

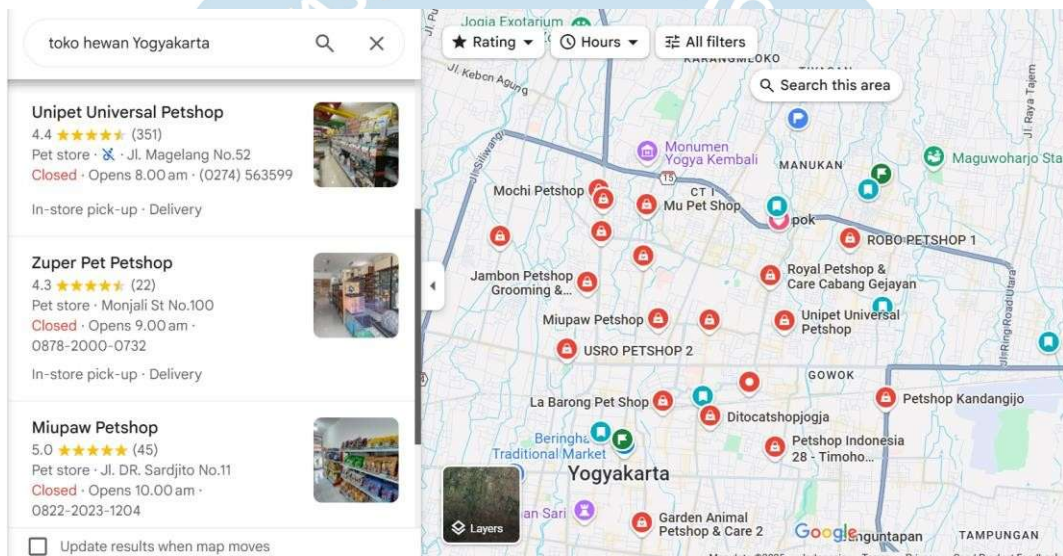
BAB II

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

A. *Pet Shop Furology*

Pet shop atau toko hewan adalah unit usaha yang menyediakan barang dan jasa terkait perawatan serta kebutuhan hewan kesayangan. Di Yogyakarta sebagian besar toko hewan menyebut dirinya dengan istilah *pet shop*.

Gambar 2.1



Hasil pencarian "*Pet Shop*" di google map area Yogyakarta.

(Sumber: Google Map)

Menurut Jurnal Agribisnis Universitas Lampung (Nadila & Wardani, 2020), *pet shop* merupakan bentuk bisnis ritel yang menjual produk seperti pakan, aksesoris, vitamin, serta menyediakan layanan seperti *grooming*, vaksinasi, hingga penitipan hewan. Sesuai dengan jurnal tersebut, fungsi *pet shop* telah meluas dari sekadar tempat penjualan produk namun juga melayani jasa bahkan menjadi pusat pelayanan dan perawatan hewan.

Pet shop pada umumnya melayani penjualan produk atau layanan jasa yang berhubungan dengan hewan yang didomestikasi atau disebut hewan kesayangan seperti

seperti anjing, kucing, kelinci, hamster, ikan hias, dan burung non-dilindungi. Ketentuannya terdapat dalam UU No. 5 Tahun 1990 serta Permen LHK No. P.106/MENLHK/SETJEN/KUM.1/12/2018 tentang jenis satwa yang boleh dipelihara secara legal di Indonesia. Anjing, kucing, dan hewan lain yang dilayani di *pet shop* adalah hewan kesayangan yang tidak masuk dalam hewan dilindungi dan hewan ternak.

Layanan *Pet Shop* Furology adalah sebagai berikut:

a. *Grooming*

Grooming adalah layanan perawatan kebersihan dan kesehatan ringan bagi hewan kesayangan. Kegiatannya meliputi mandi, menyisir bulu, pemotongan kuku, pembersihan telinga, dan pengecekan kondisi fisik umum. Menurut Farida & Yanti (2022), grooming tidak hanya berfungsi menjaga kebersihan, tetapi juga membantu deteksi dini masalah kesehatan.

b. *Pet Hotel*

Pet Hotel atau penitipan hewan adalah layanan menjaga dan merawat hewan kesayangan selama pemiliknya tidak dapat melakukannya, misalnya saat bepergian. Penitipan umumnya menyediakan tempat, pakan, dan perhatian dari petugas yang terlatih. Menurut data dari Jurnal Peternakan Terapan (Sari & Nugroho, 2021), kebutuhan akan penitipan hewan meningkat seiring gaya hidup urban dan meningkatnya kesadaran pemilik terhadap kenyamanan hewan. Dalam pelayanan ini, komunikasi interpersonal menjadi penting untuk membangun kepercayaan, menginformasikan kondisi hewan secara rutin, dan memberikan jaminan rasa aman kepada pemilik.

c. Pet Taxi

Pet taxi adalah jasa antar-jemput hewan kesayangan dari dan ke lokasi tertentu, seperti rumah, *pet shop*, atau klinik hewan. Layanan ini dirancang untuk memudahkan pelanggan yang tidak memiliki waktu atau sarana transportasi sendiri untuk membawa hewan mereka ke tempat layanan. Menurut studi oleh Trinanda (2022) dalam Jurnal Transportasi dan Pelayanan Jasa, layanan pet taxi menjadi nilai tambah yang memberikan kenyamanan dan efisiensi waktu dan tenaga bagi pelanggan. Interaksi komunikasi *pet taxi* antara pelanggan dan pegawai masih berjalan secara langsung karena pihak yang memberikan hewan kepada pengemudi armada adalah pemilik langsung dan pemesanan masih dilakukan melalui pembicaraan whatsapp.

d. Penjualan Barang

Pet shop umumnya juga menyediakan berbagai produk kebutuhan hewan, seperti makanan kering dan basah, vitamin, kasur, kandang, pasir kucing, mainan, tali pengaman, serta aksesoris lainnya. Produk-produk ini mendukung pemeliharaan harian hewan kesayangan. Komunikasi terjadi saat pembelian dan konsultasi sebelum pembelian. Pelanggan meminta rekomendasi produk yang sesuai dengan kebutuhan. Dalam hal ini, pegawai *pet shop* perlu memiliki kemampuan komunikasi interpersonal untuk menjelaskan manfaat, perbandingan, dan fungsi produk secara ramah dan informatif untuk memberi solusi pada masalah yang dibawa oleh pelanggan.

Furology merupakan sebuah pet shop yang berdiri pada awal tahun 2022 dan saat ini berlokasi di Ruko Sumber Baru Square kavling P Kota Yogyakarta. *Pet shop* ini menyediakan layanan holistik untuk hewan kesayangan, khususnya anjing dan kucing.

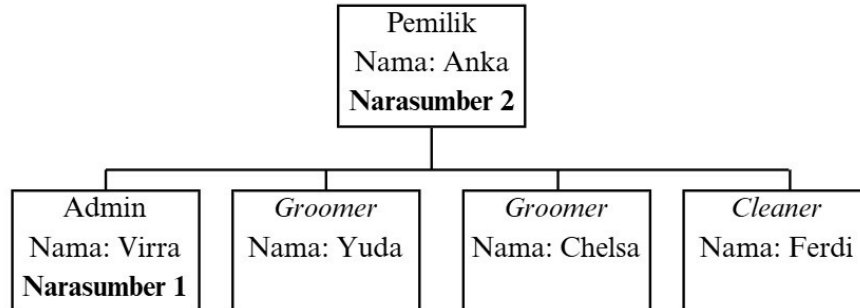
Layanan yang tersedia mencakup *grooming*, penitipan hewan, penjualan produk kebutuhan hewan, serta layanan antar-jemput yang dikenal dengan sebutan *pet taxi*. Keberagaman layanan tersebut menjadikan Furology sebagai penyedia jasa perawatan hewan yang komprehensif dan terfokus pada kenyamanan serta kesejahteraan hewan kesayangan.

Secara struktural, Furology didukung oleh lima orang pegawai yang terdiri atas dua *groomer*, satu orang petugas kebersihan (*cleaner*), satu pegawai administrasi yang dalam pekerjaannya berkomunikasi dengan pelanggan. Komunikasi interpersonal antara pegawai dan pelanggan menjadi aspek yang esensial dalam memberikan pemahaman mengenai jadwal perawatan, prosedur layanan, serta edukasi dasar terkait kesehatan dan kebersihan hewan. Furology memperoleh penilaian positif dari pelanggan, yang tercermin dari perolehan penilaian bintang lima di *Google Maps*.

Penilaian tersebut menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap kualitas layanan, sikap pegawai, serta kenyamanan fasilitas yang disediakan. Letaknya yang mudah diakses serta pelayanannya yang bersifat personal menjadi keunggulan tersendiri dibandingkan *pet shop* lain di kawasan sekitarnya. Berdasarkan karakteristik tersebut, Furology dipilih sebagai lokasi penelitian karena menyediakan berbagai bentuk layanan dalam satu tempat dan melibatkan interaksi langsung maupun online antara pegawai dan pelanggan dalam setiap bentuk layanannya. Oleh karena itu, *pet shop* ini menjadi lokasi yang relevan untuk mengkaji bagaimana praktik komunikasi interpersonal yang dilakukan dapat membentuk dan memengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan *pet shop*.

Gambar 2.2

Bagan Organisasi Furology



Bagan Organisasi Furology
(Sumber: Furology)

B. Kegiatan di Furology

Pelanggan dapat mencoba datang langsung atau melakukan reservasi terlebih dahulu dari whatsapp. Reservasi dilakukan untuk menghindari antrian atau jika jadwal hari tersebut sudah penuh. Setelah membuat reservasi, pelanggan ada yang datang langsung ke lokasi atau menggunakan jasa antar jemput hewan. Layanan *grooming* berlangsung selama kurang lebih dua jam. Jika dititipkan, pemilik menerima kabar hewannya satu kali sehari berbentuk tulisan dan video yang akan dikirim melalui *whatsapp*. Layanan lainnya terdapat antar-jemput, *laundry* perlengkapan hewan, dan penjualan pakan.

C. Narasumber

1. Narasumber 1: Pegawai Admin Furology bernama Virra

Pegawai admin adalah orang yang bertugas merespon pesan yang masuk.

Pesan tersebut bisa datang dari WhatsApp, Telfon, atau pelanggan yang langsung datang. Lokasi kerja Pegawai Admin ada di meja kasir pintu masuk.

Pekerjaan utama admin adalah berkomunikasi dengan pelanggan, membuat jadwal, dan mengurus pembayaran.

Pegawai admin menjadi narasumber utama karena merupakan individu yang melakukan komunikasi interpersonal dengan pelanggan paling intens. Admin juga individu pertama yang ditemui oleh pelanggan saat sampai di toko. Secara dominan seluruh komunikasi yang dilakukan pelanggan terhadap Furology datang melalui admin. *Groomer* dan *Cleaner* tidak melakukan komunikasi dengan pelanggan, seluruh informasi melalui admin.

2. Narasumber 2: Pemilik Furology Bernama Anka

Pemilik Furology bernama Anka menjadi narasumber kedua untuk mengetahui latar belakang, kegiatan, dan tujuan *pet shop*. Pemilik dapat menjelaskan proses dan pengelolaan bisnis Furology supaya penulis mendapat informasi lebih detail mengenai komunikasi dan kepuasan pelanggan. Pemilik juga masih aktif berkegiatan di Toko sehingga dapat memberikan gambaran sesungguhnya mengenai kegiatan, komunikasi, dan kepuasan pelanggan Furology.

3. Narasumber 3: Pelanggan 1 bernama Kiran

Pelanggan 1 dipilih karena merupakan pelanggan setia dari awal tahun 2022. Pembelian berulang yang variatif dan rutin dengan jangka waktu setiap 2 minggu membuat Kiran menjadi narasumber yang dapat memberikan informasi terkait komunikasi dan kepuasan. Lokasi tempat tinggal Kiran tergolong jauh, berada di Yogyakarta bagian selatan sedangkan Furology berada di bagian utara. Kesetian ini membuat penulis tertarik untuk mewawancarai Kiran. Terakhir, didukung dengan latar belakang pekerjaan

narasumber di bidang pendidikan penulis berharap informasi yang diberikan narasumber jelas dan proses wawancara dapat berjalan tanpa hambatan kognitif atau bahasa.

4. Narasumber 4: Pelanggan 2 bernama Sherly

Pelanggan kedua dipilih karena aktif mempromosikan Furology di media sosial pribadi dan hewan kesayangan. Promosi yang aktif dibagikan ini dinilai layak untuk Sherly menjadi narasumber karena sudah terlihat bahwa terdapat dampak kepuasan dari pelanggan. Hewan milik Sherly rutin dititipkan di Furology setiap 2-3bulan selama kurang lebih 3 minggu. Pelanggan 2 juga diharapkan dapat memberikan informasi yang detail melihat latar pekerjaan di bidang pendidikan.