

## PROSES PENGELOLAAN BISNIS PADA ROYALE PETSHOP & CARE

**Susanti<sup>1</sup>, Kevin Louis<sup>2</sup>, Jacelyn<sup>3</sup>, Tri Julianto<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Internasional Batam

Email: [2041022.susanti@uib.edu](mailto:2041022.susanti@uib.edu)<sup>1</sup>, [2041148.kevin@uib.edu](mailto:2041148.kevin@uib.edu)<sup>2</sup>, [2041319.jacelyn@uib.edu](mailto:2041319.jacelyn@uib.edu)<sup>3</sup>, [2041321.tri@uib.edu](mailto:2041321.tri@uib.edu)<sup>4</sup>

Article Info	ABSTRACT
<b>Article history:</b> Received Aug 05, 2022 Revised Aug 13, 2022 Accepted Aug 19, 2022	<i>A Pet shop is a place that does all business transactions related to pets. Start from accessories, pet food, and a place to do grooming for their favorite animals. During the Covid-19 pandemic, people were concerned about their health. Not only about human health but also about animal health. With the emergence of the UMKM Royale Pet Shop, this has become one of the choices that can be used for its services in caring for its favorite animals. The research used in this UMKM is descriptive qualitative techniques and the observation method at the Royale Pet Shop. After conducting research on the demand capacity at the Royale Pet Shop during the pandemic, sales were quite stable and in certain weeks it reached the peak of the highest visitors because it was caused by certain factors such as Eid. Another important factor also was affected by the great geographical strategic location of the pet shop.</i>
<b>Keywords:</b> <i>Covid-19 Pet Shop UMKM</i>	<i>This is an open access article under the CC BY-SA license.</i> <div style="text-align: right; margin-top: -20px;">  </div>

### 1. PENDAHULUAN

Proses perkembangan *petshop* semakin banyak seiring dengan kepedulian masyarakat terhadap hewan peliharaannya. Dengan adanya hewan peliharaan, seorang manusia akan membentuk perikatan emosional dengan hewan kesayangannya. Menurut (Chen *et al*, 2012) bahwa dengan adanya hewan peliharaan membentuk nilai positif bagi pemiliknya baik dalam psikologi maupun fisik. Hal ini menjelaskan bahwa ketika memiliki hewan kesayangannya perlu dilakukannya *check-up* dan melakukan *pet grooming* rutin agar menghindari dari wabah penyakit. Salah satunya adalah Royale PetShop & Care yang terletak di Pasir Putih, Batam dengan menyediakan berbagai jasa untuk hewan seperti *grooming*, menyediakan makanan hewan, aksesoris, tempat penitipan hewan, hingga klinik hewan.

Proses awal dilakukannya penelitian ini disebabkan oleh wabah virus *Covid-19* yang kurang sehingga membuat para pemilik hewan untuk mencari jasa penitipan hewan yang aman dan berkualitas, sehingga pemilik sendiri dapat melakukan aktivitas *traveling* tanpa harus mengkhawatirkan hewan kesayangan dengan cara melakukan penitipan pada Royale Pet Shop. Dalam sebuah bisnis tentunya diperlukan sebuah proses operasional yang baik, agar perkembangan bisnis terarah dan terintegrasi. Proses memulai sebuah bisnis dapat dilakukan melalui pemasokan jumlah stok. Jika stok (*supply*) kurang maka akan kehilangan pembeli (*demand*) dan juga sebaliknya. Hal ini harus diperhatikan pada proses pengelolaan kapasitas produksi dari UMKM Royale Pet Shop. Pengelolaan tersebut memiliki tujuan untuk menyediakan stok penjualan dan dapat memonitor hasil penjualan yang aktual. Kegiatan penjualan pada Royale Pet Shop dapat dilakukan *adjustment* ketika tiba di *peak season* dari bisnis tersebut seperti obat-obatan ketika terjadinya wabah penyakit pada hewan.

Royale Pet Shop terletak di Pasir Putih, Batam Centre menjadi salah satu lokasi strategi yang terletak di tengah-tengah kota Batam. Hal ini menjadi nilai plus bagi *pet shop* ini karena lokasi bisnis yang mudah dijangkau oleh masyarakat Batam. Istilah *petshop* sering diketahui sebagai tempat *grooming* hewan kesayangan sendiri. Tetapi pada Royale Pet Shop memiliki tempat khusus yaitu "Rumah Sakit Hewan" atau yang lebih dikenal sebagai klinik hewan. Sama seperti manusia, hewan juga akan mengalami kesakitan yang membutuhkan pengobatan dari dokter. Dengan adanya dokter yang mengobati maka sebagai pemilik tidak perlu khawatir dengan hewan kesayangannya.

#### Tujuan Penelitian

Berikut merupakan tujuan melakukan penelitian pada Royale Pet Shop:

1. Mengetahui proses pengelolaan permintaan pada Royale Pet Shop
2. Mengetahui jumlah permintaan konsumen saat mengunjungi Royale Pet Shop
3. Melihat dan menganalisis kekurangan pada proses pengelolaan kapasitas produk atau penjualan.

#### Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian pada Royale Pet Shop adalah sebagai berikut:

1. Memberikan solusi alternatif pada proses pengelolaan bisnis.

2. Melakukan persiapan pada jumlah kuantitas produk dalam proses pengelolaan kapasitas. Dapat mempersiapkan jumlah kuantitas produk untuk proses pengelolaan kapasitas bisnis.

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.2 Jenis-Jenis Fluktuasi Permintaan pada UMKM Royale Pet Shop

Jenis fluktuasi pada UMKM Royale Pet Shop

- Fluktuasi jangka pendek

Naik turunnya harga dalam kehidupan sehari-hari, harga umumnya akan mengalami perubahan harga yang berbeda-beda dalam sehari-hari. Contohnya itu seperti jika makanan anjing mengalami penurunan maka bisa jadi makanan kucing mengalami kenaikan harga.

- Fluktuasi jangka panjang

Naik turunnya harga itu dalam waktu yang cukup lama, sehingga lama sekali akan mengalami perubahan tertentu dalam sehari-hari yang berbeda.

Penyebab adanya Fluktuasi pada UMKM Royale Pet Shop:

- Kebijakan Pemerintah

Pengaruh pemerintah dalam terjadinya ketidakpastian itu sangatlah besar risikonya, hal yang terjadi karena adanya fiskal dana moneter yang bisa memberikan efek yang cukup signifikan terhadap UMKM.

- Ekspektasi dan Spekulasi

Ekspektasi itu seperti produk yang dijual dan yang difoto akan berbeda, sehingga terjadi antara ekspektasi dan spekulasi yang berbeda, ekspektasi sangat mempengaruhi penjualan karena jika barang tidak sama dengan yang difoto, ataupun di foto bagus tetapi ketika produknya tiba tidak sesuai maka akan mengganggu masa depan / yang akan datang pada UMKM Royale Pet Shop.

### 2.3 Pengelolaan Kapasitas Produksi Stock

- Kapasitas Produksi itu seperti suatu tingkat kemampuan untuk menyimpan, menerima atau mengeluarkan satu unit atau memproduksi dalam jangka waktu yang ditentukan atau periode yang telah ditentukan.

- Proses perencanaan kapasitas produk:

- Memperkirakan permintaan pada masa depan
- Menjabarkan perkiraan itu dalam bentuk fisik

- Jenis perencanaan kapasitas produksi

- Perencanaan kapasitas dalam jangka pendek

Biasa ini digunakan untuk menangani hal-hal yang mendadak dalam waktu yang dekat, seperti mendadak kedatangan anjing atau kucing yang kecelakaan atau sebagainya, kita harus siap siaga harus mempunya kapasitas jangka pendek, karena hal tersebut kita tidak tahu kapan hal tersebut akan terjadi.

- Perencanaan kapasitas dalam jangka panjang

Biasanya ini digunakan untuk menangani operasi kecil maupun besar, atau mempunyai jadwal yang sudah diperkirakan oleh dokter untuk kondisi hewan-hewan tersebut.

### 2.4 Analisis Permintaan jasa pada UMKM Royale Pet Shop

Jasa berkapasitas tetap mengalami 4 kondisi berikut:

- Permintaan berlebihan, tingkat permintaan melewati batas kapasitas *stock* yang ada, ada sebagian konsumen tidak dapat dilayani dan maka perusahaan akan siap kehilangan konsumen tersebut.
- Permintaan melampaui kapasitas, optimum dalam permintaan ini tidak ada konsumen yang tidak dilayani atau ditolak, tetapi akan berada dalam ruangan yang sempit dan sesak.
- Permintaan dan penawaran seimbang, pada tingkat kapasitas optimum staff sibuk tetapi tanpa beban yang berlebihan dan konsumen menerima jasa yang berkualitas tanpa harus menunggu lama atau menunda waktu.
- Kapasitas berlebihan dalam kondisi ini tidak akan bagus jika kapasitas yang kita miliki lebih, hal tersebut akan percuma dan sia-sia atau terbuang percuma adanya (kapasitas nganggur).

### 2.5 Pengelolaan permintaan jasa serta sistem reservasi

Strategi mengelola permintaan jasa itu seperti:

- Mengelompokkan permintaan

Permintaan jasa ini akan jarang muncul, maka dari itu jika ada permintaan tersebut kita harus mengumpulkan permintaan itu sampai batas yang ditentukan jikalau tidak maka akan habis waktu yang sia-sia saja.

- Menawarkan insentif harga

Banyak contoh dimana-mana sekarang sudah bisa bersaingan harga gila-gilaan, yang tujuannya agar dapat menyeimbangkan antara kapasitas dengan permintaan. Contohnya: pembelian 3 karung *dog food* akan *free 1* bungkus *snack dog* atau pembelian diatas 500 ribu dapat potongan 2%.

- c. Melakukan promosi pada waktu permintaan sepi

Usaha-usaha promosi yang dilakukan perusahaan untuk dapat mengisi kapasitas kosong ini bertujuan untuk mencari konsumen lain. Sekarang teknologi sudah canggih jadi bisa mempromosikan lewat akun sosmed sehingga yang tidak tahu menjadi tahu, dan bisa menjadi langganan.

### 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah data yang berupa kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif dapat memberikan gambaran akurat serta dapat menjelaskan proses dan tahapan informasi mengenali subjek dari penelitian. Teknik ini digunakan karena sesuai dengan objek penelitian mengenai Royale Pet Shop karena menghasilkan data yang dapat diolah, dianalisis dan dapat ditarik kesimpulannya dari hasil data.

#### 3.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data yang digunakan melalui metode observasi. Metode observasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dengan suatu pengamatan, analisis, serta pencatatan terhadap segala peristiwa-peristiwa yang sedang dihadapi.

#### 3.3 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian mengenai Royale Pet Shop, metode analisis data yang digunakan adalah analisis *trend*. Analisis *trend* dapat ditujukan untuk melakukan estimasi atau memprediksi suatu usaha dimasa yang akan mendatang. Serta didasarkan oleh ide-ide pokok dalam data yang mampu mempengaruhi dan memperkirakan kondisi di masa depan.

### 4. HASIL, PEMBAHASAN, DAN ANALISIS

Royale Pet Shop and Care merupakan salah satu *petshop* di kota Batam yang dikenal dengan kelengkapan aksesoris, makanan, penitipan hewan hingga perawatan yang sangat bagus untuk para hewan peliharaan pengunjung. Pada bagian ini akan membahas beberapa poin antara lain:

**Tabel 1**  
**Analisa Pola Permintaan, Pengelolaan dan Kapasitas Permintaan**

Data Pengunjung	Minggu - 1	Minggu - 2	Minggu - 3	Minggu - 4
Januari	350	344	352	358
Februari	335	340	348	345
Maret	353	350	346	349
April	370	376	366	360
Mei	355	360	369	358
Juni	350	352	350	354

Sejak kemunculan pandemi *Covid-19* pada tahun 2019, saat ini *pet lover* akan lebih sering mengunjungi *petshop* seperti Royale untuk melakukan perawatan seperti *grooming*, melakukan vaksinasi berupa vaksin *Covid-19* atau vaksin antibodi, melakukan *check-up* rutin untuk meminimalisir risiko yang dapat terjadi pada Kesehatan tubuh hewan peliharannya. Hingga saat ini pun pandemi *Covid-19* belum 100 persen berakhir maka *check-up* rutin pun kerap dilakukan untuk menjaga Kesehatan hewan peliharaan para *pet lover*. Segala hal tersebut dapat di lakukan di Royale Pet Shop dimana Royale memiliki dokter spesialis atau klinik hewan yang bekerja dari jam delapan pagi hingga lima sore, namun jika adanya kecelakaan terdapat dokter yang siap sedia di Royale selama 24 jam.

Berdasarkan tabel data pengunjung pada awal tahun hingga bulan Juni tahun 2022, dapat dilihat bahwa Royale Pet Shop & Care memiliki pengunjung yang konsisten dengan arti tidak jauh beda di tiap bulannya. Hal ini dapat menjadi bukti bahwa Royale Pet Shop memanglah termasuk *petshop* yang terkenal berlokasi di pasir putih, Batam Centre dimana lokasi tersebut sangatlah strategis untuk dijangkau.

Jika dilihat dari bulan Januari data pengunjung dalam bulan tersebut tidaklah berbeda jauh namun Ketika memasuki bulan Februari Royale Pet Shop mengalami pengunjung terendah yang berada di minggu pertama sebanyak 335 pengunjung, hal ini tentu berdampak pada pendapatan yang diterima oleh Royale Pet Shop.

Selanjutnya di bulan Maret Royale Pet Shop juga mengalami ketabilitan dalam data pengunjung meskipun terdapat peningkatan dan penurunan pengunjung yang tidak terlalu signifikan, namun ketika menuju ke bulan April

Royale Pet Shop mengalami kenaikan pengunjung yang signifikan di minggu ke dua yaitu sebanyak 376 pengunjung. Hal ini terjadi karena menjelang hari raya Idul Fitri dimana *pet lover* yang melakukan mudik ke kampung-Nya sendiri akan kesulitan untuk membawa hewan peliharaannya keluar kota, untuk itu *pet lover* menggunakan jasa Royale petshop & care dimana terdapat jasa penitipan yang telah terjamin aman sehingga majikan dari hewan peliharaan dapat merasakan ketenangan ketika sedang jauh dengan hewan peliharaan kesayangannya.

Kemudian pada bulan Mei para majikan yang telah pulang dari mudik tentu menjemput hewan yang sedang dititipkan di Royale petshop & care mengakibatkan data pada minggu pertama hingga minggu ke empat mulai menurun dari bulan sebelumnya, hal ini tentu berdampak pada pendapatan Royale dimana pada bulan April lalu Royale mendapatkan pengunjung yang signifikan. Pada bulan Mei pun jumlah pengunjung mencapai posisi yang stabil seperti bulan sebelumnya. Hal tersebut berlaku pada bulan Juni yang dimana data pengunjung Kembali menurun seperti di bulan Januari lalu dengan angka yang stabil yaitu kisaran 350 hingga 355 pengunjung.

### Teknik Pengelolaan Royale Petshop

Terdapat teknik pengelolaan yang digunakan oleh Royale Pet Shop & Care yaitu Pengelompokan permintaan konsumen. Sebelum terbentuknya usaha pet shop ini, sudah pasti royale akan menganalisis apa saja yang diinginkan oleh konsumen berupa produk, lokasi geografis dan jenis pengunjung yang akan datang ke Royale Pet Shop & Care. Cara melakukan pembelian produk juga sangatlah mudah, terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan antara lain:

1. Pengunjung dapat langsung menuju ke tokonya, namun terdapat kemungkinan bahwa toko tersebut sedang dalam keadaan penuh yang mengakibatkan harus mengubah jadwal menjadi lebih sore atau pun mengganti hari, untuk mencegah hal tersebut pengunjung dapat melakukan reservasi dengan cara *direct message* ke *official account* Royale di Instagram untuk membooking jadwal terlebih dahulu.
2. Cara lainnya adalah dengan menggunakan jasa transportasi seperti gojek, grab dan sebagainya untuk mempermudah pembelian produk, pelanggan tinggal memesan jasa transportasi dan menitip pesan untuk membeli suatu produk dan akan diantar ke rumah dengan jasa tersebut.

Royale sendiri telah membuka tokonya di Pasir putih, Batam Centre yang merupakan lokasi yang sangat strategis karena banyaknya penduduk di sekitaran daerah Batam Centre. Terkait produk yang dijual tidak perlu diragukan lagi, *pet lover* pasti akan memberikan makanan yang bergizi untuk menjaga Kesehatan hewan peliharaannya untuk itu makanan yang diberikan tidak boleh sembarangan, Royale sendiri menjual produk dan aksesoris yang berkualitas dengan harga yang terjangkau, dengan begitu para pecinta hewan akan dengan mudah mencari produk yang dibutuhkan serta melakukan grooming pada hewan peliharaannya di satu tempat saja.

Tantangan yang dapat diterima oleh Royale adalah seperti pengunjung yang baru pertama kali mulai memelihara hewan, para pegawai toko harus dengan pandai menjelaskan segala hal yang harus diketahui oleh pemula dalam memelihara hewan. Tantangan berikutnya adalah bertemu dengan pengunjung yang keras kepala dan menganggap pemikiran dia paling benar, dalam memulai bisnis kita tidak tahu akan bertemu pengunjung yang seperti apa, namun akan lebih berat jika bertemu pengunjung yang keras kepala, Royale pun tetap bersikap profesional ketika berurusan dengan pelanggan seperti ini karena tugas mereka adalah untuk membimbing para *pet lover* untuk menjaga dan merawat hewan peliharaan kesayangannya.

### 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa kapasitas permintaan dan produksi di UMKM Royale Pet Shop ini dapat dikatakan stabil, hal ini disebabkan oleh penurunan Covid-19 di masa kini. Akan tetapi ada masa dimana Royale Pet Shop memiliki jumlah pelanggan yang sedikit dan pelanggan yang terlalu banyak disaat hari-hari besar. Serta UMKM ini pun memiliki pelanggan yang konsisten dalam menggunakan jasa mereka setiap bulannya, baik itu dalam penitipan, perawatan, dan pembelian bahan makanan dan perawatan hewan peliharaan. Dalam pengelolaan usaha, Royale Pet Shop juga memiliki sistem manajemen yang baik dalam menangani usaha yang sedang dijalankan, apabila Royale Pet Shop memiliki jumlah pelanggan yang terlalu banyak, mereka selalu mengalihkan dan menawarkan waktu yang pas untuk pelanggan mereka. Jika pelanggan tersebut berhalangan dengan waktu yang telah ditentukan, Royale Pet Shop juga memiliki jasa penjemputan dan pengantaran hewan peliharaan sehingga hal ini dapat memperlancar proses usaha mereka.

### SARAN

- 1) Di dalam media sosial, Royale Pet Shop alangkah baiknya dapat melakukan promosi sekaligus edukasi. Seperti bagaimana cara merawat hewan peliharaan dengan baik, apa saja penyakit yang rawan sering terjadi kepada hewan peliharaan, makanan apa saja yang menjadi pantangan bagi hewan peliharaan, bagaimana cara Royale Pet Shop menangani hewan peliharaan yang terkena penyakit biasa, dan lain sebagainya.
- 2) Perlu adanya pengembangan terhadap sistem informasi pet shop berbasis *Web*. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pelanggan mendapatkan informasi kuota yang tersedia secara online tentang penitipan hewan

peliharaan. Melalui sistem ini pelanggan juga dapat memperoleh berbagai informasi dalam pelayanan dan informasi seputar hewan peliharaan.

## REKOMENDASI

Royale petshop & care merupakan sebuah UMKM yang bergerak di bidang jasa yang menyediakan berbagai makanan seperti *dry food* atau makanan kering untuk anjing dan kucing, aksesoris unik dan lucu yang dapat membuat anjing dan kucing peliharaan menjadi lebih nyaman dengan kualitas dari bantal atau pun mainan yang tersedia. Royale petshop & care sendiri telah beroperasi sejak 20 Januari 2019 dan di tahun ini mereka telah merayakan 3<sup>rd</sup> Anniversary di bulan Januari lalu, kini Royale petshop & care telah berkembang dengan pesat hingga saat ini menjadi salah satu *petshop* terkenal di kota Batam.

Jika ingin membahas mengenai royale pet shop & care itu sendiri, *pet shop* ini bukanlah sebuah toko yang dapat dibilang sempurna, karena selain sisi positif yang banyak diterima oleh *pet shop* ini terdapat juga beberapa aspek yang masih dapat ditingkatkan lagi. Kita tahu bahwa Royale petshop berlokasi di pasir putih, Batam Centre dengan media ruko yang dimana tempatnya sangat terbatas dengan luas dan lebar yang telah sedia sejak awal terbangun, hal ini dapat dilihat pada isi dari toko petshop tersebut yang dimana karena memiliki banyak produk makanan dan aksesoris yang membuat tempat tersebut terasa sedikit sempit terutama di bagian *front desk* atau kasir. Hal pertama yang akan ditemui oleh Para pengunjung Ketika memasuki ruangan petshop tersebut adalah *front desk* dimana segala pertanyaan akan dituju kepada kasir seperti membayar biaya atas produk yang dibeli, menanyakan segala keperluan yang dibutuhkan konsumen, melakukan penitipan atau pun pengambilan hewan yang dititip, dan masih banyak lagi. Hal ini tentu telah menjadi hal yang diperhatikan oleh seluruh pihak Royale, hanya saja hingga saat ini belum ada Tindakan fisik yang dilakukan untuk mengatasi masalah yang cukup signifikan tersebut.

Mungkin saja Royale petshop & care ini dapat mempertimbangkan untuk memperluas toko agar isi dalam toko tersebut tidak-lah terasa sempit terutama di bagian *front desk* dengan cara memindahkan toko yang berada di pasir putih ke lokasi lain yang memiliki luas dan lebar toko yang lebih besar dengan harga yang sama dan lokasi yang mudah terjangkau. Hal lain yang dapat dipertimbangkan adalah membuka cabang baru dengan lokasi yang tidak kalah strategis dengan yang berada di pasir putih, Batam Centre. Namun dengan lokasi yang lebih besar dan luas, hal tersebut dapat menutup masalah yang terjadi pada Royale petshop di pasir putih.

Selain toko yang dapat terbilang sempit Royale juga dapat mempromosikan jasanya di Instagram, seperti yang kita ketahui Royale petshop & care memiliki dua media sosial yang digunakan sebagai sarana promosi yaitu Instagram dan juga Facebook. Promosi yang dilakukan di Facebook tentu akan lebih kurang efektif dibandingkan promosi melalui media sosial Instagram diakibatkan anak zaman sekarang lebih sering dan suka menggunakan Instagram dengan fitur-fitur yang membuat para pengguna terlihat lebih *hits* atau tidak ketinggalan zaman apalagi pengguna Instagram sendiri berada di kisaran umur 15 hingga 20-an tahun dimana terdapat kemungkinan lebih besar bahwa dengan umur yang masih muda begitu memiliki niatan untuk membeli atau mulai merawat hewan peliharaan, dibanding dengan pengguna Facebook dengan kisaran umur 30 tahun keatas yang hingga saat ini pun mulai menurun, biasanya dengan umur segitu akan lebih mementingkan kerja mencari uang untuk menafkahsi keluarga dan memiliki kemungkinan kecil untuk memiliki niatan memelihara hewan. Apalagi mengurus hewan membutuhkan komitmen yang tinggi dan biaya yang tentu tidak murah.

Royale petshop & care juga kurang dalam memberikan edukasi terkait Kesehatan hewan, aksesoris yang memiliki *benefit* terhadap tubuh hewan, gizi yang didapatkan jika mengonsumsi jenis-jenis *dog food* atau *cat food*. Hal tersebut dapat dilakukan bersamaan dengan mempromosikan aksesoris dan juga produk yang dijual, Royale petshop & care dapat menggunakan fitur *story* dan *reels* pada Instagram untuk memberikan edukasi yang mungkin pemula dalam memelihara hewan tidak ketahui, kegunaan dari berbagai aksesoris yang tersedia, dan juga nutrisi dari tiap-tiap produk yang dijual, dengan tujuan memudahkan konsumen dalam pembelian produk.

Solusi lainnya adalah Royale petshop & care dapat memperlebar promosi ke media sosial lain seperti Tik Tok yang dimana akhir-akhir ini pengguna Tik Tok meningkat sangatlah drastis hal ini justru dapat menjadi salah satu *platform* media sosial yang dapat meningkatkan ketenaran toko dan juga pendapatan dari Royale petshop itu sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] ACHUTHAN, L., & WESTFALL, P. (2022). Business Cycle. Retrieved from <https://www.investopedia.com/terms/b/businesscycle.asp>
- [2] Ahmad, N. A. (2022). 7 Pet Shop Batam Terlengkap, Ada yang Menyediakan Layanan Perawatan dan Juga Klinik. Retrieved from <https://www.orami.co.id/magazine/pet-shop-batam>
- [3] Annur, C. M. (2021). Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa? Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-majoritas-usia-berapa>

- [4] Harmony. (2021). 10 Tips Mengelola Permintaan Konsumen Anda. Retrieved from <https://www.harmony.co.id/blog/10-tips-mengelola-permintaan-konsumen-anda>
- [5] Ismanto, F. (2020). Bisnis Pet Shop yang Tidak Terhenti di Era Pandemi. Retrieved from <https://www.tribunnews.com/bisnis/2020/11/21/bisnis-pet-shop-yang-tidak-terhenti-di-era-pandemi>
- [6] Lia, S. (2020). Perancangan Sistem Informasi Pembelian, Penjualan dan Jasa Penitipan Hewan Pada CV. Jambi Pet Shop. Retrieved from <http://repository.unama.ac.id/1418/>
- [7] Lu, M.-C., Huang, D.-J., Hsu, C.-S., Liang, C.-K., & Chen, G.-M. (2018). Improvement of indoor air quality in pet shop using gaseous chlorine dioxide. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007/s10661-018-6723-2>
- [8] Malem, R. D., & Joesoef, I. E. (2021). PERLINDUNGAN KONSUMEN TERKAIT DENGAN PENGGUNAAN JASA GROOMING HEWAN DI PETSHOP. Retrieved from <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/2933/1830>
- [9] Mariana Rabelo MadureiraFerreira, M., Rodriguez, M. A. P., Oliveira, L. L. dos S., Maranhão, C. M. de A., Oliveira, N. J. F. de, Carvalho, C. da C. S., & Afonso, M. V. R. (2022). Stress in dogs during grooming in a pet shop. Retrieved from <https://www.scielo.br/j/rbz/a/grgMfdQtsrWs5zc8SjBs7Fz/abstract/?lang=en>
- [10] Nadjamuddin, S. (2014). Sistem Informasi Penjualan, Pembelian Dan Jasa Grooming Pada Tera Petshop. Retrieved from <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jati/article/view/809>
- [11] Pratiwi, R. N. K. (2019). SISTEM INFORMASI PEMESANAN SALON HEWAN DI PETSHOP HACHIKO BERBASIS WEB. Retrieved from [https://eprints.utdi.ac.id/8498/6/6\\_163110021\\_BAB\\_V.pdf](https://eprints.utdi.ac.id/8498/6/6_163110021_BAB_V.pdf)
- [12] Purba, J. T. (2020). E-commerce implementation in supporting business services strategy (case study at petshop gifaro evidence). Retrieved from <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1563/1/012012/meta>
- [13] Sheela, K. S., Vijayalakshmi, S., Swatheka, R., & Dharshana, T. (2022). Online Pets Shop Management System. Retrieved from [http://www.ijmrset.com/upload/43\\_Online\\_NC.pdf](http://www.ijmrset.com/upload/43_Online_NC.pdf)
- [14] Simanihuruk, O. P., Hernawati, E., & Sari, S. K. (2021). Aplikasi Pelayanan Jasa Grooming Berbasis Web Di Royal Petshop Medan. Retrieved from <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/15442>
- [15] Suryadi, M., & Wiharko, T. (2019). Pet Care and Shop Website using Rapid Application Development Method. Retrieved from <https://ejournal.stmik-sumedang.ac.id/index.php/jtin/article/view/341>
- [16] Widianto, D. N. (2021). Analisis Perencanaan Produksi Dengan Pendekatan Metode Rough Cut Capacity Planning Pada UD.Mandiri Guna Memenuhi Permintaan Konsumen. Retrieved from <http://repository.un>tag-sby.ac.id/10206/3/BAB II.pdf>