

EXECUTIVE SUMMARY

Based on data from *McKinsey Global Institute* (2012) and *Euromonitor* (2012), Indonesian who spend more than 3 million per month, are currently at working age (22-35 years old) and follow the development of digital technology will continue to grow. This condition triggers a more premium lifestyle and the new pet parenthood trend. These in turn, are causing Indonesian pet care industry to grow. *Euromonitor* (2012) recorded an increase in dog ownership in various regions in Indonesia. This is caused by dog ownership in Indonesia, which formerly was only limited to certain circles, now has been regarded as a lifestyle by people of all social status. This especially happens in big cities. The accelerated increase in dog ownership is influenced by global trends that results young generation in Indonesia increasingly fond of dog as pet.

Potential market of pet care industry in Indonesia is still quite large and promising. It can be seen that dog population in Jakarta continues to grow each year. Also, there is still a little amount of premium grooming services in Jakarta. Based on this analysis, it was found that there is a potential gap between demand and supply of *dog grooming*, amounted 115,660 dogs for 2012. This gap is expected to increase each year.

However, despite of the promising market in *dog grooming*, there are still many problems in *dog grooming* in Indonesia. There are some consumers who complained that the *groomer* in Indonesia acted rude when grooming their dog. Based on these problems, My Dog Care provides solutions by giving a high quality of premium *dog grooming*.

My Dog Care is doing *dog grooming* service business and selling dog care products. The business will offer the best value for customers, which are:

- *Groomer* is reliable and skilled in grooming consumers' dogs
- *Groomer* will use imported high quality care products
- My Dog Care will offer pleasant ambience which is created from the usage of SOP in grooming, hygiene in grooming equipment and other facilities as well

Target market of My Dog Care is middle-up consumer class at Jakarta who love and care of their dogs. My Dog Care target those who spend of more than 3 million per month and are aged from 22 to 35 years old. The physical store is located in Tanjung Duren, West Jakarta, which is adjacent to West Jakarta and North Jakarta that have the highest dog population.

My Dog Care business operates in a 3-storey shop. The shop will be divided into 3 parts which are 1st floor for *sales*, 2nd floor for waiting room and grooming, and 3rd floor for office. Number of hired employees will be 25 people (13 employees are *groomers*).

The development of PT My Dog Care Indonesia will require a total of Rp 1,366,570,000 as its initial investment cost. The initial investment will be used for rent fee, shop renovation, supplies and care products procurement, as well as initial working capital. As this business run, PT My Dog Care Indonesia is expected to get NPV of Rp 1,388,374,196.66, MIRR of 37.05%, and a payback period of 49 months.

As a conclusion, looking at the the industry analysis, demand and supply analysis, as well as the financial analysis, it can be concluded that the project of this business plan is feasible to be executed.

RINGKASAN EKSEKUTIF

Berdasarkan data dari *McKinsey Global Institute* (2012) dan *Euromonitor* (2012), masyarakat Indonesia dengan pengeluaran lebih dari 3 juta per bulan dan pada usia kerja 22-35 tahun serta mengikuti perkembangan teknologi digital akan terus bertumbuh. Hal ini memicu adanya perubahan gaya hidup *premiumisation* dan *pet parenthood* sehingga menyebabkan industri *pet care* di Indonesia terus bertumbuh. *Euromonitor* (2012) mencatatkan adanya kenaikan kepemilikan anjing di berbagai daerah di Indonesia. Hal ini disebabkan karena *dog ownership* di Indonesia yang dulunya terbatas hanya dimiliki oleh kalangan tertentu sekarang sudah dianggap sebagai gaya hidup terutama di kota-kota besar. Peningkatan *dog ownership* ini dipercepat pula dengan adanya pengaruh tren global yang mengakibatkan kalangan muda-mudi di Indonesia makin menggemari anjing sebagai hewan peliharaan. Akan tetapi masih terdapat berbagai masalah dalam pemeliharaan anjing di Indonesia khususnya permasalahan *dog grooming*. Terdapat beberapa konsumen yang mengeluhkan bahwa para *groomer* bertindak kasar ketika melakukan *grooming* terhadap anjing mereka. Berdasarkan permasalahan tersebut, My Dog Care memberikan solusi dengan memberikan layanan *dog grooming* premium yang berkualitas.

Potensi pasar dari Industri *pet care* di Indonesia masih cukup besar dan menjanjikan. Hal ini dapat dilihat bahwa populasi anjing di Jakarta masih terus bertumbuh setiap tahunnya dan masih sedikit jumlah layanan *grooming* premium yang ada di Jakarta. Berdasarkan analisis, didapatkan bahwa terdapat celah potensial antara permintaan dan penawaran sebesar 115.660 ekor untuk tahun 2012. Celah ini diprediksi akan terus meningkat setiap tahunnya.

My Dog Care merupakan bisnis layanan *dog grooming* dan penjualan produk perawatan anjing yang menawarkan nilai-nilai terbaik bagi konsumen, yaitu:

- *Groomer* yang handal dan terampil dalam melakukan *grooming* terhadap anjing konsumen
- Menggunakan shampo dan produk perawatan yang berkualitas
- Adanya *ambience grooming* yang nyaman dan menyenangkan yang merupakan hasil dari penerapan SOP dalam *grooming*, kebersihan peralatan *grooming* dan juga fasilitas lainnya.

Pasar sasaran dari My Dog Care adalah konsumen kelas menengah atas di Jakarta yang memelihara dan menyayangi anjing mereka dengan pengeluaran lebih besar dari 3 juta dan berada pada usia 22 sampai 35 tahun. Lokasi dari bisnis My Dog Care terletak di daerah Tanjung Duren, Jakarta Barat yang merupakan daerah yang berdekatan dengan Jakarta Barat dan Jakarta Utara dimana terdapat populasi anjing terbanyak.

Bisnis My Dog Care beroperasi di dalam ruko dengan 3 ruko berlantai 3 yang digabungkan menjadi 1. Sistem pengoperasian bisnis ini dibagi menjadi 3 yaitu lantai 1 untuk penjualan produk, lantai 2 untuk ruang tunggu dan *grooming* dan lantai 3 dipakai sebagai *office*. Jumlah karyawan yang dipekerjakan adalah 25 orang dengan 13 diantaranya adalah *groomer*.

Pembangunan PT My Dog Care Indonesia Indonesia ini membutuhkan total biaya investasi awal sebesar Rp 1.366.570.000 untuk menyewa dan renovasi ruko, pembelian perlengkapan dan produk perawatan serta modal kerja awal. Dengan berjalannya bisnis ini, PT My Dog Care Indonesia Indonesia diharapkan akan mendapatkan nilai NPV sebesar Rp 1.388.374.196,66, MIRR sebesar 37,05% dan *payback period* selama 49 bulan.

Berdasarkan faktor-faktor yang telah dianalisis di dalam rencana bisnis ini yaitu analisis industri, analisis permintaan dan penawaran serta analisis keuangan dapat disimpulkan bahwa proyek rencana bisnis ini layak untuk dijalankan.

