

PERANCANGAN BISNIS MAKANAN ANJING “LOULOU” *GOURMET BARK COOKIES*

Cherish Catherine Agatha

Marina Wardaya

Visual Communication Design

Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra

UC Town, Citra Land, Surabaya

ABSTRAK

Perancangan ini dilakukan dalam rangka pembuatan *homemade snack* / kue kering untuk anjing dengan merk “LouLou” *Gourmet Bark Cookies* dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana respon masyarakat mengenai ide bisnis ini. Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan, penulis memilih metode kualitatif dengan melakukan wawancara kepada 10 pecinta anjing yang paham dengan baik dan berpengalaman dalam memelihara anjing. Wawancara ini memiliki fokus utama kebiasaan pemilik anjing dalam hal pemberian makan dan bahan makanan yang disukai oleh anjing dan yang tidak. Hasil penelitian yang didapat yakni kebiasaan pemilik anjing yang selalu memberikan *treats*, baik untuk pelatihan kepatuhan maupun tidak, dengan jumlah tertentu setiap harinya tergantung aktivitas pemilik anjing tersebut; varian rasa yang paling digemari beragam, mulai dari ayam, pisang, hati ayam, dsb secara bergantian untuk mendapatkan manfaat yang berbeda-beda. Ide bisnis “LouLou” *Gourmet Bark Cookies* berawal dari *hobby* dan pengalaman penulis dalam bidang *baking* dan memelihara anjing sejak kecil yang kemudian dikembangkan berdasarkan peluang bisnis dan permasalahan yang ada dipasaran, yaitu kebanyakan *treats* yang dijumpai dan dijual merupakan *import factory product* yang seringkali melalui berbagai proses olahan panjang yang dapat menurunkan kualitas gizi atau bahkan memiliki kandungan pengawet mengingat lamanya proses distribusi sebelum sampai kepada *customer*. Selain itu, *treats* yang dijual juga hanya berisi satu varian rasa dalam satu kemasan sehingga seringkali *customer* harus membeli banyak kemasan apabila menginginkan banyak varian rasa mengingat anjing juga merupakan *picky eater* yang cenderung memilih-milih makanan. Oleh karena itu, ide bisnis “LouLou” *Gourmet Bark Cookies* diharapkan dapat menjadi solusi atas permasalahan-permasalahan tersebut.

Kata Kunci: Respon, Kebiasaan, *Treats*, Permasalahan, Solusi

ABSTRACT

This research in order of the making homemade snack or cookies for dogs with brand name “LouLou” Gourmet Bark Cookies to knowing the market respond about this business idea. For this research, writer choose to using qualitative methods by conducting interviews with 10 dog lovers which competent and experienced in taking care of dogs. This interview has a primary focus on dog owners

behaviour in terms of feeding and which food materials that dog preferred. The result of this study obtained that dog owners behaviour always give treats, both for training obedience or not, without the exact amount each day, depends with dog owners activity; with various preferred flavour, such as chicken, banana, chicken's liver, etc, to get its benefits alternately. "LouLou" Gourmet Bark Cookies business idea originated from writer's baking hobby and experienced, also taking care of dogs since childhood, and then developed by business opportunities and the market problems, which most treats found and sold are import factory product that usually through long processed food that can decreased nutritional value or even contain harmful preservative because of the length of the distribution process before it gets to the customer. Moreover, the treats that sold in market, contains only one flavour in each package so oftenly customer had to buy a lot of packages to get a variety flavours as remembering that dog is a picky eater that tend to choose food. Therefore, "LouLou" Gourmet Bark Cookies business idea are expected to be the solution for market problems.

Keyword : Respond, Behaviour, Treats, Problem, Solution

PENDAHULUAN

Di Indonesia saat ini terdapat banyak orang yang memilih untuk memelihara hewan peliharaan di rumah dengan berbagai alasan tertentu, salah satunya yaitu untuk menghibur atau menghilangkan stress. Hewan peliharaan pun beragam, namun yang paling umum dan banyak diminati yaitu anjing dan kucing. Anjing adalah hewan menyusui yang biasa dipelihara untuk menjaga rumah, berburu, dan sebagainya; *Canis familiaris* (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2016). Pada dasarnya anjing memiliki banyak ras dengan karakteristik yang berbeda, misalnya anjing Golden Retriever yang berbadan besar namun memiliki sifat sangat *friendly*; anjing Poodle yang *active*, manja, dan selalu ingin bermain, dsb. Namun pada umumnya anjing banyak dipilih sebagai hewan peliharaan karena sifatnya yang setia dan selalu menemani keseharian manusia. Hal itulah yang menyebabkan kebanyakan dari pemilik anjing akan merasa sayang dan memiliki hubungan erat dengan anjingnya sehingga seringkali anjing peliharaan tersebut dianggap seperti keluarga. Anjing pun dapat diibaratkan seperti anak kecil yang manja, suka bermain, harus dijaga dan dirawat, serta diperhatikan asupan gizinya. Seringkali pemilik anjing hanya memberikan makanan pokok atau makanan utama yakni *dog food* kepada anjingnya tanpa memberikan *snack* atau vitamin tambahan yang berfungsi penting untuk kesehatan bulu, mata, atau bahkan umur anjing tersebut. Dalam kasus lain, pemilik anjing membeli secara acak makanan untuk anjingnya tanpa mengetahui bahan dasar makanan tersebut. (Rees, 2009) Dalam bukunya yang membahas mengenai seluk beluk anjing mengatakan *brand* premium biasa menggunakan ayam, daging kambing, ikan, dan daging bebek sebagai *primary protein*, namun *brand* lainnya biasa memakai bahan *grains*, jagung, dan tepung-tepungan sebagai bahan utamanya yang seringkali tidak menggunakan sumber protein dengan kualitas baik. Hal ini bukan berarti harus membeli produk premium, melainkan sebagai pemilik anjing harus mengetahui apa bahan dasar yang dimakan oleh anjing setiap harinya agar gizi yang diperlukan pun tercukupi. Dalam kasus yang lebih parah, pemilik anjing mencoba memberikan *snack* berupa makanan manusia kepada anjing tanpa mengetahui larangan makanan pada anjing. Terdapat berbagai jenis makanan manusia yang dapat menjadi berbahaya apabila dikonsumsi oleh anjing, dalam hal ini yang terburuk adalah cokelat (Rees, 2009). Niat baik memberikan *snack* bersamaan dengan ketidaktahuan tersebut malah dapat membuat nyawa anjing dalam bahaya. Oleh karena itu, pemilik anjing sekali lagi harus memastikan makanan yang aman dikonsumsi oleh anjing.

Membahas mengenai makanan anjing, hanya sedikit diantara pemilik anjing yang membuat sendiri makanan tersebut. Seiring dengan berkembangnya waktu, pembuatan makanan atau camilan yang *fresh* oleh pemilik anjing terhadap anjingnya sudah jarang dijumpai dan seringkali digantikan dengan pembelian camilan anjing atau *dog treats* di berbagai *petshop* dengan mengutamakan tampilan dan rasa yang menarik karena kesibukan sang pemilik anjing. Namun secara tidak disadari, kebanyakan camilan anjing yang dijual dipasaran merupakan *factory product* yang diimpor dari berbagai negara dan seringkali mengandung senyawa kimia dan bahan pengawet mengingat produk-produk tersebut tentunya membutuhkan waktu yang cukup panjang untuk proses pengiriman dan distribusi hingga sampai kepada

customer. Bahan-bahan dasar yang seharusnya mengandung protein maupun vitamin dalam produk tersebut pun tentunya berkurang seiring dengan banyaknya proses pengolahan makanan tersebut. Sebagai dampaknya, pemilik anjing pun harus direpotkan dengan menambahkan pemberian vitamin secara terpisah. Selain itu, camilan anjing yang selama ini terdapat dipasaran hanya menyediakan satu macam varian rasa per kemasannya sedangkan anjing pun juga memiliki sifat seperti manusia yang cenderung *moody* suka memilih makanan dan mudah bosan apabila memakan makanan yang sama dalam jumlah tertentu. Oleh karena itu pemilik anjing pun sering direpotkan dalam memilih makanan atau camilan yang tepat untuk anjingnya dan tentu saja hal ini membutuhkan biaya ekstra mengingat pemilik anjing harus membeli berbagai kemasan untuk mendapatkan banyak varian rasa.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan perancangan ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian yang dilakukan secara wajar dan natural sesuai dengan kondisi objektif di lapangan tanpa adanya manipulasi, serta jenis data yang dikumpulkan terutama data kualitatif (Arifin, 2011). Penelitian kualitatif didasarkan pada upaya membangun pandangan mereka yang diteliti secara rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran *holistic* (Moloeng, 2011). Dalam perancangan ini penelitian kualitatif akan dilakukan melalui wawancara kepada para responden atau narasumber terpilih sesuai bidangnya. Penelitian secara kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok (Hamdi, 2014).

METODE PENGUMPULAN DATA

Data Primer

Metode pengumpulan data dari penelitian kualitatif yakni menggunakan data primer dengan memperoleh data secara langsung dari objek yang diteliti. Data ini dicari melalui narasumber atau istilah teknisnya responden, yaitu orang yang dijadikan objek penelitian atau orang yang dijadikan sebagai sarana untuk mendapatkan informasi atau data. Dalam hal ini data primer didapat berdasarkan hasil wawancara terhadap target market dari “LouLou” *Gourmet Bark Cookies*, yaitu para pecinta anjing.

Data Sekunder

Metode pengumpulan data sekunder dengan memperoleh data atau informasi secara tidak langsung kepada pengumpul data dan dilakukan dengan mengumpulkan teori-teori yang didapat berdasarkan studi literatur, buku, internet, dan *website* resmi yang mendukung pembahasan mengenai penelitian ide bisnis “LouLou” *Gourmet Bark Cookies*. Data sekunder dapat digunakan sebagai sarana pendukung untuk memahami masalah yang akan diteliti.

Profil Responden / Narasumber

Dalam hal ini responden atau narasumber yang dipilih mewakili target market pria maupun wanita yang merupakan para pecinta anjing di Kota Surabaya dengan tingkat usia 18-35 tahun dengan Strata Ekonomi Sosial (SES) B, A atau yang termasuk dalam kategori kelas sosial menengah - keatas.

1. Amelia Kumalasari, 21 tahun, mahasiswa.
2. Christiansen Law, 28 tahun, wirausahawan.
3. Clairine Wijaya, 21 tahun, mahasiswa.
4. Steven Samuel, 24 tahun, wirausahawan.
5. Wenny Rais, 35 tahun, ibu rumah tangga.
6. Threescia Irawan, 26 tahun, ibu rumah tangga.
7. Vincentius Calvin, 19 tahun, mahasiswa.

PEMBAHASAN

Seiring dengan semakin berkembangnya waktu, maka semakin berkembangnya pula pemikiran-pemikiran kritis setiap manusia. Dalam hal ini, calon *customer* tentu akan memilih dan memilah dengan baik setiap produk yang akan dibeli. Produk atau *brand* yang tidak memiliki kelebihan dan keunikan tentunya akan kalah saing dengan produk atau *brand* yang menawarkan banyak *value*. *Value proposition* mendeskripsikan bagaimana *benefits* dapat diterima oleh *customer* terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan (Osterwalder, 2014). Dalam hal ini, *value proposition* merupakan alasan mengapa *customer* beralih dari suatu perusahaan ke perusahaan lain. *Customer value proposition* menemukan dengan tepat apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan *customer*, bahkan menyediakan berbagai alasan untuk membeli dari Anda dibandingkan dengan kompetitor Anda (Afuah, 2014). Tidak hanya itu, *value proposition* juga merupakan agregasi, atau *bundle*, dari keuntungan yang ditawarkan perusahaan kepada *customer*. *Value propositions* membuat *value* bagi *customer segments* melalui berbagai elemen yang berbeda untuk memenuhi kebutuhan segments tersebut, diantaranya yaitu *newness*, *performance*, *customization*, “*getting the job done*”, *design*, *brand / status*, *price*, *cost reduction*, *risk reduction*, *accessibility*, dan *convenience / usability* (Osterwalder, 2014). Dalam hal ini “LouLou” *Gourmet Bark Cookies* mengambil 3 elemen, yaitu *performance*, produk *homemade dog treats* yang bergizi dengan tambahan vitamin yang aman dikonsumsi oleh anjing; *cost reduction*, *bundling product* membantu mengefisiensikan *cost* menjadi lebih hemat (beberapa varian dalam 1 kemasan); *convenience / usability*, *bundling dog treats* dengan beberapa varian rasa dalam 1 kemasan yang mempermudah dan memberikan kenyamanan kepada *customer*. Oleh karena itu, melalui perancangan ide bisnis ini akan diteliti dan dibahas apakah produk *homemade dog treats* sesuai dan cocok dijual dipasaran melalui wawancara terhadap responden atau narasumber yang merupakan wakil target market dari “LouLou” *Gourmet Bark Cookies*.

HASIL PENELITIAN DATA KUALITATIF BERDASARKAN WAWANCARA

Berikut merupakan data yang diperoleh berdasarkan hasil wawancara:

1. Narasumber Amelia Kumalasari

Beliau terbiasa memberikan *treats* setiap hari dengan jumlah yang tidak menentu tergantung *mood* beliau, rata-rata 3pcs ukuran sedang untuk setiap anjing. Beliau mengetahui mengenai *homemade dog treats*, bahkan terkadang beliau membuat sendiri *treats* tersebut apabila memiliki waktu luang. Selain karena penasaran ingin membuat sendiri, alasan beliau membuat *homemade treats* sendiri adalah karena tentunya lebih sehat dan bergizi. Namun ketika sibuk, beliau terbiasa membeli produk *homemade* melalui *online* maupun di *petshop*. Beliau sangat menyukai produk *homemade* dibandingkan dengan yang produk *instant* atau yang biasa dijual karena menggunakan bahan-bahan alami, lebih terjamin dan biasanya lebih enak. Hampir semua bahan makanan disukai oleh anjing beliau, mulai dari yang *savoury* seperti daging-dagingan hingga seperti buah-buahan maupun sayur. Ya, beliau tertarik membeli apabila ide bisnis ini nantinya jalan karena menjawab keluhan beliau selama ini dimana selalu membeli banyak kemasan untuk mendapatkan banyak rasa mengingat anjing beliau yang cenderung mudah bosan. Menurut beliau penjualan bisa dititipkan di *petshop* agar lebih terjangkau oleh *customer*. Saran beliau untuk ide bisnis ini, menggunakan varian rasa yang bermacam-macam dengan bentuk yang menarik.

2. Narasumber Christiansen Law

Dalam hal pemberian *treats*, beliau mengaku memberikan *treats* tersebut tergantung kesibukan sehari-hari. Apabila beliau sedang berada di rumah tentunya beliau akan memberikan *treats* kurang lebih 2pcs besar kepada setiap anjing. Beliau belum pernah mengetahui adanya *homemade dog treats* sebelumnya dan belum pernah membuat sendiri *treats* untuk anjingnya tersebut dikarenakan kurang mengetahui bahan apa maupun bagaimana cara membuat *treats* tersebut. Menurut beliau *homemade treats* dapat menjadi hal yang menarik karena masih jarang dijumpai dipasaran. Bahan makanan yang biasa disukai oleh anjingnya adalah hati ayam dan daging ayam. Jika ide bisnis ini nantinya dijalankan, beliau mengatakan akan membeli produk tersebut, dapat melalui *online* karena saat ini orang cenderung mencari segala sesuatu melalui *online* ketimbang mencari di toko. Saran beliau untuk ide bisnis ini adalah varian rasa makanan yang menarik dan harga yang tidak terlalu mahal agar dapat mencakup banyak kalangan.

3. Narasumber Clairine Wijaya

Kebiasaan pemberian *treats* beliau adalah setiap 2-3 hari sekali tergantung kesibukan. Bukan tidak mungkin juga untuk memberikan *treats* setiap hari apabila sedang liburan dan tidak memiliki aktivitas yang menumpuk. Beliau belum pernah mengetahui adanya produk *homemade dog treats* yang dijual namun pernah mengetahui beberapa *tutorial* pembuatan melalui *online*, yaitu *pinterest*. Meskipun mengetahui adanya *tutorial* tersebut, beliau belum pernah membuat *homemade treats* sendiri karena alasan kesibukan dan malas. Pendapat beliau mengenai *homemade treats* ini tentunya tertarik

karena ide tersebut belum banyak diketahui oleh masyarakat. Bahan makanan yang disukai oleh anjing beliau adalah hati ayam dan pisang. Jika ide bisnis ini nantinya berjalan, beliau menyatakan untuk membelinya dengan alasan lebih sehat dan terjamin dibandingkan dengan produk-produk yang beliau beli selama ini di supermarket maupun *petshop*. Untuk penjualan, beliau mengatakan akan lebih sesuai apabila menitipkan di *petshop*. Saran beliau adalah untuk menambahkan berbagai vitamin yang berbeda-beda kedalam produk tersebut sehingga pemilik anjing tidak perlu repot lagi memncari dan membeli tambahan vitamin.

4. Narasumber Steven Samuel

Beliau mengatakan kebiasaan beliau dalam memberikan *treats* untuk pelatihan kepatuhan dengan jumlah yang tidak menentu setiap harinya. Beliau belum pernah mengetahui *homemade dog treats* karena selama ini beliau berpikir bahwa bahan makanan anjing adalah berbeda dengan bahan makanan manusia sehingga biasanya beliau hanya membeli di *petshop*. Pendapat beliau mengenai *homemade dog treats* ini yaitu menarik karena belum banyak yang mengetahuinya dan biasanya segala sesuatu yang *homemade* lebih aman dan terjamin untuk dikonsumsi. Bahan makanan yang biasanya disukai adalah daging sapi. Jika ide bisnis ini nantinya jalan, beliau akan membeli produk *homemade* ini karena produk tersebut sudah dilengkapi dengan vitamin dan memiliki rasa unik beragam. Dalam hal penjualan beliau menyarankan dapat dibeli melalui *offline* dan *online* untuk menjangkau lebih banyak *customer*. Saran beliau untuk ide bisnis ini yaitu untuk menggunakan desain *packaging* yang unik agar terlihat berbeda.

5. Narasumber Wenny Rais

Kebiasaan beliau memberikan *treats* adalah pada pagi dan sore hari saat biasanya beliau minum teh / kopi. Beliau mengetahui mengenai *homemade dog treats* dan seringkali membuatnya sendiri namun belum pernah mengetahui adanya penjualan produk *homemade* ini. Pendapat beliau mengenai produk *homemade* ini tentunya sangat menyukai mengingat beliau juga biasa membuat sendiri berbagai varian makanan untuk ketiga anjingnya. Selain karena memang memiliki bakat memasak, beliau juga merasa makanan yang dibuat sendiri / *homemade* pasti lebih bergizi karena tidak terlalu banyak mengalami proses pengolahan. Bahan makanan yang disukai oleh anjing beliau beragam mulai dari pumpkin, keju, hingga daging-dagingan. Jika ide bisnis ini berjalan beliau mengatakan akan membelinya karena dengan adanya produk ini beliau tidak perlu repot lagi membuat sendiri saat sibuk. Dalam hal penjualan beliau menyarankan untuk berjualan melalui *online* karena biasanya beliau sering bepergian ke luar kota sehingga lebih mudah bertransaksi di *online*. Saran beliau untuk ide bisnis ini adalah pembuatan makanan yang harus sesuai dengan bahan makanan yang aman untuk dikonsumsi oleh anjing sehingga *treats* nantinya tidak menjadi berbahaya apabila dikonsumsi.

6. Narasumber Threescia Irawan

Beliau mengatakan kebiasaan pemberian *treats* tidak menentu, tergantung dengan ketersediaan *treats* di rumah. Apabila ketika sedang baru membelinya, *treats* dapat diberikan rata-rata 2 pcs

dengan ukuran besar. *Mengenai homemade dog treats*, beliau mengatakan kurang mengetahuinya karena biasa hanya membeli di *petshop* dan kurang mengetahui bahan dasar pembuatannya. Beliau menyatakan ketertarikannya terhadap ide bisnis ini karena bagi pemula yang kurang mengerti mengenai makanan yang sesuai untuk anjing dapat dimudahkan. Selain itu, inovasi kemasan *7in1* juga mempermudah pemberian *treats* kepada anjing yang cenderung pilih-pilih makanan, seperti anjing beliau. Bahan makanan yang biasa disukai oleh anjing beliau yaitu ayam dan susu. Mengenai cara penjualannya, beliau memberikan saran untuk menitipkan di *petshop* agar mudah terjangkau bagi para pemilik anjing dan melalui online, seperti instagram. Saran beliau untuk ide bisnis ini adalah penggantian rasa berkala tiap waktu tertentu agar anjing tidak bosan melulu dengan varian rasa tersebut dan harga yang terjangkau.

7. Narasumber Vincentius Calvin

Kebiasaan beliau dalam memberikan *treats* berbeda-beda setiap harinya tergantung banyaknya makanan utama anjing pada hari itu, kurang lebih 5pcs *treats*. Terlebih apabila anjing sedang 'rewel' terhadap makanannya, maka *treats* yang diberikan akan lebih banyak. Beliau pernah mendengar *homemade dog treats* dan pernah membuatnya sendiri makanannya tetapi bukan dalam bentuk *treats / cookies*, namun belum pernah mengetahui penjualan produk *homemade* ini. Menurut beliau membuat sendiri makanan untuk anjing merupakan hal yang mudah sekaligus lebih menyehatkan karena tahu kandungan bahan makanan tersebut. Untuk ide bisnis ini, beliau mengatakan tertarik bahkan apabila ide bisnis ini dijalankan beliau akan membelinya karena selama ini *treats* yang diberikan kepada anjing beliau merupakan *factory product* yang asal dibeli. Bahan-bahan makanan yang biasa disukai oleh anjing beliau merupakan hati ayam yang dicampur dengan sayur-sayuran, seperti wortel, brokoli, dsb. Mengenai cara penjualannya, beliau memberikan masukan untuk menggunakan aplikasi *online* seperti tokopedia mengingat banyaknya orang yang mencari dan membeli segala sesuatu via *online* daripada mencari langsung di toko. Selain *online*, penjualan *offline* melalui *petshop* pun sepertinya cocok untuk ide bisnis ini. Saran beliau mengenai ide bisnis ini yaitu menggunakan bentuk dan *packaging* yang unik sehingga membedakan produk ini dengan produk-produk lainnya dipasaran dan tentunya dengan harga yang terjangkau bagi banyak kalangan.

Tabel 1. *Survey Market* Produk “LouLou” *Gourmet Bark Cookies*

Sumber: dokumen pribadi (2016)

Keterangan :

I : *Milky Peanut Butter Cookies*V : *Spinach x Carrot x Liver Cookies*II : *Pumpkin Puree x Banana Cookies*VI : *Beef x Greenbeans x Corn Cookies*III : *Sweet Potato x Parsley x Chicken Cookies*VII : *Bacon x Cheese x Potato Cookies*IV : *Smoked Chicken x Broccoli Cookies*

Nama Pemilik	Nama Anjing, Ras, & Gender (Jantan / Betina)	I	II	III	IV	V	VI	VII
1. Amelia	- Dior (<i>Pomeranian</i>) – J	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	- Chanel (<i>Pomeranian</i>) – B	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓
2. Christiansen	- Coco (<i>Cihuahua</i>) – J	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓
	- Holly (<i>Cihuahua</i>) – B	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓
3. Clairine	- Mango (<i>Cihuahua</i>) – J	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	- Zara (<i>Cihuahua</i>) – B	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓
4. Steven	- Fendi (<i>Pomeranian</i>) – J	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	- Eito (<i>Maltese</i>) – J	-	✓	✓	-	✓	✓	✓
5. Wenny	- Molly (<i>Yorkshire</i>) – B	✓	-	-	✓	✓	✓	✓
	- Milo (<i>Toy Poodle</i>) – B	-	✓	✓	✓	-	✓	✓
	- Brandt (<i>Toy Poodle</i>) – J	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6. Threescia	- Dazzle (<i>Maltese</i>) – B	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓
7. Vincentius	- Anna (<i>Shihtzu</i>) – B	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diteliti dan dibahas serta data yang hasil wawancara kepada responden atau narasumber dalam perancangan ini, ditemukan sebuah ide yang diharapkan dapat menjadi solusi dan memiliki peluang bisnis di pasaran, yakni *homemade dog treats* dengan merk “LouLou” *Gourmet Bark Cookies*. Mengambil kesimpulan atas data yang telah diperoleh dari para responden yang lebih sering memberikan treats dalam jumlah kecil setiap harinya, maka pemilihan kemasan penjualan “LouLou” *Gourmet Bark Cookies* akan menggunakan multi individual pack berukuran kecil dalam setiap kotak kemasannya dengan tujuan mempermudah customer dalam hal penyimpanan treats untuk kemudian hari.

“LouLou” *Gourmet Bark Cookies* ini nantinya akan tersedia dalam 2 macam kemasan, yaitu kemasan yang terdiri dari beberapa varian rasa sekaligus, yang mempermudah *customer* sehingga tidak perlu

repot lagi membeli banyak kemasan untuk mendapatkan banyak varian rasa, dan kemasan yang berisi 1 varian rasa bagi *customer* yang lebih menyukai membeli per varian rasa per kemasan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan dalam perancangan ide bisnis ini maka dapat disimpulkan bahwa *homemade dog treats* “LouLou” *Gourmet Bark Cookies* dapat menjadi solusi atas permasalahan yang dijumpai di pasaran, yakni perihal *import factory product* yang seringkali mengandung bahan pengawet dan belum tersedianya produk *bundling* berbagai macam varian rasa dalam satu kemasan. “LouLou” *Gourmet Bark Cookies* merupakan *homemade dog treats / cookies* yang menggunakan bahan natural dengan tambahan vitamin yang tentunya aman dikonsumsi oleh anjing dan tersedia dalam kemasan yang berisi beberapa macam varian dalam satu kemasan, dalam hal ini menggunakan 7 varian rasa dalam 1 kemasan, untuk kebutuhan satu minggu sehingga pemilik anjing kini dapat memberikan *treats* dengan rasa dan manfaat yang berbeda-beda untuk anjingnya setiap hari dalam satu minggu. Dalam hal ini, calon *customer* tidak perlu repot lagi untuk membeli banyak kemasan berbeda untuk mendapatkan berbagai varian rasa dan dapat mengefisiensikan *cost* yang cukup banyak dibandingkan dengan pembelian per kemasan per varian rasa. Selain kemasan dalam beberapa varian rasa tersebut, tersedia juga kemasan *individual* bagi calon customer yang lebih menyukai pembelian dalam satu varian rasa.

Melalui wawancara kepada *target market* dan calon *customer* “LouLou” *Gourmet Bark Cookies* yang merupakan pecinta hewan, dapat disimpulkan bahwa ide bisnis *homemade dog treats* dapat dijalankan mengingat hasil pendapat dan tanggapan para responden adalah baik dan menyetujui. Selain itu, peluang bisnis untuk produk *homemade dog treats* masih terbuka karena minim pesaing dan produk ini terbilang masih baru mengingat belum banyak masyarakat yang mengetahui. Untuk sistem penjualan, “LouLou” *Gourmet Bark Cookies* akan dijual melalui *offline*, yaitu melalui penitipan produk di *petshop-petshop*; dan melalui *online*, yaitu melalui instagram dan aplikasi penjualan seperti tokopedia.

Saran

Secara umum, dalam perancangan ide bisnis ini tentu masih banyak hal yang dapat diteliti lebih dalam dan dibahas. Akan tetapi dalam perancangan ini penulis hanya memilih untuk membahas mengenai permasalahan dasar penjualan *dog treats* dan tanggapan dari para responden terpilih yang mewakili *target market* dan calon *customer* “LouLou” *Gourmet Bark Cookies* mengenai ide bisnis *homemade dog treats*. Pada bab ini penulis memberikan saran kepada penulis atau peneliti lain untuk dapat melakukan penyempurnaan hasil penelitian maupun untuk melakukan penelitian lanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afuah, Allan. 2014. *Business Model Innovation : Concepts, Analysis, and Cases*. Routledge, New York.
- Arifin, Zainal. 2011. *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Hamdi, Asep Saepul., Bahruddin, E. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Deepublish, Yogyakarta.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 1, November, 2016. Anjing. <http://kbbi.web.id/>
- Moloeng, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Osterwalder, Alexander., Pigneur, Yves., Bernarda, Greg., Smith, Alan. 2014. *Value Proposition Design*. John Wiley & Sons, Inc, New Jersey.
- Rees, Wendy Nan., Hampshire, Kristen. 2011. *Dog Lover's Daily Companion Paperback Edition*. Quarry Books, Massachusetts.