

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Perkembangan kota Surabaya yang cepat dengan pembangunan berbagai pusat perkantoran, industri, maupun permukiman menyebabkan banyaknya lahan kosong yang telah beralih fungsi. Perkembangan pembangunan kota yang pesat ini membuat berkurangnya beragam hewan yang semula menempati rawa-rawa maupun tempat-tempat liar lainnya. Hampir semua jenis hewan di Surabaya ini mendekati kepunahan sehingga jarang anak-anak yang dilahirkan di Surabaya mengetahui berbagai jenis hewan tanpa harus berkunjung ke Kebun Binatang Surabaya. Semakin sulit ditemuinya berbagai jenis hewan ini menyebabkan masyarakat Surabaya cenderung ingin memelihara berbagai jenis hewan (www.lingkungan_fauna.com). Hewan yang dimaksud dalam hal ini adalah hewan peliharaan semisal kelinci, anjing, kucing, dan lain-lain.

Fenomena ini ternyata mengilhami para pengusaha untuk membuka tempat penjualan hewan peliharaan sehingga dapat memuaskan keinginan konsumen yang suka memelihara hewan peliharaan. Tempat penjualan hewan peliharaan di Surabaya yang berdiri pertama kali adalah Pasar Burung Bratang. Pasar Burung Bratang ini dibangun sejak tahun 1978 dan didesain sebagai pasar hewan tradisional (sumber dari pengelola Pasar Burung Bratang). Kemudian muncul Pasar Ikan Hias Irian Barat yang terletak di tepi jalan Irian Barat Surabaya yang semula dipakai sebagai tempat penjualan hewan peliharaan dadakan dan akhirnya dibuka secara resmi oleh dinas Kelautan Surabaya sebagai tempat penjualan hewan peliharaan yang bersifat tradisional pula. Banyaknya tempat penjualan hewan peliharaan yang berdiri ini ternyata menarik perhatian pengelola Pakuwon Trade Centre (PTC) untuk mengajak mereka yang ingin membuka stan penjualan hewan peliharaan bergabung menjadi tenan di area Funnimal PTC. Dibangun dengan konsep modern dengan jam operasional setiap hari mulai dari pukul 11.00 hingga 21.00, Funnimal merupakan area di PTC yang dikhususkan untuk para tenan yang menjual aneka hewan peliharaan serta pernik-perniknya. Bagi para pengunjung yang datang akan disuguhi dengan berbagai macam hewan peliharaan yang ditawarkan oleh para penyewa stand seperti kelinci, anjing, ikan, burung

hingga reptil termasuk juga pernak-pernik untuk hewan peliharaan seperti tempat tidur, rumah-rumahan, bahkan tersedia pula alat-alat kecantikan yang memang dikhususkan bagi hewan peliharaan. Di PTC, para pengunjung juga diperbolehkan untuk membawa hewan peliharaannya asalkan hewan peliharaannya itu berada di area PTC.

Pada awal berdirinya Funnimal PTC (Agustus 2004), beberapa bulan pertama jumlah pengunjung area Funnimal cukup banyak dan hampir tiap hari tempat penjualan hewan peliharaan di PTC ini didatangi banyak pengunjung serta pembeli. Namun seiring dengan berjalannya waktu, jumlah pengunjung yang datang untuk membeli maupun sekedar melihat-lihat saja mengalami sedikit penurunan. ‘Dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, tahun ini memang mengalami penurunan minat konsumen untuk membeli hewan peliharaan di sini. Kebanyakan dari pengunjung hanya mampir dan lihat-lihat saja tapi tidak membeli’ (Pemilik tempat penjualan hewan peliharaan di Funnimal PTC *Pendowo*, wawancara informal, 23 Agustus 2006). Sama halnya dengan yang diungkapkan oleh Handoko yang mengatakan ‘Kalau peningkatan omzet toko sebenarnya mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya. Peningkatan ini didapatkan dari hasil penjualan pernak-perniknya, bukan penjualan hewan. Kalau pun ada yang membeli hewan disini, itu pasti pelanggan lamanya atau *repeat buyers*.’ (Pemilik tempat penjualan hewan peliharaan di Funnimal PTC *Pluto*, wawancara informal, 23 Agustus 2006). Berbagai promosi telah dilakukan oleh penyewa stand dengan memberikan iming-iming *discount* hingga 70%, tetapi rupanya hal itu masih saja kurang mendapat respon positif dari konsumen. ‘Padahal harga sudah diturunkan tapi masih saja tetap sepi pembeli. Tapi waktu liburan kemarin, sempat ramai pengunjung dan pembeli dimana pengunjung dan pembelinya itu dari luar kota yang sekalian berbelanja di SPI’ (Pemilik tempat penjualan hewan peliharaan di Funnimal PTC *Pochi*, wawancara informal, 23 Agustus 2006)

Lain halnya dengan Pasar Burung Bratang dan Pasar Ikan Hias Irian Barat, meski tempatnya tidaklah senyaman jika dibandingkan dengan Funnimal PTC namun kedua tempat tersebut masih saja ramai dikunjungi oleh pengunjung serta pembeli (Hasil survey tanggal 04 Nopember 2006). Seperti yang terjadi di Pasar

Ikan Hias Irian Barat yang hanya beroperasi pada hari Rabu, Sabtu dan Minggu dari pukul 16.00 hingga dini hari, para pembeli dan pengunjung rela berdesak-desakan hanya untuk sekedar melihat-lihat ataupun membeli. Begitu pula dengan Pasar Burung Bratang yang beroperasi setiap hari dari pukul 07.00 hingga pukul 17.00, meski siang hari udara di Pasar Burung Bratang sangat panas dan suasananya yang kurang begitu nyaman, masih saja ada pelanggan yang betah berkunjung ke sana. Sebagai tambahan, Pasar Burung Bratang dan Pasar Ikan Hias Irian Barat menjual hewan peliharaan yang beraneka ragam yang harganya bisa mencapai jutaan rupiah (Pengurus Pasar Burung Bratang - Mulyono, wawancara informal, 26 Agustus 2006). Istilah Pasar Burung di Pasar Burung Bratang dan Pasar Ikan Hias di Pasar Ikan Hias Irian Barat bukan berarti bahwa Pasar Burung Bratang dan Pasar Ikan Hias Irian Barat hanya menjual burung dan ikan saja melainkan juga hewan-hewan peliharaan lainnya seperti kelinci, monyet, kucing, kura-kura dan lain sebagainya. Istilah burung dan ikan hias hanya untuk menegaskan bahwa mayoritas hewan peliharaan yang dijual di Pasar Burung Bratang adalah burung dan untuk Pasar Ikan Hias Irian Barat mayoritas hewan peliharaan yang dijual adalah ikan hias.

Hasil survei pada 10 pengunjung yang dijumpai di Pasar Ikan Hias Irian Barat dan Pasar Burung Bratang yang dahulunya sering berkunjung ke area Funnimal Surabaya dan sekarang berpindah, ditemukan alasan-alasannya, sebagaimana ditunjukkan tabel berikut:

Tabel 1.1. Alasan Konsumen Meninggalkan Funnimal PTC

No	Pilihan tempat membeli hewan	Domisili	Alasan meninggalkan PTC
1	Pasar Burung Bratang	Surabaya Selatan	• Jauh dari lokasi tempat tinggal
2	Pasar Ikan Hias Irian	Surabaya Barat	• Produk sama seperti di PTC
3	Pasar Burung Bratang	Surabaya Timur	• Jauh dari lokasi tempat tinggal
4	Pasar Burung Bratang	Surabaya Timur	• Harga lebih tinggi • Produk sama
5	Pasar Ikan Hias Irian	Surabaya Selatan	• Jauh dari lokasi tempat tinggal • Produk sama seperti di PTC
6	Pasar Ikan Hias Irian	Surabaya Selatan	• Jauh dari lokasi tempat tinggal
7	Pasar Burung Bratang	Surabaya Barat	• Harga lebih tinggi
8	Pasar Ikan Hias Irian	Surabaya Utara	• Harga lebih tinggi
9	Pasar Ikan Hias Irian	Surabaya Selatan	• Jauh dari lokasi tempat tinggal
10	Pasar Burung Bratang	Surabaya Selatan	• Jauh dari lokasi tempat tinggal

Sumber: Survei, tanggal 07 Oktober 2006

Meskipun terdapat sejumlah penggemar hewan yang meninggalkan Funnimal PTC, namun juga tetap ada konsumen yang setia berkunjung ke Funnimal PTC. Berdasarkan pada hasil survey 10 orang penggemar hewan yang dahulunya menjadi pelanggan di Funnimal PTC tersebut, ditemukan informasi bahwa mereka lebih memilih Pasar Ikan Hias Irian Barat dan Pasar Burung Bratang karena berbagai faktor, diantaranya adalah faktor produk dimana hewan peliharaan yang ditawarkan oleh Funnimal PTC sama dengan hewan peliharaan yang ditawarkan oleh Pasar Ikan Hias Irian Barat dan Pasar Burung Bratang (semisal burung, kelinci, kura-kura, hewan melata seperti ular dan iguana) namun harga yang ditawarkan oleh Funnimal PTC relatif lebih tinggi, kemudian faktor lokasi yang jauh dengan tempat tinggal mereka. Sedangkan sebagian dari konsumen Funnimal PTC yang tetap setia membeli hewan peliharaan di Funnimal PTC ditemukan bahwa mereka lebih mengutamakan pelayanan yang tidak bisa mereka temukan seperti di Funnimal PTC (wawancara informal dengan beberapa konsumen Funnimal PTC, 26 Agustus 2006). Berdasarkan pada temuan-temuan ini, maka dikembangkan sebuah penelitian untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen datang ke tempat penjualan hewan peliharaan di luar Funnimal PTC (Pasar Ikan Hias Irian Barat dan Pasar Burung Bratang) serta Funnimal PTC sendiri. Diantara berbagai faktor tersebut antara lain adalah faktor produk, harga, lokasi, dan pelayanan tempat penjualan hewan peliharaan.

1.2 . Perumusan Permasalahan

Berdasarkan uraian diatas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah faktor produk, harga, lokasi dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian hewan peliharaan baik di luar Funnimal PTC (Pasar Ikan Hias Irian Barat dan Pasar Burung Bratang) maupun di Funnimal PTC?
- b. Faktor apakah yang paling dominan diantara faktor produk, harga, lokasi, dan pelayanan yang mempengaruhi konsumen untuk memutuskan membeli hewan peliharaan di Pasar Ikan Hias Irian Barat dan Pasar Burung Bratang.

- c. Faktor apakah yang paling dominan diantara faktor produk, harga, lokasi, dan pelayanan yang mempengaruhi konsumen untuk memutuskan membeli hewan peliharaan di Funnimal PTC.
- d. Apakah terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap faktor produk, harga, lokasi, dan pelayanan tempat penjualan hewan peliharaan di luar Funnimal PTC (Pasar Ikan Hias Irian Barat dan Pasar Burung Bratang) dan di Funnimal PTC?

1.3 . Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah penelitian ini, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui apakah faktor produk, harga, lokasi dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian hewan peliharaan baik di luar Funnimal PTC (Pasar Ikan Hias Irian Barat dan Pasar Burung Bratang) maupun di Funnimal PTC.
- b. Untuk mengetahui faktor apakah yang paling dominan di antara faktor produk, harga, lokasi, dan pelayanan tempat penjualan hewan peliharaan terhadap keputusan pembelian untuk hewan peliharaan di luar Funnimal PTC (Pasar Burung Bratang dan Pasar Ikan Hias Irian Barat).
- c. Untuk mengetahui faktor apakah yang paling dominan di antara faktor produk, harga, lokasi, dan pelayanan tempat penjualan hewan peliharaan terhadap keputusan pembelian untuk hewan peliharaan di Funnimal PTC.
- d. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap faktor produk, harga, lokasi, dan pelayanan tempat penjualan hewan peliharaan di luar Funnimal PTC (Pasar Ikan Hias Irian Barat dan Pasar Burung Bratang) dan di Funnimal PTC?

1.4. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Pemilik Usaha Tempat Penjualan Hewan peliharaan di Pasar Ikan Hias Irian Barat dan Pasar Burung Bratang

Diharapkan penelitian ini memberikan masukan dan dijadikan dasar koreksi atas kehadirannya selama ini sehingga dapat mempertahankan konsumennya serta dapat meningkatkan mutu pelayanannya.

- b. Bagi pengelola PTC dan para penyewa stand Funnimal PTC

Diharapkan penelitian ini dapat memberi masukan dan dijadikan dasar koreksi atas kehadiran Funnimal PTC sehingga pihak pengelola dapat mempertahankan keberadaan Funnimal PTC dan menjadikannya sebagai ikon yang unik dari mall yang dikelolanya serta para penyewa stand di Funnimal PTC

- c. Bagi pemilik usaha tempat penjualan hewan peliharaan lainnya

Penelitian ini diharapkan dapat membantu mereka untuk mempertahankan konsumennya serta memperbaiki kualitas pelayanan dan hewan peliharaan yang ditawarkan.

- d. Bagi pengguna data untuk kepentingan akademis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, bisa dijadikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

1.5 . Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada pembahasan mengenai pengaruh produk, harga, lokasi, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Burung Bratang, Pasar Ikan Hias Irian Barat, dan di area Funnimal PTC. Variabel yang dipilih untuk dianalisa adalah variabel produk, harga lokasi, dan pelayanan. Sedangkan obyek penelitian difokuskan di tiga tempat yaitu di luar Funnimal PTC (Pasar Ikan Hias Irian Barat dan Pasar Burung Bratang) dan di Funnimal PTC. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan September 2006 sampai dengan Desember 2006.