

## BAB 1

### DESKRIPSI BISNIS

#### A. Latar Belakang

Jumlah orang yang memiliki hewan peliharaan di Indonesia sangatlah besar, yaitu 67%. Pemelihara anjing dan kucing menjadi mayoritas dengan persentase masing-masing 15.5% dan 37% (sumber: Rakuten Insight, 2018). Banyak dari pemilik hewan peliharaan ini memperlakukan hewan peliharaannya sudah sebagai keluarga dan sama seperti manusia (sumber: Agustin, 2013). Perlu ikatan yang baik antara pemilik dengan hewan peliharaan sehingga bisa meminimalkan level stres dari hewan peliharaannya. Untuk mengurangi stres pada hewan peliharaan, diperlukan suatu kegiatan bagi hewan peliharaan, dapat berupa kegiatan rekreasi seperti *dog-walking* dan bermain ke taman kota (sumber: ProPlan, 2019).

Tren saat ini pun menunjukkan akomodasi *pet-friendly* mulai bermunculan di kota-kota besar (sumber: Abadie, 2013). Di Kota Bandung sendiri baru beberapa akomodasi seperti hotel dan vila yang mengizinkan hewan peliharaan atau *pet-friendly hotel* (sumber: Booking.com, 2020). Namun belum banyak yang mendukung aktivitas rekreasi yang ramah hewan peliharaan. Ketersediaan lahan terbuka hijau seperti taman kota yang ramah hewan peliharaan pun masih terbatas. Permasalahan tersebut dapat menyebabkan pemilik hewan peliharaan merasa kesulitan dan ragu untuk membawa hewan kesayangannya untuk liburan. Hal ini disebabkan oleh rasa risi dari orang lain yang tidak menyukai anjing di tempat rekreasi (sumber: Chen, 2011). Bukan itu saja, harga yang cukup besar untuk membawa hewan kesayangan ikut berlibur juga menjadi pertimbangan. Namun, jika hewan peliharaan dibiarkan di rumah selama pemilik berlibur, dapat mengakibatkan hewan peliharaannya stres dan mengurangi ikatan dengan pemilik. Ikatan yang lemah dapat mengakibatkan hewan peliharaan merasa diabaikan dan bagi pemilik, hewan peliharaannya menjadi tidak dekat (sumber: Dani, 2020).

#### B. Gambaran Umum Bisnis

##### 1. Deskripsi Bisnis

CV PawPLAY didirikan pada 2020 oleh Arie Prasetya Gunawan, seorang mahasiswa dari Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung. Arie memiliki pengalaman pariwisata

pada bidang *outbound* dan rekreasi saat ia berkesempatan untuk melakukan praktik kerja lapangan di Industrial Tourism World, setahun sebelum ia mendirikan PawPLAY. Arie juga menyukai hewan dan memiliki ketertarikan besar terhadap hewan. Hal ini mendorong Arie untuk menciptakan suatu hal yang baru bagi aktivitas rekreasi di Bandung.

Sebagaimana yang telah diprediksi oleh booking.com, tahun 2020 akan terjadi peningkatan tren untuk pariwisata yang berhubungan dengan hewan peliharaan. Berkaca dari tren ini, jumlah akomodasi *pet-friendly* terus meningkat, termasuk di wilayah Bandung. Akan tetapi, aktivitas rekreasi bagi hewan peliharaan masih tidak umum untuk ditemukan. Ketersediaan ruang terbuka hijau seperti taman kota yang memperbolehkan hewan peliharaan masih terbatas di Bandung. Ketika musim liburan tiba, pemilik hewan peliharaan meninggalkan hewan peliharaannya di rumah atau menitipkannya ke *Pet Shelter*. Hal ini dapat menurunkan tingkat ikatan (*bonding*) antara hewan peliharaan dan pemiliknya. Maka dari itu, PawPLAY hadir untuk menyediakan program aktivitas rekreasi bagi hewan peliharaan dan pemiliknya untuk meningkatkan *bonding* dan mengurangi tingkat stres pada hewan dengan bermain *Outbound*, *Team Building* dan aktivitas permainan (*games*).

## 2. Deskripsi Logo dan Nama



Gambar 1.1, Logo PawPLAY

PawPLAY memiliki logo berwarna gabungan hijau dan biru pada ikon serta hitam pada tipografi. Ikon berbentuk seperti telapak kaki dari hewan peliharaan dengan gaya desain abstrak. Warna hijau memiliki arti keseimbangan dan pertumbuhan, sementara biru memiliki arti kepercayaan dan damai (sumber: Color Psychology, 2020). Dari warna-warna tersebut, PawPLAY diharapkan dapat menumbuhkan kepercayaan atau *bonding* antara hewan peliharaan dan pemiliknya. Pada tipografi, kata “play” menggunakan huruf kapital dengan tujuan menekankan kepada produk yang ditawarkan yaitu bermain melalui program aktivitas PawPLAY.

Nama PawPLAY berasal dari kata Bahasa Inggris yaitu “Paw” yang berarti telapak kaki hewan (terutama mamalia karnivora), dan “Play” yang berarti bermain. Dari gabungan nama tersebut, PawPLAY memiliki arti kiasan dalam Bahasa Indonesia yaitu “Waktunya bermain dengan hewan peliharaan Anda”. Selain itu juga, PawPLAY memiliki slogan “*Time to PLAY!*” yang berarti saatnya bermain.

### 3. Identitas Bisnis

#### a. Data Perusahaan

Nama Perusahaan	: CV PawPLAY
Tahun Berdiri	: 2020
Email	: kontak@paw.play
Website	: www.paw.play
Bidang Usaha	: Penyedia Aktivitas Wisata
Jenis Produk	: Program Aktivitas Rekreasi

#### b. Lokasi dan Fasilitas Perusahaan

- Lokasi Perusahaan : Focus Working Space, Jalan Hercules.  
No. 55, Sukawarna. Sukajadi,  
Kota Bandung. Jawa Barat 40164
- Fasilitas
  - a. Ruangan : Ruang Kantor, *Guest Longue*,  
Ruang Rapat
  - b. Peralatan : Meja dan kursi, Alat tulis,  
Laptop, Lemari dokumen/*Storage*
  - c. Fasilitas : Koneksi Internet, Listrik dan Air

## C. Visi dan Misi

### 1. Visi

Menjadi penyedia program aktivitas wisata hewan peliharaan terbaik yang dapat meningkatkan ikatan antara pemilik dan hewan peliharaan dengan standar internasional di Indonesia pada tahun 2030.

### 2. Misi

- a. Memberi pengetahuan kepada pemilik mengenai bagaimana merawat hewan peliharaan yang baik
- b. Mengurangi tingkat stres pada hewan peliharaan
- c. Meningkatkan ikatan (*bonding*) antara hewan peliharaan dengan pemilik
- d. Mendukung dan memelopori pariwisata ramah hewan peliharaan

## D. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu proses perencanaan yang dapat membantu sebuah perusahaan untuk mengatasi tantangan dan menentukan tujuan baru yang ingin dicapai (sumber: [businessnewsdialy.com](http://businessnewsdialy.com), 2019). Dengan menggunakan analisis SWOT, perusahaan dapat mengetahui apa kelebihan dan kekurangan mereka serta dapat menjadikan peluang agar perusahaan tumbuh lebih besar, juga dapat meminimalisir ancaman dari luar yang bisa membuat perusahaan gagal. Dalam hal ini PawPLAY akan menggunakan analisis SWOT untuk mengukur peluang yang akan PawPLAY gunakan dalam menjalankan bisnisnya.

### 1. Strength

- Program aktivitas berbentuk *Community-based*
- *Bonding* dan *Training* untuk anjing
- Pelayanan *hospitality-base*

### 2. Weakness

- Biaya yang lebih besar daripada *Pet Shelter*

### 3. Opportunity

- Tren *pet tourism* yang meningkat
- Kesadaran pemilik hewan peliharaan terhadap *animal care*
- Lokasi yang tidak menetap di satu tempat
- Banyak hewan peliharaan yang ditinggal pemilik pada saat liburan

#### 4. Threat

- Pemilik hewan peliharaan lebih memilih *Pet Shelter*
- Lebih memilih berwisata dengan keluarga karena lebih praktis

Daftar SWOT dari PawPLAY tersebut kemudian dibuat menjadi sebuah matriks bernama Matriks TOWS. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis yang akan menghasilkan gambaran secara jelas mengenai bagaimana peluang dan ancaman eksternal tersebut dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan (Rangkuti, 2009).

**Tabel 1.1**  
**Matriks TOWS**

INTERNAL	<b>STRENGTH</b> 1) Program aktivitas berbentuk <i>Community-based</i> 2) <i>Bonding</i> dan <i>Training</i> untuk anjing 3) Pelayanan <i>hospitality-base</i>	<b>WEAKNESS</b> 1) Biaya yang lebih besar daripada <i>Pet Shelter</i>
EKSTERNAL	<b>OPPORTUNITY</b> 1) Tren <i>pet tourism</i> yang meningkat 2) Kesadaran pemilik hewan peliharaan terhadap <i>animal care</i> 3) Banyak hewan peliharaan yang ditinggal pemilik pada saat liburan 4) Lokasi yang tidak menetap di satu tempat	<b>STRATEGI S-O</b> 1) Program aktivitas yang ditawarkan PawPLAY dapat meningkatkan kesadaran mengenai <i>pet-friendly tourism</i> 2) Program aktivitas meningkatkan <i>bonding</i> dan edukasi tentang pentingnya
	<b>STRATEGI W-O</b> 1) Memberikan nilai lebih pada saat program aktivitas. 2) Melakukan kampanye kesejahteraan hewan peliharaan	

	<p>kesejahteraan hewan peliharaan</p> <p>3) Dapat menjadi sarana penitipan hewan peliharaan yang menerapkan pelayanan <i>hospitality-base</i></p> <p>4) Dapat melakukan kegiatan secara fleksibel</p>	
<p><b>THREAT</b></p> <p>1) Pemilik hewan peliharaan lebih memilih <i>Pet Shelter</i></p> <p>2) Lebih memilih berwisata dengan keluarga karena lebih praktis</p>	<p><b>STRATEGI S-T</b></p> <p>1) Mempromosikan pentingnya <i>bonding</i> dengan hewan peliharaan</p> <p>2) Membuat akitivtas berkelompok dan dapat berupa keluarga yang memberikan <i>impression</i> baik tentang <i>bonding</i> dengan hewan peliharaan</p>	<p><b>STRATEGI W-T</b></p> <p>1) Mengajak kerja sama dengan <i>Pet Shelter</i> untuk menawarkan program aktivitas kepada pelanggan <i>pet shelter</i></p> <p>2) Menciptakan paket wisata yang dapat mengurangi kesulitan transportasi</p>

**Tabel 1.2**  
**Pembobotan *Strength***

No	Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
1	Program aktivitas berbentuk <i>Community-based</i>	0.3	4	1.2
2	<i>Bonding</i> dan <i>Training</i> untuk anjing	0.4	5	2
3	Pelayanan <i>hospitality-base</i>	0.3	3	0.9
<b>Jumlah</b>		<b>1</b>	<b>-</b>	<b>4.1</b>

**Tabel 1.3**  
**Pembobotan *Weakness***

No	Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
2	Biaya yang lebih besar daripada <i>Pet Shelter</i>	1	3	3
<b>Jumlah</b>		<b>1</b>	<b>-</b>	<b>3</b>

**Tabel 1.4**  
**Pembobotan *Opportunity***

No	Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
1	Tren <i>pet tourism</i> yang meningkat	0.3	5	1.5
2	Kesadaran pemilik hewan peliharaan terhadap <i>animal care</i>	0.2	3	0.6
3	Banyak hewan peliharaan yang ditinggal pemilik pada saat liburan	0.2	4	0.8
4	Lokasi yang tidak menetap di satu tempat	0.3	4	1.2
<b>Jumlah</b>		<b>1</b>	<b>-</b>	<b>4.1</b>

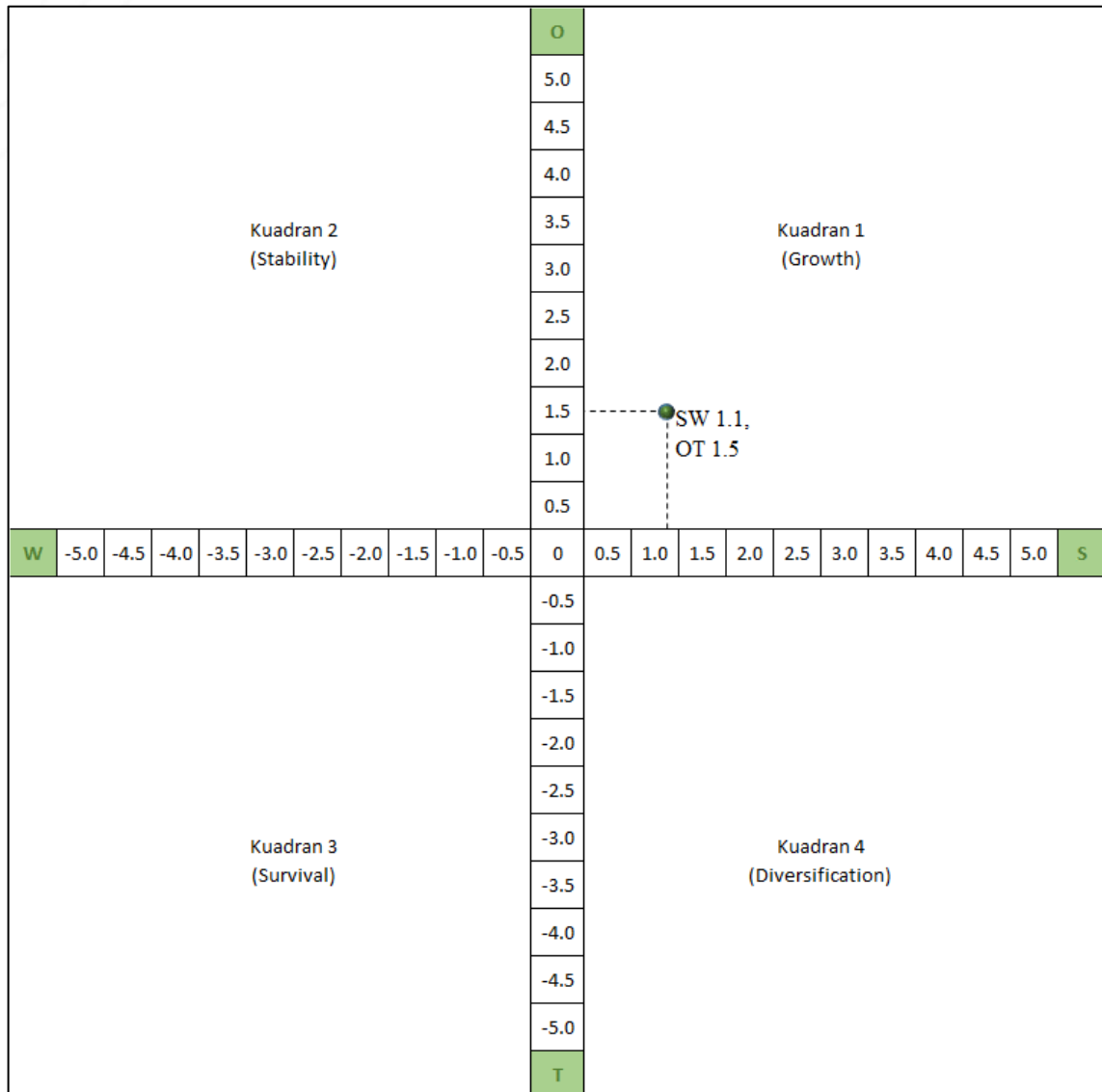
**Tabel 1.5**  
**Pembobotan *Threat***

No	Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
1	Pemilik hewan peliharaan lebih memilih <i>Pet Shelter</i>	0.6	3	1.8
2	Lebih memilih berwisata dengan keluarga karena lebih praktis	0.4	2	0.8
<b>Jumlah</b>		<b>1</b>	<b>-</b>	<b>2.6</b>

Setelah diketahui nilai tertimbang dari pembobotan masing-masing indikator pada matriks SWOT, dilakukan perhitungan selisih dari nilai tersebut agar diketahui letaknya pada kuadran SWOT.

**Tabel 1.6**  
**Selisih nilai tertimbang Matriks SWOT**

No	Indikator	Nilai Tertimbang	Indikator	Nilai Tertimbang
1	Strength	4.1	Opportunity	4.1
2	Weakness	3	Threat	2.6
	<b>Selisih</b>	<b>1.1</b>	<b>Selisih</b>	<b>1.5</b>



*Gambar 1.2, Kuadran Nilai SWOT*

Melalui hasil dari pembobotan nilai SWOT diatas, menunjukan PawPLAY memiliki kekuatan internal dan kesempatan yang cukup baik serta terus bertumbuh. Maka dari itu strategi yang dapat ditempuh oleh PawPLAY adalah melalui strategi pertumbuhan.



## E. Gambaran Umum Produk

Menurut Undang-undang nomor 10 tahun 2009, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata dibagi ke dalam tiga jenis, yaitu daya tarik wisata alam; daya tarik wisata buatan; dan daya tarik wisata minat khusus. Daya tarik wisata minat khusus merupakan jenis wisata yang baru dikembangkan di Indonesia. Wisata ini lebih diutamakan pada wisatawan yang mempunyai motivasi khusus. Dalam hal ini dapat berupa arung jeram, berburu, agrowisata, mendaki gunung bahkan program wisata bagi pemilik atau peminat hewan peliharaan.

Saat ini wisata bersama hewan peliharaan sedang tren di berbagai negara. Mulai muncul beberapa atraksi, amenitas maupun akses wisata bagi wisatawan bersama hewan peliharaan mereka. Terutama pada bidang akomodasi, hotel-hotel kini banyak yang sudah menjadi *pet-friendly hotel*. Maka dari itu, PawPLAY hadir sebagai penyedia program aktivitas wisata untuk wisatawan dan hewan peliharaannya dan bertujuan untuk meningkatkan *bonding* antara pemilik dan hewan peliharaannya serta untuk menjadi pelopor wisata ramah hewan peliharaan di Indonesia.

Program aktivitas yang ditawarkan dalam PawPLAY adalah program *team building* dan *outbound* yang bisa diikuti baik oleh pemilik maupun hewan peliharaannya. Dalam program ini pula pemilik dapat menumbuhkan kekompakan dengan hewan peliharaannya. PawPLAY menawarkan program aktivitas wisata bagi hewan peliharaan dan pemilik. Kegiatan yang bersifat komunitas ini juga dapat meningkatkan hubungan sosial baik antara pemilik hewan peliharaan maupun dengan hewan peliharaannya.

## F. Rencana Legalitas Usaha

### 1. Izin Usaha

PawPLAY merupakan sebuah perusahaan yang berbentuk badan usaha CV (*Comanditaire Venootschap*) atau persekutuan komanditer. CV adalah bentuk badan usaha kemitraan yang didirikan oleh dua orang atau lebih di mana beberapa anggota memiliki tanggung jawab yang tidak terbatas dan beberapa anggota lainnya memiliki tanggung jawab yang terbatas. Perusahaan berbentuk CV ini bisa dikembangkan untuk menjadi

sebuah PT dan dalam pendirian sebuah CV, tidak diperlukan modal yang besar. Mudah-mudahan sistem perpajakan pada perusahaan berbentuk CV ini menjadi nilai plus bagi *startup* seperti PawPLAY. Hal ini dikarenakan pajak hanya dikenakan pada akhir tahun sebagai pajak perusahaan. Dan keuntungan yang didapat oleh CV PawPLAY juga tidak dikenakan pajak.

Beberapa persyaratan dalam pembuatan CV adalah:

- Salinan E-KTP, KK, dan NPWP dengan format terbaru dari pengurus perusahaan
  - Salinan PBB & bukti bayar PBB tahun terakhir sesuai domisili perusahaan
  - Salinan Surat Kontrak/Sewa Kantor atau bukti kepemilikan tempat usaha
  - Surat Keterangan Domisili dari pengelola Gedung
  - Foto kantor tampak dalam dan luar
  - Kantor berada di zonasi perkantoran / zonasi komersial / zonasi campuran
- (sumber: izin.co.id, 2019)

## 2. Izin Operasional

PawPLAY beroperasi sebagai penyedia program aktivitas wisata yang berfokus pada aktivitas bersama hewan peliharaan. Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) dibutuhkan bagi usaha pariwisata agar bisa melaksanakan kegiatan komersial atau operasional. PawPLAY sendiri melakukan usaha pariwisata pada bidang usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, sehingga persyaratannya adalah sebagai berikut:

- Membuat surat permohonan dan surat pernyataan kebenaran dan keabsahan dokumen & data di atas kertas dengan materai Rp. 6.000
- Identitas pemohon/penanggung jawab, berupa fotokopi KTP
- Fotokopi akta pendirian badan usaha, fotokopi SK pengesahan pendirian dari Pengadilan Negeri (untuk CV), dan fotokopi NPWP badan usaha
- Fotokopi bukti sewa/kerja sama dan atau bukti hak atas tanah
- Fotokopi izin teknis berupa IMB, SPPL, Persetujuan tetangga disertai fotokopi KTP tetangga, dan Izin Lingkungan

TDUP ini bertujuan sebagai komitmen bagi pelaku usaha pariwisata dalam pelaksanaan perizinan berusaha dan untuk menjamin kepastian hukum bagi pelaku usaha, dalam artian legalitas yang tersebut memberikan perlindungan di bawah payung hukum, berlaku sah dan mengikat berdasarkan hukum. TDUP juga merupakan alat bukti yang valid sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (sumber: legalitaskita.id, 2019).

Selain itu, menurut Industry Skills Councils (ISC) dari Australia terdapat beberapa kebijakan dan prosedur ketika bekerja dengan hewan, yaitu:

- Kesejahteraan hewan
- Praktik kelestarian lingkungan
- Pengendalian infeksi
- Sistem jaminan kualitas
- Prosedur operasi standar:
  - Menangani hewan di bawah pengawasan
  - Memeriksa tanda-tanda kesusahan, penyakit, dan cedera pada hewan
  - Memeriksa keamanan dan perbaikan peralatan hewan dan fasilitas umum
  - Membersihkan dan merawat hewan di bawah pengawasan
  - Pembersihan dan persiapan kandang hewan, area kerja umum, kantor, area penerima tamu dan layanan pelanggan
  - Mengkonfirmasi semua hewan dalam kandang atau kandang mereka
  - Mengoperasikan peralatan umum yang digunakan untuk menyelesaikan rutinitas pembersihan tempat kerja
  - Memungut sampah, menghilangkan cabang atau barang-barang tidak sedap dipandang lainnya bukan bagian dari tempat pameran atau kandang binatang
  - Melaporkan masalah kesehatan hewan kepada pengawas

### 3. Izin Kerja sama

Aktivitas wisata yang dilakukan oleh PawPLAY adalah kegiatan bersama hewan peliharaan untuk meningkatkan *bonding* dengan pemilik. Kegiatan ini dilakukan dengan bentuk *moving activity*, yaitu kegiatan yang dilakukan secara berpindah seperti tur sesuai dengan rangkaian acara pada produk PawPLAY. Untuk melancarkan kegiatan tersebut, PawPLAY bekerja sama dengan empat buah tempat sesuai dengan kegiatan yang dilakukan. Sistem yang akan ditawarkan PawPLAY terhadap empat lokasi kerja sama tersebut dapat berbentuk *monthly rent* ataupun *Pay-per-activity* sesuai dengan perjanjian kerja sama. Keempat tempat yang akan bekerja sama dengan PawPLAY tersebut adalah:

- Cikole Outbound

Lokasi yang digunakan untuk kegiatan HighPLAY dan bisa juga untuk RelayPLAY. Kerja sama di tempat ini dilakukan dalam bentuk penyewaan venue

dan alat serta permainan *outbound*. Jika Cikole Outbound tidak memiliki alatnya, maka PawPLAY akan membawa sendiri peralatan tersebut demi keberlangsungan aktivitas. Pihak dari Cikole Outbound pun dapat mengawasi kegiatan dan jika tertarik, dapat menjadi PLAYCoach pada kegiatan HighPLAY.

- PROTRAIN Petcamp

PROTRAIN Petcamp akan menjadi lokasi kegiatan AgilityPLAY. Sama seperti bentuk kerja sama yang dilakukan di Cikole Outbound, PawPLAY akan menyewa lokasi di PROTRAIN dan karyawan PROTRAIN sendiri dapat menjadi PLAYCoach. Selain itu, PawPLAY sendiri akan menyewa tempat penyimpanan peralatan AgilityPLAY.

- Club Pet Petshop

Petshop ini akan menjadi lokasi untuk kegiatan FreshPLAY setelah seharian melakukan aktivitas bersama hewan peliharaan. Kerja sama yang dilakukan dengan Club Pet berupa mendapatkan potongan khusus karena membawa pengunjung untuk melakukan *grooming* dan perawatan hewan peliharaan di Club Pet.

- LN9 Bandung Guest House

Hotel berbentuk *guest house* ini akan menjadi rekan kerja sama PawPLAY untuk kegiatan 2D1N PackPLAY karena hotel tersebut dapat dinilai *pet friendly* karena tamu dapat membawa serta hewan peliharaannya untuk ikut menginap.

Selain empat tempat yang disebutkan di atas, PawPLAY juga menargetkan kerja sama dalam bentuk *sponsorship* dan kerja sama medis. Sponsor dapat berupa produk makanan hewan peliharaan, sementara untuk dukungan medis dan pertolongan pertama jika terjadi hal yang tidak diinginkan yaitu bekerja sama dengan Rumah Sakit Hewan Jawa Barat di Lembang.