

BAB II

PERKEMBANGAN FENOMENA *PET BOOM*

Pada bab dua ini, merupakan pembahasan mengenai definisi hewan peliharaan, sejarah hewan peliharaan di Jepang, hubungan pemilik hewan peliharaan dengan hewan peliharaannya, pandangan masyarakat Jepang terhadap hewan peliharaan, gagasan setelah kematian hewan peliharaan di Jepang, fenomena *pet boom*, perkembangan fenomena *pet boom* di Jepang, dan Industri yang terkait dengan hewan peliharaan.

2.1. Definisi Hewan Peliharaan

Seperti yang kita ketahui banyak sekali orang yang gemar memelihara hewan peliharaan. Hewan Peliharaan adalah hewan yang dipelihara di rumah, seperti kucing, anjing, burung dan sebagainya. Hewan peliharaan dalam bahasa Jepang disebut *petto* (ペット). Di Jepang beberapa tahun terakhir, *petto* telah dikenal sebagai hewan pendamping (コンパニオンアニマル). Dalam penelitian ini, *petto* merujuk kepada hewan timangan atau hewan yang dipelihara untuk menemani manusia.

Menurut KBBI hewan piaraan adalah hewan yang biasa dipiara untuk kesenangan (seperti anjing, kucing, dan burung) (binatang piaraan, n.d). pengertian *petto* dalam bahasa Jepang menurut website kotobank. Jp memiliki arti yaitu :

“ 大切にかわいがるために飼育されている動物をいう。かわいらしく愛嬌のある容姿，きれいな鳴き声，飼い主に従順な性格などがペットの条件としてあげられる。” (kotobank. Jp, n.d)

Taisetsu ni kawaijaru tame ni shiiku sa rete iru dōbutsu o iu. Kawairashiku aikyō no aru yōshi, kireina nakigoe, kainushi ni jūjun'na seikaku nado ga petto no jōken to shite age rareru.

Artinya :

Hewan yang di pelihara untuk disayangi. Hewan peliharaan harus memiliki penampilan yang lucu dan menggemaskan, bersuara yang indah, dan kepribadian yang patuh kepada pemiliknya..

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa hewan peliharaan adalah hewan yang dipelihara untuk kesenangan manusia, disayangi, dan dicintai. Hewan peliharaan memiliki penampilan yang lucu, mempunyai suara yang indah dan patuh kepada pemiliknya.

2.2. Sejarah Hewan Peliharaan di Jepang

Masyarakat Jepang banyak yang memelihara hewan peliharaan. Hewan Peliharaan adalah hewan yang dipelihara di rumah, seperti kucing, anjing, burung, ikan dan sebagainya. Hewan peliharaan dalam bahasa Jepang disebut *petto* (ペット). Di Jepang beberapa tahun terakhir, *petto* telah dikenal sebagai hewan pendamping (コンパニオンアニマル). Dalam penelitian ini, *petto* merujuk kepada hewan timangan atau hewan yang dipelihara untuk menemani manusia.

Jepang memiliki sejarah panjang dalam memelihara hewan. Dari sejak zaman dahulu masyarakat Jepang sangat senang memelihara hewan peliharaan. Seperti kucing, anjing, burung dan ikan. Menurut Nozawa, kucing diperkenalkan ke Jepang dari Benua Asia selama periode Nara (710 – 794M) sebagai hewan peliharaan untuk bangsawan. Sedangkan anjing diperkenalkan ke Jepang dari Semenanjung Korea dan kepulauan Nansei (Kajiwara, 2020). Seperti yang ditulis oleh Inokuma (2001):

“Dogs crossed over to Japan from the Korean Peninsula and Nansei Islands (the chain of island extending from the southwest Kyushu to north Taiwan) after the Jomon period (14.000-300 BC). A dog known as the “Japanese Ching” was kept inside as a pet by medieval aristocrats.” (Kajiwara, 2020:8)

Dari kutipan di atas, bahwa anjing telah melintas ke Jepang dari Semenanjung Korea dan Kepulauan Nansei (deretan pulau yang membentang dari barat daya Kyushu ke Taiwan utara) setelah periode Zomon (14.000-300 SM). Seekor anjing yang dikenal sebagai “Ching Jepang” dipelihara di dalam rumah sebagai hewan peliharaan oleh bangsawan pada abad pertengahan. Pada gambar 2.1 merupakan contoh jenis Ching Jepang.

Gambar 2. 1: Ching Jepang



Sumber: American Kennel Club

Dalam sejarah, pada periode Heian, memelihara kucing sangat populer di kalangan bangsawan. Dalam buku harian kekaisaran “Kanpyo Gyoki” yang ditulis oleh kaisar Uda, dia menggambarkan cintanya pada kucing, dan para bangsawan yang sangat mencintai kucing. Kaisar Ichijo, yang aktif di zaman Heian, ia menyukai kucing besar. Menurut buku bantal “^{まくらのそうし}枕草子” oleh Sei Shonagon, kaisar Ichijo menyediakan pengasuh ketika kucingnya melahirkan, dan mengadakan pesta yang disebut 「^{さんやしな}産養い」 diadakan setelah melahirkan. Bahkan itu dilakukan oleh orang-orang berpangkat tinggi seperti Higashi Sanjoin (Ibu kaisar Ichijo), Menteri Kiri Fujiwara no Michinaga, dan menteri kanan Fujiwara no Akimitsu. Selain itu, Tsunayoshi Tokugawa, Shogun kelima dari keshogunan Edo, dikenal sangat menyukai anjing sehingga Tsunayoshi disebut “Inu Kubo” (‘petto no hajimari’, n.d). Tsunayoshi memiliki sekitar 100 ekor anjing. Tujuan utama dari dekrit belas kasihan untuk makhluk hidup 「^{しょうるいあわれ}生類憐みの^{れい}令」 yang diberlakukan oleh Tsunayoshi adalah peraturan yang melarang keras penyalahgunaan dan pembunuhan anjing, kuda, burung, kura-kura bahkan serangga. Dengan adanya dekrit itu, merupakan awal dari kesejahteraan hewan

dan telah memicu perubahan dalam pandangan orang Jepang tentang hewan (‘日本人とペット’、n.d).

2.3. Hubungan Pemilik Hewan Peliharaan dengan Hewan Peliharaan

Di Jepang banyak masyarakat yang memelihara hewan peliharaan. Terdapat banyak jenis hewan peliharaan yang membangun hubungan dekat dengan manusia. Pada Masyarakat Jepang saat ini, kucing dan anjing adalah hewan yang paling banyak di pelihara dan mempunyai keintiman yang kuat antara pemilik dan hewan peliharaan. Salah satu contoh keintiman antara pemilik dan hewan peliharaan yang ditemukan oleh Kakinuma menemukan bahwa 80% anjing tidur di dalam ruangan, bahkan 30% tidur di tempat tidur bersama pemiliknya. Menurut salah satu survey pada tahun 2018 menemukan bahwa 85,7 % pemilik memelihara anjing peliharaan mereka di dalam ruangan (Kajiwaru, 2020).

Di Jepang, banyak hewan peliharaan berbagi ruang hidup dengan pemiliknya dalam 24 jam sehari, menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan masyarakat. Orientasi kelekatan (attachment) yang terbentuk dari hubungan emosional antara pemilik dengan hewan peliharaannya disebut dengan istilah Pet Attachment (kelekatan pada hewan peliharaan) (Nugrahaeni, 2016:7). Hal ini sejalan dengan yang ditulis oleh Nigel (2009) yang menyatakan bahwa :

“Interspecies attachment bonding is assumed to develop in much the same manner as bonding between human in providing security and protection or reciprocal attachment security.” (Fajria, 2018: 15)

Kutipan di atas mempertegas bahwa kelekatan secara emosional yang bersifat timbal balik tidak hanya terjalin antar manusia, namun juga antar spesies, dalam hal ini adalah hewan peliharaan.

Di Jepang, pemilik hewan peliharaan menganggap hewan peliharaannya seperti anak, teman, atau saudara. Pemilik memberi makan hewan mereka dengan makanan yang mahal, memberi nama hewan seperti manusia, merayakan ulang tahun, membawa hewan ke dokter ketika sakit, membawa hewan ke salon,

berduka ketika hewannya mati, dan menguburkan hewan di pemakaman hewan peliharaan dengan ritual yang dilakukan seperti pada manusia.

2.4. Pandangan Masyarakat Jepang Terhadap Hewan Peliharaan

Menurut Utsunomiya, menyatakan bahwa kucing memiliki nilai utilitarian. Kemampuan kucing untuk menangkap tikus sangat penting karena beras, kimono, buku, dan barang berharga lainnya sering disimpan dalam wadah kayu, sehingga rentan terhadap kontaminasi hewan pengerat (Kajiwara, 2020). Oleh karena itu, kucing dapat dimanfaatkan oleh manusia untuk menangkap tikus dan hewan pengerat lainnya. Sehingga banyak manusia yang memanfaatkan anjing sebagai penjaga rumah.

Seiring berkembangnya zaman pandangan masyarakat Jepang terhadap hewan peliharaan mengalami perubahan. Awalnya dipelihara sebagai penjaga rumah, seperti anjing penjaga, pemburu, kucing untuk membasmi tikus, dan sekarang telah menjadi eksistensi yang menghibur dan dapat menenangkan hati manusia. Popularitas hewan peliharaan di Jepang saat ini, cenderung menekankan posisi hewan peliharaan dalam sebuah keluarga yang menyerupai anggota keluarga manusia. Di Jepang, mengalami tingkat kelahiran yang menurun dan populasi yang menua. Akibat dari penurunan angka kelahiran, jumlah rumah tangga memelihara hewan peliharaan melebihi mereka yang memiliki anak di bawah usia 18 tahun dan jumlah totalnya hewan peliharaan di Jepang berada di atas anak – anak (Dermati, 2019). Menurut Hamano dalam masyarakat Jepang yang menua dengan lebih sedikit anak, beberapa orang berusaha untuk memiliki *petto* karena alasan psikologis. Seperti *petto* dapat menjadi healing (*iyashi*). *Petto* dapat menjadi “anak abadi” bagi orang tua setelah anak-anaknya tumbuh dewasa dan meninggalkan rumah (Kajiwara, 2020).

Menurut Mouer & Kajiwara (2016), secara linguistik, cara orang Jepang menyebut *petto* mereka telah mengalami perubahan. Dimana seharusnya menyebut hewan peliharaan seperti *osu* (untuk hewan jantan) atau *mesu* (untuk hewan betina), tetapi pemilik *petto* di Jepang menyebut hewan peliharaan seperti pada anak manusia dengan sebutan anak laki-laki (*otokonoko*) dan anak

perempuan (*onnanoko*). Pemilik *petto* juga, menyebut *petto* sebagai “anak saya” atau “bayi saya” bukan hanya “anjing saya” (Mattes, 2021).

2.5. Gagasan Kehidupan Setelah Kematian Hewan Peliharaan di Jepang

Orang Jepang banyak yang terpengaruh oleh doktrin para Biksu Buddhis dan paranormal tentang kehidupan setelah kematian hewan peliharaan. Gagasan Buddhis seperti kelahiran kembali (*reinkarnasi*), tentang roh-roh yang tidak tenang, roh jahat, roh-roh pelindung, gagasan populer tentang surga, dan psikologis dari bidang terapi kehilangan hewan peliharaan. Pada tahun 1990-an, paranormal mengalami kepopuleran. Banyak paranormal yang membahas tentang kehidupan setelah kematian hewan peliharaan. Para peramal melukiskan gambaran tentang hewan peliharaan yang mati tidak dimakamkan dan yang dimakamkan dengan benar. Mereka menggambarkan roh hewan peliharaan sebagai wujud yang mengancam yang akan menghantui pemiliknya atau orang-orang yang memperlakukan hewan dengan buruk ketika masih hidup. Istilah Buddhis yang sering muncul dalam konteks ini adalah konsep *Jōbutsu*. Seperti yang dicatat oleh Kenny, istilah ini secara harfiah berarti “menjadi seorang Buddha” tetapi dalam konteks upacara peringatan Jepang biasanya memiliki arti “menjadi roh yang damai” (Ambros, 2012). Dengan demikian, memorialisasi dipandang penting untuk hewan peliharaan menemukan kedamaian.

Pandangan tradisional Jepang tentang status spritual dan kehidupan setelah kematian hewan bersifat ambivalen. Hewan telah dianggap sebagai kekuatan spritual yang kuat, bahkan berpotensi mengancam, yang dapat menghukum mereka yang berbuat salah dan memberi penghargaan kepada mereka yang memperlakukan hewan dengan baik. Dalam Agama Buddha, hewan juga merupakan makhluk hidup, dengan potensi untuk kelahiran kembali (*reinkarnasi*) dan kebahagiaan yang lebih baik (Ambros, 2012). Dari penjelasan diatas, sehingga orang Jepang tidak memperlakukan jenazah kucing mereka dengan semena-mena. Jika kucingnya mati pemilik akan menguburkan kucing tersebut di pemakaman khusus hewan peliharaan. Seperti yang diungkapkan oleh Biksu Buddha bahwa

hewan peliharaan itu akan terlahir kembali dan bertemu dengan majikannya (Ambros, 2021).

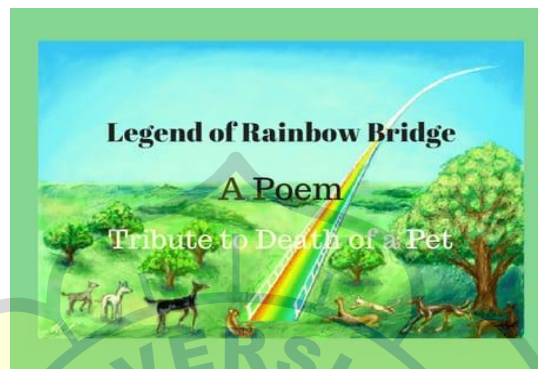
Gagasan hewan peliharaan dalam literatur self-help yang populer sampai akhir 1990-an dimana hewan yang mati dianggap sebagai roh jahat. Akan tetapi, semakin berkembangnya zaman, anggapan tersebut tidak lagi populer. Sebaliknya, Gagasan kematian hewan peliharaan kontemporer sering digambarkan sebagai malaikat dan dikatakan telah pergi ke surga daripada konsep terlahir kembali sebagai bentuk kehidupan yang lebih rendah atau berpotensi mengganggu pemiliknya (Ambros, 2021).

Sebagaimana dicatat dalam Kenney, gagasan tentang surga sebagai tujuan hewan peliharaan yang telah mati telah menyebar luas. Kadang-kadang pemilik hewan peliharaan menggunakan ungkapan “pergi ke surga” atau dipanggil ke surga” hanya sebagai sinonim untuk “kematian”. Surga merupakan tempat bertemunya kembali dengan hewan peliharaan lain dan dengan mantan majikannya. Dengan demikian, banyak pemilik hewan peliharaan mengungkapkan harapan untuk bertemu kembali hewan peliharaan mereka di surga setelah kematian mereka sendiri. Kepercayaan terhadap surga hewan peliharaan di Jepang, yaitu sebuah tempat yang menjanjikan kebahagiaan tertinggi dan rentang hidup yang panjang, sebuah keadaan yang dikatakan akan berakhir dengan kelahiran kembali (reinkarnasi). Pada akhirnya, hewan peliharaan akan dilahirkan kembali, idealnya untuk bertemu kembali dengan pemilik sebelumnya atau setidaknya untuk memiliki kehidupan masa depan yang bahagia (Ambros, 2012).

Ada gagasan lain terkait dengan surga; yaitu “jembatan pelangi”. Istilah ini digunakan pertama kali sebagai tema-tema puisi di tahun 1980-1990-an tentang hubungan hewan peliharaan dan tuannya. Puisi itu menggambarkan kehidupan setelah kematian hewan peliharaan. Dikisahkan, jika hewan peliharaan mati, hewan tersebut akan menunggu majikannya di padang rumput di sisi surga (tepat sebelum seseorang memasuki surga). hewan yang mati karena sudah tua atau sebuah penyakit akan kembali sehat, muda, dan bahagia di padang rumput tersebut. Setelah majikannya meninggal dan dipertemukan kembali dengan hewan

peliharaanya, barulah mereka bersama-sama memasuki surga. Gagasan jembatan pelangi tersebut telah mempengaruhi gagasan kontemporer tentang kehidupan setelah kematian hewan peliharaan karena meningkatnya kesadaran akan literatur tentang kehilangan hewan peliharaan (Ambros, 2012). Pada gambar 2.2 merupakan contoh ilustrasi dari jembatan pelangi (Rainbow Bridge).

Gambar 2. 2 : Ilustrasi Jembatan Pelangi "Rainbow Bridge"



Sumber: Britton, 2014

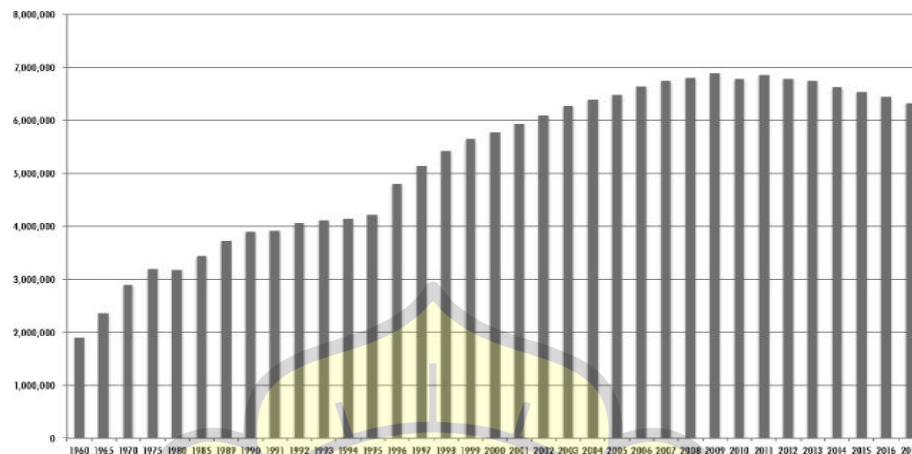
2.6. Fenomena *Pet Boom* Di Jepang

Pet Boom merupakan booming hewan peliharaan di Jepang, dikarenakan banyaknya masyarakat Jepang yang memelihara hewan peliharaan. *Pet boom* mulai berkembang dari awal 1990-an dan terus berkembang sampai sekarang. Pada tahun 1988 jumlah orang yang memelihara hewan peliharaan mengalami penurunan yang disebabkan oleh *Bubble economy*. *Bubble economy* merupakan keadaan ekonomi Jepang dimana nilai mata uang Jepang menguat dan menjadikan harga – harga barang atau aset melambung tinggi (Drajat, 2010:20). Sehingga untuk memelihara hewan peliharaan harus membutuhkan biaya yang cukup banyak. Pada tahun 1989, jumlah pemilik hewan peliharaan kembali naik. Ketika kondisi perekonomian Jepang mulai membaik.

Hewan yang paling banyak dipelihara oleh masyarakat Jepang yaitu kucing dan anjing. Dengan adanya undang – undang pencegahan Rabies 1950 mengharuskan pemilik anjing untuk mendaftarkan hewan mereka ke pemerintah daerah dalam waktu 30 hari setelah memperoleh hewan (Kajiwara, 2020). Jumlah kucing dan anjing yang mendaftarkan terus mengalami peningkatan di Jepang.

Jumlah kucing dan anjing di Jepang dapat dilihat dari jumlah pemilik yang mendaftarkan hewan peliharaannya ke pemerintah dan dari survey yang dilakukan oleh *Japan Pet Food Association*.

Grafik 2. 1: Anjing terdaftar di Jepang dari tahun 1960 – 2017



Sumber: Kementerian Kesehatan, Tenaga Kerja dan Kesejahteraan Jepang yang di susun oleh Kajiwara (2020)

Grafik 2.1 merupakan jumlah anjing yang terdaftar di Jepang dari tahun 1960 sampai tahun 2017. Grafik tersebut menunjukkan peningkatan pesat pendaftaran anjing pada tahun 1990-an dan awal 2000-an. Dari grafik di atas jumlah anjing yang mendaftar terus meningkat di Jepang. Sedangkan menurut data survei yang dilakukan oleh *Association Japan Pet Food* (2020) terhitung ada 8.489.000 ekor anjing dan 9.644.000 ekor kucing yang dipelihara oleh masyarakat Jepang.

Di Jepang, banyak orang menganggap bahwa hewan peliharaan merupakan hewan yang dapat membawa kegembiraan dalam hidup. Hewan peliharaan dianggap sebagai keluarga bahkan dapat menjadi pengganti anak bagi pemilik hewan peliharaan di Jepang. Di Jepang, ada gerakan yang berkembang untuk mengubah nama hewan yang hidup bersama dengan manusia, seperti anjing dan kucing, dari istilah hewan peliharaan 「ペット」 menjadi hewan pendamping 「コンパニオンアニマル」. Dimana pemilik memperlakukan hewan peliharaan sebagai “anggota keluarga” atau sebagai pendamping yang hidup bersama. Bukan sebagai pemilik dan hewan peliharaan.

Booming Peran hewan peliharaan sebagai “pengganti anak” mempengaruhi jenis hewan peliharaan. Menyebabkan orang Jepang untuk lebih memilih anjing daripada kucing, dimana anjing mempunyai sifat penyayang dan patuh kepada pemilik. Hal tersebut juga membawa perubahan jenis anjing favorit menjadi kecil dan imut, seperti jenis anjing chihuahua dan toy poodles (Dermati, 2019). Gambar 2.3 merupakan contoh jenis anjing Chihuahua. Sedangkan pada gambar 2.4 merupakan contoh jenis anjing toy poodles.

Gambar 2. 3 : Jenis Anjing Chihuahua



Sumber: 'Chihuahua Puppies for sale', n.d

Gambar 2. 4 : Jenis Anjing Toy Poodles



Sumber: Istock, n.d

Gambar 2. 5: Pemilik Membawa *Petto* Menggunakan Kereta Dorong



Sumber: Azuki DX, 2019

Pada gambar 2.5 tersebut merupakan contoh jenis anjing toy poodles. Pada gambar tersebut juga dapat kita lihat bahwa kucing dan anjing dibawa di dalam kereta dorong yang berada di pameran hewan peliharaan di Jepang. Dan juga terdapat anjing yang di dandani oleh pemiliknya dengan memakai baju dan aksesoris di kepala. Di Jepang fenomena *Pet boom* terus mengalami perkembangan yang disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor – faktor tersebut akan dijelaskan pada sub bab selanjutnya.

2.6.1. Faktor – Faktor Berkembangnya Fenomena *Pet Boom* di Jepang

Di Jepang, banyak sekali faktor – faktor yang menyebabkan berkembangnya fenomena *pet boom*. Menurut Mike Pehanich (2007) dalam tulisannya yang berjudul *Unicharm Crashes in on Trends*, Pehanich menyatakan bahwa ada empat faktor berkembangnya *pet boom* di Jepang. Empat faktor yang menyebabkan fenomena itu adalah penundaan usia pernikahan bagi laki-laki atau perempuan, bertambahnya jumlah populasi lanjut usia (*koreika shakai*), berkurangnya angka kelahiran (*shoushika*), serta diizinkan memelihara hewan peliharaan di apartemen atau mansion. Sedangkan pada tahun 2019 karena adanya pengaruh pandemi Covid-19 dimana masyarakat Jepang mengalami perubahan dalam gaya hidup, seperti isolasi mandiri, berjaga jarak dengan orang lain, dimana hal tersebut membuat rasa kesepian dan bosan. Sehingga banyak masyarakat

Jepang yang mulai memelihara hewan peliharaan sebagai sarana untuk healing atau *iyashi* (癒し).

2.6.1.1. Faktor Penundaan Usia Pernikahan Bagi Laki-laki dan Perempuan

Dalam masyarakat Jepang terjadinya fenomena *Bankonka* yaitu penundaan usia pernikahan bagi laki-laki dan perempuan karena beberapa alasan tertentu. Salah satu alasan tersebut diantaranya karena mereka sangat mementingkan akan karier nya daripada sebuah keluarga. Keinginan orang Jepang untuk memiliki kebebasan dan menikmati hidup selama mereka muda menyebabkan orang Jepang lebih memilih hidup sendiri daripada terikat dengan pernikahan.

Untuk menemani di kala kesendirian pada laki-laki dan perempuan di Jepang, mereka memutuskan untuk memilih memelihara hewan peliharaan. fungsi hewan ini merupakan sebagai *human substitute*. Dimana pemilik menganggap hewan sebagai pengganti dari saudara atau teman. Contoh dari hewan peliharaan sebagai human substitute yaitu pada seorang dokter perempuan yang berusia 30 tahun, dia mengatakan:

「フェレットを飼っていて、彼と一緒にかわいがっています。旅行にはあまり行けませんが、そのかわりに家でフェレットを含めてのんびりお家デートをして楽しんでいます。」 (Himeno, 2015: 2)

Feretto o katte ite, kare to issho ni kawaigatte imasu. Ryokō ni wa amari ikemasenga, sono kawari ni ie de feretto o fukumete nonbiri oie dēto o shite tanoshinde imasu.

Artinya :

Saya mempunyai musang, bersama dia (musang) saling menyayangi. Karena tidak teralu bisa pergi liburan, sebagai gantinya, saya menikmati kencan rumah bersama musang di rumah.

Seorang dokter tersebut memelihara musang dengan saling menyayangi. Dokter tersebut tidak terlalu bisa pergi liburan, sebagai gantinya, dia menghabiskan

waktu bersama dirumah dengan santai bersama musang. Lalu contoh lainnya yaitu seorang pelayan perempuan yang berusia 28 tahun, dia mengatakan:

「ペットの猫がかわいくてたまらないので、今は彼氏がほしいと思いません。早く猫に会いたいがために、寄り道もせずに真直ぐ帰ります。また、ペットを飼うと医療費などお金がけっこうかかるため、節約しなければいけないことも。余計なものを買ったり、合コンや飲み会に行ってお金を使ったりすることもほとんどありません」。(Himeno, 2015:3)

Petto no neko ga kawaiikute tamaranainode, ima wa kareshi ga hoshī to omoimasen. Hayaku neko ni aitaiga tame ni, yorimichi mo sezu ni masugu kaerimasu. Mata, petto o kau to iryō-hi nado okane ga kekkō kakaru tame, setsuyaku shinakereba ikenai koto mo. Yokeinamono o kattari, gōkon ya nomikai ni itte okane o tsukattari suru koto mo hotondo arimasen.

Artinya:

Saya sekarang tidak terpikirkan untuk mempunyai pacar, karena kucing peliharaan saya sangat lucu tak tertahankan. Saya langsung pulang tanpa singgah di perjalanan untuk ingin cepat bertemu dengan kucing. Selain itu, saya harus berhemat, supaya uangnya cukup untuk memelihara hewan peliharaan seperti biaya pengobatan dan lain-lain. Saya jarang menggunakan uang untuk membeli barang yang tidak diperlukan, pergi ke pesta atau pesta minum.

Seorang pelayan tersebut mengatakan jika dia sedang tidak ingin mempunyai pacar, karena kucing peliharaanya yang sangat lucu. karena ingin cepat bertemu dengan kucingnya, dia bergegas pulang tanpa singgah di tengah perjalanan. Selain itu, dia harus menghemat uang untuk memelihara hewan peliharaan, seperti biaya pengobatan dan lain sebagainya yang dapat menghabiskan banyak uang. Dia jarang menggunakan uangnya untuk membeli barang yang tidak perlu, pergi ke pesta atau pergi minum-minum.

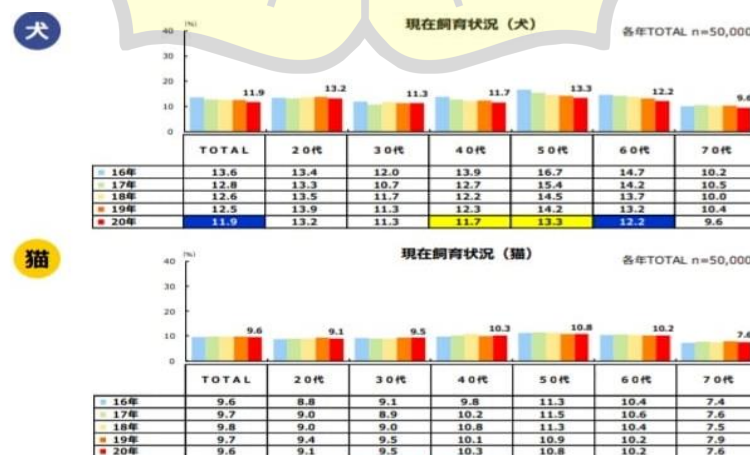
2.6.1.2. Faktor Penurunan Angka Kelahiran dan Bertambahnya Jumlah Populasi Lanjut Usia (*Koreika Shakai*)

Dalam artikel *All dogs go to heaven...in Japan*, Menurut Katsuo Mitsuzuki menyatakan bahwa meningkatnya *pet boom* karena keluarga telah terpecah menjadi unit yang lebih kecil, dengan orang tua yang sering tinggal sendiri, dan mereka memutuskan memelihara hewan peliharaan sebagai pengganti renggangnya ikatan keluarga tersebut (Yamaguci Mari, 2004). Fungsi hewan peliharaan ini termasuk kedalam *human substitute*, yaitu hewan sebagai pengganti anak. Dengan memelihara hewan peliharaan dapat membantu mengurangi rasa kesepian dan menghilangkan stres terhadap para lansia yang hidup sendiri.

Pada situs website *Kea Shikaku Nafi* menyatakan bahwa memelihara hewan memiliki efek positif pada kesehatan manusia, terutama bagi para lansia. Memiliki manfaat kesehatan seperti memperpanjang harapan hidup, menghambat perkembangan penyakit jantung, menurunkan tekanan darah, dan mencegah penurunan daya ingat. Hal itu membuat semakin meningkatnya perkembangan *pet boom* pada lansia di Jepang, bahkan sekarang terdapat panti jompo di mana para lansia dapat tinggal bersama dengan hewan peliharaan.

Dapat kita lihat pada grafik 2.2 merupakan sebuah survey yang dilakukan oleh *Japan Pet Food Association* pada tahun 2020 tentang jumlah pemilik anjing dan kucing berdasarkan usia.

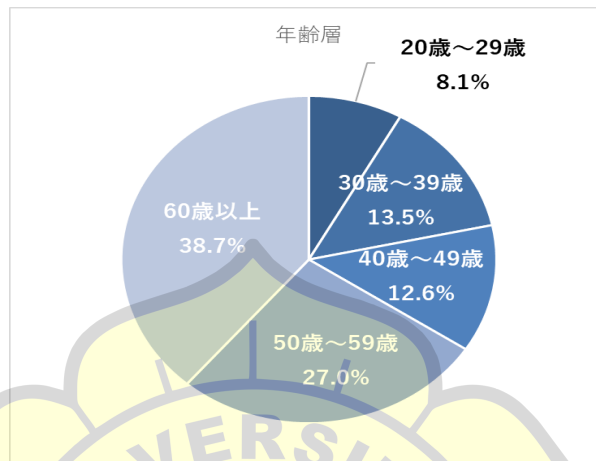
Grafik 2. 2 : Jumlah Pemilik Anjing dan Kucing Berdasarkan Usia



Sumber: Association, J. P, 2020

Dalam grafik 2.2 dapat diketahui bahwa jumlah pemilik yang memelihara anjing dan kucing dari tahun 2016 sampai 2020 paling banyak berada di usia antara 40 tahun sampai 60 tahunan.

Diagram 2.1 : Jumlah Orang yang Melakukan Kremasi Hewan Peliharaan Berdasarkan Usia



Sumber: Memorial Navi, 2021

Diagram 2.1 Merupakan Jumlah orang yang melakukan kremasi hewan peliharaan berdasarkan usia. Dari data tersebut diketahui bahwa rata-rata orang yang melakukan kremasi hewan peliharaan paling banyak di usia 50 sampai 60 ke atas. Hal ini juga, dapat disimpulkan bahwa kebanyakan orang yang memelihara hewan peliharaan berada di usia 50 tahun ke atas.

Berdasarkan data di atas dan penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa banyaknya para lansia yang memelihara hewan peliharaan ini dikarenakan banyaknya orang tua yang tinggal sendiri sehingga membutuhkan seorang teman dalam hidupnya dan adanya efek positif terhadap kesehatan.

Salah satu faktor perkembangan penurunan angka kelahiran di Jepang menurut profesor Manabu Agawa dikarenakan boomingnya hewan peliharaan. pada tahun 2015, diketahui jumlah anjing dan kucing yang dipelihara di Jepang sekitar 20 juta melebihi jumlah anak di bawah usia 15 tahun yang ada sekitar 16 juta. Semakin meningkatnya orang yang memelihara hewan peliharaan di Jepang, salah satu penyebabnya karena kemudahan dalam pemeliharaan hewan dan

semakin populernya gambar serta video kucing atau anjing yang menggemaskan (Manabu, 2018).

Dengan menurunnya angka kelahiran, jumlah anggota keluarga menjadi berkurang, karena itu banyak orang Jepang membutuhkan akan pendamping dalam hidupnya. Sehingga memilih hewan peliharaan untuk dijadikan teman dalam hidupnya, bahkan dianggap sebagai anggota keluarga.

Gambar 2. 6: Seorang Nenek yang Tinggal Dengan Seekor Anjing Shiba Inu



Sumber: PECO Channel, 2020

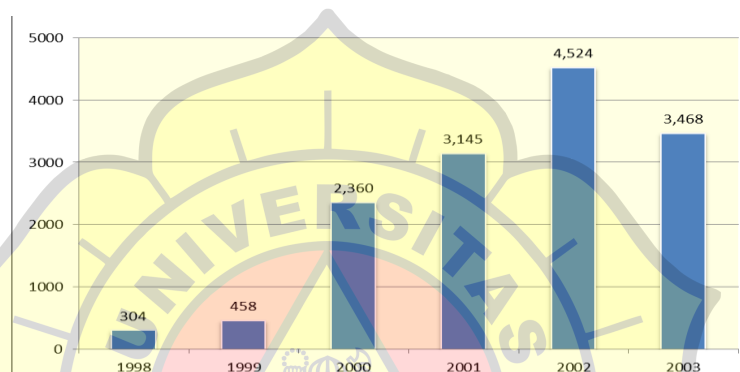
Gambar 2.6 merupakan seorang nenek berusia 86 tahun yang tinggal dengan anjing shiba inu. Nenek tersebut senang dengan kehadiran anjing tersebut, karena anjing itu telah menemani nenek dalam kesepian di hari tuanya.

2.6.1.3. Faktor Diizinkannya Hewan Peliharaan di Apartemen atau Mansion

Peningkatan jumlah pemilik *petto* juga disebabkan karena diperbolehkannya memelihara hewan peliharaan di apartemen atau mansion. Di masa lalu, hewan peliharaan tidak diperbolehkan tinggal di apartemen, karena ruangan apartemen yang kecil dan pandangan masyarakat Jepang terhadap hewan peliharaan, bahwa hewan peliharaan itu kotor, sehingga sebagian besar pemilik memelihara hewan peliharaanya di luar rumah. Tetapi sejak tahun 2000, karena padangan masyarakat Jepang yang menganggap hewan peliharaan itu sebagai anggota keluarga, sehingga kondominium ramah hewan peliharaan dengan cepat menyebar luas, bisa dilihat pada grafik 2.3 dimana pada setiap tahunnya terus semakin banyak penawaran penjualan untuk unit mansion ramah

hewan peliharaan. Banyaknya anggapan hewan peliharaan sebagai keluarga, membuat kementerian Pertahanan, Infrastruktur, Transportasi dan Pariwisata merevisi peraturan Manajemen Standar untuk Kondominium Tingkat Menengah hingga Tinggi pada tahun 1997 dan menjelaskan pemeliharaan hewan peliharaan sebagai hal yang harus diatur dalam peraturan pengelolaan (Ogawa, 2004). Akibatnya mulai banyak perusahaan real estate yang menjual kondominium dimana pemilik dapat tinggal dengan hewan peliharaannya.

Grafik 2.3 : Jumlah Kemajuan Penjualan Kondominium Ramah Hewan Peliharaan



Sumber: Ogawa, 2004

Grafik 2.3 merupakan jumlah kemajuan penjualan kondominium ramah hewan peliharaan, data dari tahun 1999 sampai tahun 2003. Pada tahun 2002 merupakan tahun yang paling banyak menawarkan penjualan untuk kondominium ramah hewan peliharaan yaitu sebanyak 4, 524 unit.

2.6.1.4. Faktor Pengaruh Pandemi Covid-19

Dalam sebuah artikel PRTIMES dikatakan bahwa adanya peningkatan terhadap jumlah orang yang mulai memelihara anjing dan kucing di Jepang. Hal ini disebabkan karena pada tahun 2020, terjadinya perubahan dalam gaya hidup seperti selalu berada di rumah (*stay home*), akibat dari larangan keluar rumah untuk pencegahan penularan pandemi virus corona. dengan memelihara hewan seperti anjing dan kucing dapat menghilangkan stres dan sebagai media penyembuhan (*healing*) (PRTIMES, 2020).

Grafik2. 4 : Jumlah Orang yang Mulai Memelihara Anjing dan Kucing



Sumber: Diamond, 2021

Grafik 2.4 merupakan hasil survey terhadap orang yang mulai memelihara anjing dan kucing di Jepang dari tahun 2016 sampai tahun 2020, yang dibuat oleh departemen editorial Diamond berdasarkan data dari *Japan pet food association*. Diketahui dalam sebuah survey tersebut bahwa jumlah pemilik yang memelihara anjing dan kucing mengalami peningkatan. Jumlah pemilik yang memelihara anjing meningkat sekitar 14,4%, sedangkan pada kucing sekitar 16,1% dibandingkan pada tahun 2019.

Tabel 2.1: Manfaat Memelihara Anjing dan Kucing

	犬	猫
生活に癒しや安らぎが生まれる	92.5%	95.4%
家庭がなごやかになる	72.8%	71.8%
育てることに喜び、楽しみがある	66.2%	67.4%
生活にメリハリや活気が生まれる	61.7%	52.6%
健康的によい影響がある	46.7%	32.4%
犬/猫を通じて人付き合いが深まる	42.3%	24.5%
パートナー、友達になれる	41.5%	35.2%
お年寄りの癒しや生活のハリになる	17.3%	11.9%
子どもが心豊かに育つ	17.1%	14.9%
防犯や留守番に役立つ	13.0%	1.3%
その他	0.6%	1.8%
	(n=1,088)	(n=1,105)

Sumber : Web Magazine Neko no Kimochi , 2021

Dalam Tabel 2.1 merupakan sebuah hasil survey kuesioner di internet yang dilakukan oleh Web Magazine Neko no Kimochi pada bulan April 2021 terhadap 2.193 koresponden pemilik anjing dan kucing. Hasil survey tersebut diketahui terdapat 92.5% pada pemilik anjing dan 95.4% pemilik kucing, menjawab bahwa memelihara anjing dan kucing dapat memberikan kesembuhan (*healing*) dan kenyamanan dalam hidup mereka. Selain itu, kucing dan anjing dianggap sebagai keluarga karena telah memberikan kegembiraan, kenyamanan dan hiburan dalam kehidupan pemiliknya.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dengan memelihara hewan peliharaan dapat memberikan kenyamanan dan sebagai sarana healing pada masyarakat Jepang di tengah kondisi pandemi virus corona dan perubahan aktivitas akibat menahan diri untuk tidak keluar rumah (*stay home*).

Fungsi hewan peliharaan pada penjelasan di atas yaitu disebabkan karena adanya interaksi antara hewan peliharaan dan pemiliknya. Interaksi dengan hewan peliharaan menghasilkan pengaruh positif dalam hidup pemiliknya, seperti dapat menghilangkan stres, dan sebagai penyembuhan (*healing*).

2.7. Industri Hewan Peliharaan

Bisnis yang berhubungan dengan hewan peliharaan semakin berkembang di Jepang. Semakin banyaknya hewan peliharaan di Jepang, tentu kebutuhan konsumsi terkait barang dan jasa untuk hewan peliharaan juga akan meningkat, dimana situasi ini menjadikan peluang yang menarik untuk para pebisnis di Jepang.

Pelaku utama industri hewan peliharaan adalah peternak (*breeders*) dan toko hewan peliharaan (*Pet Shop*). Toko hewan peliharaan dan peternak (*breeders*) dalam bisnis penanganan hewan kelas satu dan diatur dalam undang-undang tentang Perlindungan dan Pengelolaan Hewan dan sejak tahun 2005 mereka harus terdaftar di Kementerian Lingkungan Hidup. Menurut data dari kementerian, di tahun 2019 jumlah total pendaftaran adalah 20,069 jiwa, di antaranya peternak (*breeders*) ada sebanyak 12,730,109 jiwa (Dermati, 2019).

Gagasan memiliki hewan peliharaan sebagai anggota keluarga telah banyak di Jepang, dan memunculkan fasilitas dan layanan terkait hewan peliharaan seperti pet café, asuransi hewan peliharaan, salon *petto*, pengasuh hewan, pemakaman *petto*, dan lainnya. Hal ini telah menguatkan bahwa adanya keterikatan yang kuat pada hewan peliharaan dalam masyarakat Jepang.

Sebuah survey yang dilakukan oleh perusahaan asuransi hewan peliharaan pada tahun 2018 menemukan bahwa pemilik anjing menghabiskan rata – rata tahunan 480.000 yen per tahun untuk perawatan hewan peliharaan mereka, sementara pemilik kucing menghabiskan 230.000 yen. Survey tersebut juga mengungkapkan bahwa lebih dari 30% pemilik hewan peliharaan menghabiskan lebih banyak uang untuk merawat hewan mereka daripada untuk diri mereka sendiri (Anicom Insurance, Inc. 2018 dalam Kajiwara, 2020: 10). Yano Research Institute memperkirakan bahwa pada Februari tahun 2021 total ukuran pasar industri hewan peliharaan 1.624,2 miliar yen (The Owner, 2021).

Dengan bertambahnya usia hewan peliharaan, pemilik diharuskan memiliki pengetahuan yang benar tentang diet dan olahraga hewan peliharaan yang sudah tua. Menanggapi hal ini, pada oktober 2014, lima perusahaan termasuk Procter dan Gamble (P&G) Jepang meluncurkan “Pet Longevity Country Project”. Dengan tujuan meningkatkan harapan hidup rata-rata anjing dan kucing di Jepang selama 3 tahun dalam jangka panjang, perusahaan berencana untuk memberikan informasi tentang diet hewan peliharaan, olahraga, dan pencegahan rutin di situ web perusahaan, serta mengadakan seminar untuk staf penjualan ritel (ペットビジネス, 2014).

Produsen makanan hewan peliharaan telah memperluas produk mereka untuk hewan peliharaan yang sudah tua. Produsen mencoba memenuhi kebutuhan pemilik yang sadar akan kesehatan hewan peliharaan. Fasilitas dan layanan perawatan anjing dan kucing yang sudah tua juga bermunculan. Anak perusahaan persediaan hewan peliharaan Aeon membuka fasilitas perawatan khusus anjing di Aeon Mall Makuhari New City (kota Chiba). Seorang dokter hewan bertugas 24 jam sehari dan menawarkan layanan mulai dari 100.000 yen per bulan, termasuk perawatan mental anjing dan kolam renang (ペットビジネス, 2014).

Berdasarkan uraian penjelasan pada bab dua di atas, dapat disimpulkan bahwa fenomena *pet boom* di Jepang sampai saat ini masih terus berkembang yang disebabkan oleh beberapa faktor. Adanya keterikatan yang erat antara pemilik dengan hewan peliharaan, sehingga pemilik menganggap hewan peliharaan sebagai salah satu anggota keluarga. Pemilik hewan peliharaan di Jepang memperlakukan hewan peliharaan seperti layaknya manusia. Banyaknya masyarakat Jepang yang memelihara hewan peliharaan telah berpengaruh terhadap bisnis yang berkaitan dengan hewan peliharaan. Bisnis-bisnis tersebut muncul karena adanya kebutuhan pemilik akan perawatan hewan peliharaanya.

