

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang ini kemajuan dan pembangunan perekonomian di Indonesia membuat orang-orang sangat disibukan dengan aktifitas masing-masing dalam menjalankan usahanya. Hal ini dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dengan memperoleh pendapatan yang layak untuk memenuhi kebutuhan hidupnya setiap hari.

Setelah melakukan aktifitas sehari-hari, keberadaan hewan kesayangan bagi manusia mempunyai peran yang cukup besar. Selain sebagai teman untuk menemani kesehariannya, bahkan sebagai penghibur disaat situasi yang melelahkan. Banyak yang sadar bahwa hewan peliharaan dapat mengurangi stress atau ketegangan saraf dengan melihat polah tingkah lakunya. Memelihara hewan peliharaan menjadikan kegemaran yang memberikan pengaruh kepada kesehatan.

Semakin banyaknya orang-orang memelihara hewan peliharaan, secara langsung mempengaruhi kebutuhan sehari-hari yaitu seperti makanan, perlengkapan mandi, aksesoris, sampai mainan khusus. Maka semakin banyak toko-toko penyedia kebutuhan tersebut yang sering dikenal dengan sebutan *petshop*.

Petshop tidak hanya ada di tengah-tengah kota saja, namun daerah-daerah pinggir kota pun sudah mulai dirambah oleh para pengusaha *petshop* karena memiliki nilai potensi yang cukup meyakinkan. Untuk menunjang fasilitas yang ada di *petshop* terdapat fasilitas seperti salon hewan, praktik dokter hewan bahkan peternak-peternak hewan seperti anjing dan kucing.

Dengan banyaknya para pengusaha yang mengambil kesempatan dengan memulai bisnis *petshop*. Sehingga membuat persaingan di bidang ini menjadi semakin ketat maka dari itu *owner petshop* melakukan tindakan atau terobosan terbaru dalam penjualan agar usahanya tetap berjalan. Persaingan adalah inti dari keberhasilan atau kegagalan sebuah perusahaan. Sebuah persaingan menentukan aktivitas yang dilakukan untuk meningkatkan kinerja sebuah perusahaan. Sehingga dalam mengembangkan usaha yang dijalankannya, para pengusaha memiliki strategi tersendiri untuk memasarkan perusahaannya untuk mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan.

Para pelaku bisnis *petshop* ini melakukan strategi pemasaran untuk menarik para pelanggan dan mempertahankan para pelanggan mereka. Diantaranya ada *Kimi Petshop* dan *AA Petshop* yang melaksanakan strategi pemasaran pada saat ini. Strategi pemasaran yang dilakukan saat ini mungkin berbeda karena faktor ekonomi saat ini yang tidak stabil dialami oleh para konsumen di *petshop* tersebut. Sehingga para pengusaha *petshop* ini melakukan segala cara agar strategi pemasaran *petshop* yang digunakan tepat dimasa ini.

Kimi *petshop* dan AA *petshop* memiliki keunggulannya masing-masing. Kimi *petshop* berada dilokasi yang strategis, memiliki produk-produk yang beragam dan terdapat salon hewan, sedangkan AA *petshop* memiliki keunggulan terdapat praktik dokter hewan dan harga yang terjangkau.

TABEL 1.1 DATA PENGUNJUNG

| | Desember | Januari |
|------------------------|-----------------|----------------|
| Kimi <i>Petshop</i> | 312 | 215 |
| AA <i>Petshop</i> | 14 | 20 |

Sumber : Diolah Peneliti (2021)

Tabel diatas menunjukkan adanya penurunan pengunjung di kimi *petshop* dan adanya kenaikan pengunjung di AA *petshop*. Dari data tersebut menunjukkan bahwa adanya persaingan antar bisnis *petsop*.

TABEL 1.2 DATA PELAYANAN

| | Lokasi | Fasilitas |
|--------------|---|--------------------------------------|
| Kimi Petshop | Jalan Raya Rancaekek- Majalaya No.131 Rancaekek Wetan Kecamatan Rancaekek Kabupaten Bandung | Salon hewan |
| | | Produk yang bervariasi |
| | | Penitipan hewan |
| AA Petshop | Komplek Griya Winaya Blok E2 No. 27 Kelurahan Pasir Wangi Kecamatan Ujungberung Kota Bandung | Salon hewan |
| | | Penitipan hewan |
| | | Dokter Hewan (<i>bisa on call</i>) |
| | | Perawatan hewan sakit |

Sumber : Diolah Peneliti (2021)

Tabel tersebut menunjukkan perbedaan yang dimiliki oleh kedua *petshop* tersebut yang mengakibatkan strategi pemasaran yang dilakukan pun tentu akan berbeda. Strategi pemasaran merupakan konsep yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran pada suatu perusahaan setelah menganalisis situasi kondisi pasar agar konsep tersebut tepat pada sasaran.

Oleh karena itu, hal tersebut dapat dijadikan pertimbangan peneliti untuk melakukan analisis perbandingan terhadap penerapan strategi pemasaran yang digunakan oleh *Kimi petshop* dan *AA petshop*. Dengan demikian penulis memilih judul skripsi sebagai berikut: “ **Analisis Komparatif Strategi Pemasaran di *Kimi Petshop* dan *AA Petshop*”** ”

1.2 Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada strategi pemasaran yang dilakukan oleh *Kimi petshop* dan *AA petshop*. Hal ini dilakukan karena penulis ingin mengetahui apakah ada perbedaan dari kedua *petshop* tersebut. Dilakukan di *Kimi petshop* dan *AA petshop* dengan melakukan wawancara, observasi kepada pemilik atau owner dari *petshop* tersebut.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka pokok permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh *Kimi Petshop* ?
- b. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh *AA Petshop* ?
- c. Bagaimana perbandingan strategi pemasaran di *Kimi Petshop* dan *AA Petshop* ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kimi *Petshop*.
- b. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh AA *Petshop*.
- c. Untuk mengetahui hasil perbandingan strategi pemasaran di Kimi *Petshop* dan AA *Petshop*.

1.5 Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat bagi:

- a. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu administrasi bisnis dan pengalaman serta dapat menganalisis antara teori dengan prakteknya dilapangan khususnya mengenai strategi pemasaran.

- b. Praktisi

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan bagi pengusaha dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan dalam menjalankan strategi pemasaran agar dapat meningkatkan pendapatan dan mempertahankan pelanggannya.

2. Bagi Universitas Sangga Buana YPKP

Diharapkan dapat memberikan informasi dan sebagai acuan kepada peneliti selanjutnya terutama di Universitas Sangga Buana YPKP.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk penelitian dengan metode/pendekatan kualitatif, sebagai berikut :

- a. BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penelitian, lokasi dan waktu penelitian.
- b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, terdiri dari rangkuman teori, peneliti terdahulu. kerangka pemikiran.
- c. BAB III METODE PENELITIAN, terdiri pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik keabsahan data.
- d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari objek penelitian, hasil penelitian, pembahasan.
- e. BAB V PENUTUP, terdiri simpulan dan rekomendasi.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi penelitian:

- a. Kimi : Jalan Raya Rancaekek-Majalaya No.131 Rancaekek
Petshop Wetan Kecamatan Rancaekek Kabupaten Bandung
- b. AA : Komplek Griya Winaya Blok E2 No. 27 Kelurahan
Petshop Pasir Wangi Kecamatan Ujungberung Kota Bandung

