

Studi Kajian Peluang Bisnis Pakan Kucing Di Era Digital

¹Rezki Apri Zulharji Siswanto, ²Rita Saragih, ³Yopi G.O.S Harefa,

⁴Friska Sitompul, ⁵Dewi Mahrani Rangkyu

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Pembangunan Panca Budi

Korespondensi penulis: rithasaragih0202@gmail.com

Abstract. *In today's digital era, cats are one of the most popular pets in the community. Cats are cute and adorable animals and can even be believed to relieve stress and reduce tension after doing daily activities. As the number of people who keep cats increases, of course, this has an impact on the sale of cat feed which is quite increasing where many people are in the cat feed business because it is a promising business. Types of cat feed consist of dry feed and wet feed that can be sold both online and offline.*

Keywords: *Business, Digital Era, Feed, Cats, Opportunity*

Abstrak. Di era digital seperti sekarang ini kucing merupakan salah satu hewan peliharaan yang digemari pada masyarakat. Kucing merupakan hewan yang lucu dan juga menggemaskan bahkan dapat dipercaya juga bisa menghilangkan stres dan mengurangi ketegangan sehabis melakukan aktivitas seharian. Seiring bertambahnya masyarakat yang memelihara kucing, tentunya hal tersebut berdampak pada penjualan pakan kucing yang cukup meningkat dimana banyak masyarakat yang berbisnis pakan kucing dikarenakan menjadi bisnis yang cukup menjanjikan. Jenis pakan kucing terdiri dari pakan kering dan pakan basah yang bisa di jual baik secara online maupun offline.

Kata kunci: *Bisnis, Era Digital, Pakan, Kucing, Peluang*

LATAR BELAKANG

Strategi pemasaran merupakan salah satu awal dalam rangka mengenalkan produk pada konsumen dan ini akan menjadi sangat penting karena akan berkaitan dengan keuntun yang akan diperoleh oleh perusahaan. Strategi pemasaran akan bisa berguna dengan optimal bila didukung dengan perencanaan yang terstruktur baik dari faktor internal, dari dalam diri konsumen ataupun pengaruh eksternal yaitu rangsangan luar yang dilakukan oleh pelaku usaha. Seiring perkembangan zaman banyak muncul berbagai macam bidang usaha, baik yang bergerak di bidang pruduk ataupun jasa, dimana usaha tersebut tidak lain untuk tetap hidup dan berkembang, serta dapat menghasilkan keuntungan untuk para pemilik usaha. Tujuan tersebut dapat di capai melalui upaya untuk

mempertahankan dan meningkatkan keuntungan atau laba operasional perusahaan (Asgandi, 2020).

Hal ini dapat dilakukan jika perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk yang mereka jual. Semakin majunya teknologi dengan begitu pesatnya masa sekarang ini, maka makin berkembang juga sasaran dan tujuan yang akan dicapai oleh pelaku usaha. Dalam hal serupa pemasaran perlu mendapat perhatian serius oleh pelaku Usaha. Terutama didalam proses penetapan strategi pemasaran harus benar-benar matang, sehingga strategi pemasaran yang dipilih akan mampu menembus pasar. Apalagi kondisi persaingan yang semakin ketat seperti saat ini, kemampuan untuk merebut pangsa pasar akan mempengaruhi kelangsungan hidup Usaha itu sendiri (Asgandi, 2020).

KAJIAN TEORITIS

Dalam konteks pembicaraan umum, bisnis (*business*) tidak terlepas dari aktifitas produksi, pembelian, penjualan, maupun pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan. Aktivitas dalam bisnis pada umumnya punya tujuan menghasilkan laba untuk kelangsungan hidup serta mengumpulkan cukup dana bagi pelaksanaan kegiatan si pelaku bisnis atau bisnismen (*businessman*) itu sendiri (M. Fuad, 2000).

Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. kata bisnis dari bahasa Inggris *business* yang dari kata dasar *busy* yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Atau bisnis dalam arti luas adalah semua aktivitas oleh komunitas pemasok barang dan jasa. Secara sederhana, bisnis adalah semua kegiatan yang dilakukan seseorang atau lebih yang terorganisasi dalam mencari laba melalui penyediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat (Tantri, 2009).

Di era dimana hampir semua hal saat ini sudah serba digital dan ini sangat bermanfaat pada sebuah bisnis salah satunya menjual pakan kucing. Menjual pakan kucing online maupun offline saat ini menjadi salah satu peluang bisnis yang sangat menjanjikan ketika melihat semakin banyaknya manusia pecinta kucing.

Di Indonesia jumlah pemilik kucing sangat banyak pada saat ini, Banyak orang memilih kucing sebagai peliharaan di rumah. Kucing dipilih karena tingkah lakunya yang lucu, cantik, menggemaskan, dan bersahabat. Banyak pecinta kucing dipelihara untuk

menghilangkan stress ataupun mengurangi ketegangan sehabis melakukan pekerjaan. Kucing sendiri dengan tingkah lakunya yang lucu dapat membuat sang pemilik merasa tenang dan terhibur. Dahulu seseorang memelihara kucing untuk membantu membasmi tikus yang ada dirumah, juga untuk menjaga rumah. tetapi sekarang, memelihara kucing merupakan suatu hobi di kalangan masyarakat (Meilizia, 2014).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode penelitian studi literatur melalui studi keputusan yang bersumber dari jurnal-jurnal hasil penelitian terdahulu (Kurniawan, 2014) yang berkaitan dengan judul, juga melalui akses data-data yang diperoleh dari website sebagai publikasi informasi. Penelitian deskriptif kualitatif dapat diartikan bahwa peneliti sebagai instrumen kunci dimana teknik pengumpulan data dilakukan dengan penggabungan dan analisis data secara induktif (Sugiyono, 2012) sehingga menghasilkan dan mengelola data yang bersifat deskriptif seperti menarasikan hasil wawancara dan atau observasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menyediakan Jenis Makanan Kucing yang Akan Dijual

Makanan kucing adalah makanan khusus yang diberikan dan dikonsumsi oleh kucing. Makanan kucing harus memiliki kebutuhan gizi yang dibutuhkan oleh kucing, yaitu makanan yang banyak mengandung vitamin dan asam amino. Pada umumnya makanan kucing terdiri dari makanan kering dan makanan basah. Makanan kering mengandung 8-10% air yang dimana dibuat dengan cara ekstrusi daging dengan tekanan suhu yang tinggi makanan kering dapat ditambahkan bahan lain seperti lemak makanan dengan cara disemprotkan untuk meningkatkan palatibilitas dan rasa. Adapun beberapa merk makanan kering yang berkualitas bagus antara lain: Whiskas Dry Cat Food, Felibite Dry Cat Food, Bolt, Royal Canin, MeO, Friskies Meaty Grills, Minino Nutritively Delicious Tuna (Asikin, 2021). Makanan kering memiliki harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan jenis makanan kucing lainnya. Kelebihan lainnya dari makanan kering ini adalah, makanan ini baik untuk kesehatan gigi dan makanan ini juga tidak mudah rusak dan rasanya dapat bertahan selama beberapa hari, walaupun dibiarkan di dalam mangkuk makanan kucing. Makanan basah atau makanan kaleng mengandung 75-78% air umumnya datang dalam berbagai ukuran kaleng, yaitu 3 ons (85 gram), 5,5 ons

(156 gram), dan 13 ons (369 gram). Makanan basah juga dijual dalam bentuk kantong plastik foil dan juga saset. Makanan ini dibuat dari daging berkualitas tinggi. Makanan basah dibuat dengan cara digiling dan dicampur dan kemudian ditumbuk agar menjadi bubur. Makanan basah secara sistematis telah disterilkan dan dipasteurisasi. Adapun beberapa merk makanan basah antara lain: Whiskas, Kitchen Flavor, Royal Canin, Supercat, Fancy Feast, Nature Bridge (Nabila, 2023).

Melakukan Upaya Pemasaran yang Tepat

Setelah tahu jenis dari makanan kucing maka perlu dilakukan upaya pemasaran pakan kucing tersebut dengan tepat. Penjual harus paham terlebih dahulu konsumen tersebut, berikut upaya pemasaran antara lain:

- a) Menjalin dengan banyak rekan target market
- b) Persaingan harga terhadap pesaing sesama pebisnis
- c) Mencari pemasok barang dengan harga murah
- d) Promosi barang melalui sosial media
- e) Menunjukkan testimoni nyata menggunakan produk yang dijual
- f) Menjual barang baik secara *online* maupun *offline*
- g) Mengadakan program bonus pembelian
- h) Membuat bundle pricing
- i) Melakukan paking kemasan yang *safety* sehingga pembeli merasa aman

Perkembangan Bisnis Pakan Kucing di Era Digital

Pergerakan zaman menuju era otomatisasi menjadi suatu langkah besar dalam peradaban manusia. Penggunaan teknologi otomatisasi yang terintegrasi dengan bantuan koneksi internet telah banyak membantu kehidupan sehari-hari. Contohnya adalah penjualan pakan hewan kucing. Sejak berkembangnya bisnis baik *offline* dan *online*, para ahli teknologi menciptakan aplikasi berbelanja yang bisa disebut dengan *e-commerce*, hal ini untuk mempermudah dan menghindari penipuan atau kerugian antara penjual dan pembeli. Di sisi lain *e-commerce* juga memperluas ruang lingkup proses dimana jual beli tidak hanya didalam negeri namun juga di luar negeri.

Dalam hal ini akan memberikan salah satu contoh usaha yang dalam masa ini daya beli barang ini mengalami peningkatan yaitu usaha pakan kucing, yang dimana sebelumnya para masyarakat tidak terlalu peduli dengan kebutuhan kucing, namun

dikarenakan banyaknya edukasi tentang kucing dari dokter maupun organisasi pecinta kucing maka timbul mindset baru dimasyarakat yang menimbulkan keinginan untuk pemenuhan kebutuhan kucing dan pastinya meningkatkan daya beli produk kebutuhan kucing. Oleh sebab itu para usaha melihat bisnis pakan kucing sangat menjanjikan saat ini agar usaha mereka semakin berkembang, maka para pengusaha menjual produk kebutuhan kucing di e-commerce agar proses jual beli dan perputaran modal dengan cepat.

Kelebihan dan kekurangan Bisnis Pakan Kucing di Era Digital

Berikut beberapa kelebihan bisnis pakan kucing di era digital:

- a) Meminimalisir pengeluaran operasional
- b) Menghemat tenaga dan waktu
- c) Tidak membutuhkan modal banyak sehingga proses mendirikan bisnis di lakukan dengan mudah
- d) Mempercepat perputaran modal

Didalam kelebihan terdapat juga beberapa kekurangan bisnis pakan kucing di era digital:

- a) Kadang kala terjadi keterlambatan pengiriman barang
- b) Interaksi dengan orang menjadi lebih sedikit karena online shop hanya menggunakan cara interaksi jual beli dengan perantara smartphone dan komputer.
- c) Meningkatnya sampah plastik untuk packing barang agar aman

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada pembahasan di atas bisa kita simpulkan bahwa perubahan digital membawa perubahan yang cukup membantu, baik dari penjual dan dari pihak pembeli serta modal yang dibutuhkan juga tidak harus besar karena tidak perlu untuk sewa tempat, biaya promosi, cukup menggunakan sosial media dan e-commerce yang sudah disediakan untuk mempromosikan produk atau jasa, dan mengharuskan penjual untuk kreatif dalam mempromosikan produk atau jasa maka itu Dalam era digital masyarakat harus siap menghadapi perubahan dan hal tersebut tidak dapat dihindari. Diwaktu yang akan datang mungkin saja akan ada perubahan yang akan lebih besar oleh sebab itu persiapkan diri

untuk menghadapi perubahan dan mau untuk selalu belajar agar kedepannya tidak akan kalah saing dalam berbisnis, selalu menciptakan inovasi berbisnis yang baru.

UCAPAN TERIMA KASIH

Studi kajian ini dilaksanakan dalam upaya memenuhi tugas mata kuliah Pengantar Bisnis & Inovasi sebagai persyaratan untuk mendapatkan nilai. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Dosen pengampu mata kuliah sebagai salah satu anggota penulis.

DAFTAR REFERENSI

Asgandi, S. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Kurnia Petshop Bankarmasin.*

Asikin, M.N. (2021). *Merek Makanan Kering Kucing Berkualitas Bagus.*

Dr. Francis Tantri. (2009). *Pengantar Bisnis.* Jakarta: Rajawali Pers.

Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis.*

M. Fuad, Christin H, Nurlela, Sugiarto, Paulus, Y.E.F. (2000). *Pengantar Bisnis.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Meilizia, E. (2014). *Perananan Public Relations dalam Fenomena Catshow sebagai Stratifikasi Sosial Ekonomi Komunitas Cat Lovers.*

Nabila. (2023). *Merek Makanan Basah Kucing Terbaik.*

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif.* ALFABETA.

https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Makanan_kucing