlukan untuk memproduksi barang dan jasa, sehingga perusahaan dapat beroperasi secara efisien dan efektif. Tujuan dari manajemen operasi adalah untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, dan memberikan nilai yang maksimal kepada pelanggan. Dengan manajemen operasi yang baik memungkinkan Purradise untuk memberikan layanan penitipan kucing dan perawatan kucing dengan standar yang tinggi serta menjaga kepuasan pelanggan.

3.4 Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen SDM meliputi perencanaan, pengembangan, serta pemeliharaan tenaga kerja, yang berfokus pada efisiensi dan produktivitas sumber daya manusia. Perencanaan SDM bertujuan untuk memastikan bahwa bisnis memiliki jumlah tenaga kerja yang tepat, dengan keterampilan yang sesuai, untuk memenuhi kebutuhan operasional.

3.5 Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan melibatkan proses perencanaan, pengendalian, dan pemantauan sumber daya keuangan agar perusahaan dapat mencapai tujuannya secara efektif dan efisien. Beberapa elemen penting dari manajemen keuangan mencakup pencatatan keuangan, laporan keuangan, dan pengelolaan arus kas.

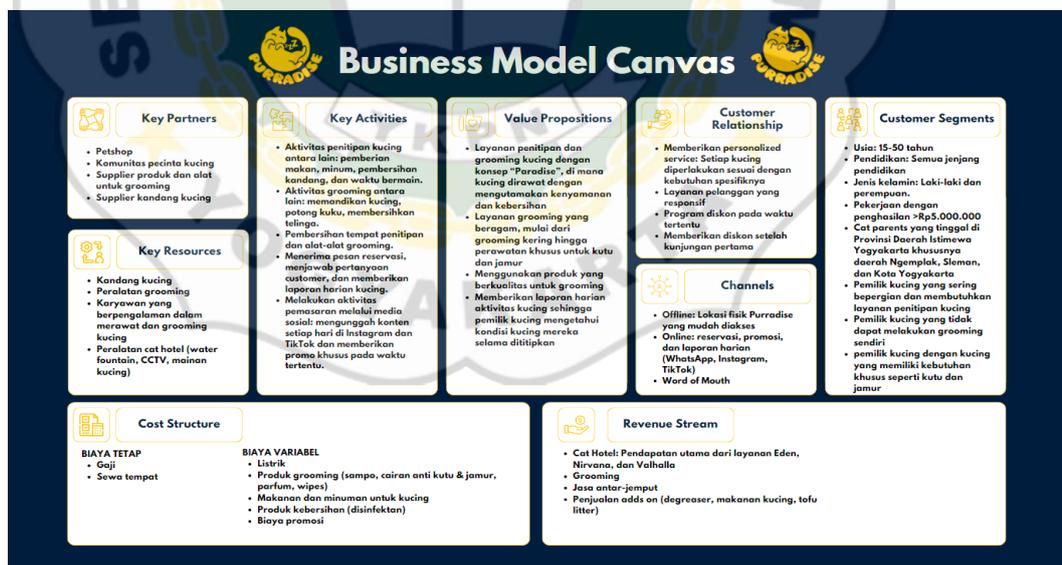
PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3.6 Manajemen Perubahan dan Inovasi

Dalam manajemen perubahan, diperlukan kemampuan untuk beradaptasi dengan dinamika eksternal seperti teknologi, preferensi konsumen, dan persaingan pasar. Inovasi memainkan peran penting dalam hal ini, karena memungkinkan bisnis untuk merespons perubahan dengan menciptakan produk atau layanan yang lebih relevan dan efisien.

3.7 Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) merupakan sebuah kerangka kerja visual yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur dalam buku “Business Model Generation” (2020). Kerangka kerja ini digunakan untuk merancang, menganalisis, atau mengembangkan model bisnis secara terstruktur.



Gambar 3.1 Business Model Canvas Purradise

Sumber: Dokumen Penulis (2024)

4.1 Inovasi Produk

Inovasi produk pada Purradise berfokus pada pengembangan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan meningkatkan kenyamanan kucing

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

selama penitipan maupun *grooming*. Adapun inovasi produk yang diterapkan di Purradise meliputi:

1. Purradise menghadirkan layanan *cat hotel* dalam tiga kategori yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan beragam pelanggan. Masing-masing kategori menawarkan fasilitas yang berbeda.
2. Purradise menyediakan layanan *grooming* bagi kucing yang sedang dititipkan. Pelanggan dapat memilih paket *grooming* sesuai kebutuhan.
3. Salah satu keunggulan inovatif dari Purradise lainnya adalah pemberian laporan harian berupa foto dan video aktivitas kucing selama menginap kepada pemilik kucing.
4. Purradise menawarkan layanan antar-jemput kucing dengan jadwal fleksibel untuk mempermudah pelanggan.

4.2 Manajemen Pemasaran

Pemasaran digital Purradise memanfaatkan platform Instagram dan Tiktok karena memiliki jangkauan yang luas dan mendukung berbagai macam format konten. Purradise menghasilkan berbagai konten kreatif yang disesuaikan dengan target audiens.

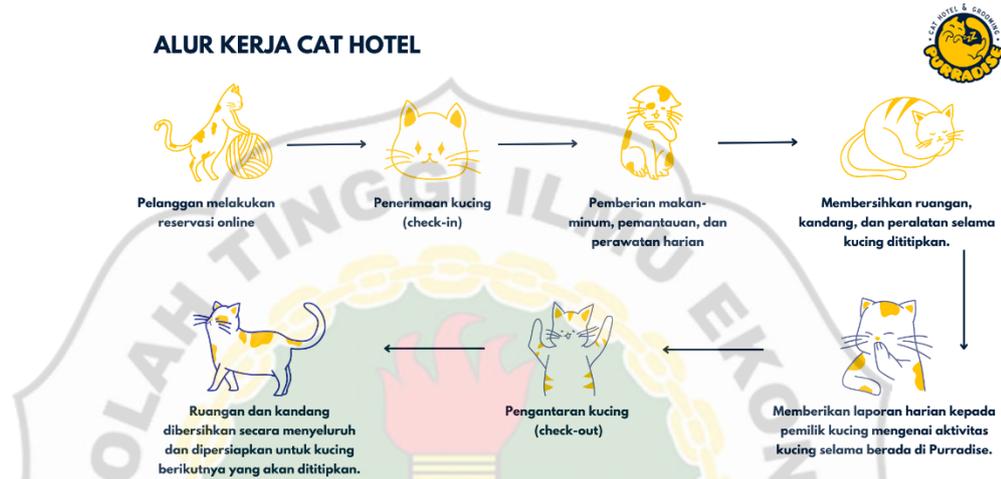
Manajemen pemasaran di Purradise menghadapi kendala pada bulan pertama penerapan pemasaran digital, terutama dalam hal konversi pelanggan yang rendah akibat konten yang masih dalam tahap eksplorasi dan belum sesuai dengan preferensi target pasar. Untuk mengatasi masalah ini, Purradise meningkatkan kualitas konten dengan fokus pada format video yang lebih diminati pengguna media sosial, memanfaatkan tren populer agar konten tetap relevan, serta memperbanyak konten yang dilengkapi call to action untuk

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mendorong audiens lebih sadar terhadap layanan yang ditawarkan dan mengambil langkah seperti mengunjungi profil atau melakukan reservasi.

4.3 Manajemen Operasi

1. Alur Kerja *Cat Hotel*



Gambar 4.1 Alur Kerja *Cat Hotel*

Sumber: Dokumen Penulis (2024)

2. Alur Kerja *Cat Grooming*



Gambar 4.2 Alur Kerja *Grooming*

Sumber: Dokumen Penulis (2024)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Alur Kerja Pengelolaan Sosial Media

ALUR KERJA PENGELOLAAN SOSIAL MEDIA



Gambar 4.3 Alur Kerja Pengelolaan Sosial Media

Sumber: Dokumen Penulis (2024)

Purradise menghadapi berbagai kendala dalam operasional sehari-hari terkait dengan sifat unik setiap kucing yang dititipkan. Salah satu kendala utama adalah kucing calon pelanggan yang memiliki kondisi seperti kutu atau jamur, yang tidak sesuai dengan standar kebersihan, berpotensi menularkan kutu ke kucing lain. Untuk mengatasi hal ini, Purradise menawarkan ruangan terpisah bernama *Eden* dan paket *grooming* khusus. Selain itu, perbedaan kebutuhan dan tingkat adaptasi kucing terhadap lingkungan baru sering menyebabkan stres, sehingga tim Purradise mengumpulkan informasi dari pemilik kucing untuk menciptakan suasana yang menyerupai rumah mereka. Dalam layanan *grooming*, tantangan muncul ketika kucing merasa takut, yang diatasi dengan memberikan waktu untuk menenangkan kucing melalui permainan atau snack, sehingga proses *grooming* dapat dilakukan dengan lebih mudah.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4.4 Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) di Purradise berfokus pada pengelolaan tim yang efektif untuk memastikan pelayanan berkualitas, dengan tenaga kerja yang berasal dari lingkup keluarga dan pembagian tugas berdasarkan keahlian masing-masing. Pengembangan SDM tetap menjadi prioritas, di mana setiap anggota tim mengikuti pelatihan internal secara berkala untuk meningkatkan kompetensi dalam menangani kucing dengan perilaku khusus dan mendorong kemampuan lintas fungsi. Komunikasi yang efektif juga diutamakan, menggunakan grup WhatsApp untuk koordinasi harian dan menyampaikan informasi penting, serta mengadakan rapat evaluasi bulanan untuk membahas capaian kinerja dan rencana perbaikan.

Manajemen sumber daya manusia di Purradise menghadapi kendala, terutama keterbatasan jumlah tenaga kerja saat permintaan layanan meningkat, seperti pada musim liburan. Untuk mengatasi hal ini, Purradise menerapkan penjadwalan ulang yang fleksibel dan mendorong anggota tim untuk saling membantu, serta mempertimbangkan perekrutan tenaga kerja tambahan dengan pengalaman merawat kucing. Selain itu, perbedaan keterampilan di antara anggota tim dalam menangani kucing dengan perilaku khusus diatasi melalui pelatihan yang diberikan oleh anggota yang lebih berpengalaman. Dengan pengelolaan SDM yang terstruktur dan berorientasi pada pengembangan, Purradise berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik dan membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan bisnis di masa depan.

4.5 Manajemen Keuangan

4.5.1 Laporan Laba Rugi

Tabel 4.1 Laporan Laba Rugi

D. Laporan Laba Rugi per Bulan					
KOMPONEN	Bulan				
	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober
Penjualan Cat Hotel (Unit)	163	73	65	81	84
Penjualan Grooming (Unit)	27	25	15	18	35
Pendapatan Penjualan	Rp8.770.000	Rp4.160.000	Rp3.935.000	Rp4.090.000	Rp5.135.000
HPP dan Biaya					
HPP	Rp2.347.000	Rp2.083.000	Rp2.066.000	Rp2.159.000	Rp2.334.000
Biaya Pemasaran	0	0	0	0	0
Total	Rp2.347.000	Rp2.083.000	Rp2.066.000	Rp2.159.000	Rp2.334.000
Laba Bersih	Rp6.423.000	Rp2.077.000	Rp1.869.000	Rp1.931.000	Rp2.801.000

4.5.2 Payback Period

1. Estimasi Penjualan

Tabel 4.2 Estimasi Penjualan (Unit)

Komponen	Bulan								Total Penjualan (April-Nov)	Rata-Rata Per Bulan	Estimasi Tahun 1	Estimasi Tahun 2	Estimasi Tahun 3
	Apr	Mei	Juni	Juli	Agt	Sept	Okt	Nov					
Cat Hotel	117	38	163	73	65	81	84	96	717	89,625	1076	1183	1301
Grooming	49	10	27	25	14	18	35	40	218	27,25	327	360	396
Layanan tambahan	19	2	16	13	47	9	19	27	152	19	228	251	276

Tabel 4.3 Estimasi Penjualan (Rupiah)

Komponen	Bulan								Total Penjualan (April-Nov)	Rata-Rata Per bulan
	Apr	Mei	Juni	Juli	Agt	Sept	Okt	Nov		
Cat Hotel	Rp4.435.000	Rp1.760.000	Rp7.525.000	Rp3.050.000	Rp2.940.000	Rp3.290.000	Rp3.495.000	Rp4.735.000	Rp31.230.000	Rp3.903.750
Grooming	Rp2.140.000	Rp625.000	Rp1.130.000	Rp1.025.000	Rp710.000	Rp750.000	Rp1.510.000	Rp1.585.000	Rp9.475.000	Rp1.184.375
Layanan tambahan	Rp120.000	Rp20.000	Rp115.000	Rp85.000	Rp285.000	Rp50.000	Rp130.000	Rp165.000	Rp970.000	Rp121.250

Tabel 4.4 Estimasi Penjualan Selama 3 Tahun (Rupiah)

Komponen	Estimasi Tahun 1	Estimasi Tahun 2	Estimasi Tahun 3
Cat Hotel	Rp46.845.000	Rp51.529.500	Rp56.682.450
Grooming	Rp14.212.500	Rp15.633.750	Rp17.197.125
Layanan tambahan	Rp1.455.000	Rp1.600.500	Rp1.760.550
Total	Rp62.512.500	Rp68.763.750	Rp75.640.125

Tabel 4.5 Estimasi HPP

Komponen	Bulan								Total HPP (April-Nov)	Rata-Rata Per bulan
	Apr	Mei	Juni	Juli	Agt	Sept	Okt	Nov		
Modal Kerja (HPP)	Rp2.215.000	Rp1.973.000	Rp2.347.000	Rp2.083.000	Rp2.066.000	Rp2.159.000	Rp2.334.000	Rp2.071.000	Rp17.248.000	Rp2.156.000

Tabel 4.6 Estimasi HPP Selama 3 Tahun

Komponen	Estimasi Tahun 1	Estimasi Tahun 2	Estimasi Tahun 3
Modal Kerja (HPP)	Rp25.872.000	Rp27.165.600	Rp28.523.880

2. Cashflow

Tabel 4.7 Estimasi Cashflow Selama 3 Tahun

Komponen	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3
Pendapatan penjualan	Rp62.512.500	Rp68.763.750	Rp75.640.125
Harga Pokok Penjualan (-)	Rp25.872.000	Rp27.165.600	Rp28.523.880
Pendapatan bersih sebelum depresiasi dan pajak	Rp36.640.500	Rp41.598.150	Rp47.116.245
Depresiasi (-)	Rp2.696.533	Rp2.696.533	Rp2.696.533
Pendapatan bersih sebelum pajak	Rp33.943.967	Rp38.901.617	Rp44.419.712
Pajak	Rp0	Rp0	Rp0
Pendapatan bersih setelah pajak	Rp33.943.967	Rp38.901.617	Rp44.419.712
Depresiasi (+)	Rp2.696.533	Rp2.696.533	Rp2.696.533
Net Cashflow	Rp36.640.500	Rp41.598.150	Rp47.116.245

Tabel 4.8 Kumulatif Cashflow

Tahun	Cashflow	Kumulatif CF
1	Rp36.640.500	Rp36.640.500
2	Rp41.598.150	Rp78.238.650
3	Rp47.116.245	Rp125.354.895

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Perhitungan *Payback Period*

$$\text{PBP} = a + \frac{(b - c)}{d}$$

a = Tahun *cut off*

c = Jumlah kumulatif CF sampai dengan tahun *cut off*

b = Investasi Awal

d = Jumlah CF setelah tahun *cut off*

$$\begin{aligned} \text{PBP} &= a + \frac{(b - c)}{d} \\ &= 1 + \frac{(\text{Rp}18.860.900 - \text{Rp}36.640.500)}{\text{Rp}41.598.150} \\ &= 1 + -0,43 \\ &= \mathbf{0,57 \text{ Tahun atau } 6,9 \text{ Bulan}} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan *payback period*, waktu yang dibutuhkan oleh bisnis Purradise untuk mengembalikan modal awal investasi adalah 6,9 bulan. Hal ini mengindikasikan bahwa bisnis ini memiliki potensi pengembalian modal yang relatif singkat, terutama untuk kategori usaha baru.

4.6 Manajemen Perubahan dan Inovasi

4.6.1 Penerapan *10 Types of Innovation*

Purradise berinovasi dalam layanan dan pengalaman pelanggan dengan menerapkan teori *Ten Types of Innovation* untuk meningkatkan nilai dan daya saing. Dalam aspek *Configuration*, Purradise menawarkan fleksibilitas harga dengan paket diskon untuk menipiskan lebih dari satu kucing dan berbagai metode pembayaran, serta rencana untuk menjual makanan dan pakaian kucing. Purradise juga menjalin kemitraan dengan toko hewan peliharaan lokal dan dokter hewan untuk memperluas layanan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Dalam aspek *Process*, layanan CCTV yang dapat diakses pemilik kucing selama penitipan menciptakan keunggulan kompetitif.

Dalam aspek *Offering*, Purradise menggunakan produk grooming berkualitas tinggi dan fasilitas hotel yang nyaman. Untuk *Experience*, layanan tambahan seperti penjemputan kucing dan laporan harian disediakan, sementara Instagram dan TikTok dimanfaatkan untuk menjangkau pelanggan dan mempermudah reservasi. Purradise juga meningkatkan loyalitas pelanggan melalui program royalti, di mana pelanggan yang menggunakan layanan sembilan kali berhak mendapatkan layanan gratis pada kunjungan kesepuluh.

5.1 Kesimpulan

1. Pada aspek manajemen pemasaran, strategi pemasaran digital melalui Instagram dan TikTok terbukti berhasil dalam meningkatkan kesadaran merek dan menjangkau target pasar. Konten kreatif yang disesuaikan dengan tren mampu menarik perhatian lebih banyak audiens.
2. Dalam manajemen operasi, sistem alur kerja yang dirancang untuk layanan *cat hotel* dan *grooming* telah berjalan dengan baik, mulai dari reservasi online hingga pemberian laporan harian kepada pemilik kucing. Kenyamanan kucing selama penitipan terjamin berkat pengelolaan sumber daya yang efisien.
3. Aspek manajemen sumber daya manusia diterapkan dengan pembagian tugas yang jelas dan pelatihan berkala untuk memastikan kualitas layanan yang konsisten. Kepuasan pelanggan ditingkatkan melalui evaluasi kinerja yang dilakukan secara berkala.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4. Dalam manajemen keuangan, stabilitas keuangan Purradise didukung oleh pengelolaan keuangan yang terstruktur, seperti pencatatan transaksi, analisis HPP dan analisis BEP. Analisis BEP yang dilakukan membantu dalam menentukan target penjualan untuk menutupi biaya operasional dan mencapai keuntungan. Menurut perhitungan *Payback Period*, Purradise membutuhkan waktu 6,9 bulan untuk mengembalikan modal awal investasi.

Meskipun masih menghadapi beberapa kendala seperti keterbatasan kapasitas dan tantangan pada perbedaan karakter setiap kucing, Purradise mampu mengatasi masalah tersebut dan tetap menjalankan bisnis.

5.2 Saran

1. Untuk memperluas cakupan pasar, Purradise dapat menjalin kemitraan dengan dokter hewan untuk menambah layanan tambahan, seperti pemeriksaan kesehatan kucing.
2. Menggunakan iklan berbayar di media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
3. Membangun koneksi langsung dengan pelanggan melalui acara komunitas pecinta kucing, seperti bazar atau *workshop* perawatan kucing.
4. Mengalokasikan sebagian keuntungan untuk investasi dalam peralatan baru atau penambahan kapasitas.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2024). *Proyeksi jumlah penduduk menurut kabupaten/kota di D.I. Yogyakarta (Jiwa)*. <https://yogyakarta.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTMzIzI=/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-d-i-yogyakarta-.html>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: strategy, implementation and practice*. Pearson.
- Grant, R. M. (2018). *Contemporary strategy analysis* (10th ed.). Wiley & Sons.
- Heizer, J., & Render, B. (2014). *Operations management: sustainability and supply chain management*. Pearson Education.
- Jansen, B. (2011). *Understanding sponsored search: core elements of keyword advertising*. Cambridge University Press.
- Keeley, L., Pikkell, R., Quinn, B., & Walters, H. (2013). *Ten types of innovation the discipline of building breakthroughs*. John Wiley & Sons.
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., Tan, C. Tiong., Ang, S. Hoon., & Leong, S. Meng. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. Pearson Education Limited.
- Kumalaningrum, M. P., Kusumawati, H., & Hardani, R. P. (2020). *Manajemen operasi*. Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Litamahuputty, J. V., Pelamonia, J. T., Th Pelamonia, J., Politeknik, J. A., & Ambon, N. (n.d.). *Analisis Break-Even Point Sebagai Alat Perencanaan Penjualan Dan Laba Terhadap Usaha Mikro Di Ambon (Studi Pada Usaha Mikro Minuman Boba Kedai Tosca OSM Kota Ambon)*.
- Mellita, D., & Elpanso, E. (2020). *Model Lewin Dalam Manajemen Perubahan Teori Klasik Menghadapi Disrupsi Dalam Lingkungan Bisnis*. *MBIA*, 19(2), 142–152. <https://doi.org/10.33557/mbia.v19i2.989>
- Mulyadi. (2010). *Akuntansi biaya* (5th ed.). Unit Penerbitan & Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Osterwalder, A., & Yves, P. (2020). *Business model generation*. PT. Elex Media Komputindo.
- Rakuten Insight. (2021). *Pet ownership in Asia*. <https://insight.rakuten.com/pet-ownership-in-asia/>
- Rangkuti, F. (2019). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis cara perhitungan bobot, rating, dan OCAI*. : PT Gramedia Pustaka Umum.
- Supriyanto Y., Wardhani, S. L., & Wulandari, R. (2018). *Manajemen keuangan*. Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2011). *Strategic management and business policy toward global sustainability*. Pearson.