

BAB 1

PENDAHULUAN

Bab 1 ini menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian serta batasan permasalahan pada penelitian ini.

1.1. Latar Belakang

Pada perkembangan zaman yang sekarang semakin modern tentunya tuntutan akan beban hidup juga semakin bertambah. Salah satu cara untuk meminimalkan rasa lelah terhadap pekerjaan, *stress* maupun beban mental yang dialami oleh seseorang adalah dengan memelihara hewan peliharaan. Hewan peliharaan yang paling populer pada saat ini untuk dipelihara adalah anjing dan kucing. Hal tersebut berdampak pada bisnis di sektor hewan peliharaan yang meningkat di Indonesia. Tidak hanya di Indonesia, di Amerika Serikat terjadi peningkatan jumlah hewan peliharaan sebanyak 8%. Sedangkan di Jepang mencapai 60.000 tambahan hewan peliharaan sejak Maret hingga September tahun 2020 yang lalu. Sayangnya belum ada data resmi yang dapat menggambarkan kenaikan tren memelihara hewan di Indonesia (Anna, 2021).

Hewan peliharaan juga memiliki beberapa kebutuhan di antaranya kebutuhan primer, kebutuhan sekunder hingga kebutuhan tersier. Kebutuhan primer yang tentunya perlu untuk dipenuhi adalah makanan. Kebutuhan sekunder hewan peliharaan tentunya seperti *snack*, vitamin, dan rantai leher. Kebutuhan tersier hewan peliharaan mencakup asesoris untuk hewan peliharaan, kandang, tempat tidur, dan yang lainnya. Untuk memenuhi kebutuhan hewan peliharaannya, seseorang akan ikhlas mengeluarkan biaya untuk memberikan perawatan bagi hewan peliharaannya.

Kebutuhan hewan peliharaan yang telah dipaparkan sebelumnya dapat ditemukan dengan mudah di toko ritel atau yang lebih dikenal sebagai *pet shop*. Ritel merupakan suatu kegiatan jual beli produk yang dilakukan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya sendiri (Kotler & Armstrong, 2012). Dalam menjalankan usaha ritel, banyak fasilitas yang ditawarkan di setiap toko. Ada yang memberikan penawaran harga member, memberikan potongan harga, diskon produk, hingga promo pembelian produk untuk memberikan rasa puas bagi konsumennya. Selain itu, bisnis ritel juga perlu untuk menyediakan barang atau produk yang dijual sesuai dengan kebutuhan konsumennya. Ketika produk yang dijual sesuai dengan

kebutuhan konsumen maka produk akan sangat cepat laku terjual. Sebaliknya, jika produk yang dijual kurang atau tidak sesuai maka produk akan lama terjual sehingga dapat menimbulkan berbagai kerugian mulai dari umur produk akan terus berkurang, produk menjadi rusak, dan tidak segera mendapatkan keuntungan.

Dalam suatu dunia usaha tidak akan pernah terlepas dari yang namanya persaingan. Munculnya beberapa pesaing dengan toko sejenis yakni toko *Pet shop* menjadi suatu hambatan sekaligus pemicu bagi masing-masing toko. Umumnya persaingan antar toko sejenis ini bisa menyebabkan penurunan volume penjualan dan tentu akan berakibat ke pendapatan dari setiap toko. Penurunan ini disebabkan karena konsumen memiliki banyak pilihan dengan produk sejenis tetapi dengan harga yang bervariasi.

Zuper Pet merupakan salah satu contoh toko ritel produk makanan dan perlengkapan kebutuhan hewan peliharaan di Yogyakarta. Lokasi Zuper Pet berada di Jalan Monjali No 100 Yogyakarta. Zuper Pet ini berdiri pada Januari 2021. Zuper Pet ini merupakan toko ritel atau dengan mudahnya disebut *petshop* yang sedikit berbeda dari toko lainnya. Zuper Pet menyediakan barang-barang premium yang belum tentu atau bahkan tidak dimiliki oleh toko lainnya. Penyediaan dan penjualan barang yang premium memang menjadi keunggulan toko ini namun barang yang premium bukan menjadi produk utama yang akan dicari oleh pemilik hewan peliharaan.

Dari hasil wawancara dengan pemilik dan karyawan toko, Zuper Pet ini memiliki penumpukan produk yang tidak wajar dan setelah diselidiki ternyata banyak sekali item di toko yang tidak terjual atau stok-stok lama yang cenderung menumpuk dan pemilik tidak memperhatikan hal tersebut dan selalu melakukan restock. Zuper Pet mengalami permasalahan bahwa dari total 296 item terdapat 129 item yang tidak ada penjualan dalam kurun waktu 12 bulan Tahun 2021, serta terdapat lebih dari 50% item yang memiliki penjualan yang tergolong sangat lambat yang berakibat ke kerusakan produk (kadalursa) sehingga menimbulkan kerugian.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang kondisi permasalahan di Zuper Pet, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu lebih dari 50% item di Zuper Pet yang tidak

mengalami penjualan dalam kurun waktu tertentu sehingga terjadi kerusakan produk dan menimbulkan kerugian.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada tugas akhir ini adalah bagaimana mendapatkan usulan solusi terkait dengan permasalahan produk yang tidak laku terjual di Zuper Pet yang memperhatikan keinginan dari masing-masing stakeholder dimana pemilik toko, konsumen serta karyawan memberikan beberapa indikasi yang menunjukkan solusi yang ditawarkan berhasil adalah Ketika usulan yang diberikan tidak menimbulkan tambahan biaya lebih dari 10 juta, kemudian item yang dijual juga diusahakan lebih familiar atau dikurangi lagi sehingga tidak menimbulkan kebingungan terhadap konsumen sewaktu memutuskan untuk membeli.

1.4. Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian, terdapat batasan permasalahan yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian. Adapun batasan masalah penelitian sebagai berikut:

- a. Data penjualan yang digunakan dari bulan Januari 2021 hingga Desember 2021.
- b. Semua produk yang dijual akan dianalisis.
- c. Keadaan yang di teliti di Zuper Pet sesuai dengan kondisi pada saat meneliti pada bulan Agustus 2021 - Desember 2021.
- d. Data diolah menggunakan *software Microsoft Excel*.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI

Bagian Bab 2 ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka serta landasan teori yang digunakan untuk melandasai penelitian yang dilakukan sekarang ini. Referensi dari penelitian terdahulu sangat dibutuhkan sebagai dasar penelitian sekarang. Penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai referensi dan penelitian sekarang dijelaskan pada Sub bab 2.1 sedangkan dasar teori yang digunakan dalam pengerjaan Tugas Akhir dijelaskan pada Sub bab 2.2.

2.1. Penelitian Terdahulu Mengenai Permasalahan Produk Yang Tidak Laku

2.1.1. Penelitian terdahulu produk yang tidak laku akibat kurangnya promosi

Penelitian mengenai promosi sudah cukup banyak dilakukan sebelumnya. Salah satunya adalah penelitian oleh Astri (2019) adalah untuk mengetahui efek dari Promosi terhadap tingkat laku tidaknya suatu produk yang dijual di suatu toko. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, Teknik pengambilan sample yang dilakukan pun menggunakan Teknik kuota sampling dengan total responden sebanyak 50 orang yang membeli produk di satu toko. Teknik pengumpulan datapun menggunakan kuesioner dan dilakukan analisis dengan bantuan SPSS. Dari penelitian ini, dapat dibuktikan bahwa promosi memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap penjualan produk di suatu toko.

2.1.2. Penelitian terdahulu mengenai produk tidak laku yang diakibatkan karena display barang

Penelitian mengenai Display Produk sudah cukup banyak dilakukan sebelumnya. Salah satu penelitian yang membahas hal tersebut adalah penelitian oleh Faroji & Rifuddin (2021). Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah display produk mempengaruhi keputusan pembelian pada suatu perusahaan. Metode yang digunakan pun adalah *explanatory research* serta pengambilan sample sebanyak 96 responden. Teknik analisis yang dilakukan adalah analisis statistic dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji Hipotesis. Dari penelitian tersebut didapatkan hasil bahwasannya display produk sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.