

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri *pet care* mengalami perkembangan pesat seiring dengan meningkatnya tingkat kepemilikan hewan peliharaan, serta perubahan pola hubungan manusia dengan hewan peliharaannya (Lubis, 2024). Survei Rakuten Insight mencatat sebanyak 67% responden memiliki hewan peliharaan (Ridwan, 2023), angka ini diperkuat oleh survei Intage Group yakni pada tahun 2023 mencapai 80,7% (Lubis, 2024). Kondisi ini memicu pertumbuhan bisnis di industri *pet care* seperti klinik hewan, *pet grooming*, *pet shop*, hingga *pet hotel*. *Pet Care Market* Global sendiri diproyeksikan mengalami kenaikan dengan rata-rata pertumbuhan tahunan sebesar 7,4% selama periode 2023 hingga 2033 (Choudhury, 2023). Indonesia juga tergolong pasar yang berpotensi, dimana Syahroni Djaidi selaku Ketua Umum PPMHKI menyampaikan bahwa sektor ini diproyeksikan akan mencapai nilai pasar sebesar Rp 1,7 miliar di tahun 2027 (Jakarta Pet Expo, 2024).

Di tengah pertumbuhan global dan nasional industri ini, terdapat berbagai tantangan yang dihadapi baik dari sisi pemilik hewan peliharaan maupun pelaku usaha. Dari sisi pemilik, kesibukan menjadi salah satu penghambat yang berdampak buruk dalam pola perawatan hewan. Selain itu, ketidakpraktisan dalam mengakses informasi *pet care* yang belum terintegrasi seperti lokasi, jenis layanan, dan harga, dari *pet care* yang masih terpencar, terutama dari usaha yang beroperasi secara konvensional, juga keterbatasan layanan pada *platform* tertentu membuat pelanggan memerlukan beberapa *platform* berbeda (Charmaraman et al., 2022, h.4).

Di sisi lain, para pelaku usaha juga menghadapi beberapa tantangan yang menghambat pengembangan bisnis mereka seperti kurangnya eksposur bisnis yang membuat mereka sulit menjangkau pasar yang lebih luas. Adapun pelaku usaha yang kesulitan dalam beradaptasi dengan teknologi dan masih bergantung pada sistem operasional yang diterapkan secara konvensional, seperti pengecekan katalog dan rekap jual beli yang dilakukan secara manual, dimana tidak hanya

membatasi efisiensi, tetapi juga mengurangi daya saing mereka di era digital. *Platform pet care* yang tersedia saat ini cenderung eksklusif untuk satu bisnis terkait. Hal inipun dapat membatasi akses pasar, terutama bagi pelaku usaha yang memiliki keterbatasan sumber daya untuk mengembangkan aplikasi sendiri.

Berdasarkan kondisi yang terjadi, maka terciptalah kesenjangan antara kebutuhan pelanggan dengan kemampuan pelaku usaha untuk menyediakan layanannya. Para pemilik hewan cenderung mencari layanan perawatan yang lebih praktis dan mudah diakses (Charmaraman et al., 2022, h.14), sementara pelaku usaha sulit menghadirkan solusi yang dapat memenuhi kebutuhan para pemilik. Alhasil tanpa inovasi yang relevan dan ketiadaan *platform* umum digital ditengah perkembangan teknologi dan perubahan siklus ekonomi, beberapa bisnis di industri ini sulit untuk berkembang bahkan untuk bertahan (Hidayat et al., 2023, h.1014).

Dari kedua sudut pandang permasalahan tersebut, dibutuhkan media interaktif yang memberikan kemampuan seseorang untuk berinteraksi dengan elemen yang ada, guna mencapai hasil tertentu (Indartiwi et al., 2020, h.30). Salah satu media interaktif yang dapat memfasilitasi proses pembelajaran yang mandiri dan efisien sehingga informasi tersampaikan lebih efektif adalah aplikasi (Cairncross & Mannion, 2001, h.159). Aplikasi juga mampu mengintegrasikan berbagai kebutuhan dengan menyatukannya dalam satu *platform*, meningkatkan kenyamanan, serta mendukung bisnis beroperasi lebih efisien (Santoso, 2023). Selain itu, aplikasi dapat menyediakan akses *real-time* ke data sehingga menjadikan aplikasi sebagai solusi yang relevan dalam menjawab tantangan industri *pet care*.

Oleh sebab itu, penulis akan membuat perancangan aplikasi AluPet *Merchant* untuk mendukung digitalisasi dan pengembangan usaha di industri *pet care*, meningkatkan efisiensi sistem operasional dan pengelolaan layanan *pet care*. Perancangan ini merupakan lanjutan dari proyek penulis bersama kelompok pada MBKM Cluster Kewirausahaan, dimana telah dibuat konsep ide bisnis startup aplikasi bernama AluPet. Dalam proyek tersebut penulis berperan sebagai CEO dan juga *ui/ux designer* dengan fokus perancangan aplikasi versi B2C (*Business to Consumer*). Pada perancangan kali ini, penulis akan mengembangkan tampilan aplikasi versi B2B (*Business to Business*) yang ditujukan untuk pelaku usaha.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, penulis mengidentifikasi sejumlah permasalahan yakni sebagai berikut:

1. Pelaku usaha di industri *pet care* kesulitan dalam meningkatkan eksposur bisnis, serta menjangkau pelanggan di era digital karena keterbatasan adaptasi teknologi, sementara pemilik hewan cenderung sibuk dan menginginkan layanan yang interaktif, praktis dan mudah diakses.
2. *Platform pet care* yang ada bersifat eksklusif untuk satu bisnis tertentu, tanpa adanya *platform* umum yang inklusif bagi pelaku usaha dengan keterbatasan sumber daya untuk mengembangkan aplikasinya sendiri.
3. Informasi terkait *pet care* yang ada masih belum terintegrasi, sehingga sulit diakses secara efisien melalui media digital.
4. Keterbatasan layanan pada *platform* tertentu membuat pengguna menggunakan *platform* yang berbeda sesuai kebutuhannya, sehingga menghambat efektivitas pengembangan usaha di industri *pet care*.

Merujuk pada rangkuman masalah diatas, maka penulis dapat merumuskan pertanyaan yang dapat diajukan untuk proses perancangan dan menjadi dasar pengembangan solusi yaitu:

Bagaimana perancangan aplikasi *AluPet Merchant* untuk mendukung digitalisasi dan pengembangan usaha di industri *pet care*?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini ditujukan kepada para pelaku usaha di industri *pet care* dengan usia 25-35 tahun untuk primer, 36-46 untuk sekunder, baik laki-laki maupun perempuan, SES A, dan memiliki usaha di daerah Jabodetabek. Fokus utama dari perancangan ini adalah mendukung digitalisasi dan pengembangan usaha di industri *pet care* dengan menggunakan media interaktif berupa aplikasi. Ruang lingkup perancangan akan dibatasi pada desain media interaktif yang menjadi *platform* kolaboratif bagi para pemilik usaha *pet care*, sekaligus sebagai media informasi untuk memperluas jaringan dan meningkatkan efisiensi operasional bisnis mereka sehingga dapat dengan praktis diakses oleh para pemilik hewan peliharaan.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, tujuan dari tugas akhir penulis adalah membuat perancangan aplikasi *AluPet Merchant* untuk mendukung digitalisasi dan pengembangan usaha di industri *pet care*.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan baik secara teoritis dan praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis:

Manfaat perancangan ini dalam segi teoretis adalah sebagai usaha untuk memperkaya kajian mengenai digitalisasi bisnis dan pengembangan usaha khususnya pada industri *pet care* melalui media interaktif yaitu aplikasi. Dengan menggunakan *platform* digital sebagai sarana kolaborasi, perancangan ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kekayaan wawasan di bidang Desain Komunikasi Visual, terutama dalam sebagai acuan bagi perancangan dengan fokus serupa, yakni mengembangkan media interaktif lainnya.

2. Manfaat Praktis:

Untuk manfaat dalam segi praktis, perancangan ini diharapkan dapat menjadi sebuah data referensi bagi dosen ataupun peneliti lainnya terkait pilar informasi Desain Komunikasi Visual (DKV), khususnya dalam pengembangan media interaktif yang berbasis aplikasi. Perancangan ini juga dapat dijadikan acuan oleh mahasiswa lainnya yang memiliki ketertarikan dalam merancang suatu aplikasi, serta tertarik pada pembahasan topik tentang *pet care*. Selain itu, hasil dari perancangan ini juga dapat menjadi sebuah dokumen arsip bagi universitas terkait dalam implementasi Tugas Akhir di bidang Desain Komunikasi Visual.