

ABSTRAK

PERENCANAAN MODEL BISNIS APLIKASI PENCARIAN JODOH HEWAN PELIHARAAN ANJING

Tobia Homada Sianturi
19/452821/PEK/25773

Meningkatnya masalah psikologis akibat pandemic COVID-19 berimplikasi pada minat untuk memelihara anjing yang semakin tinggi. Anjing menjadi salah satu hewan pilihan alternatif penghilang stres dan kejenuhan. Kennel Deutsche Hundewesen (VDH), asosiasi penyayang hewan di Jerman, menyebutkan bahwa angka penjualan anjing tahun 2020 meningkat 20% dibandingkan tahun sebelumnya. Tren memiliki hewan peliharaan, khususnya anjing, didukung oleh data dari Federation Cynologique Internationale (FCI), organisasi internasional yang membawahi induk organisasi anjing trah di seluruh dunia, yang memperlihatkan rata-rata jumlah pemilik anjing di Indonesia bertumbuh sebesar 1,7% per tahunnya. Meningkatnya minat untuk memelihara anjing berdampak pada harga jual anjing semakin tinggi. Hal ini membuat pemilik anjing lebih tertarik untuk mengawinkan anjingnya. Namun pemilik memiliki kesulitan mendapatkan pasangan untuk anjingnya karena akses yang minim.

Penelitian ini bertujuan untuk merencanakan model bisnis aplikasi pencarian jodoh hewan peliharaan anjing. Desain penelitian ini adalah kualitatif deskriptif didukung oleh metode kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu survei dan observasi. Hasil dari wawancara dan kuesioner dianalisis dengan peta empati dan dijadikan acuan dalam pembuatan model bisnis aplikasi pencarian jodoh hewan peliharaan anjing dengan menggunakan Kanvas Model Bisnis. Hasil penelitian menunjukkan calon pengguna tertarik untuk menggunakan aplikasi pencarian jodoh hewan peliharaan anjing dengan persentase sebesar 76,3% atau sebanyak 90 dari total 118 responden.

Kata kunci: model bisnis, aplikasi pencarian jodoh hewan, pencarian jodoh anjing

ABSTRACT

BUSINESS MODEL PLANNING PET MATCHING APPLICATION

Tobia Homada Sianturi
19/452821/PEK/25773

The increasing psychological problems due to the COVID-19 pandemic have implications for increasing interest in making dogs as pets. Deutsche Hundewesen (VDH), an association of animal lovers in Germany, said that the number of dog sales in 2020 increased by 20% compared to the previous year. The trend of owning a pet, especially dogs, is also supported by data from the Federation Cynologique Internationale (FCI), the international organization that oversees the parent organization of purebred dogs around the world, which shows the average number of dog owners in Indonesia is growing at 1,7% per year. The increasing interest in keeping dogs has an impact on the selling price of dogs to be higher. This makes dog owners more interested in mating their dogs. However, the owner has difficulty finding a mate for his dog due to minimal access.

This study aims to plan a business model for a dog pet matchmaking application. The design of this research is descriptive qualitative supported by quantitative methods. Data collection methods used are survey and observation. The results of interviews and questionnaires were analyzed using an empathy map and used as a reference in making a business model for a dog pet matchmaking application using the Business Model Canvas. The results showed that potential users were interested in using the dog pet matchmaking application with a percentage of 76.3% or as many as 90 out of a total of 118 respondents.

Keywords: business model, animal matchmaking application, dog matchmaking