

PROYEK AKHIR
**RENCANA BISNIS “*PETTO PARK: UNLEASHING TRUE
HAPPINESS FOR PAWRENT AND PET*”**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam Menempuh Studi Pada
Program Diploma IV Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun Oleh:

KHANSA ADIRA WICAKSANA

2021310024

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN USAHA REKREASI
JURUSAN KEPARIWISATAAN
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2025



Petto Park!

**Unleashing True Happiness for
Pawrent and Pet!**



LEMBAR PENGESAHAN

PROPOSAL RENCANA BISNIS

“PETTO PARK: UNLEASHING TRUE HAPPINESS FOR PAWRENT AND PET”

RENCANA BISNIS “PETTO PARK: UNLEASHING TRUE HAPPINESS
FOR PAWRENT AND PET”

NAMA : KHANSA ADIRA WICAKSANA

NIM : 2021310024

JURUSAN : KEPARIWISATAAN

PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN USAHA REKREASI

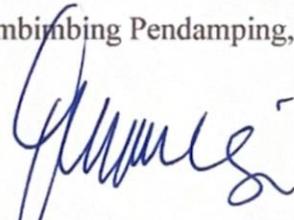
Pembimbing Utama,



Hari Ristanto, BBA., M.Sc.

NIP : 19680915199903 1 001

Pembimbing Pendamping,



Mega Fitriani Adiwarna Prawira, SST.Par.,M.Ds.

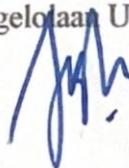
NIP : 19850618 201001 2 007

Bandung, 14 April 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Pengelolaan Usaha Rekreasi



Dicky Arsyul Salam, S.Par., M.Sc

NIP : 19890709 201403 1 002

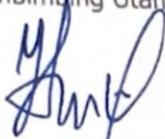
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

RENCANA BISNIS "PETTO PARK: UNLEASHING TRUE HAPPINESS FOR PAWRENT AND PET"

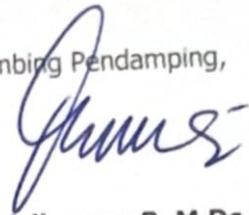
NAMA : KHANSA ADIRA WICAKSANA
NIM : 2021310024
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN USAHA REKREASI (PUR)

Pembimbing Utama,



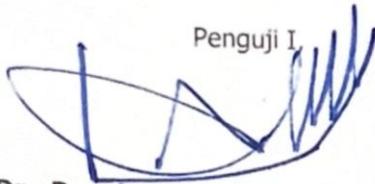
Hari Ristanto, BBA., M.Sc., CHE.
NIP. 19680915 199903 1 001

Pembimbing Pendamping,



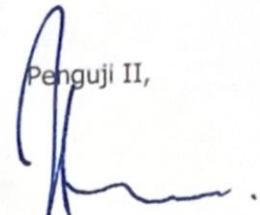
Mega Fitriani Adiwarna P., M.Ds., CHE.
NIP. 19850618 201001 2 007

Penguji I,



Dr., Drs. Anang Sutono, MM.Par., CHE.
NIP 19650911 199203 1 001

Penguji II,

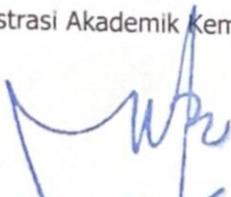


Drs. Jacob Ganef Pah, MT.
NIP 1963/101 199903 1 001

Bandung, 28 Juli 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Dr. Anwari Masatip., MM.Par., CEE
NIP. 19750415 200212 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : KHANSA ADIRA WICAKSANA
Tempat/Tanggal Lahir : BALIKPAPAN/ 25 MARET 2003
NIM : 2021310024
Program Studi : PENGELOLAAN USAHA REKREASI
Jurusan : KEPARIWISATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:
RENCANA BISNIS "PETTO PARK: UNLEASHING TRUE HAPPINESS FOR PAWRENT AND PET" ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturanperaturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 17 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



(Khansa Adira Wicaksana)



KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "*Rencana Bisnis Petto Park: Unleashing True Happiness for Pawrent and Pet*". Penyusunan tugas ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh kelulusan pada Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi, Jurusan Kepariwisata, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Selain sebagai bentuk pemenuhan kewajiban akademik, Tugas Akhir ini juga diharapkan dapat menjadi acuan praktis bagi penulis maupun calon pelaku usaha yang tertarik mengembangkan bisnis taman rekreasi hewan peliharaan sebagai bentuk peningkatan perhatian terhadap pentingnya hubungan emosional antara pemilik hewan dengan hewan peliharaannya. Proses perumusan rencana bisnis *Petto Park: Unleashing True Happiness for Pawrent and Pet* melalui berbagai tahapan penting, seperti pengumpulan data pasar, analisis pesaing, hingga penyusunan strategi yang adaptif terhadap dinamika industri pariwisata dan gaya hidup pemilik hewan peliharaan. Dengan dukungan, arahan, serta bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan tugas ini secara optimal.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, MM.Par, selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par, selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Ibu Endah Trihayuningtyas, MM.Par, selaku Ketua Jurusan Kepariwisata.

- 
- 
4. Dicky Arsyul Salam, S.Par., M.Sc, selaku ketua Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
 5. Bapak Hari Ristanto, BBA., M.Sc, selaku Dosen Pembimbing Utama.
 6. Ibu Mega Fitriani Adiwarna Prawira, SST.Par.,[M.Ds](#), selaku Pembimbing Pendamping.
 7. Keluarga penulis yang selalu setia mendampingi, kucing-kucing kesayangan yang menjadi support system tersendiri, teman-teman yang senantiasa menghadirkan tawa dalam setiap perjuangan, serta seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan proyek akhir ini

Bandung, 06 Agustus 2025

Khansa Adira Wicaksana

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
EXECUTIVE SUMMARY	xviii
BAB I DESKRIPSI BISNIS	xx
A. LATAR BELAKANG	1
B. GAMBARAN UMUM BISNIS	4
1. Deskripsi Bisnis.....	4
2. Deskripsi Logo dan Nama.....	5
3. Identitas Bisnis	6
C. VISI DAN MISI	6
1. Visi	6
2. Misi.....	7
3. Tujuan.....	7
4. Sasaran	8
D. <i>INDUSTRY ANALYSIS</i>	10
1. <i>Threat of New Entrants</i>	10



2. <i>Bargaining Power of Suppliers</i>	11
3. <i>Bargaining Power of Buyers</i>	11
4. <i>Threats of Substitute</i>	12
5. <i>Rivalry of Competitors</i>	12
E. GAMBARAN UMUM PRODUK DAN JASA	13
F. JENIS BADAN USAHA.....	14
G. ASPEK LEGALITAS.....	14
BAB II RENCANA PRODUK/JASA	7
A. DAFTAR DAN DESKRIPSI PRODUK/JASA	7
1. Area Bermain Terpisah untuk Anjing Besar, Anjing Kecil, dan Kucing.....	18
2. Kafe Ramah Hewan Peliharaan “ <i>Lounge&Paws</i> ”	19
3. <i>Interactive Play: Paw, Play, and Treats!</i>	20
4. <i>ArtnCraft Corner</i>	21
5. <i>Pawrents and Pet Photographed</i>	22
6. <i>Animal Communicator</i>	23
7. <i>Event Bulanan</i>	23
8. <i>Jasa Pet Grooming</i>	24
9. <i>Jasa Daycare dan Pet Hotel (Membership Exclusive)</i>	25
10. <i>Jasa Pet Training (Membership Exclusive)</i>	26
11. Paket Perayaan Pesta Hewan.....	27
12. <i>Toko Merchandise</i>	28
B. ALASAN DAN KEUNGGULAN PRODUK/JASA	28





1. Area Bermain Terpisah.....	28
2. Lounge&Paws (Kafe Ramah Hewan Peliharaan)	29
3. <i>Interactive Play: Paw, Play, and Treats!</i>	30
4. <i>ArtnCraft Corner</i>	30
5. <i>Pawrents and Pet Photographed</i>	31
6. <i>Animal Communicator</i>	31
7. <i>Event Bulanan</i>	32
8. <i>Jasa Pet Grooming</i>	32
9. <i>Jasa Daycare, Pet Hotel dan Pet Training (Membership Exclusive)</i>	33
10. <i>Paket Perayaan Pesta Hewan</i>	33
12. <i>Merchandise Store</i>	34
C. PENYAJIAN DAN KEMASAN PRODUK DAN JASA	35
1. <i>Supporting Facility</i>	35
2. <i>Facilitating Goods</i>	36
3. <i>Information</i>	37
4. <i>Explicit Services</i>	38
5. <i>Implicit Services</i>	39
D. ANALISA RESOURCES	40
1. <i>Sumber Daya Fisik</i>	40
2. <i>Sumber Daya Manusia</i>	47
3. <i>Sumber Daya Finansial</i>	48





E. ANALISA PROSES PRODUK/JASA.....	48
F. <i>INVENTORY SYSTEM</i>	54
G. <i>SUPPLY CHAIN</i>	55
BAB III RENCANA PEMASARAN	57
A. RISET PASAR	57
1. Analisa Survey.....	57
a. Target Pasar	57
b. Kecocokan Permasalahan dengan Solusi yang Ditawarkan.....	59
c. Motivasi Utama Ketertarikan Responden Terhadap Produk	60
d. Frekuensi Pengeluaran Responden untuk Kesejahteraan Hewan Peliharaan.....	61
e. Minat Responden akan Bisnis Taman Rekreasi Hewan Peliharaan, <i>Petto Park</i>	62
f. Preferensi Responden Terhadap Produk/Jasa yang Ditawarkan <i>Petto Park</i>	64
g. Preferensi Pengeluaran Responden untuk Menikmati Produk/Jasa <i>Petto Park</i>	65
2. <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	65
a. <i>Segmenting</i>	65
b. <i>Targeting</i>	67
c. <i>Positioning</i>	68
B. ANALISA <i>PRODUCT – MARKET FIT</i>	70
C. ANALISA KOMPETITOR	71
D. PROGRAM PEMASARAN.....	73
E. MEDIA PEMASARAN	76
F. PROYEKSI PENJUALAN	79





BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL.....	81
A. IDENTITAS <i>OWNERS/FOUNDERS</i>	81
B. STRUKTUR ORGANISASI.....	82
C. <i>JOB ANALYSIS</i> DAN <i>JOB DESCRIPTION</i>	82
D. <i>MANNING BUDGET</i> /ANGGARAN TENAGA KERJA.....	88
E. <i>RECRUITMENT AND HIRING PROCEDURE</i>	89
F. <i>SERVICE SCAPE (LAYOUT, FLOW, SOP)</i>	90
1. <i>Layout Petto Park</i>	91
2. <i>Flow Operasional Petto Park</i>	92
3. <i>Standard Operational (SOP) Petto Park</i>	94
G. <i>ACTION PLAN</i>	99
BAB V ASPEK KEUANGAN.....	101
A. METODE PENCATATAN AKUNTANSI	101
B. <i>CAPITAL EXPENDITURE</i>	101
1. <i>Tangible Investment</i>	101
2. <i>Intangible Investment</i>	109
3. <i>Working Capital</i>	110
C. <i>TIME VALUE OF MONEY</i>	111
D. PENDANAAN INVESTASI.....	112
E. IDENTIFIKASI <i>CASH INFLOW</i> DAN <i>OUTFLOW</i>	113
1. <i>Revenue Breakdown</i>	113
2. <i>Operating Budget (Fix Cost)</i>	115



3. <i>Variable Cost</i>	116
4. <i>Income Statement</i>	117
a. Pengaruh Makro Ekonomi.....	118
b. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	118
5. <i>Cash Flow</i>	119
F. IDENTIFIKASI CASH INFLOW DAN OUTFLOW	119
1. <i>Net Present Value (NPV)</i>	119
2. <i>Internal Rate of Return (IRR)</i>	121
3. <i>Discounted Payback Period</i>	122
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN	131



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Pet Tourism Service Market	2
Gambar 2 : Logo Usaha <i>Petto Park</i>	5
Gambar 3 : Five Forces of Porter	10
Gambar 4 : Ilustrasi Area Bermain <i>Petto Park</i>	18
Gambar 5 : Ilustrasi <i>Lounge&Paws Petto Park</i>	19
Gambar 6 : Ilustrasi Interactive Play: Paw, Play, and Treats! <i>Petto Park</i>	20
Gambar 7 : Ilustrasi ArtnCraft Corner <i>Petto Park</i>	21
Gambar 8 : Ilustrasi Pawrents and Pet Photographed <i>Petto Park</i>	22
Gambar 9 : Ilustrasi Sesi <i>Animal Communicator Petto Park</i>	23
Gambar 10 : Ilustrasi Sesi <i>Pet Grooming Petto Park</i>	24
Gambar 11 : Ilustrasi <i>Daycare</i> dan <i>Pet Hotel Petto Park</i>	25
Gambar 12 : Ilustrasi <i>Pet Training Petto Park</i>	26
Gambar 13 : Ilustrasi Paket Perayaan Pesta Hewan <i>Petto Park</i>	27
Gambar 14 : Ilustrasi Merchandise Store <i>Petto Park</i>	28
Gambar 15 : <i>Service Package</i>	35
Gambar 16 : <i>Design Thinking</i>	48
Gambar 17 : Ketertarikan Responden Terhadap Produk/Jasa <i>Petto Park</i>	50
Gambar 18 : Domisili Responden	57
Gambar 19 : Usia Responden	58
Gambar 20 : Permasalahan yang Dirasakan Responden	59
Gambar 21 : Motivasi Responden untuk Aktivitas Rekreasi Bersama <i>Pet</i>	60





Gambar 22 : Frekuensi Pengeluaran Responden untuk Kesejahteraan *Pet* 61

Gambar 23 : Minat Responden Terhadap *Petto Park* 62

Gambar 24 : Antusias Responden Terhadap *Petto Park*..... 63

Gambar 25 : Preferensi Responden untuk Produk/Jasa *Petto Park* 64

Gambar 26 : Preferensi Pengeluaran Responden untuk Produk/Jasa *Petto Park*..... 65

Gambar 27 : Javelin Experiment Board *Petto Park*..... 71

Gambar 28 : Customer Path 5A's 74

Gambar 29 : Foto *Owner* 81

Gambar 30 : Struktur Organisasi *Petto Park*..... 82

Gambar 31 : *Layout Petto Park*..... 91



DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Sumber Daya Fisik <i>Play Area</i>	40
Tabel 2 : Sumber Daya Fisik <i>ArtnCraft Corner</i>	41
Tabel 3 : Sumber Daya Fisik <i>Lounge&Paws</i>	42
Tabel 4 : Sumber Daya Fisik <i>Pawrents and Pet Photographed</i>	43
Tabel 5 : Sumber Daya Fisik <i>Pet Grooming</i>	43
Tabel 6 : Sumber Daya Fisik <i>Pet Daycare and Hotel</i>	44
Tabel 7 : Sumber Daya Fisik <i>Pet Birthday</i>	45
Tabel 8 : Sumber Daya Fisik <i>Merchandise Store</i>	46
Tabel 9 : Sumber Daya Manusia <i>Petto Park</i>	47
Tabel 10 : Service Blueprint <i>Petto Park</i>	52
Tabel 11 : Supply Chain <i>Petto Park</i>	56
Tabel 12 : Segmenting <i>Petto Park</i>	66
Tabel 13 : Targeting Chain <i>Petto Park</i>	68
Tabel 14 : Positioning Chain <i>Petto Park</i>	69
Tabel 15 : Analisa Kompetitor <i>Marketing Mix Petto Park</i>	72
Tabel 16 : Analisa Kelompok Media Pemasaran.....	77
Tabel 17 : Analisa Media Pemasaran Sesuai Target Pengguna	79
Tabel 18 : Proyeksi Penjualan <i>Petto Park</i>	80
Tabel 19 : Anggaran Tenaga Kerja <i>Petto Park</i>	88
Tabel 20 : <i>Flow Operasional Petto Park</i>	92
Tabel 21 : <i>Standar Operasional Petto Park.1</i>	94



Tabel 22 : Standar Operasional Petto Park.2 99

Tabel 23 : Standar Operasional Petto Park.3 102

Tabel 24 : Action Plan Petto Park 99

Tabel 25 : Tangible Large Dogs Park Area 102

Tabel 26 : Tangible Small Dogs Park Area 103

Tabel 27 : Tangible Cats Park Area 103

Tabel 28 : Tangible ArtsnCraft Corner 104

Tabel 29 : Tangible Lounge&Paws 105

Tabel 30 : Tangible Pawrents & Pet Photographed 106

Tabel 31 : Tangible Pet Grooming 106

Tabel 32 : Tangible Pet Daycare 106

Tabel 33 : Tangible Pet Hotel Area 107

Tabel 34 : Tangible Pet Birthday 108

Tabel 35 : Tangible Merchandise Store 109

Tabel 36 : Intangible Investment 110

Tabel 37 : Working Capital 111

Tabel 38 : Total Investment 112

Tabel 39 : Bank Loan 112

Tabel 40 : Revenue Breakdown Year 1 113

Tabel 41 : Revenue Breakdown Year 2 114

Tabel 42 : Revenue Breakdown Year 3 114

Tabel 43 : Revenue Breakdown Year 4 115

Tabel 44 : Revenue Breakdown Year 5 115





Tabel 45 : Operating Expenses (salary) Petto Park..... 116

Tabel 46 : Operating Expenses (others) Petto Park..... 116

Tabel 47 : Variable Cost Petto Park..... 117

Tabel 48 : Income Statement Petto Park 118

Tabel 49 : Break Even Point Petto Park..... 119

Tabel 50 : Cash Flow Projection Petto Park 120

Tabel 51 : Net Present Value Petto Park 121

Tabel 52 : Internal Rate of Return Petto Park..... 122

Tabel 53 : Discounted PayBack Period Petto Park..... 123





EXECUTIVE SUMMARY

Petto Park adalah destinasi rekreasi inovatif untuk hewan peliharaan di Kota Bandung yang menawarkan pengalaman interaktif antara pemilik (*pawrent*) dan hewan peliharaan (anjing dan kucing) dalam satu tempat. Berlokasi di pusat perbelanjaan ternama Paris Van Java, *Petto Park* hadir menjawab kebutuhan akan ruang aman, nyaman, dan menyenangkan bagi pecinta hewan yang ingin menikmati waktu berkualitas bersama peliharaan mereka. Konsep bisnis ini berakar dari tren global *pet humanization* dan meningkatnya permintaan terhadap layanan *pet tourism pasca-pandemi*.

Petto Park beroperasi di bawah badan usaha CV.*Pawfect Ventures*, sebuah persekutuan komanditer yang memungkinkan struktur manajemen yang fleksibel sekaligus profesional. CV ini akan menangani operasional dan pengembangan bisnis secara menyeluruh, termasuk legalitas seperti NIB, TDUP, dan Sertifikat Usaha Pariwisata.

Petto Park menawarkan 12 layanan unggulan, yang dirancang untuk memperkuat ikatan antara pemilik dan hewan peliharaan dalam suasana yang aman, nyaman, dan menyenangkan. Salah satu fitur utama adalah area bermain yang dirancang secara terpisah untuk anjing besar, anjing kecil, dan kucing, guna menjamin keamanan dan kenyamanan setiap hewan.

Target pasar utama *Petto Park* adalah *pawrent* atau pemilik hewan peliharaan, komunitas hewan peliharaan, dan *non-pemilik* hewan peliharaan, usia 17-34 tahun, terutama kalangan menengah ke atas, dari *Gen Z* dan *millennial*, serta usia lainnya yang menjadi cakupan pengembangan pasar *Petto Park*. Berdasarkan analisis *targeting*, *Serviceable Available Market (SAM)* yang ditargetkan di Kota Bandung mencapai sekitar 382.192, dengan proyeksi pendapatan maksimal sebesar Rp 38.240.400.000.



Dalam lanskap kompetitif, *Petto Park* bersaing dengan 3 kompetitor utama di Bandung: dua *dog park* dan satu taman hewan peliharaan publik. Namun, *Petto Park* menjadi satu-satunya yang menyediakan fasilitas bermain untuk kucing dan layanan komunitas terintegrasi, memberikan keunggulan diferensiasi yang kuat.

Secara keuangan, *Petto Park* menunjukkan potensi yang kuat, dengan *Break Even Point (BEP)* sebesar Rp 2,9 miliar, tercapai di tahun pertama dan *Discounted Payback Period* tercapai dalam 3 tahun 11 bulan.



Petto Park hadir sebagai wujud nyata dari visi menciptakan ruang rekreasi yang inklusif, aman, dan bermakna bagi pemilik dan hewan peliharaan mereka. Lebih dari sekadar tempat bermain, *Petto Park* menawarkan pengalaman emosional yang mendalam, layanan berkualitas tinggi, dan komunitas yang saling terhubung. Dengan fondasi riset yang kuat, potensi pasar yang menjanjikan, serta rencana keuangan yang *solid*, *CV.Pawfect Venture* optimis bahwa *Petto Park* akan menjadi pelopor dalam industri rekreasi hewan peliharaan di Indonesia. Saatnya menciptakan perubahan positif, dimulai dari satu langkah kecil, membangun kebahagiaan, satu *pawrent* dan satu *pet* dalam satu taman.



DAFTAR PUSTAKA

Abdussamad, Zuchri. 2021. Metode Penelitian Kualitatif. Makasar : CV Syakir.

Arifin, S. (2023). Mengenal Apa Itu Layout: Pengertian, Tujuan, Manfaat, Elemen Dasar dan Prinsip Pembuatannya: Berita: Gamelab Indonesia. Retrieved from <https://www.gamelab.id/news/2197-mengenal-apa-itu-lavout-pengertian-tujuan-manfaat-elemen-dasar-dan-prinsip-pembuatannya>

Backer, Gust. (2024). TAM SAM SOM (2024): Meaning and Examples. Dari <https://gustdebacker.com/tam-sam-som-market/>

Booms, B., & Bitner, B.J. (1981). Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firms. Chicago



BPS Kota Bandung. (2024). Penduduk Kota Bandung Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2022-2023. Dari <https://bandungkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/ODUjMg==/penduduk-kota-bandung-berdasarkan-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>

Brown, T. (2009). Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation. Harper Business.



Carr, N. 2017. Recognising The Position of The Pet Dog in Tourism, 26





Condor ferries (2022). Pet travel statistics 2020–2021.

Dalgic, Tevfik. (2011). Handbook of Niche Marketing. New York: Routledge

Decko, Designs. (2024). Market Size Theory: What You Need to Know About TAM, SAM, and SOM. Dari <https://www.getdecko.com/chapter1/market-size-theory-what-you-need-to-know-about-tam-sam-and-som>

Dogcatranch. (2024). Unleashing the Fun: Exploring the Top Benefits of Interactive Playtime for Dogs and Cats. Dari <https://dogcatranch.com/unleashing-the-fun-exploring-the-top-benefits-of-interactive-playtime-for-dogs-and-cats/>



Fandy, A. (2023). Apa itu SOP? Pengertian, Fungsi, dan Manfaatnya. Retrieved from https://www.gramedia.com/best-seller/apa-itu-sop/?srsltid=AfmBOorNE454FqLHhZPw-xXmYxCD0y2zS5gGWEeF08CdfpqKMBsv_JTI

Fauziah, R. N. (2023). Contoh Action Plan Sederhana Untuk Bisnis, Personal, Marketing, Sekolah, Project Management. Retrieved from <https://www.gramedia.com/best-seller/contoh-action-plan->



Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2011). *Service management: Operations, strategy, information technology* (7th ed.). McGraw-Hill

GLC World. (n.d.). *Penjelasan Business Model Canvas dan Fungsinya dalam Bisnis*. <https://glcworld.co.id/penjelasan-business-model-canvas/>





Glints. (n.d.). *Service Blueprint Adalah: Pengertian, Komponen, dan Manfaatnya untuk Bisnis*.

<https://glints.com/id/lowongan/service-blueprint-adalah/>

GoodStats. (2023). Kucing Jadi Hewan yang Paling Banyak Dipelihara Warga RI, Kamu Salah Satunya?. Dari <https://goodstats.id/article/kucing-jadi-hewan-yang-paling-banyak-dipelihara-warga-ri-kamu-salah-satunya-z5EOQ>

Habri. (2024). How Pets Impact Our Mental Health. Dari <https://habri.org/blog/how-pets-impact-our-mental-health/>

Herdiansyah, Haris. 2019. Wawancara, Observasi, dan Focus Group. Edisi 1. Depok: Rajawali Persada.

Hidayah, N. (2021). Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan di Era Digital Targeting, Positioning, Branding, Selling, Marketing Mix, Internet Marketing. Jakarta: Penerbit Kreasi Cendekia Pustaka



Hyken, S. (2023). Embrace Customer Expectations: Master The Customer Hierarchy Of Needs. Dari <https://www.forbes.com/sites/shephyken/2023/10/08/embrace-customer-expectations-master-the-customer-hierarchy-of-needs/>

iPrice. (2021). “Memiliki Hewan Peliharaan Menjadi Tren Baru Saat Pandemi di Indonesia?”. Dari <https://iprice.co.id/trend/insights/memiliki-hewan-peliharaan-menjadi-trenbaru-saat-pandemi-di-indonesia/>



Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of marketing (17th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P. & Keller. 2016: Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall

Mannings Children. (2023). Five ways your pets can help reduce stress and boost your mental health. Dari <https://www.manningchildrens.org>

Manning, R. E., & Anderson, L. E. (2012). Managing outdoor recreation: Case studies and research. CABI.



Metatech Insight. (2024). Pet Tech Market Share, Market Size, Trend & Growth 2025. Dari <https://www.metatechinsights.com/industry-insights/pet-tech-market-1631>

Michael, Laurie. 1986. An introduction to landscape architecture. New Jersey: PTR Prentice Hall

OCBC Ventura. (2024). The Paw-Sitive Trend of Furry Friends in Indonesian Homes. Dari <https://ocbcnispventura.substack.com/p/the-paw-sitive-trend-of-furry-friends>



Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2010). Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers. Wiley.

Osterwalder, A., Pigneur, Y. and Tucci, C. (2005) Clarifying Business Models: Origins, Present, and Future of the Concept.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., & Papadacos, T. (2015). Value proposition design: How to create products and services customers want. Wiley.



Porter, M. (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: Free Press

Putra, F., & Hajar, M. (2023). Jurnal Penelitian Inovatif, 3(2).



Pratiwi, A., & Maret, E. (2022). Jaga Lingkungan, Ini Cara Mengelola Sampah Hewan Peliharaan. Dari <https://www.kompas.com/homey/read/2022/07/13/223800376/jaga-lingkungan-ini-cara-mengelola-sampah-hewan-peliharaan>.

Quan, W., Kim, S., Han, Heesup., Baah, N., & Kim, H. (2024). Perceptions of pet-accompanying tourism: Pet owners vs. nonpet owners, 31(2)



Rem. (2024). Pet Tourism: The Trend of Traveling with Your Four-Legged Companion. Dari <https://remthailand.asia/pet-tourism-the-trend-of-traveling-with-your-four-legged->





Tybout, A., & Sternthal, B. (2005). Brand positioning. John Wiley & Sons

Walter, Geering. (2025). Pet Tourism in the UK: Exploring the Growing Trend. Dari <https://www.waltergeering.co.uk/blog/pet-tourism-in-the-uk-exploring-the-growing-trend/>

Yieldify. (n.d.). *STP Marketing Model: Segmentation, Targeting, and Positioning*. <https://www.yieldify.com/blog/stp-marketing-model/>



Zero Waste. (2025). Tips Zero Waste Pet. Dari <https://zerowaste.id/zero-waste-lifestyle/tips-zero-waste-pet-kucing-peliharaan/>