BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman dan kemajuan kehidupan manusia, maka kebutuhan hidup semakin bertambah. Kesibukan dan beratnya pekerjaan, membuat manusia bekerja lebih keras dan cenderung tidak mempunyai hiburan. Karena itu, manusia menginginkan hiburan yang menyenangkan dan membuat pikiran menjadi *relax* (Fellycia, 2014). Banyak orang yang kesepian tanpa teman dan harus keluar rumah untuk mencari hiburan. Manusia membutuhkan teman hidup yang dapat menjadi *mood booster* sesudah seharian merasakan kesibukan dan beratnya pekerjaan (Praba Dewi, 2021). Maka dari itu bisnis berbasis hobi ini akan sangat dibutuhkan, serta mudah dijalani dan dikerjakan oleh para wirausaha. Tak heran jika banyak yang berhasil membangun usaha yang berawal dari sebuah hobi, salah satu bisnis tersebut yaitu bisnis *pet shop. Pet shop* sebuah usaha yang bergerak di bidang penyediaan produk dan jasa bagi keperluan hewan peliharaan, seperti kucing, anjing, hamster, *sugar glider,* landak mini dan lain-lain (Isnaini, 2021). Sebab adanya bisnis *pet shop* akan memudahkan konsumen mencari keperluan hewan peliharaannya seperti pakan, pasir, obat – obatan, aksesoris, dan sebagainya.

Pet Shop di era modern sekarang ini merupakan salah satu hal yang banyak di cari dan dibutuhkan oleh orang banyak. Di jaman sekarang pun banyak hewan yang di jadikan peliharaan baik itu sebagai teman santai di rumah ataupun juga sebagai hobi (Asgandi, 2020). Hewan yang biasanya di pilih untuk dipeliharan dari kebanyakan orang memilih kucing dan anjing. Karena kedua hewan tersebut sudah familiar dan di anggap begitu dekat dengan manusia,

kucing dan anjing di pelihara tak lain mungkin untuk penjaga rumah dan juga sebagai teman hidup.

Memelihara hewan peliharaan di rumah dan kegiatan harian juga berpusat di rumah menjadikan hubungan antara pemilik dan hewan kesayangan semakin dalam, hingga terjadi pergerakan perilaku. Tidak hanya bertindak sebagai hewan namun, menjadikan bagian keluarga yang diperhatikan layaknya manusia.

Gambar 1
Presentase Kepemilikan Hewan Peliharaan di Indonesia



Sumber: goodstats.id, 2023

Namun terlepas dari masa pandemi covid-19 yang terjadi pada tahun 2020 sampai 2021 di Indonesia. Minat masyarakat di Indonesia untuk kepemilikan hewan peliharaan terus meningkat. Pada masa pandemi yang dimana masyarakat Indonesia dilarang melakukan kegiatan di luar rumah di sebab karena pandemi yang mengharuskan masyarakat harus mengikuti peraturan negara berupa *lockdown*, yang dimana meningkatkan minat masyarakat untuk memelihara hewan. Menurut Riyandi Landx.id Industri pet economy Indonesia mengalami pertumbuhan karena perubahan selama periode *lockdown*, bahkan

data *future marketing insight* menyatakan valuasi pet care market Indonesia tahun 2021 mencapai US$1.909,1 juta (Riyandi, 2022).

Adapun data yang dapat dilihat dari data yang dirilis oleh *Rakuten Insight Center* yang di kutip melalui Good Stats yang menyatakan bahwa negara Indonesia tercatat dari 10.442 responden 67% memiliki hewan peliharaan, sementara 23% tidak dan 10% mengaku pernah memiliki hewan peliharaan. Adapun data yang dirilis Rakuten Insight Center yang dikutip melalui Good Stats, pada tahun 2022 dengan total responden 7.015 orang, juga mencatat bahwa kebanyakan pemelihara hewan di Indonesia mendapatkan hewan peliharaan dari mengadopsi milik kerabat atau saudara. Mendapatkan variabel *persentase* paling besar 38%, disusul dengan masyarakat yang mendapatkan hewan peliharaan dengan membeli dari toko hewan dengan *presantase* 29%, Mengadopsi dari penampungan dengan *presentase* 10%, dan terakhir mendapatkan hewan peliharaan dari membeli secara online *presantase* terendah yaitu 5% (Ridwan, 2023).

Memelihara hewan peliharaan membutuhkan perawatan setiap harinya, seperti memberikan makanan, kebersihan, vitamin, dan meningkatkan motorik hewan peliharaan. Selain kebutuhan sehari – hari pemilik hewan peliharaan juga ingin mempercantik hewan peliharaannya seperti memberikan aksesoris berupa baju, kalung, barang – barang berhubungan dengan kandang dan lain – lainnya. Hal tersebut dapat di lihat dari data yang dirilis oleh *Rakuten Insight Center* yang dikutip melalui *Good Stats* yang menyatakan, sebanyak 7.015 orang hanya sebanyak 42 responden orang Indonesia mengeluarkan uang lebih dari 100 ribu untuk keperluan hewan peliharaan dalam sebulan (Ridwan, 2023).

Adapun Data yang dirilis oleh *Rakuten Insight Center* yang dikutip melalui *Good Stats* untuk pengeluaran terbanyak pada makanan hewan peliharaan dengan *presentase* 88%, *presentase* kedua untuk pengeluaran barang – barang

berupa kandang dengan *presentase* 43%, *presentase* selanjutnya untuk pengeluaran produk perawatan dan kebersihan dengan *presentase* 41%, suplemen kesehatan dengan *presentase* 28%, mainan dan penunjang aktivitas dengan *presentase* 25%, pakaian dan aksesori dengan *presentase* 12%, Terakhir serta paling rendah dengan *presentase* 2% asuransi hewan peliharaan (Ridwan, 2023). Dengan *presentase* terbanyak pada makanan hewan peliharaan maka bisa menjadi peluang bisnis bagi pet shop di Indonesia, dapat menghasilkan keuntungan dari penjualan makan hewan peliharaan yang di produksi kan sendiri maupun reseller brand – brand makanan hewan terkenal kepada pemilik hewan peliharaan di Indonesia.

Pengembangan produk merupakan serangkaian aktivitas yang dimulai dari analisis persepsi dan peluang pasar, kemudian diakhiri dengan tahapan produksi penjualan dan pengiriman produk ke konsumen (Irawan, 2017). Terlepas dari hal itu, suatu produk juga memerlukan desain yang menarik serta spesifikasi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan adanya perencana dan pengembangan produk sehingga menghasilkan produk yang di jual di masyarakat merupakan hasil inovasi yang selalu dikembangkan terus menerus. Perusahaan akan selalu berusaha agar produk di hasilkan memiliki fungsi dan manfaat sesuai dengan harapan konsumen, atau bahkan melebihi harapan konsumen. Inovasi sangat diperlukan agar tuntutan konsumen dapat dipenuhi sehingga produk yang dijual dapat laku di pasaran. (Padapi, Fitriani R, Wulandary, Haryono, & Mursakat, 2021).

Pengembangan produk juga tidak terlepas dari kemasan produk yang dimana berupa tampilan kemasan maupun ukuran kemasan, kemasan juga dilihat dari ketahanan, fungsi, praktis dan lain – lainnya. Secara umum, kemasan dapat di definisikan sebagai bagian penting untuk membungkus suatu produk yang bertujuan untuk melindungi produk dari guncangan, benturan, gangguan

hewan, cuaca dan lain - lainnya. Kemasan biasanya dibentuk dan di rancang menggunakan desain sedemikian rupa agar menampilkan pandangan terhadap suatu isi produk agar pesan dapat tersampaikan kepada konsumen. Kemasan mempunyai peran sangat penting, karena akan selalu terkait dengan nilai jual dan citra produk. Maka dari itu Merancang kemasan dengan memanfaatkan kemasan sebagai daya tarik pembeli dengan menggunakan strategi desain, menjadi sebuah strategi promosi. (Bora, A, & Sanusi).

Lypets store merupakan bisnis *Startup* yang berawal dari hobi memelihara dan merawat hewan, yang memproduksikan perlengkapan hewan peliharaan dan adopsi hewan yaitu produk berupa pakan, pasir, aksesoris, suplemen kesehatan, kandang, dan adopsi hewan. Lypets store telah berproduksi selama 4 tahun. Awal terbentuk pada tahun 2020 yang berawal kewajiban sebagai mahasiswa yang diberikan oleh dosen, berlokasi di sebuah kos di jl. Paccinongang, lorong IV, Kec Somba Opu, Kabupaten Gowa, bisnis ini termasuk ke dalam usaha mikro yang dimana di kelola oleh satu orang secara pribadi. Kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dalam perekonomian nasional (Halim, Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menegah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju, 2020). Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang di rencanakan oleh pelau usaha perorangan (Halim, Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menegah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju, 2020).

Ada pun macam varian pakan hewan peliharaan yang tersedia makanan kucing kering, semi basah, dan basah. Lypets store mempunyai produk sendiri berupa makanan hamster yang terbuat dari kacang tanah tanpa kulit, biji bunga matahari, biji labu dan beras merah yang telah tercampur di satu tempat yang

sama, Makanan hamster tersedia hanya satu ukuran saja 450g. Harganya pun termasuk cukup murah dan komposisi dari bahan makanannya juga menyehatkan, penuh dengan protein yang dapat menjaga kesehatan hamster, dan memiliki ketahanan yang cukup lama sehingga cocok sebagai makanan hamster.

Namun ada pun beberapa masalah pada Lypets *store* yang akhir – akhir ini penjualan pakan hamster sangat menurun, dikarenakan kemasan. Awal kemasan lypets store menggunakan kantong kresek selama setahun, tetapi masalah yang di hadapi bermacam – macam. Setelah sesudah menggunakan kantong kresek sebagai kemasan, pindah menggunakan *standing pouch* kecil bening yang dimana penggunaan standing pouch awalnya efektif tetapi banyak masalah pada kemasan digunakan. Informasi tersebut didapatkan dari hasil wawancara pra penelitian dan hasil observasi langsung pada lokus yang dilakukan pada tanggal 29 Mei 2023. Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa penjualan pakan hamster tidak stabil karena kurangnya permintaan dari pasar yang di sebabkan kemasan.

Adapun kutipan pernyataan pemilik usaha berdasarkan hasil wawancara pra penelitian berikut.

> “Permasalahanya ialah itu dari kemasan, yang awalnya menggunakan kantong kresek setahun pakai kantong kresek kita timbang awalnya efektif tetapi terlalu banyak masalahnya yaitu dimasuki semut, di masuki tikus, dimasuki hewan – hewan lain gitu. Kemudian kita pindah ke pouch – pouch kecil yang kayak kemasan bening kita pindah ke situ, awalnya bagus penjualan ramai. Tapi minesnya lagi di tampilan nya, karena kita menggunakan pouch yang bening,”.

Pada kutipan hasil wawancara pra penelitian diatas menjelaskan bahwa permasalahan yang dialami oleh Lypets Store yaitu kurangnya permintaan dari konsumen dan minat konsumen terhadap produk pakan hamster. Kemasan yang kurang efektif dan kurang di minati oleh konsumen dikarenakan kemasan

digunakan bening dan polos tidak mempunyai corak atau warna yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli.

Adapun kutipan pernyataan konsumen yang membeli produk Lypets Store berdasarkan hasil wawancara pra penelitian berikut.

> “Saya selalu membeli makanan hewan disini karena dekatki dari rumah ku, murahki harganya, sama cuman disiniji yang ada toko hewan untuk beli makanan nya hewan ku”.

Dari hasil wawancara pra penelitian bahwa konsumen membeli produk Lypets Store dikarenakan lokasi Lypets Store sangat dekat dari rumah konsumen, harga produk yang murah dan di daerah tersebut cuman ada satu toko hewan peliharaan di lokasi tersebut.

Adapun kutipan pernyataan konsumen terhadap kemasan produk Lypets Store berdasarkan hasil wawancara pra penelitian berikut.

> “Ada, kayak nya di kemasan produk makanan hamster Nya. Kulihatki masih poloski bedaki sama makanan hewan lainnya yang banyak gambar nya dan tulisan nya”.

Dari hasil wawancara pra penelitian bahwa kemasan produk makanan hamster masih kurang dalam menunjukkan kesan yang baik kepada konsumen yang berbeda dengan makanan hewan yang lainnya.

Adapun hasil wawancara pra penelitian yang menunjukkan bahwa Lypets tidak melakukan pengembangan pada produknya ialah:

> “Kita masih kekurangan dalam hal pendanaan dan ide – ide baru, jadi kami susah melakukan inovasi baru, jadi ya dikarenakan pendanaan ide untuk kemasan pakan hamster ini. Jadi kami kalau ada ide dari orang – orang kami terima, tapi kita survei ki tetapi belum ada yang sesuai harapan ta,”.

Berdasarkan uraian penjelasan yang terjadi saat melakukan wawancara pra penelitian langsung dari lokus, maka penelitian memberikan solusi adanya pengembangan produk terhadap kemasan yang digunakan, karena Lypets Store tidak melakukan pengembangan pada produk pakan hamster Nya dan masih mempertahankan kemasan yang lama. Sedangkan pengembangan produk

merupakan suatu aspek yang sangat penting untuk mempertahankan produk di mata pelanggan dalam persaingan yang semakin ketat dan juga agar meningkatkan value penjualan.

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, maka dari peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengembang produk pada Lypets Store. Adapun judul penelitian yang di angkat ialah **"Pengembangan Kemasan Produk Pada Lypets *Store*".**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, rumusan masalahnya ialah, "Bagaimana pengembangan kemasan produk pada Lypets *Store?*".

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian yaitu:

Untuk pengembangan kemasan produk Lypets *Store* sesuai fungsi kebutuhan konsumen.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

   Penelitian ini dibuat dan diharapkan bisa menjadi referensi serta contoh dan juga menjadi sumber informasi untuk penelitian tentang pengembangan produk kedepannya.

2. Manfaat praktis

   Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan value produk di mata konsumen sehingga bisa meningkatkan penjualan.