
Pengaruh Fenomena Pet Boom Terhadap Munculnya Layanan Pemakaman Petto (ペット) di Jepang

Siti Asmaya¹⁾, Indun Roosiani¹⁾ dan Erni Puspitasari¹⁾

¹⁾Universitas Darma Persada, Jakarta, Indonesia

^{*)}Surel Korespondensi: iroosoani@gmail.com

Kronologi naskah

Diterima: 8 Maret 2022; Direvisi: 18 Maret 2022; Disetujui: 10 April 2022

ABSTRAK: Penelitian ini membahas mengenai fenomena pet boom dan layanan pemakaman petto di Jepang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh fenomena pet boom terhadap munculnya layanan pemakaman petto di Jepang. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi. Hasil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh fenomena pet boom terhadap munculnya layanan pemakaman petto di Jepang karena dengan semakin banyaknya masyarakat Jepang yang memelihara hewan peliharaan dan karena perubahan pandangan masyarakat Jepang terhadap hewan peliharaan yang dijadikan sebagai anggota keluarga. Hal ini, menyebabkan munculnya layanan pemakaman petto untuk mengurangi rasa kehilangan hewan peliharaan yang sudah dianggap sebagai anggota keluarga di Jepang.

Kata kunci: *fenomena, pet bom, petto, layanan pemakaman.*

ABSTRACT: This study discusses the phenomenon of pet booms and petto funeral services in Japan. The purpose of this study was to determine whether there was an effect of the pet boom phenomenon on the emergence of petto funeral services in Japan. The method used in this study is a qualitative descriptive method with a phenomenological study approach. The results of this study are the influence of the pet boom phenomenon on the emergence of petto funeral services in Japan because of the increasing number of Japanese people who keep pets and because of the changing views of the Japanese people towards pets that are used as family members. This has led to the emergence of petto funeral services to reduce the loss of pets that are considered family members in Japan.

Keywords: *phenomenon, pet boom, petto, funeral service.*

PENDAHULUAN

Hewan peliharaan dalam bahasa Jepang disebut *petto* (ペット). *Petto* berupa anjing, kucing, beberapa jenis reptil, unggas dan lainnya. Hewan yang paling banyak dipelihara oleh masyarakat Jepang yaitu kucing dan anjing. Menurut data survei yang dilakukan oleh *Association Japan Pet Food* (2020) terhitung 8.489.000 ekor anjing dan 9.644.000 ekor kucing yang dipelihara oleh masyarakat Jepang. Berdasarkan data survei tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat Jepang yang memelihara kucing dan anjing sangat tinggi. Pemilik *petto* di Jepang banyak memperlakukan hewan piaraan mereka dengan secara khusus, yaitu seperti mendandani *pettonya* dengan baju – baju dan asesoris bermerk dan berkelas internasional yang mahal, dan memberi hidangan makanan yang mahal.

Di Jepang, terdapat banyak fenomena yang berkembang salah satunya yaitu fenomena *Pet boom*. *Pet boom* merupakan sebuah fenomena di mana meningkatnya jumlah binatang peliharaan. *Pet boom* berkembang mulai dari tahun 1989 ketika ekonomi Jepang mulai berkembang. Perkembangan fenomena *Pet boom* di Jepang yang semakin meningkat didorong oleh beberapa faktor. Menurut Mike Pehanich (2007), dalam tulisannya yang berjudul *Unicharm Crashes in on Trends*, Pehanich menyatakan bahwa ada empat faktor berkembangnya *pet boom* di Jepang. Faktor-faktor tersebut yaitu penundaan usia pernikahan bagi laki-laki atau perempuan, sehingga mereka memilih memelihara hewan peliharaan untuk dijadikan sebagai teman dan menemaninya dikala kesendirian. diizinkan memelihara *petto* di mansion atau apartemen, sehingga banyak orang Jepang yang tinggal di apartemen dapat memelihara *petto*, bertambahnya jumlah lanjut usia (*koreika shakai*) yang kesepian di hari tuanya hingga mereka memutuskan untuk memelihara *petto*. Sedangkan pada tahun 2019 sampai sekarang karena pengaruh pandemi virus corona dimana masyarakat Jepang mengalami perubahan gaya hidup, seperti selalu berada di rumah, berjaga jarak dengan orang lain, yang mana dapat menimbulkan rasa kesepian dan bosan, sehingga banyak orang yang mulai memelihara *petto* sebagai sarana hiburan dan healing (*iyashi*).

Perkembangan *Pet boom* telah menjadikan peluang bagi pebisnis Jepang untuk

membuka lahan usaha yang berkaitan dengan *petto*. kini di Jepang banyak muncul bisnis – bisnis yang berkaitan dengan *petto*. Diantaranya yaitu munculnya layanan pemakaman *petto*. Faktor – faktor munculnya bisnis pemakaman *petto* diantaranya yaitu karena kesedihan pemilik yang kehilangan *petto*, dengan adanya layanan pemakaman *petto* berfungsi sebagai sarana untuk meringankan kesedihan dan kehilangan *petto*. Pemilik *petto* semakin memandang *petto* sebagai salah satu anggota keluarga di Jepang; oleh karena itu, *petto* layak untuk mendapatkan upacara pemakaman yang dilangsungkan selayaknya upacara kematian pada manusia (Ambros, 2012). Selain itu, karena adanya kepercayaan tentang gagasan kehidupan setelah kematian hewan peliharaan di Jepang. Dengan adanya layanan pemakaman hewan peliharaan memudahkan pemilik *petto* yang tinggal di apartemen untuk memakamkan hewan peliharaannya yang mati. Sehingga layanan pemakaman *petto* telah meningkat popularitasnya di daerah perkotaan yang padat di Jepang.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu dengan mendeskripsikan permasalahan penelitian kemudian dianalisis. Metode penelitian ini menggunakan studi fenomenologi. Fenomenologi adalah melakukan pemahaman respon atas keberadaan individu dalam masyarakat, serta pengalaman yang dipahami dalam menjalankan interaksi dengan sesamanya (Harahap, 2020). Pengumpulan data menggunakan data sekunder, yaitu berupa dokumen yang diambil dari publikasi elektronik maupun cetak.

LANDASAN TEORI

Anthrozoologi adalah ilmu tentang relasi antara manusia dan hewan (Human-Animal Studies – HAS). Human-animal studies (HAS) mengeksplorasi hubungan antara manusia dan hewan lainnya. Muncul pada tahun 1990-an terutama di dunia Barat. DeMello (2012) mendefinisikan HAS sebagai “bidang interdisipliner yang mengeksplorasi ruang yang ditempati hewan dalam dunia sosial dan budaya manusia dan interaksi manusia dengan hewan” (Fujiwara, 2020). HAS membahas persimpangan antara hewan dan manusia, keterikatan manusia pada hewan peliharaan, sikap terhadap pemanfaatan hewan, persamaan

dan perbedaan lintas budaya dalam hubungan manusia dan hewan, kontribusi hewan dalam seni, agama, mitologi, olahraga, dan sastra. Dalam ilmu Anthrozoologist hubungan pemilik hewan peliharaan dengan hewan peliharaannya diketahui terdapat 3 dimensi, yaitu: attachment (kelekatan), interaksi, dan peran hewan peliharaan sebagai human substitute (Chen et al, 2012).

Dalam penelitian ini, selain menggunakan teori anthrozoology, penulis juga menggunakan teori kebutuhan yang dipaparkan oleh Abraham Maslow. Abraham Maslow membagi tingkat kebutuhan dan keinginan manusia menjadi lima tingkatan diantaranya yaitu; kebutuhan dasar atau fisiologi (*Physiological needs*), kebutuhan akan rasa aman (*sefty need*), kebutuhan sosial (*social need*) (rasa cinta, kasih sayang, serta hak kepemilikan), kebutuhan mendapatkan penghargaan (*esteem need*), dan kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri (*self actualization*) (Ozguner, 2014). Pada penelitian ini, merujuk kepada kebutuhan manusia akan kebutuhan sosial, seperti rasa cinta, kasih sayang, serta hak kepemilikan. Abraham Maslow menjelaskan latar belakang dari aspek tersebut karena didasari oleh kesepian, kesendirian, depresi, dan stress. Selain itu, kebutuhan aspek sosial ini juga meliputi kebutuhan untuk dapat menjalin pertemanan dengan individu lain, membentuk keluarga, bersosialisasi dengan suatu kelompok, beradaptasi dengan lingkungan sekitar. Dengan teori ini akan dijelaskan bahwa dengan memelihara hewan peliharaan dapat membantu memenuhi kebutuhan sosial tersebut.

HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh *pet boom* terhadap munculnya layanan pemakaman *petto* di Jepang

Semakin berkembangnya booming hewan peliharaan di Jepang, membuat banyak perubahan dalam kehidupan masyarakat Jepang. Seiring dengan berkembangnya zaman, padangan pemilik terhadap hewan peliharaannya mengalami perubahan yang tadinya menganggap *petto* sebagai penjaga rumah dan untuk menangkap hewan pengerat, berubah sebagai anggota keluarga atau sahabat.

Menurut Johnson et al menyatakan bahwa attachment adalah tingkat kasih sayang yang terdapat di antara individu (manusia) dengan hewan sebagai sahabat mereka (Chen et al., 2012). Dengan adanya anggapan hewan peliharaan sebagai keluarga di Jepang, membuat semakin terikatnya hubungan antara hewan peliharaan dengan pemiliknya. Ketika hewan peliharaannya mati, maka pemilik akan merasakan kesedihan akan kehilangan hewan peliharaannya. Hal ini juga, dapat berpengaruh terhadap kesehatan pemilik.

Untuk mengurangi akan kesedihan kehilangan hewan peliharaan, maka di Jepang muncul sebuah layanan pemakaman hewan peliharaan. Dengan adanya layanan pemakaman hewan peliharaan ini sangat dibutuhkan oleh pemilik hewan peliharaan di Jepang. Terutama pada pemilik yang tinggal di Apartemen atau Mansion, sehingga layanan pemakaman hewan peliharaan ini sangat populer di daerah Tokyo yang padat penduduk.

a) Faktor-faktor berkembangnya fenomena *pet boom* di Jepang

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 (Mari, 2004). Fungsi hewan peliharaan ini termasuk ke dalam *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 1 merupakan sebuah survey yang dilakukan oleh *Japan Pet Food Association* pada tahun 2020 tentang jumlah pemilik anjing dan kucing berdasarkan usia. Dari grafik tersebut juga terlihat bahwa paling banyak yang memelihara kucing dan anjing yaitu pada usia 40 tahun ke atas.



Gambar 1 : Grafik jumlah pemilik anjing dan kucing berdasarkan usia

Sumber: Association, J. P, 2020

b) Kehilangan hewan peliharaan (*pet lose*)

Semakin lamanya tinggal bersama dengan hewan peliharaan maka hal ini dapat membuat attachment yang kuat antara pemilik dengan hewan peliharaan. Hubungan kepemilikan dan keterikatan yang kuat antara pemilik dan hewan peliharaannya di Jepang, dapat kita lihat dari kesedihan pemilik yang kehilangan hewan peliharaannya. Kehilangan atau terpisah dari hewan peliharaan dapat berpengaruh pada psikologis yang serius bagi banyak pemilik hewan peliharaan. Reaksi kesedihan menyebabkan berbagai gejala seperti depresi, neurosis (kecemasan), kekhawatiran, kesepian, kekosongan, pola tidur terganggu, kehilangan nafsu makan, dan penurunan berat badan (Kimura et al., 2011).

Gambar 2 : Pasangan suami istri yang kehilangan hewan peliharaan

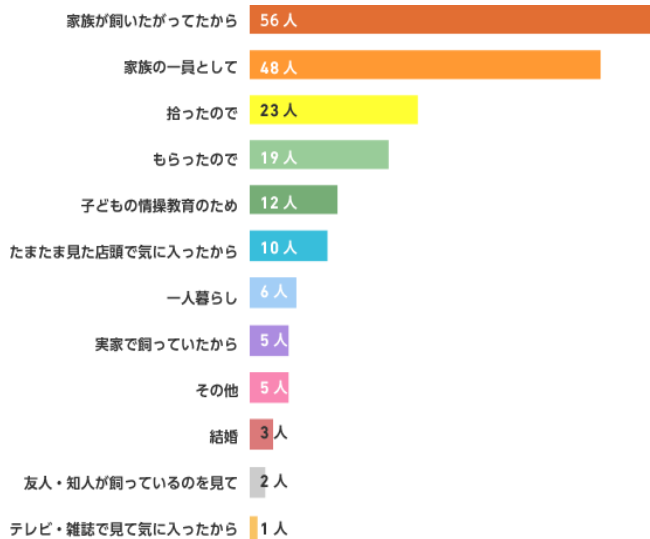
Sumber : いきいきプラザ ペット葬クオリア, 2021.



Pada Gambar 1 dapat terlihat bahwa ada seorang suami istri yang telah kehilangan hewan peliharaannya. Suami istri itu pergi ke layanan pemakaman khusus hewan peliharaan untuk memakamkan hewan peliharaannya.

2. Kebutuhan sosial

Menurut Abraham Maslow kebutuhan aspek sosial pada manusia adalah seperti kebutuhan untuk merasakan cinta, kasih sayang, dan memiliki hak kepemilikan terhadap sesuatu hal. Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan sosial tersebut yang dilakukan oleh masyarakat Jepang yaitu dengan memelihara hewan peliharaan. 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. Dengan demikian, memelihara hewan peliharaan dapat membantu mengurangi rasa kesepian dan menghilangkan stres. Seperti yang dijelaskan oleh Maslow bahwa latar belakang dari aspek sosial tersebut karena didasari oleh kesepian, kesendirian, depresi, dan stress.



Gambar 3: Grafik alasan memelihara hewan peliharaan

Sumber : Hoken Clinic, 2015

Gambar 3 merupakan hasil survey yang dilakukan oleh hoken clinic sebuah perusahaan asuransi di Jepang. Dari hasil survey tersebut dapat diketahui bahwa alasan memelihara hewan peliharaan paling banyak karena keinginan keluarga dan yang kedua terbanyak yaitu untuk dijadikan sebagai anggota keluarga.

3. Pemakaman hewan peliharaan di Jepang

Dalam ritual pemakaman kontemporer untuk hewan peliharaan yang mati adalah versi singkat dari ritual yang digunakan untuk manusia, yaitu mengubur, kremasi, pengumpulan abu, penyimpanan abu di kuburan atau osuarium, membuat altar Buddha di rumah, mengunjungi kuburan, membuat persembahan makanan dan dupa, peringatan harian, bulanan/tahunan.

Novelis Jepang terkemuka, Natsume Soseki (1867-1916), dirinya terkenal menyukai kucing, dia meninggalkan catatan di atas kuburan taman kucingnya dan keluarganya melakukan upacara peringatan sederhana untuk roh hewan peliharaan dengan mempersembahkan bunga, secangkir air dan makanan yang disukai oleh hewan peliharaannya. Natsume Soseki (1910) mengatakan bahwa :

“We got a rectangular grave marker ...
On the front, I wrote, “cat grave”. On

the back, I wrote a haiku ... To the left and right of the grave, we set out two glass vases filled with bush clover flowers. In front, we put a teacup of water ... Every month, on the same day of the month that the cat had died, my wife offered a slice of salmon and a bowl of rice topped with dried bonito flakes in front of the grave. Even now, she doesn't forget to offer food, except that recently she doesn't carry it out into the garden; she usually put it on top of the bureau in the living room.” (Kenney, 2004).

Adanya peringatan hewan peliharaan yang mati, seperti yang dilakukan oleh Natsume Soseki merupakan sesuatu yang sangat menarik di Jepang. Seperti, membuat tablet memorial (batu nisan), Biksu melantunkan kitab suci Buddha, dan melakukan persembahan yang dilakukan di pemakaman. Persembahan di pemakaman seperti menyalakan dupa, menyimpan bunga, makanan dan mainan yang disukai oleh hewan peliharaannya.



Gambar 4 : Kuburan hewan peliharaan dengan patung Jizo, Bodhisattva yang membantu orang mati. Kuil Kucing Di Kyoto

Sumber : Kenney, 2004: 46

Dari gambar 4, dapat kita lihat bahwa batu nisan hewan peliharaan mirip dengan batu nisan untuk manusia. Pemakaman hewan peliharaan menyediakan ruang bagi orang – orang untuk menyimpan guci berisi tulang atau abu hewan peliharaan. Pada gambar 3 merupakan contoh dari ruang penyimpanan individu disebut “kuburan gaya loker” atau “kuburan apartemen”.



Gambar 5 : Osuarium Hewan Peliharaan
 Sumber : ひかりペット霊園, n.d

Layanan pemakaman hewan peliharaan

Pengaruh *Pet boom* di Jepang yang terus berkembang sampai sekarang, membuat peluang bisnis yang berkaitan dengan hewan peliharaan. Perusahaan pemakaman *petto* di Jepang terus bermunculan karena permintaan masyarakat Jepang yang membutuhkan pemakaman hewan peliharaan mereka. Dengan adanya layanan pemakaman *petto* ini dapat bermanfaat untuk pemilik *petto* dalam memakamkan *pettonya* yang mati. Dan dapat mengurangi kesedihan kehilangan hewan peliharaan.

Di Jepang, banyak perusahaan yang bekerjasama dengan kuil – kuil, menyediakan layanan pemakaman dan peringatan untuk hewan peliharaan. Seperti PET Co., Ltd, Saitama pet memorial, Aeon Life Co., Ltd dan lainnya. Biaya pemakaman *petto* berbeda-beda tergantung pada perusahaannya, tetapi biaya rata – rata dapat menghabiskan sekitar 10.000 – 90.000 yen. Pemilik hewan peliharaan dapat memakamkan hewan peliharaannya di rumah dengan menggunakan layanan mobil kremasi atau pemilik dapat pergi langsung ke tempat perusahaan layanan pemakaman hewan peliharaan.

4. Kelekatan hewan peliharaan dengan pemiliknya

Di bawah ini merupakan tabel dari hasil analisis hubungan hewan peliharaan dengan pemiliknya menggunakan teori attachment, interaction, human substitute melalui interaksi pemilik dengan *petto* yang terjadi pada masyarakat di Jepang.

Attachment	Interaction	Human Substitute
Membawa <i>petto</i> ke rumah sakit khusus hewan ketika sakit	Tidur bersama dengan <i>petto</i>	<i>Petto</i> dijadikan sebagai anak, teman, sahabat atau keluarga
Ketika berpergian <i>petto</i> disimpan di kereta dorong	Pemilik memberikan nama pada <i>pettonya</i>	<i>Petto</i> dapat menghilangkan stress
Memberi makanan yang enak	Memakamkan <i>petto</i> di tempat khusus layanan pemakaman <i>petto</i>	<i>Petto</i> mendorong perasaan positif dan baik untuk kesehatan pemiliknya
Membawa <i>petto</i> ke salon hewan	Pemilik mengajak jalan-jalan <i>petto</i>	
Pemilik memakaikan baju pada <i>pettonya</i>	Merasakan stress atau rindu ketika berpisah dengan <i>petto</i>	

Dari semua uraian penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa masyarakat Jepang membutuhkan hewan peliharaan sebagai pendamping hidup yang dapat menghilangkan stres dan kesepian. Hal ini menimbulkan semakin berkembangnya booming hewan peliharaan di Jepang. Pandangan masyarakat Jepang terhadap hewan peliharaan telah berubah, hewan peliharaan dianggap sebagai keluarga. Adanya anggapan hewan peliharaan sebagai keluarga, membuat interaksi dan attachment yang semakin kuat, sehingga ketika hewan peliharaan itu mati atau hilang, pemilik akan merasakan kesedihan yang cukup mendalam. Hal ini telah membuat peluang usaha pada para bebisnis di Jepang, dengan menyediakan layanan pemakaman hewan peliharaan, sebagai sarana untuk mengurangi kesedihan kehilangan hewan peliharaan. Dengan demikian, terdapat pengaruh fenomena *pet boom* terhadap munculnya layanan pemakaman hewan peliharaan di Jepang.

SIMPULAN

Faktor-faktor perkembangan Fenomena *Pet Boom* diantaranya yaitu penurunan angka kelahiran, peningkatan jumlah populasi lanjut usia di Jepang, diizinkan memelihara hewan peliharaan di apartemen, dan karena adanya pandemi virus corona. Perkembangan pet boom menyebabkan berubahnya pandangan masyarakat Jepang terhadap hewan peliharaan, dimana hewan peliharaan dianggap sebagai salah satu bagian dalam keluarga. Sehingga ketika hewan peliharaan tersebut mati, hewan peliharaan tersebut layak untuk mendapatkan pemakaman seperti kehilangan anggota keluarga (manusia). Pengaruh dari perkembangan fenomena *pet boom* di Jepang menyebabkan munculnya sebuah layanan pemakaman hewan peliharaan di Jepang. Layanan pemakaman hewan peliharaan ini muncul karena adanya kebutuhan akan pemilik hewan peliharaan ketika hewan peliharaannya mati. Pemakaman hewan peliharaan dilakukan dengan cara kremasi dengan ritual pemakaman yang hampir sama seperti yang dilakukan pada manusia.

REFERENSI

- Ambros, Barbara. (2012). *Bones of Contention: Animal and Religion in Contemporary Japan*. University of Hawaii Press.
- Association, J. P. (2020). *全国犬猫飼育実態調査*. Retrieved from Japan Pet Food Association. (diakses pada tanggal 3 November 2021) dari <https://petfood.or.jp/data/chart2020/3.pdf>
- Chen, A., Hung, K.P., and Peng, N., (2012), A cluster analysis examination of pet owners' consumption values and behavior – segmenting owners strategically. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, Vol.20,2:117-132.
- Harahap, Nursapia. 2020. *Penelitian Kualitatif*. Sazali, Hasan (Ed.). Medan: Wal Ashri Publishing.
- Hoken Clinic. 2015. (diakses 21 Januari 2022) dari <https://www.hoken-clinic.com/expedition/detail10.html>.
- ひかりペット霊園. (n.d). *納骨堂に安置したい*. Diakses pada tanggal 15 Desember 2021) dari <https://www.petreien.biz/memorial/ossuary/>.
- いきいきプラザ ペット葬クオリア. 2021. (diakses pada tanggal 27 Januari 2022) dari <https://www.youtube.com/watch?v=Yguy1cmWvA8>.
- Kajiwara, Hazuki . (2020). *Surviving with Companion Animals in Japan: Life after a Tsunami and Nuclear Disaster*. Palgrave Macmillian.
- Kenney, Elizabeth. (2004). *Pet Funerals and Animal Graves in Japan*, *Mortality* Vol. 9:1, 42-60. DOI: 10.1080/13576270410001652532.
- Kea Shikaku Nafi. *高齢者とペット問題。飼い続けるためのサービスペットが高齢者に与えるよい影響*. (diakses pada tanggal 22 Januari 2022) dari careshikaku.com/feature_guide/column/kourei_pet.
- Pehanick, Mike. 2007. *Unicharm Crashes in on Trends*. (diakses pada tanggal 17 Januari 2022) dari petfoodindustry.com/articles/648-unicharm-cashes-in-on-trends.
- Yamaguchi, Mari. 2004. *All dogs go to heaven in Japan*. (diakses pada tanggal 21 Januari 2022) dari <https://www.nbcnews.com/id/wbna5528900>.