



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

**Strategi Pengembangan Bisnis pada Toko Bloom Petshop
& Grooming di Kota Bandung**

Skripsi

Oleh

Anggi Arthur

6081901101

Bandung

2023



Universitas Katolik Parahyangan

Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

**Strategi Pengembangan Bisnis pada Toko Bloom Petshop
& Grooming di Kota Bandung**

Skripsi

Oleh

Anggi Arthur

6081901101

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Bandung

2023

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Anggi Arthur
Nomor Pokok : 6081901101
Judul : Strategi Pengembangan Bisnis pada Toko Bloom Petshop & Grooming di kota Bandung.

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 13 Juli 2023
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Dian Sadeli, S.E., M.Ak

Sekretaris
Sanerya Hendrawan, Ph.D

Anggota
Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

DAFTAR PERBAIKAN NASKAH SKRIPSI

Nama : Anggi Arthur
Nomor Pokok Mahasiswa : 6081901101
Program Studi : Administrasi Bisnis
Pembimbing : Sanerya Hendrawan, Ph.D (19850105) Pembimbing Tunggal
Hari dan tanggal ujian skripsi : Kamis tanggal 13 July 2023
Judul (Bahasa Indonesia) : Strategi Pengembangan Bisnis pada Toko Bloom Petshop & Grooming di kota Bandung
Judul (Bahasa Inggris) : Business Development Strategy at Bloom Petshop & Grooming Store in Bandung City.

1. Perbaiki Judul Skripsi menjadi (**Judul harus ditulis lengkap menggunakan huruf besar kecil/Title Case**)

Judul (Bahasa Indonesia)

Judul (Bahasa Inggris)

2. Perbaiki Umum (meliputi : cara merujuk, daftar pustaka, teknis editing) :
Perhatikan catatan para penguji

3. Perbaiki di Bab 1

4. Perbaiki di Bab 2

5. Perbaiki di Bab 3

6. Perbaiki di Bab 4

7. Perbaiki di Bab 5

DOKUMEN INI TIDAK PERLU DITANDATANGANI LAGI

Bandung, 13 July 2023

Ketua Program Studi,

kaprodi_iab.fisip@unpar.ac.id

7/25/2023 14:52:07

Shelvi, S.AB., M.M.

Penguji,

diansadeli@unpar.ac.id

7/13/2023 15:12:28

Dian Sadeli, S.E., M.Ak

Penguji (Pembimbing),

sanerya@unpar.ac.id

7/25/2023 14:39:10

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Penguji,

jane@unpar.ac.id

7/14/2023 14:57:13

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Anggi Arthur

NPM : 6081901101

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul : Strategi Pengembangan Bisnis pada Toko Bloom
Petshop & Grooming di kota Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 23 Juni 2023



Anggi Arthur

ABSTRAK

Nama : Anggi Arthur

NPM : 6081901101

Judul : Strategi Pengembangan Bisnis pada Toko Bloom Petshop & Grooming di kota Bandung.

Pandemi *COVID-19* mengakibatkan Indonesia mengalami perekonomian yang lesu karena niat beli masyarakat yang menurun. Namun peningkatan niat beli dalam industri *Pet Care* justru kian meningkat. Hal ini dikarenakan adanya perubahan kebiasaan masyarakat untuk memelihara hewan peliharaan. Munculnya peluang tersebut, membuat perusahaan Bloom Petshop & Grooming yang bergerak dalam industri *Pet Care*, berupaya untuk menangkap peluang dan mengkapitalisasi pasar demi mencapai skala bisnis yang besar. Namun perusahaan belum mencapai potensi kinerja terbaiknya berdasarkan target perusahaan yang belum tercapai.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian Deskriptif dengan pendekatan penelitian Kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara yang dilakukan bersama pemilik Bloom. Data yang dikumpulkan terbagi menjadi dua jenis data, data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan analisis Model Bisnis Canvas dan analisis lingkungan eksternal *PESTLE* dan *Porter's Five Forces* yang dibantu dengan analisis *SWOT* dan disimpulkan dengan Matriks *SWOT*. Selanjutnya peneliti merancang saran strategi pengembangan bisnis perusahaan dengan menggunakan *tools* Model Bisnis Canvas.

Pada penelian ini ditemukan bahwa tren kenaikan permintaan produk *Pet Care* memang terjadi. Peneliti juga mendapati adanya peluang lain yang ikut membantu tren tersebut meningkat. Peluang ini perlu dimanfaatkan dengan baik agar dapat membantu perusahaan bertumbuh dan berkembang menjadi perusahaan yang berskala besar di industrinya. Perusahaan sudah memiliki berbagai aspek penting dari dalam perusahaan untuk memenangkan pasar dan memanfaatkan peluang. Namun pada analisa yang dilakukan, temukan bahwa perusahaan juga memiliki kelemahan yang mengakibatkan tidak dapat memanfaatkan peluang dengan maksimal. Oleh karena itu perusahaan perlu untuk bertindak cepat demi memanfaatkan peluang tersebut.

Oleh karena itu berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan demi memanfaatkan peluang dan menghadapi ancaman luar, perusahaan perlu untuk mempraktekkan strategi *SWOT Matriks WO (Weaknesses-Opportunities)*. Strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan peluang dengan cara meminimalisir kelemahan perusahaan. Peneliti menyarankan mengimplementasikan strategi tersebut dengan cara memodifikasi Model Bisnis perusahaan. Hal tersebut dilakukan karena perusahaan perlu untuk meminimalisir kelemahan perusahaan demi memanfaatkan peluang.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Analisis *PESTLE*, Analisis *Porter's Five Forces*, Analisis *SWOT*, Analisis *SWOT Matriks*, Analisis Model Bisnis Canvas

ABSTRACT

Name : Anggi Arthur

NPM : 6081901101

Title : *Business Development Strategy at Bloom Petshop & Grooming Store in Bandung City.*

The COVID-19 pandemic has resulted in Indonesia experiencing a sluggish economy due to declining public buying intentions. However, the increase in purchase intention in the Pet Care industry is actually increasing. This is due to changes in people's habits for keeping pets. The emergence of these opportunities has made Bloom Petshop & Grooming, which is engaged in the Pet Care industry, strive to seize opportunities and capitalize on the market in order to achieve a large business scale. However, the company has not yet achieved its best performance potential based on the company's targets that have not been achieved.

This research was conducted using descriptive research methods with a qualitative research approach. Data collection was carried out using interview techniques conducted with the owner of Bloom. The data collected is divided into two types of data, primary and secondary data. This study uses the analysis of the Canvas Business Model and the analysis of the external environment of PESTLE and Porter's Five Forces assisted by SWOT analysis and concluded with the SWOT Matrix. Furthermore, the researchers designed suggestions for the company's business development strategy using the Canvas Business Model tools.

In this study, it was found that the trend of increasing demand for Pet Care products had indeed occurred. The researchers also found there were other opportunities that helped the trend pick up. This opportunity needs to be put to good use in order to help the company grow and develop into a large-scale company in its industry. The company already has various important aspects from within the company to win the market and take advantage of opportunities. However, in the analysis carried out, it was found that the company also has weaknesses that result in not being able to take full advantage of opportunities. Therefore companies need to act quickly to take advantage of these opportunities.

Therefore, based on the strengths and weaknesses of the company in order to take advantage of opportunities and face external threats, the company needs to practice the SWOT Matrix WO (Weaknesses-Opportunities) strategy. This strategy is carried out by taking advantage of opportunities by minimizing the company's weaknesses. Researchers suggest implementing this strategy by modifying the company's business model. This is done because the company needs to minimize the company's weaknesses to take advantage of the opportunities.

Keywords: *Development Strategy, PESTLE Analysis, Porter's Five Forces Analysis, SWOT Analysis, Matrix SWOT Analysis, Canvas Business Model Analysis*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang karena berkat dan penyertaan-Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis pada Toko Bloom Petshop & Grooming di Kota Bandung” dengan baik dan tepat waktu. Penelitian skripsi ini dilakukan oleh penulis untuk memenuhi syarat kelulusan dalam jenjang pendidikan strata satu (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan kota Bandung.

Pada saat penelitian dilakukan, peneliti menyadari bahwa penelitian dan penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna, terdapat banyak kendala dan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dialami oleh peneliti untuk dapat menghasilkan hasil yang terbaik. Penelitian skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan dan doa dari orang tua, dosen, teman, dan orang-orang terdekat yang membantu peneliti. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang telah ikut membantu dan memberikan dukungan dalam proses penelitian ini yaitu :

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah menuntun, menguatkan, menyertai, dan memberkati dalam hidup peneliti khususnya dalam pelaksanaan penelitian ini.

2. Kepada orang tua peneliti yang selalu mendoakan, menyemangati, dan memberikan fasilitas kepada peneliti untuk dapat berkuliah di kampus Universitas Katolik Parahyangan hingga sampai saat ini.
3. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan, pendapat, dan ilmu yang sangat berharga dalam membimbing peneliti melakukan penelitian skripsi ini dari awal hingga akhir.
4. Ibu Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si selaku dosen wali yang membantu peneliti membimbing selama perkuliahan.
5. Ibu Shelvi, S.AB., M.M sebagai Ketua Program Studi Sarjana Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan yang selama perkuliahan berlangsung telah memberikan ilmu, wawasan, dan pengalaman yang berharga dan tak ternilai kepada peneliti.
7. Kepada seluruh pemilik toko Bloom PEtshop & Grooming yang diwakili oleh Bapak Teguh Pribadi Manullang yang mengizinkan penulis untuk meneliti dan meluangkan waktunya dalam menjawab pertanyaan peneliti.
8. Seluruh staff toko Bloom Petshop & Grooming telah bersedia untuk berbincang-bincang dan berbagi ilmu.

9. Rafael, Febianne, Kintan sebagai teman satu bimbingan yang selalu meluangkan waktu untuk berdiskusi dan bertukar pikiran selama masa proses penelitian berlangsung.
10. Topaz, Joshua, Ghorga, Rama selaku teman baik selama masa akhir perkuliahan yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti.
11. Ficky, Rhenald, Frans, Ghelby, dkk selaku teman SMA dan teman lintas jurusan yang telah menemani peneliti, bertukar pikiran, dan memberikan motivasi bagi peneliti dari awal perkuliahan hingga sampai masa penelitian ini.
12. Kepada seluruh anggota Medik SIAP Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan yang selalu hadir menemani dalam masa suka maupun duka.
13. Seluruh teman jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, fakultas, maupun lintas jurusan yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah menemani peneliti dari awal perkuliahan hingga sampai saat ini.

Penelitian ini telah disusun oleh peneliti dengan semaksimal mungkin.

Namun pastinya terdapat kekurangan dan ketidak sempurnaan di dalamnya. Oleh karena itu, peneliti meminta maaf atas kesalahan dan juga kekurangan dalam penyusunan penelitian ini.

Bandung, 14 Mei 2023



Anggi Arthur

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.5 Profil Perusahaan	10
1.5.1 Sejarah Perusahaan	10
1.5.2 Profil Perusahaan	11
1.5.3 Logo	11
1.5.4 Lokasi.....	12

1.5.5	Visi dan Misi Perusahaan.....	13
1.5.5.1	Visi Perusahaan.....	13
1.5.5.2	Misi Perusahaan	13
1.5.6	Penawaran Perusahaan.....	13
1.5.6.1	Produk Jadi.....	14
1.5.6.2	Produk Jasa	14
1.5.7	Marketing Mix	15
BAB II.....		21
KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI.....		21
TEORI DAN KONSEP YANG RELEVAN		21
2.1	Eksplorasi Teori Pendukung	21
2.1.1	Definisi Strategi	21
2.1.2	Definisi bisnis jasa	22
2.1.3	Analisa Berdasarkan faktor lingkungan internal perusahaan.....	22
2.1.3.1	Analisa Lingkungan Internal Model Bisnis (Business Model Canvas).....	23
2.1.4	Analisa berdasarkan faktor lingkungan eksternal perusahaan	27
2.1.4.1	Pengertian analisa lingkungan mikro kompetitif (<i>Porter's Five Forces</i>)	27
2.1.4.2	Pengertian analisa lingkungan makro (PESTLE)	29
2.1.5	Pengertian Analisa Internal dan Eksternal Perusahaan	33

2.1.5.1	Analisa berdasarkan <i>Strength, Weaknesses, Opportunity, Threats</i> (SWOT)	33
2.1.5.2	Matriks <i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i> (SWOT)	35
2.1.6	Theoretical framework	37
2.2	Metodologi	37
2.2.1	Metode Penelitian	37
2.2.2	Instrumentasi Penelitian	39
2.2.2.1	Operasional Variabel	39
2.2.3	Proses Pengumpulan Data	49
2.2.3.1	Interview (Wawancara)	50
2.2.3.2	Observasi	51
2.2.4	Sumber Data	51
BAB III		53
PEMBAHASAN HASIL DAN TEMUAN		53
3.1	Kecenderungan Tren Permintaan Produk <i>Pet Care</i>	54
3.2	Prospek Bloom Petshop & Grooming	58
3.2.1	Analisa Lingkungan Internal Perusahaan:	59
Analisa Model Bisnis Canvas		59
3.2.2	Analisa Lingkungan Eksternal Perusahaan:	68
Analisa Lingkungan Makro (<i>PESTLE</i>)		68
3.2.3	Analisa Lingkungan Mikro (<i>Porter's Five Forces</i>) Produk Jadi	73

3.2.4	Analisa Lingkungan Mikro (<i>Porter's Five Forces</i>) Produk Jasa.....	76
3.3	Analisa Faktor Internal dan Eksternal (<i>SWOT</i>).....	78
3.3.1	Posisi Perusahaan pada Kuadran <i>SWOT</i>	83
3.3.2	Analisa Matriks <i>TOWS</i>	84
3.4	Strategi Pengembangan Bisnis bagi Bloom Petshop & Grooming	87
3.4.1	Strategi <i>Turnaround</i> dengan Memodifikasi Model Bisnis Perusahaan	
	88	
BAB IV		97
KESIMPULAN, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI.....		97
4.1	Kesimpulan	97
4.2	Rekomendasi	99
4.3	Implikasi.....	102
DAFTAR PUSTAKA		104
LAMPIRAN.....		106

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tren pencarian mengenai perawatan hewan peliharaan.....	3
Tabel 1.2 Tren pencarian mengenai adopsi hewan peliharaan.....	3
Tabel 1.3 Tren pencarian mengenai bisnis pet shop.....	4
Tabel 1.4 Total penjualan layanan jasa Bloom Petshop.....	5
Tabel 1.5 Tabel perumusan target layanan jasa Bloom Petshop.....	6
Tabel 3.1 Data Gross Sales Bloom Petshop Desember 2020 – Maret 2023	55
Tabel 3.2 Data Transactions perusahaan Desember 2020 – Maret 2023	56
Tabel 3.3 SWOT Matriks Perusahaan Bloom Petshop & Grooming.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Bloom Petshop & Grooming.....	11
Gambar 1.2 Aneka produk barang jadi yang ditawarkan pada toko Bloom.....	16
Gambar 1.3 Kandang penitipan hewan peliharaan pada toko Bloom	16
Gambar 1.4 Area lokasi depan toko dan jalan Cikapayang (arah Gasibu).....	18
Gambar 1.5 Area depan toko, halaman profil Instagram dan Whatsapp Bloom.	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Wawancara Pertama	106
Lampiran 1.2 Wawancara Kedua	108
Lampiran 1.3 Wawancara Ketiga	113
Lampiran 1.4 Wawancara Keempat	117

BAB I

PENDAHULUAN

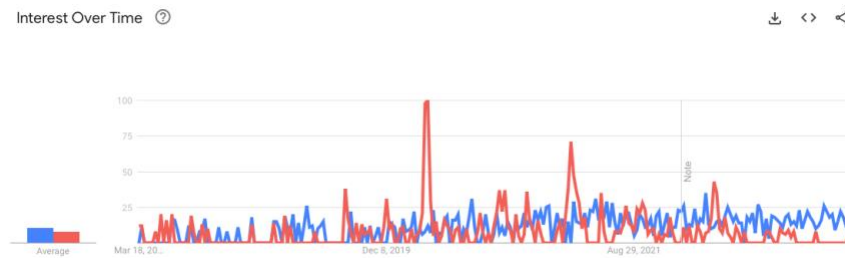
1.1 Latar Belakang

Memelihara hewan peliharaan tidak boleh sembarangan dilakukan, pemiliknya juga harus memperhatikan dengan benar apa yang perlu dipersiapkan guna menunjang keperluan peliharaan kesayangan mereka. Keperluan yang umumnya diperlukan tersebut yaitu menyediakan tempat istirahat yang nyaman, memperhatikan kondisi kesehatan seperti makanan penambahan vitamin dan vaksin, kebersihan lingkungan, memberi kasih sayang seperti mengajak bermain, dan perawatan khusus mereka yaitu mandi atau *grooming*. Seluruh keperluan ini harus ditunjang guna merawat hewan peliharaan kesayangan mereka. Sebagian besar keperluan yang ada cukup mudah untuk diperoleh dan dijumpai seperti di supermarket atau pun toko khusus keperluan hewan atau *pet shop*.

Namun diantara keperluan yang disebutkan, terdapat keperluan yang sulit untuk dipenuhi bila tidak memiliki keterampilan khusus, keperluan tersebut yaitu *grooming* dan vaksinasi hewan. Khusus untuk vaksinasi hewan, memang tidak sembarang orang dapat melakukannya, karena kegiatan tersebut harus dilakukan oleh seorang dokter khusus hewan pada kliniknya. *Grooming* merupakan sebuah prosedur untuk merawat tubuh hewan peliharaan. Hal ini bertujuan untuk memelihara penampilan sekaligus kesehatan hewan peliharaan, sehingga dapat jauh

dari penyakit. Dalam proses *grooming*, terdapat proses membersihkan bulu/kulit, memotong kuku, dan membersihkan telinga. Hal ini perlu rutin untuk dilakukan agar hewan peliharaan dapat tetap terawat (Makarim, 2023).

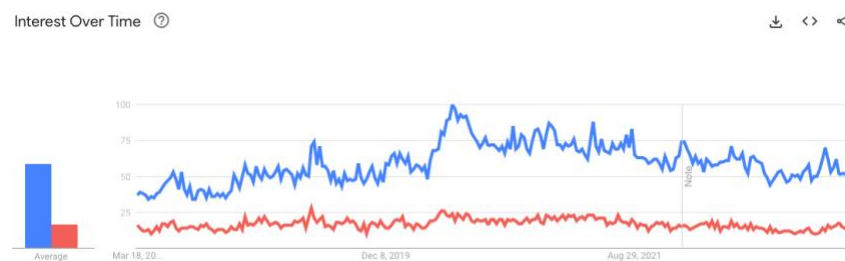
Jumlah kepemilikan hewan peliharaan pada saat ini kian meningkat seiring dengan berjalannya waktu. Munculnya pandemi Covid-19 yang mulai terjadi awal tahun 2020 hingga sampai saat ini, mengakibatkan pertumbuhan jumlah kepemilikan hewan peliharaan yang meningkat. Hal ini dibuktikan dengan tren pencarian kata kunci “merawat hewan peliharaan”, “harga anjing”, dan “harga kucing” yang mengalami peningkatan jumlah pencariannya pada situs pencarian Google. Memelihara hewan peliharaan dapat menjadi teman bermain di rumah sehingga dapat membuat hati menjadi senang dan terhibur, bahkan tak heran sebagian besar penyayang hewan peliharaan tersebut menganggap hewan peliharaan mereka sebagai bagian dari keluarga mereka atau menjadi anggota keluarga mereka. Pemilik hewan peliharaan mempercayai bahwa dengan memiliki hewan peliharaan membuat mereka dapat merasakan tidak terlalu kesepian selama kondisi pandemi, hal tersebut juga dapat mempengaruhi kesehatan mental mereka (Kuswandi, 2021). Interaksi dengan hewan peliharaan disebut dapat menghilangkan kejenuhan maupun stress, juga efektif untuk menjaga Kesehatan jasmani dan rohani (Setyaningsih, 2022). Berikut ini pencarian data pada situs pencarian Google yang menunjukkan peningkatan pencarian untuk memelihara hewan peliharaan:



Tabel 1.1 Tren pencarian mengenai perawatan hewan peliharaan

Merah : “merawat hewan Peliharaan” Biru : “Grooming”

Sumber : google trends



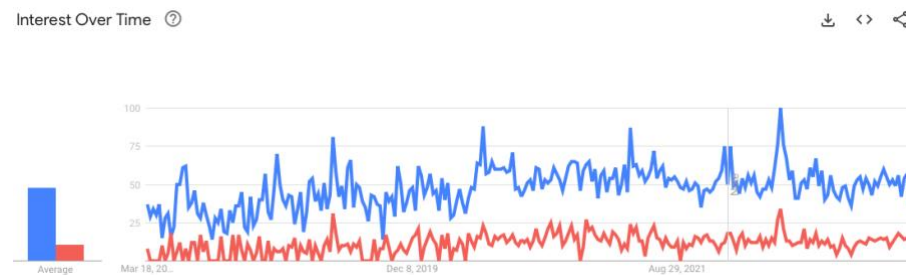
Tabel 1.2 Tren pencarian mengenai adopsi hewan peliharaan

Merah : “Harga Anjing” Biru : “Harga Kucing”

Sumber : google trends

Industri *Pet Economy* atau *Pet Care* di Indonesia kian mengalami pertumbuhan karena perubahan perilaku seiring terjadinya masa Pandemi Covid-19 lalu. Bahkan data *Future Marketing Insight* menyatakan valuasi *pet care market* Indonesia tahun 2021 mencapai \$1.909.1 juta. Kategori dalam layanan industry *pet care market* atau *pet economy* di Indonesia juga sangat beragam. Kategori ini dikelompokkan berdasarkan tipe pelayanan, jenis hewan peliharaan, dan saluran jasa pelayanan (Riyandi, 2022).

Salah satu jenis usaha yang terdapat dalam industri *pet care* tersebut adalah *pet shop* atau *pet care*. *Pet shop* merupakan jenis usaha yang menawarkan berbagai macam keperluan hewan peliharaan, mulai dari produk makanan, kandang, aksesoris, obat-obatan, dan juga menawarkan jasa yaitu penitipan atau *pet hotel* dan *grooming*. Berubahnya perilaku masyarakat untuk memelihara hewan peliharaan, membuat meningkatnya keinginan masyarakat untuk mencari tahu dan tertarik berkunjung ke *pet shop* terdekat dari tempat mereka berada, berikut merupakan tren pencarian dengan kata kunci “petshop terdekat” dan “petshop” yang mengalami peningkatan pencarian di situs pencarian Google :



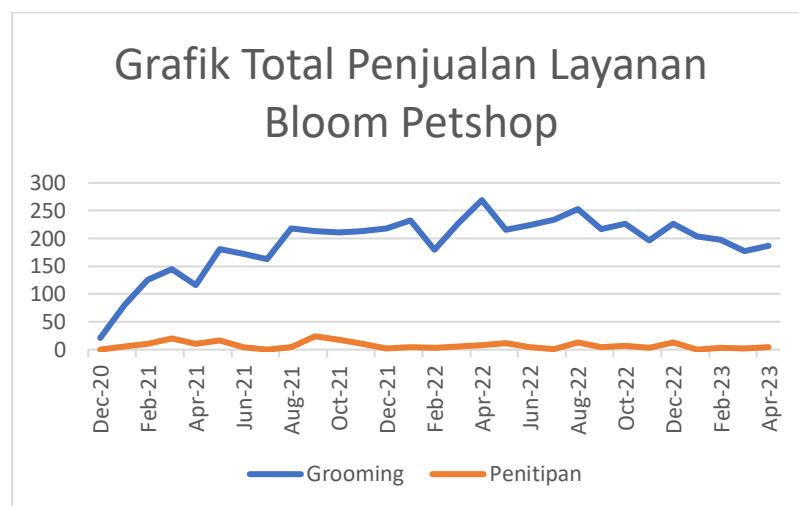
Tabel 1.3 Tren pencarian mengenai bisnis pet shop

Merah : “petshop terdekat” Biru : “Petshop”

Sumber : trends.google.com

Salah satu perusahaan yang bergerak pada industri *Pet Economy/Care* adalah Bloom Petshop & Grooming yang berlokasi di jalan Cikapayang No.7 Tamansari kota Bandung. Perusahaan ini menawarkan berbagai macam produk jadi seperti makanan, vitamin, obat-obatan, aksesoris, peralatan khusus untuk berbagai hewan peliharaan seperti anjing, kucing, kelinci, burung, hingga hamster. Selain menawarkan produk barang jadi, Bloom juga menawarkan produk layanan jasa

grooming untuk anjing, kucing, dan kelinci dan produk layanan penitipannya. Berdasarkan data wawancara bersama pemilik perusahaan, Bloom menjual beraneka ragam produk jadi dan juga produk jasa khusus hewan peliharaan. Namun target penjualan perusahaan berfokus hanya pada penjualan pelayanan jasa saja. Sejak awal perusahaan berdiri, perusahaan kian memperoleh banyak pelanggan mulai dari pelanggan yang baru pertama kali mengunjungi Bloom hingga pelanggan yang sudah menjadi pelanggan tetap. Penjualan khususnya pada sektor jasa yang ditawarkan terus mengalami peningkatan semenjak awal perusahaan memulai bisnisnya. Pelayanan jasa yang kian diminati oleh masyarakat luas ini lah yang menjadi momen yang baik untuk terus meningkatkan pelayanan jasa yang ditawarkan. Berikut merupakan grafik penjualan per bulan layanan jasa yang ditawarkan perusahaan:



Tabel 1.4 Total penjualan layanan jasa Bloom Petshop

Sumber : Data Perusahaan

Pada grafik diatas didapati bahwa selama pandemi Covid-19 berlangsung, penjualan produk layanan jasa justru mengalami peningkatan penjualan hingga mengalami jumlah penjualan tertinggi pada April 2022. Belum lagi bisnis *pet shop* yang juga dipengaruhi oleh faktor musiman yaitu penjualan yang mengalami perubahan jumlah penjualan diakibatkan berbagai faktor eksternal seperti peningkatan penjualan pada akhir pekan, hari libur panjang nasional, dan lain sebagainya yang mengakibatkan penjualan dapat berkesempatan untuk mengalami peningkatan. Bloom Petshop sudah menargetkan penjualan pada jasa khususnya pada pelayanan *grooming* untuk dapat mencapai penjualan sebanyak sembilan ekor hewan setiap harinya atau sebanyak 264 ekor setiap bulan. Target tersebut sudah dilakukan perhitungan sebelumnya, dengan mempertimbangkan faktor hari, waktu istirahat dan persiapan, jenis hewan, kendala yang mungkin terjadi, dan waktu proses *grooming*. Perumusan perhitungan tersebut dilakukan seperti berikut ini.

Waktu grooming kucing / anjing / kelinci			
waktu jeda (antisipasi hewan stress)			5
mandi			10
pengeringan			25
potong kuku, bersihkan telinga parfum, cukur bulu			10
Total waktu			50
Toko Buka, persiapan dan membersihkan lantai toko : (08:00-10:00)			
mulai service grooming pagi: (10:00-12:00)			
waktu tersedia (60 menit x 2 jam)	jumlah grooming yang dapat dilaksanakan (120/50)	karena terdapat dua pegawai (x1,5)	antisipasi sepi dan keterlambatan (-1)
120	2,4	3,6	2,6
Staff istirahat : (12:00-13:00)			
mulai service grooming siang: (13:00-17:00)			
waktu tersedia (60 menit x 4 jam)	jumlah grooming yang dapat dilaksanakan (240/50)	karena terdapat dua pegawai (x1,5)	antisipasi sepi dan keterlambatan (-1)
240	4,8	7,2	6,2
TOTAL TARGET GROOMING PER HARI			9
TOTAL TARGET GROOMING PER BULAN			264
Toko tutup : (19:00)			

Tabel 1.5 Tabel perumusan target layanan jasa Bloom Petshop

Sumber : Data Perusahaan

Namun pada Tabel 1.4 yang ditunjukkan diatas, menunjukkan bahwa sejak awal toko berdiri jumlah penjualan pelayanan jasa *grooming* per bulannya hanya terdapat satu kali yang dapat mencapai target yang diinginkan perusahaan, yakni sebanyak 269 ekor per bulannya. Perusahaan ingin mencapai target penjualan yang diinginkan, agar perusahaan dapat menjalankan pelayanan jasa dengan efektif dan efisien untuk memaksimalkan pendapatan perusahaan. Untuk itu, perusahaan ingin mengetahui faktor apa saja yang dapat meningkatkan penjualan tersebut. Selain itu, apakah terdapat adanya perubahan keinginan pelanggan sehingga perusahaan harus melakukan penambahan atau peningkatan layanan jasa mereka untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Berdasarkan faktor pandemi Covid-19 di Indonesia mengakibatkan adanya perubahan perilaku masyarakat untuk memulai memelihara hewan peliharaan dan didukung dengan data jumlah penjualan perusahaan Bloom yang mengalami peningkatan yang telah disampaikan diatas, dapat dilihat bahwa adanya perubahan perilaku masyarakat untuk membeli layanan maupun produk *Pet Care* kian meningkat. Hal ini dapat menimbulkan konsekuensi yang baik bagi penjualan perusahaan yang menyediakan dan menawarkan produk barang dan jasa khusus hewan peliharaan. Dikuatkan dengan data hasil wawancara bersama pemilik perusahaan Bloom, menyatakan bahwa layanan dan produk untuk hewan peliharaan seharusnya semakin laris seiring dengan kondisi lingkungan saat ini yang semakin kembali normal. Walaupun dalam kondisi pandemi yang sulit dihadapi, dimana

hampir seluruh masyarakat berusaha untuk mengurangi pengeluaran dan menyimpan uang mereka untuk menghadapi dan mengantisipasi hal yang tak terduga, namun dalam kondisi tersebut pencarian dan kebutuhan akan hewan peliharaan justru meningkat.

Hal tersebut membuat pemilik perusahaan optimis bahwa dalam kondisi perekonomian maupun kesehatan masyarakat yang saat ini kembali normal, akan mengakibatkan perekonomian masyarakat juga menjadi pulih yang berakibat daya beli masyarakat menjadi semakin tinggi. Hal tersebut membuat penulis mendasari penulisan ini untuk menyusun penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis pada Toko Bloom Petshop & Grooming di kota Bandung”, untuk mengetahui usulan strategi apa yang dapat meningkatkan penjualan khususnya pada penjualan layanan jasa *grooming* dan juga penitipan, apakah terdapat keinginan baru yang diinginkan pelanggan, dan apakah terdapat kekurangan atau diperlukan adanya peningkatan pada pelayanan tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Bloom Petshop & Grooming merupakan perusahaan yang selalu ingin memuaskan para penyayang hewan peliharaan dengan menghadirkan produk yang dikhususkan untuk hewan peliharaan dan layanan jasa *grooming* hewan dan penitipannya. Kondisi penjualan jasa perusahaan yang belum mencapai kapasitas maksimal sehingga belum mencapai target perusahaan yang ditetapkan, membuat perusahaan perlu untuk melakukan tindakan untuk dapat mencapai keinginan

pemilik perusahaan. Berdasarkan hal tersebut pokok permasalahan yang akan dibahas penulis yaitu :

1. Bagaimanakah kecenderungan tren permintaan pertumbuhan pada produk *Pet Care*? dan seberapa besar pertumbuhan atau penurunannya berdasarkan persentase.
2. Seperti apa prospek Bloom Petshop & Grooming untuk dapat tumbuh dan berkembang dalam menyikapi pertumbuhan permintaan yang ada? Dan bagaimana perusahaan menangkap peluang dari kecenderungan permintaan tersebut berdasarkan potensi perkembangannya.
3. Apa strategi pengembangan bisnis yang baik bagi perusahaan untuk mencapai pertumbuhan dan perkembangan lebih besar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah disebutkan diatas, tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui perkembangan pertumbuhan permintaan pada bisnis *Pet Care*.
2. Mengetahui kondisi industri dari perusahaan saat ini dan bagaimana perusahaan dapat mengambil peluang pertumbuhan permintaan semaksimal mungkin.
3. Memahami kondisi perusahaan saat ini dan memberikan saran bagi perusahaan agar menambah kekuatan dan meminimalisir kelemahan dalam perusahaan.

4. Memberikan usulan strategi yang berbentuk dokumen untuk dipegang bagi perusahaan dalam rangka untuk menumbuh kembangkan perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak yaitu :

- a. Bagi penulis :

Dapat menambah pengalaman bagi penulis untuk melakukan penelitian serta dapat menambah wawasan baik dalam teori maupun informasi praktek terutama mengenai perencanaan strategi bagi perusahaan untuk dapat bertahan dan berkembang.

- b. Bagi perusahaan Bloom Petshop & Grooming:

Hasil penelitian yang dilakukan dapat dijadikan sebagai referensi atau usulan yang dapat dipertimbangkan bagi perusahaan untuk melakukan pengembangan perusahaan mereka.

1.5 Profil Perusahaan

1.5.1 Sejarah Perusahaan

Bloom Petshop pertama kali dibentuk pada tahun 2020 lalu. Perusahaan akan menginjak umur ke tiga pada November nanti. Walaupun terhitung sebagai perusahaan yang baru berdiri, Bloom Petshop dapat

dengan cepat dikenal oleh pelanggannya berkat bantuan media sosial dan peta digital pada internet. Berkat kekonsistenan perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanan pada produk jasa yang diberikan membuat pelanggan sering untuk kembali dan membeli produk-produk yang ditawarkan perusahaan.

1.5.2 Profil Perusahaan

Bloom pada nama perusahaan diambil dari Bahasa Inggris *bloom* yang mempunyai arti berkembang atau bunga yang mekar. Nama ini juga diambil dari nama pohon Kepayang yang memiliki nama latin *Pangium edule*. Ex Blume yang dahulu sering di jumpai pada daerah jalan perusahaan yang beralamat di jalan Cikapayang kota Bandung. Bloom mewakili sebuah cerita dan persahabatan bersama dengan hewan peliharaan yang dapat direpresentasikan sebagai usaha yang akan terus tumbuh bersama dengan manusia.

1.5.3 Logo



Gambar 1.1 Logo Bloom Petshop & Grooming

Sumber : Pemilik Perusahaan

Terdapat tiga siluet pada logo Bloom yang memiliki arti berbeda:

- Siluet daun Kepayang
Ilustrasi daun dan buah Kepayang yang berbentuk oval yang mewakili nama perusahaan sekaligus alamat perusahaan.
- Siluet daun yang berkembang dan mekar
Ilustrasi ini menggambarkan perpaduan daun dan kucing yang berbentuk seperti bunga tulip yang sedang mekar yang memiliki arti perusahaan yang terus berkembang khususnya dalam industri *Pet Economy*.
- Siluet Hewan peliharaan
Ilustrasi hewan peliharaan kucing berwarna oranye dengan ekor nya yang besar, yang mengartikan perusahaan menyediakan kebutuhan hewan peliharaan yang diwakili dengan hewan kucing yang biasa dipelihara oleh masyarakat luas.

1.5.4 Lokasi

Perusahaan beralamat di jalan Cikapayang No.7, kelurahan Tamansari, kecamatan Bandung Wetan, kota Bandung. Alamat ini berlokasi ditengah kota Bandung dan berada dekat dengan perumahan dan pemukiman padat penduduk, hal ini membuat pelanggan dapat dengan mudah untuk mendatangi lokasi. Selain itu akses menuju jalan tersebut juga

mudah untuk diakses karena berada di pinggir jalan besar sehingga tidak merepotkan pelanggan ketika ingin berkunjung.

1.5.5 Visi dan Misi Perusahaan

1.5.5.1 Visi Perusahaan

Menjadi Petshop dengan kualitas pelayanan yang baik dan dapat memenuhi segala kebutuhan pelanggan.

1.5.5.2 Misi Perusahaan

1. Mengutamakan kepuasan pelanggan.
2. Menyediakan dan menawarkan berbagai keperluan hewan peliharaan.
3. Melayani pelanggan dengan sepenuh hati.

1.5.6 Penawaran Perusahaan

Perusahaan menawarkan berbagai macam produk jadi maupun produk jasa dalam memenuhi kebutuhan hewan peliharaan pelanggan. Produk yang ditawarkan sangat beragam dan memiliki kegunaannya masing-masing. Dengan beragamnya produk yang ditawarkan perusahaan

diharapkan dapat memenuhi segala keinginan dan kebutuhan pelanggan akan hewan peliharaan mereka.

1.5.6.1 Produk Jadi

Demi memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan, perusahaan menawarkan berbagai macam produk jadi. Produk jadi tersebut seperti makanan berat untuk hewan peliharaan, makanan ringan, vitamin, pasir, kalung, tali pengikat, gunting kuku, sisir, baju, sampo, parfum, obat-obatan, dan masih banyak lagi yang seluruh produk tersebut dikhususkan untuk hewan peliharaan. Produk jadi yang ditawarkan ini tidak diproduksi oleh perusahaan Bloom melainkan, perusahaan memposisikan diri untuk menjual produk jadi dari perusahaan produsennya, selain itu perusahaan juga melakukan penawaran dengan skema titip jual.

1.5.6.2 Produk Jasa

Selain menawarkan produk jadi, Bloom Petshop juga menawarkan produk jasa untuk memenuhi kebutuhan pasar. Produk jasa ini tersebut yaitu penitipan dan juga pemandian hewan peliharaan. Selain itu, untuk menunjang kebutuhan dalam pemandian hewan peliharaan, perusahaan juga menghadirkan jasa penjemputan hewan peliharaan yang dapat dilakukan dengan syarat tertentu. Oleh karena kebutuhan pasar yang tinggi dan

berpotensi dapat terjadi pembelian secara berkala, produk jasa ini menjadi fokus utama perusahaan dalam mencapai target perusahaan.

1.5.7 Marketing Mix

1. *Product* (Produk)

Bloom Petshop & Grooming merupakan sebuah perusahaan yang menawarkan berbagai jenis produk untuk hewan peliharaan. Produk yang ditawarkan sangatlah beragam, mulai dari makanan kering (dry food), makanan basah (wet food), vitamin, obat-obatan, aksesoris, kandang, mainan, dan masih banyak lagi. Seluruh produk yang ditawarkan perusahaan merupakan produk yang diterima dalam keadaan jadi yang sebelumnya telah lebih dahulu dipesan dan dikirim oleh distributor dan kemudian dijual kembali pada toko Bloom (retail).

Namun selain produk jadi yang ditawarkan, Bloom juga menyediakan layanan mandi (grooming), penitipan, dan antar jemput untuk hewan peliharaan pelanggan. Produk layanan tersebut cukup diminati pelanggan Bloom, baik pelanggan tetap maupun pelanggan baru. Adanya peningkatan permintaan produk layanan dan potensi pembeliannya yang berkala membuat produk layanan ini menjadi fokus utama Bloom, dan juga produk jasa tersebut memiliki persentase keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan penjualan produk jadi.



Gambar 1.2 Aneka produk barang jadi yang ditawarkan pada toko Bloom

Sumber : Dokumentasi Peneliti



Gambar 1.3 Kandang penitipan hewan peliharaan pada toko Bloom

Sumber : Dokumentasi Peneliti

2. *Price* (Harga)

Harga yang ditawarkan oleh Bloom baik pada produk jadi maupun produk jasa merupakan harga yang kompetitif bila dibandingkan dengan kompetitornya. Hal tersebut didasari oleh target pasar perusahaan yang menargetkan masyarakat dengan status ekonomi menengah dan menengah keatas. Selain itu harga yang ditawarkan juga sebanding dengan apa yang akan didapatkan pelanggan.

3. *Place* (Tempat)

Salah satu keunggulan yang dimiliki Bloom adalah lokasi toko yang berada didaerah yang strategis. Lokasi tersebut terletak di Jl Cikapayang No.7, Tamansari, Kota Bandung. Lokasi ini berada di tengah kota dan dapat diakses dengan mudah karena berada disamping jalan besar. Selain itu lokasi tersebut juga memiliki area parkir motor dan mobil yang cukup luas. Hal ini menjadi keunggulan bila dibandingkan dengan kompetitornya karena banyak dari kompetitor yang ada berada pada lokasi yang strategis namun tidak memiliki akses parkir yang baik.



Gambar 1.4 Area lokasi depan toko dan jalan Cikapayang (arah Gasibu)

Sumber : Dokumentasi Peneliti

4. *Promotion* (Promosi)

Bloom terus berupaya untuk menarik pelanggan berbelanja dan menggunakan layanan, salah satu cara yang ia lakukan adalah dengan memberikan promosi berupa diskon atau potongan harga. Potongan harga ini diberikan secara musiman berdasarkan acara atau hari raya besar yang dirayakan, seperti Idul Fitri, hari raya kemerdekaan Indonesia, dan tahun baru. Potongan harga ini diberikan dalam bentuk persentase yang nantinya dikalikan pada total harga produk yang dijual, baik itu produk jadi maupun produk layanan.

5. *Process* (Proses)

Operasional yang berjalan pada Bloom sangatlah sederhana. Pelanggan dapat langsung mengunjungi toko Bloom dan melakukan pembelian produk yang mereka inginkan. Apabila pelanggan membeli produk layanan, maka hewan peliharaan mereka akan

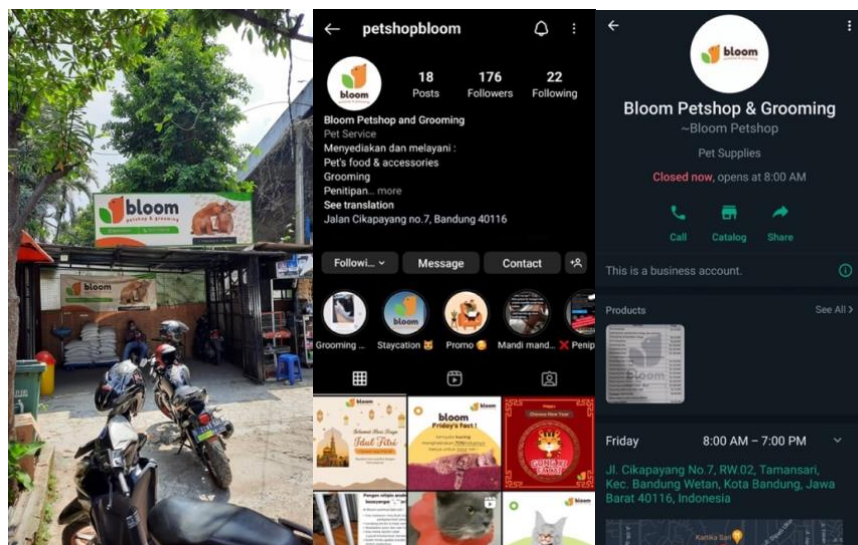
langsung diproses pelayanannya sesuai dengan nomor urut antrian yang didapat, pelanggan juga bisa melakukan reservasi terlebih dahulu melalui kontak sosial media yang tersedia. Penjemputan hewan peliharaan juga dapat dipesan melalui sosial media perusahaan dengan melampirkan alamat lengkap dan informasi mengenai layanan yang diinginkan.

6. *People* (Orang)

Sebelum masuk dan menjadi bagian dari Bloom, sumber daya manusia yang dimiliki oleh Bloom sudah dilakukan proses interview dan masa percobaan terlebih dahulu. Interview tersebut melihat mengenai kepribadian calon karyawan/ti dan pengalaman yang telah dimilikinya. Barulah ketika sudah memenuhi syarat dan lolos tahapan interview calon tersebut akan menjalani masa percobaan bekerja selama satu bulan penuh, setelah itu barulah diangkat menjadi pegawai tetap. Selama masa percobaan tersebut calon pegawai diawasi mengenai cara mereka merawat dan memperlakukan hewan, cara mereka melayani pelanggan seperti mengobrol dan bersikap, dan kejujuran serta kemampuan lainnya yang penting untuk dimiliki. Hingga sampai saat ini pegawai operasional Bloom berjumlah sedikitnya empat pegawai, yang terdiri dari dua *groomer* dan dua kasir.

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik yang dimiliki Bloom hanya terdapat pada toko fisiknya saja yang berada di satu tempat. Bloom belum mencoba untuk menghadirkan toko daring pada aplikasi *E-Commerce*. Penggunaan sosial media seperti *Instagram*, *Whatsapp*, dan *Facebook* hanya sebatas media berkomunikasi dengan pelanggan saja.



Gambar 1.5 Area depan toko, halaman profil Instagram dan Whatsapp Bloom

Sumber : Dokumentasi Peneliti