

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Dunia bisnis pada masa sekarang ini memang banyak para pengusaha yang berjuang mati-matian untuk mempertahankan usaha. Hal ini karena persaingan yang terjadi sangat ketat dan juga banyak strategi yang tidak sehat untuk menjatuhkan lawan bisnisnya. Melakukan penelitian terhadap suatu bidang usaha memang sangat menarik, hal ini karena dalam dunia bisnis tidak ada batasan-batasan dalam mempelajarinya. Seperti yang di ketahui dunia bisnis merupakan dunia yang mengandalkan *skill* dalam arti lain apabila kita terlalu lemah dalam mengelola usaha maka akan sulit untuk berkembang. Saat ini *soft skill* dirasa penting oleh kontribusinya terhadap kesiapan kerja terutama dalam menghadapi persaingan global ataupun MEA (Masyarakat Ekonomi Asean).<sup>2</sup> Usaha petshop atau yang lebih dikenal toko perlengkapan hewan peliharaan saat ini memang sedang trend di masyarakat. Hal ini karena penjualan yang mudah dan tidak cepat rusak menjadi kelebihan membuka usaha petshop. Di zaman modern saat ini perkembangan dunia usaha petshop menjadi lebih mudah, baik dari penjual maupun pembeli. Hal ini dikarenakan adanya sistem jual beli online atau yang lebih dikenal sebagai olshop. Dengan adanya olshop ini penjual lebih mudah memasarkan barang-barang dagangannya melalui sosial media. Bagi

---

<sup>2</sup> Novia Lucas Cahyadi Lie, Dr. Noviaty Kresna Darmasetiawan, S.Psi., M.Si., “*Pengaruh Soft Skill Terhadap Kesiapan Kerja Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean Pada Mahasiswa SI Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Surabaya*”, Jurnal ilmiah, Vol. 6 No. 2 (2017), 1500

pembeli juga akan lebih memudahkan dalam mencari barang yang diinginkannya. Hanya dengan membuka sosial media para pembeli bisa mencari barang yang diinginkannya dengan lebih mudah. Pemasaran *offline* (langsung) merupakan segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa dengan tidak menggunakan media internet<sup>3</sup>.

Kelebihan dari jual beli *offline* atau langsung diantaranya; pembeli bisa memilih barang sendiri, barang bisa langsung di dapatkan, dan barang bisa langsung digunakan, sedangkan kekurangan jual beli *offline* (langsung) antara lain; jangkauan pasar yang terbatas, memerlukan bangunan fisik, dan modal lebih besar. Jual beli *offline* (langsung) tidak memerlukan media elektronik sehingga orang-orang bisa langsung berhadapan antara penjual dan pembeli. Pemasaran *online* merupakan transaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak tanpa bertemu langsung, untuk melakukan negosiasi dan transaksi jual beli yang dilakukan melalui alat komunikasi seperti chat, telepon, sms, web, dan sebagainya. Kelebihan dari jual beli *online* antara lain; mudah atau praktis karena hanya menggunakan perangkat elektronik sebagai media transaksi dan pemasaran, hemat biaya karena tidak perlu mempunyai bangunan fisik sebagai identitas toko. Kekurangan jual beli *online* antara lain; harus memiliki sarana elektronik yang memadai untuk berjualan, tidak bisa memilih secara langsung barang yang akan di beli. Jual beli online bisa dikategorikan jual beli yang tidak tunai. Karena biasanya dalam sistem jual beli online ini, ketika terjadi kesepakatan antara kedua belah pihak, penjual dan pembeli,

---

<sup>3</sup> Hasnidar, *Pemasaran Terpadu*, (Bandung: Media Sains Indonesia. 2021), hal. 229.

maka penjual meminta untuk dilakukan pembayaran, setelah itu barulah barang yang dipesan akan dikirimkan<sup>4</sup>.

Jual beli adalah transaksi antara satu orang dengan orang lain yang berupa tukar-menukar suatu barang dengan barang lain berdasarkan tata cara atau akad tertentu. Objek jual beli terdiri atas benda yang berwujud dan tidak berwujud, dan yang bergerak maupun yang tidak bergerak. Dengan syarat objek jual beli barang tersebut memiliki spesifikasi yang jelas. Sedangkan jual beli *online* sendiri merupakan transaksi pertukaran barang yang dilakukan melalui media elektronik dengan menggunakan bantuan koneksi internet atau secara *online*<sup>5</sup>. Pada era millennial seperti saat ini pengusaha dituntut harus menguasai teknologi agar tetap bisa bersaing dengan pengusaha lainnya yang lebih di dominasi oleh anak-anak muda yang lebih menguasai di bidang teknologi. Dalam menjalankan keberlangsungan hidup, manusia tidak akan pernah lepas dari kegiatan jual beli guna memenuhi kebutuhan. Dengan bantuan teknologi yang semakin canggih seluruh kemudahan bagi kegiatan manusia dapat direalisasikan atau diwujudkan. Hal ini yang akan dijadikan bahan penelitian apakah Toko Agus Petshop ini juga menerapkan sistem jual beli secara *online* atau belum. Peluang bisnis petshop ini bisa dikatakan masih memiliki peluang yang bagus, hal ini karena mayoritas orang memiliki hewan peliharaan. Kebutuhan hewan peliharaan ini hampir sama dengan manusia, memerlukan makanan, assesoris, dan juga rumahnya (sangkar).

---

<sup>4</sup> Isnawati, *Jual-beli Online Sesuai Syariah*, (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing. 2018), hal. 9.

<sup>5</sup> Hasan M.Ali. *Berbagai macam transaksi dalam islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2003), hal. 113.

Dalam pemeliharaannya pun juga kadang diserang berbagai macam penyakit sama juga seperti manusia. Dengan adanya toko petshop ini maka akan memudahkan seseorang dalam mencari kebutuhan yang diperlukan oleh hewan peliharaan. Usaha yang dijalankan oleh Toko Agus Petshop ini mulai berkembang dengan seiring perkembangan zaman. Bisnis ini sangat berpengaruh khususnya bagi masyarakat yang menggemari memelihara hewan, karena dengan hadirnya usaha ini dapat memudahkan mereka untuk mencari kebutuhan hewan peliharaan. Bagi pelanggan yang rumahnya jauh juga bisa dikirim dalam jumlah yang ditentukan.

Toko Agus Petshop ini mayoritas melayani lapak-lapak yang sebagian besar di kabupaten Blitar. Karena toko ini basisnya adalah toko grosir jadi setiap transaksi yang dilakukan sebagian besar dalam jumlah yang besar. Hal ini berbeda dari toko *retail* (eceran) yang mayoritas pembelinya adalah pengecer. Hal ini yang akan dijadikan acuan penelitian apakah dengan toko grosir seperti Toko Agus Petshop ini sistem jual belinya seperti apa. Toko petshop di era modern ini merupakan salah satu hal yang banyak dicari dan dibutuhkan oleh orang banyak. Di jaman sekarang pun banyak hewan yang dijadikan peliharaan seperti burung, anjing, kucing, ikan, dan lainnya. Hal ini yang dimanfaatkan oleh Toko Agus Petshop untuk membuka usaha di bidang toko pakan hewan peliharaan. Hewan yang biasanya dipelihara adalah anjing dan kucing. Hal ini karena kedua hewan tersebut sangatlah mudah diajak interaksi dan bisa diajak bermain bersama manusia, sehingga peminat kedua hewan tersebut bisa dari segala kalangan usia mulai anak-anak hingga dewasa. Anjing dan kucing tergolong hewan yang penurut dan juga memiliki sifat atau

perilaku yang manja beda halnya dengan burung dan ikan yang hanya bisa dinikmati dari suaranya untuk burung dan warna untuk ikan. Mayoritas setiap rumah pasti memiliki hewan peliharaan baik hanya sebagai hiburan atau sebagai mata pencaharian seperti peternak, pengepul (penadah hasil ternak), dan juga sebagai jual-beli.

Usaha petshop ini memang bisa di bilang cukup potensial di lihat dari perilaku masyarakat yang mayoritas memiliki hewan peliharaan. Sebagian besar produsen tidak langsung menjual barang mereka kepada pemakai akhir. Di antara produsen dan pemakai terdapat saluran distribusi, sekumpulan perantara pemasaran yang melakukan berbagai fungsi dan menyandang berbagai nama. Beberapa perantara seperti pedagang besar dan pengecer membeli, mengambil alih hak, dan menjual kembali barang dagangan itu; mereka disebut pedagang (*merchants*). Lainnya seperti pialang, perwakilan manufaktur, dan agen penjualan mencari pelanggan dan dapat bernegosiasi atas nama produsen tetapi tidak memiliki hak atas barang itu; mereka disebut agen. Yang lain lagi seperti perusahaan transportasi, gudang independen, bank, dan agen periklanan membantu proses distribusi namun tidak memiliki hak atas barang, tidak menegosiasikan pembelian atau pun penjualan; mereka disebut fasilitator.<sup>6</sup>

Belakangan ini, setelah resesi ekonomi segala bentuk kegiatan ekonomi yang muncul ke permukaan semakin menjamur sehingga semakin meningkatkan peranan pedagang eceran, baik yang berskala besar maupun yang kecil. Akibatnya upaya

---

<sup>6</sup> Henky Lisan Suwarno, "SEMILAN FUNGSI SALURAN DISTRIBUSI: KUNCI PELAKSANAAN KEGIATAN DISTRIBUSI YANG EFEKTIF". *Jurnal Manajemen*. Vol 6, No 1. (2006). <https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/view/227>. diakses 9 Maret 2022

menjangkau pasar konsumen mewajibkannya membina strategi insan untuk memperoleh pangsa pasar yang mengalami perkembangan dari kategori single location menuju kepada *chain store* (toko pengecer yang memiliki lebih dari satu gerai dan dimiliki perusahaan yang sama) hingga pada cara *franchising* (cara bisnis dengan memperluas dan mendistribusikan barang atau jasa dengan lisensi dagang). Akibat selanjutnya adalah terdapatnya perkembangan bisnis eceran yang mendominasi sistem ekonomi<sup>7</sup>. Pengertian pemasaran tidak terbatas hanya dalam dunia bisnis saja. Pemasaran ternyata dapat mempunyai banyak makna yang lebih luas, yang mencakup makna kemasyarakatan. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan (*wants*) dan kebutuhan (*needs*) melalui proses pertukaran. Dapat disimpulkan bahwa titik tolak terletak pada kebutuhan dan keinginan manusia. Kebutuhan dan keinginan manusia dapat dipenuhi oleh adanya produk atau sumber-sumber (*resources*) atau alat pemuas (*satisfier*). Produk tersebut dapat berupa benda, jasa, kegiatan (*activity*) orang (*person*), tempat, organisasi, atau gagasan (*idea*).

Seseorang yang ingin melenyapkan kesedihannya dapat dipenuhi dengan merokok (benda), menonton film (jasa), melakukan jogging (kegiatan), mengunjungi ahli terapi (orang), pergi ke Bali (tempat), ikut arisan (organisasi), atau menekuni/ mengikuti/ menganut falsafah hidup tertentu (*idea*). Adanya kebutuhan dan keinginan beserta alat pemuasnya saja belum cukup menciptakan pemasaran. Pemasaran ada apabila orang memutuskan untuk memuaskan kebutuhannya dengan cara yang disebut pertukaran (*an exchange*). Pemasaran akan

---

<sup>7</sup> Bararualo Frans, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Universitas Atma Jaya. 2019), hal. 2.

menyangkut beberapa hal; 1) pemasar; 2) apa yang dipasarkan; 3) pembeli (pasar sasaran). Apabila ditinjau dari ruang lingkup kemasyarakatan, maka ketiga hal tersebut di atas hendaknya juga diberikan arti yang luas.<sup>8</sup>

Masalah yang dihadapi oleh Toko Agus Petshop dalam sistem jual beli adalah dengan sistem online. Sebagai toko grosir sistem jual beli online sulit diterapkan karena pasar yang dituju adalah lapak-lapak bukan langsung kepada pengecer. Hal ini karena lapak-lapak cenderung sudah mengerti barang-barang yang akan di belinya, berbeda dengan pengecer yang biasanya masih melihat-lihat barang lainnya. Meskipun demikian, Toko Agus Petshop juga menyediakan layanan bagi orang-orang yang ingin melihat barang-barang apa saja yang dijual di toko. Berbagai macam barang yang dijual bisa di lihat di sosial media Instagram. Hal ini dilakukan agar para pelanggannya yang jarang datang ke toko bisa mengetahui barang apa saja yang baru yang ada di Toko Agus Petshop ini. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis terdorong untuk mengkaji dan meneliti ke dalam penulisan proposal skripsi dengan judul “Analisis Penerapan Sistem Jual Beli Pada Toko Agus Petshop di Desa Talun Kabupaten Blitar”.

## **B. Fokus Penelitian**

Masalah dari penelitian ini perlu di identifikasi secara terperinci dan perumusan pertanyaan yang operasional. Perumusan ini bertujuan untuk mempertegas ruang lingkup dari objek yang diteliti.

Beberapa hal masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana sistem jual beli yang diterapkan di Toko Agus Petshop?

---

<sup>8</sup> Warnadi, S.E., M.Si., *Manajemen Pemasaran*, (Sleman: CV Budi Utama. 2012) hal 2

2. Bagaimana kekurangan dan kelebihan dalam menjalankan sistem jual beli secara online dan offline di Toko Agus Petshop?
3. Bagaimana pemilik Toko Agus Petshop menyikapi perkembangan teknologi yang sangat pesat untuk tetap bersaing di masa modern saat ini?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memahami sistem jual beli yang diterapkan oleh Toko Agus Petshop.
2. Untuk memahami kelebihan dan kekurangan dalam menjalankan bisnis secara offline dan online pada Toko Agus Petshop.
3. Untuk memahami pemilik Toko Agus Petshop dalam menyikapi perkembangan teknologi agar tetap bisa bersaing di era modern saat ini.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dengan diadakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoretis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan sebagi tambahan informasi terkait pentingnya penerapan sistem jual beli pada setiap usaha guna tercapainya tujuan usaha dengan baik dan



efisien disertai dengan mengikuti perkembangan teknologi guna meningkatkan penjualan.

## **2. Manfaat Praktis**

### **a. Bagi Institusi**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan untuk dalam penerapan sistem jual beli dan juga untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan dalam sistem jual beli online dan offline bagi Toko Agus Petshop.

### **b. Bagi Akademisi**

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menambah koleksi perpustakaan UIN Satu Tulungagung mengenai Analisis Penerapan Sistem Jual Beli Pada Toko Agus Petshop di Desa Talun Kabupaten Blitar.

### **c. Bagi penelitian selanjutnya**

Hasil dari penelitian ini diharapkan nantinya dapat digunakan sebagai bahan referensi, penelitian sejenis, dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut.

## **E. Penegasan Istilah**

### **1. Secara Konseptual**

Untuk membahas permasalahan dalam penelitian ini, perlu penegasan beberapa kata kunci yang pengertian dan pembatasannya perlu dijelaskan.

a. Sistem Jual-Beli

Secara mendalam pengertian pemasaran yaitu proses kebutuhan manusia yang dimana terdapat barang atau jasa, untuk memenuhi kehidupan masing-masing. Pemasaran offline yaitu proses transaksi penjualan barang dan jasa secara langsung yang dimana produsen dan konsumen bertemu dan terjadinya proses transaksi jual beli<sup>9</sup>.

b. Jual Beli Offline

Proses jual beli offline sudah sering kita terapkan dalam kegiatan jual-beli sehari-hari. Jual-beli offline ini sangatlah umum dan juga mudah dalam penerapannya. Hal ini karena jual-beli secara offline bisa lebih mengetahui spesifikasi barang yang akan dibeli lebih mudah. Pembeli akan lebih puas memilih barang karena kondisi dan juga spesifikasi barang bisa di lihat secara jelas dan langsung. Dalam jual-beli offline biasanya terdapat tawar-menawar antara penjual dan pembeli. Hal ini sangat wajar karena pembeli juga menginginkan harga yang terbaik sebelum membeli barang.

c. Jual Beli Online

Jual beli online merupakan salah satu implementasi dari bisnis online. Berbicara mengenai bisnis online tidak terlepas dari

---

<sup>9</sup> Kuvita Risqi, *Pemasaran Online dan Offline*, dikutip dari <http://kuvitarisqi.blogspot.co.id>, pada hari minggu, tanggal 20 November 2021. Pukul 21.30 WIB

transaksi-transaksi, seperti jual beli internet. Transaksi inilah yang kemudian dikenal dengan electronic commerce yang lebih populer dengan istilah e-commerce dan saat ini dalam pengertian bahasa Indonesia telah dikenal dengan istilah “Perniagaan Elektronik”<sup>10</sup>. Bisnis online memang saat ini tengah di tekuni oleh banyak masyarakat, apalagi dalam kondisi pandemi seperti saat ini orang-orang cenderung membeli segala sesuatu secara online. Hal ini dinilai lebih efektif tanpa harus keluar rumah.

Jual beli online pada dasarnya terjadi karena adanya perkembangan teknologi yang sangat pesat. Hal ini berdampak pada banyak sektor termasuk sektor perdagangan. Perdagangan merupakan sektor yang paling berdampak dengan adanya jual-beli online ini, karena semua transaksi dilakukan dengan menggunakan teknologi tanpa harus bertatap muka langsung. Kelebihan dalam hal ini adalah pembeli bisa bebas memilih barang yang akan di belinya tanpa harus datang ke lokasi. Selain lebih efektif waktu juga bisa mengurangi penyebaran virus covid-19 yang sedang terjadi saat ini.

d. Petshop

Petshop adalah tempat penjualan perlengkapan hewan peliharaan, penitipan hewan peliharaan, juga pelayanan

---

<sup>10</sup> Gemala Dewi, dkk. *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*, (Jakarta: Kencana. 2005), hal. 195

kesehatan untuk hewan peliharaan. Di zaman serba modern ini semakin banyak orang yang memiliki kecintaan terhadap hewan peliharaan terutama kucing dan anjing, bahkan reptil juga ada. Kecintaan orang dengan hewan peliharaannya ini membuat mereka rela mengeluarkan biaya yang cukup banyak demi memenuhi kebutuhan hewan peliharaan mereka.

## 2. Secara Operasional

Sistem jual beli merupakan suatu cara jual beli yang dilakukan oleh seseorang dalam mengelola usaha. Seperti pada judul disini peneliti ingin mengetahui sistem jual beli seperti apa yang dilakukan pada Toko Agus Petshop dalam menjalankan bisnis. Sistem jual beli terbagi menjadi 2 yaitu jual beli online dan offline (langsung).

## **F. Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

1. Konteks Penelitian
2. Rumusan Masalah
3. Tujuan Penelitian
4. Manfaat Penelitian
5. Penegasan Istilah
6. Sistematika Penulisan.

### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

1. Sistem Jual Beli
2. Jual Beli Online

3. Jual Beli Langsung (offline)
4. Perkembangan Teknologi Penjualan

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian
2. Lokasi Penelitian
3. Kehadiran Peneliti
4. Data dan Sumber Data
5. Teknik Pengumpulan Data
6. Teknik Analisis Data
7. Pengecekan Keabsahan Data
8. Tahap-tahap Penelitian

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

1. Deskripsi Objek Penelitian
2. Temuan Penelitian

### **BAB V : PEMBAHASAN**

1. Sistem Jual Beli
2. Kelebihan dan Kekurangan Jual Beli Online dan Offline
3. Penerapan Teknologi pada Toko Agus Petshop dalam Menyikapi Persaingan

### **BAB VI : PENUTUP**

1. Kesimpulan
2. Implikasi Penelitian
3. Saran