



## PERANCANGAN TEMPAT PENYIMPANAN MAKANAN DAN KEBUTUHAN KUCING UNTUK GENERASI Z DI LINGKUNGAN URBAN

Hardian Purnama Candra<sup>1</sup>, Muhammad Alief Athallah Fajrin<sup>2</sup>, Audit Yulardi, S.T., M.Ds.<sup>3</sup>, Gunanda Tiara Maharany S.Ds., M.Ds.<sup>4</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Desain Produk, Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Kampus ITS Sukolilo, Surabaya, 60111, 031599425154  
e-mail: 5028221009@student.its.ac.id<sup>1</sup>, 5028231106@student.its.ac.id<sup>2</sup>, audit.yulardi@its.ac.id<sup>3</sup>, gunanda@its.ac.id<sup>4</sup>

### Abstraksi

Perancangan ini mengusung sebuah produk berupa tempat penyimpanan makanan dan kebutuhan kucing yang ditujukan khusus untuk generasi Z yang memiliki kucing di apartemen atau rumah sewa. Dimulai dari kurangnya opsi penyimpanan yang tersedia untuk keperluan kucing, seringkali menyebabkan kekacauan dalam penyimpanan bagi pemilik kucing, mengganggu tampilan ruangan, dan menghambat pengaturan ruang yang efisien. Tujuan perancangan produk ini adalah memberikan kemudahan dalam mengorganisir keperluan dan makanan kucing, serta menyediakan tempat yang terstruktur untuk memberi makan serta menciptakan lingkungan yang tertata dan nyaman. Proses desain melibatkan pengumpulan data melalui kuesioner dari pemilik kucing dan membuat persona pengguna untuk memahami kebutuhan dan preferensi pengguna. Hasilnya adalah wadah penyimpanan minimalis bergaya Jepang yang efisien, estetik, dan sesuai dengan gaya hidup urban. Dilengkapi dengan kompartemen untuk makanan dan kebutuhan kucing, serta area pemberian makan. Produk ini dirancang untuk mengoptimalkan fungsi dan kenyamanan bagi pengguna, memberikan kemudahan dalam mengatur perlengkapan dan makanan kucing, serta meningkatkan estetika ruangan.

**Kata Kunci** : tempat penyimpanan, kucing, generasi Z, urban

### Abstract

*This study presents a product—a storage container designed for cat food and essentials—tailored to meet the needs of generation Z who reside in apartments or rental homes and own cats. It addresses the prevailing issue of limited storage options for cat-related items, which often results in clutter and inefficient use of space. The primary objective of this product is to streamline storage and offer a designated area for feeding, thereby promoting organization and convenience. The design process entails gathering user feedback through surveys and creating user personas to gain insights into preferences and requirements. The outcome is a minimalist Japanese-style container characterized by efficiency and aesthetic appeal, featuring compartments for both food and essentials. This design enhances functionality while elevating the overall visual appeal of the living space.*

**Keywords:** storage, cat, generation Z, urban

## 1. PENDAHULUAN

Saat ini, Manusia bukanlah satu satunya target pengguna suatu produk. Salah satunya target lain adalah hewan. Hewan memiliki banyak macam dan jenis yang masing masing memiliki kebutuhannya sendiri. Seperti hewan ternak dan budidaya, hewan penangkaran, dan hewan peliharaan rumahan.

Dalam penelitian kali ini, penulis memperhatikan kebutuhan hewan terutama hewan peliharaan rumahan. mayoritas orang yang memiliki hewan peliharaan lebih cenderung memilih kucing sebagai pilihan mereka. Kucing seringkali dipilih karena memiliki karakter yang

menyenangkan dan mampu membawa kebahagiaan bagi pemiliknya melalui interaksi yang terjalin antara keduanya. Menurut data dari Euromonitor pada tahun 2021, terlihat bahwa populasi hewan peliharaan kucing dan anjing di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2017 hingga 2021. Pada periode tersebut, jumlah hewan peliharaan kucing meningkat dari 2.290.000 ekor pada tahun 2017 menjadi 2.959.000 ekor pada tahun 2021, menunjukkan peningkatan sebesar 129% dalam populasi kucing (Hidayat, 2021). Menurut data yang sama dari Rakuten Insight, sekitar 47% dari responden di Indonesia juga memiliki hewan peliharaan kucing. Hal ini menggambarkan bahwa popularitas kucing sebagai hewan peliharaan juga cukup tinggi di kalangan masyarakat (Rakuten Insight, 2021).

Di sisi lain, jumlah populasi generasi Z di Indonesia menurut sensus Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020 mencapai 74,93 juta jiwa (Rainer, 2023). Peningkatan jumlah populasi generasi Z secara tidak langsung menyebabkan peningkatan permintaan akan tempat tinggal. Generasi Z menjadi target pasar yang signifikan bagi properti vertikal atau apartemen, karena adanya pergeseran gaya hidup mereka dalam mencari hunian yang sesuai dengan kebutuhan mereka. 99 Group memaparkan, tren permintaan generasi Z terhadap apartemen mengalami pertumbuhan dari 4,99% pada tahun 2021 menjadi 11,68% pada tahun 2022 (Fedho, 2023).

Meski popularitas kucing sebagai hewan peliharaan semakin meningkat, masih jarang ditemui produk yang dirancang khusus untuk menyimpan makanan dan kebutuhan kucing. Data yang mendukung hal ini mungkin belum tersedia secara eksplisit, namun pengamatan pasar menunjukkan bahwa kebutuhan akan produk semacam itu cukup tinggi, terutama di kalangan pemilik kucing dari generasi Z di kawasan urban.

Tempat penyimpanan makanan kucing di pasaran dirancang untuk menjaga kualitas dan kesegaran makanan. Biasanya, tempat ini terbuat dari bahan plastik atau logam yang tahan udara dan kelembapan, dilengkapi penutup rapat untuk mencegah masuknya udara, serangga, atau kontaminasi. Beberapa produk memiliki fitur tambahan seperti tutup flip, pegangan, atau roda untuk memudahkan penggunaan dan mobilitas. Kapasitasnya bervariasi, dari ukuran kecil untuk makanan kering harian hingga ukuran besar yang mampu menampung beberapa kilogram makanan. Desainnya juga beragam, mulai dari polos hingga bergambar kucing, menyesuaikan preferensi pemilik. Selain menjaga kesegaran, wadah ini membantu menyimpan makanan lebih rapi dan higienis.

Oleh karena itu, perancangan tempat penyimpanan makanan dan kebutuhan kucing untuk generasi Z di lingkungan urban sangatlah relevan dan masuk akal. Produk ini tidak hanya memenuhi kebutuhan praktis pemilik kucing dalam menyimpan barang-barang peliharaan mereka, tetapi juga mencerminkan gaya hidup modern dan estetika yang diinginkan oleh generasi Z. Dengan demikian, perancangan ini memiliki potensi pasar yang besar dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara efektif.

## 2. METODE

### 2. 1. Metode Penelitian

Metode yang dilakukan untuk melengkapi dan mendukung teori yang telah dipaparkan dalam perancangan tempat penyimpanan makanan dan kebutuhan kucing untuk Generasi Z di lingkungan urban adalah penelitian secara kualitatif. Metode penelitian dalam merancang tempat penyimpanan makanan kucing melibatkan beberapa tahap. Pertama, dilakukan observasi dan survei terhadap kebutuhan pengguna, termasuk preferensi desain, kapasitas, dan fitur tambahan seperti kedap udara atau roda. Kedua, dilakukan analisis kompetitor untuk memahami tren pasar dan fitur produk serupa. Selanjutnya, diterapkan metode *brainstorming* dan *sketching* untuk menghasilkan ide desain awal. Prototipe dibuat menggunakan bahan yang relevan, seperti plastik atau logam, untuk menguji fungsionalitas, kekuatan, dan ergonomi. Pengujian dilakukan dengan pengguna target untuk mengumpulkan umpan balik. Terakhir, data dianalisis untuk menyempurnakan desain agar sesuai dengan kebutuhan pasar,

estetika, dan efisiensi. Penelitian kualitatif dilakukan dengan mengumpulkan data berupa fakta tanpa melibatkan data statistik (Leavy, 2017). Metode ini memungkinkan pengumpulan data yang spesifik, di mana responden memberikan gambaran pengalaman mereka secara rinci melalui cerita dan contoh. Hasil dari proses ini adalah data yang kaya akan deskripsi dan ilustrasi, serta memberikan wawasan berharga dari peserta wawancara yang diperlukan oleh penulis.

## **2. 2. Metode Perancangan**

Proses perancangan produk ini melibatkan beberapa tahapan penting untuk memastikan bahwa hasil akhir sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna. Metode perancangan yang digunakan mencakup pengumpulan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada target pengguna, yang kemudian dilanjutkan dan pengembangan persona pengguna. Pendekatan ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pengguna dan konteks di mana mereka berinteraksi dengan produk.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **3. 1. Pengumpulan Data**

#### **3. 1. 1. Hasil Kuesioner**

Pembagian kuesioner dikhususkan bagi pemelihara kucing generasi Z dengan dilakukan pertanyaan terbuka untuk menggali permasalahan yang dibahas dalam perancangan menggunakan teknik random sampling sebanyak 20 responden. Selain itu, narasumber juga dapat memberikan beberapa masukan kepada penulis dalam kuesioner tersebut berlangsung. Proses pembagian kuesioner dilakukan secara daring dimulai pada hari Jumat, 15 September 2023 pada pukul 12.00 WIB.

Berdasarkan pembagian kuesioner yang dilakukan, narasumber mengatakan "Diperlukan adanya penyimpanan yang lebih praktis dengan menambahkan berbagai macam tempat dan alat untuk kucing agar memudahkan pengguna dan pemilik kucing". Kemudian, dalam perancangan produk ini narasumber lain menyampaikan "Desain gaya atau tampilan akhir produk harus memiliki gaya minimalis yang disukai generasi Z dengan pengoptimalan pada nilai guna produknya". Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa generasi Z menyukai gaya arsitektur kontemporer dan warna yang monokrom atau analogus untuk tampilan interior maupun eksterior hunian mereka, di mana gaya kontemporer ini mencakup gaya minimalis, skandinavian, industrial, dan sebagainya (Ekananda & Marcillia, 2019). Hasil dari pembagian kuesioner memperkuat motif perancangan serta memberikan inspirasi atas tema yang diambil serta landasan gaya desain yang diterapkan, yaitu gaya minimalis ala arsitektur kontemporer.

#### **3. 1. 2. Studi Persona Pengguna**

Setelah dilakukan pembagian kuesioner, dilakukan pembuatan persona pengguna untuk meringkas kebutuhan pengguna agar sesuai dengan perancangan akhir. Persona pengguna berupa seorang fiktif yang diambil dari rata-rata 20 responden yang telah mengisi kuesioner yang dibagikan. Persona yang didapatkan adalah seorang mahasiswa berusia 21 tahun yang tinggal di sebuah apartemen. Mahasiswa tersebut memelihara satu ekor kucing dan memiliki kebutuhan untuk menyimpan segala kebutuhan kucingnya dalam sebuah apartemen berukuran studio. Mahasiswa ini memiliki ketertarikan terhadap gaya desain minimalis ala Jepang, memiliki kepribadian ekstrover, serta memiliki ketertarikan terhadap merek-merek furnitur yang memiliki gaya minimalis pula seperti Muji dan Ikea.

### **3. 2. Analisis Data**

Korelasi antara hasil kuesioner dan studi persona pengguna yang telah dilakukan sebanyak 20 responden secara acak menunjukkan pentingnya penyimpanan praktis dan

desain minimalis dalam perancangan produk ini. Narasumber menggarisbawahi kebutuhan akan berbagai macam tempat dan alat untuk kucing agar memudahkan pengguna, serta menekankan pentingnya gaya minimalis yang disukai oleh generasi Z.

### 3. 2. 1. Pemilihan Warna

Palet warna disesuaikan dengan tema produk agar suasana yang dibawa produk sesuai dengan keinginan pengguna yang cenderung lembut seperti warna oranye, pink dan abu-abu. Palet warna tersebut cukup sesuai untuk tempat penyimpanan makanan kucing bisa menciptakan kesan ceria, hangat, dan menarik. Warna-warna yang lebih lembut dapat mengekspresikan emosi dan suasana hati yang berbeda dibandingkan dengan warna yang lebih terang dan berenergi (Hammond et al., 2020).



Gambar 1. Palet Warna "NekoHaven"  
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

### 3. 2. 2. Perwujudan Produk

Produk tempat penyimpanan makanan kucing hadir dalam berbagai variasi volume untuk memenuhi kebutuhan pemilik. Untuk pemilik dengan satu kucing atau penggunaan sehari-hari, tersedia wadah kecil berkapasitas 1-2 liter, ideal untuk menyimpan makanan dalam jumlah terbatas. Sementara itu, bagi mereka yang memiliki beberapa kucing atau membeli makanan dalam jumlah besar, tersedia wadah berkapasitas 5-15 liter, cocok untuk menyimpan hingga beberapa kilogram makanan kering. Beberapa produk bahkan memiliki kapasitas ekstra besar, mencapai 20 liter atau lebih, dirancang khusus untuk penyimpanan jangka panjang. Dengan pilihan ini, pemilik kucing dapat memilih volume yang sesuai dengan kebutuhan penyimpanan dan konsumsi kucing mereka. Produk penyimpanan ini dibuat dengan ukuran 20 x 40 x 60 cm agar mudah diletakkan dalam sebuah apartemen berukuran studio tanpa mengganggu pengguna. Dikarenakan target pengguna produk ini adalah mahasiswa, maka idealnya produk ini dibuat dengan menggunakan bahan *medium density fibreboard* (MDF) dengan ketebalan 10 mm yang selain kokoh, juga memiliki harga yang lebih terjangkau daripada kayu solid.

## 3. 3. Visualisasi

### 3. 3. 1. Tahap Perancangan Produk

Tahap visualisasi yang dilakukan dalam perancangan produk ini adalah perumusan *design requirements and objectives*, studi volume, *rough sketching*, *prototyping*, dan diakhiri oleh desain final.

#### a. Perumusan *Design Requirement and Objectives*

Tahapan pertama yang dilakukan adalah perumusan *design requirements and objectives*. Perumusan ini dilakukan untuk mengetahui fitur dan kebutuhan apa saja yang diperlukan dalam perancangan produk akhir.

Tabel 1. Bagan *Design Requirements and Objectives* Produk  
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

**Tabel DRNO (Design Requirement and Objectives**

FUNGSI	1. Menyimpan makanan kucing 2. Menyimpan kebutuhan kucing lainnya 3. Tempat makan dan minum kucing	
DIMENSI	Berdasarkan studi volume yang dilakukan produk setidaknya-tidaknya berukuran (volume) 6388 cm <sup>2</sup> . Ukuran tersebut didasarkan pada kebutuhan produk yang akan dimasukkan. Selain itu produk setidaknya mampu menahan beban 360 gram	
FITUR	1. Penyimpanan makanan kucing 2. Penyimpanan kebutuhan kucing 3. Food/Feeding Bowl (1)	
TAMBAHAN		

b. Studi Volume

Tahapan kedua yang dilakukan adalah studi volume. Studi volume dilakukan untuk mencari tahu ukuran dan berat semua produk yang bisa dan akan disimpan pada perancangan produk akhir. Berdasarkan observasi di lapangan tempat penyimpanan makanan kucing berbentuk *box* adalah solusi praktis dan *stylish* untuk menjaga makanan tetap segar. Dengan desain modern dan fungsional, *box* ini sering dilengkapi tutup kedap udara untuk mencegah kelembapan dan menjaga aroma makanan. Beberapa *box* hadir dengan motif lucu, seperti gambar kucing, yang membuatnya menarik secara visual dan cocok untuk melengkapi dekorasi rumah. Ukurannya bervariasi, mulai dari kecil hingga besar, dengan fitur tambahan seperti roda untuk kemudahan pemindahan atau sendok takar yang terintegrasi. Material berkualitas, seperti plastik tahan lama atau stainless steel, menjadikan *box* ini awet dan mudah dibersihkan, memberikan kenyamanan bagi pemilik dan kepraktisan untuk penyimpanan.

Berikut beberapa contoh volume yang dipakai dalam penyimpanan makanan kucing.

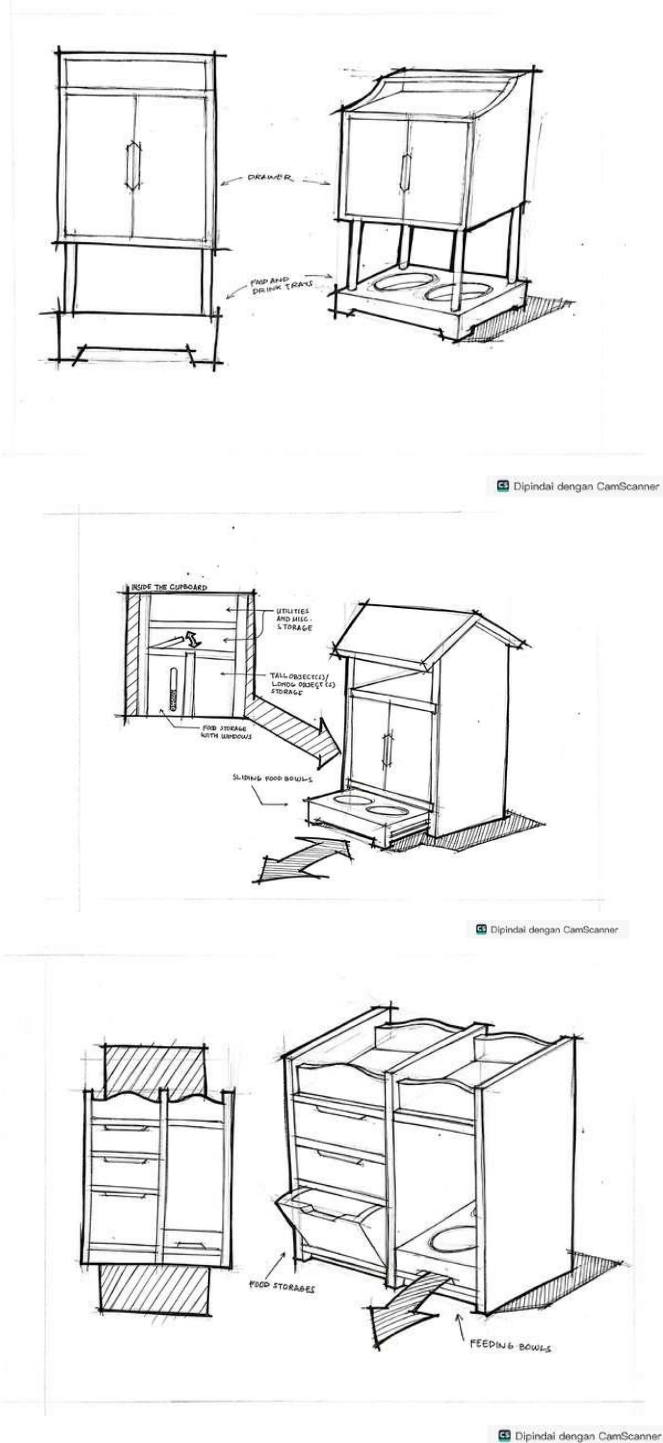
FOTO PRODUK	KET. PRODUK						
NAMA BARANG	MAKANAN KUCING	SARUNG TANGAN	BEDAK KUCING	SEKOP PASIR	TALI KUCING	CAT TREATS	
DIMENSI (±)	77 x 4 x 16 CM	22 x 6 x 1 CM	6 x 6 x 20 CM	10 x 17 x 10 CM	120 CM (PANJANG)	70 x 16 x 2 CM	
BERAT SATUAN	250 gram	24 gram	250 gram	12 gram	5 gram	20 gram	
JUMLAH	2 (DUA) BUNGKUS	1 (SATU) BUAH	1 (SATU) BUAH	1 (SATU) BUAH	1 (SATU) BUAH	2 (DUA) BUNGKUS	
KARAKTERISTIK	KERING	LEMBUT	KAKSI	MUDAH PECAH	LEMBUT	BAJAN / BERHUBUNGAN	
KATEGORI	MAKANAN	GROOMING	GROOMING	POTTY	MISCELLANEOUS	MAKANAN	

Gambar 2. Bagan Studi Volume Produk  
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

c. *Rough Sketching*

Tahapan ketiga adalah melakukan *rough sketching* atau pembuatan ideasi melalui sketsa. Tahapan ini dilakukan untuk mengetahui bentuk akhir produk secara kasar melalui media dua dimensi. Tujuan *rough sketching* adalah untuk mengembangkan ide secara cepat dan visual tanpa fokus pada detail. Proses ini membantu mengungkapkan konsep awal, mengeksplorasi berbagai kemungkinan desain, dan menyampaikan gagasan kepada tim atau klien. Dengan sifatnya yang

sederhana, *rough sketching* memfasilitasi iterasi dan penyesuaian sebelum menuju tahap desain final



Gambar 3. Sketsa Ideasi Produk  
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

d. *Prototyping*



Tahapan keempat yang dilakukan adalah *prototyping*. *Prototyping* dilakukan guna memahami produk di media tiga dimensi, mengetahui kelemahannya, serta memeragakan hal-hal yang mungkin akan dilakukan pengguna terhadap produk.



Gambar 4. Sketsa Ideasi Produk  
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

### 3. 3. 2. Desain Final Produk Utama

Desain akhir berupa sebuah produk berukuran 20 x 40 x 60 cm yang dibuat menggunakan material *medium density fibreboard* (MDF). Ukuran tersebut dipilih dengan memperkirakan ketersediaan ruang yang kemungkinan dimiliki oleh target pengguna yang bertempat tinggal di sebuah apartemen berukuran studio. Penggunaan material MDF dengan ketebalan 10 mm dipilih untuk memberikan kekuatan pada produk tanpa biaya yang tinggi. Produk di *finishing* dengan *PVC adhesive* untuk memberikan ketahanan terhadap air namun tetap memiliki tekstur seperti kayu pada umumnya. Produk akhir memiliki empat kompartemen utama. Kompartemen di atas digunakan untuk penyimpanan makanan basah dan kebutuhan *grooming* kucing seperti sisir, bedak, sabun, dan kebutuhan lainnya. Di tengah, terdapat dua kompartemen yang terbagi secara vertikal. Pada bagian kiri terdapat penyimpanan makanan kering yang mampu menyimpan makanan sebanyak 500 gram. Sedangkan di sisi kanannya, terdapat penyimpanan kebutuhan kucing yang perlu disimpan dalam ruang tertutup seperti obat-obatan, sisa makanan, dan kebutuhan lainnya. Kompartemen terakhir terdapat pada bagian bawah yang dapat ditarik dan menampilkan tempat penyimpanan mangkuk makanan dan minuman kucing. Desain produk ini dibuat dengan gaya minimalis ala Jepang dan memiliki bentuk seperti rumah-rumah di Jepang. Bentuk rumah dalam produk ini menggambarkan bahwa produk ini merupakan rumah bagi para kucing.



Gambar 5. Desain Final Produk Utama  
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

### 3. 3. 2. Desain Media Pendukung

Desain media pendukung adalah luaran yang dapat meningkatkan daya tarik target pengguna. Pada perancangan produk “NekoHaven”, terdapat luaran pendukung berupa desain logo/*branding* produk.



Gambar 6. Desain Logo Produk “NekoHaven”  
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan perancangan dan proses perancangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tempat penyimpanan makanan dan kebutuhan kucing yang dirancang khusus untuk generasi Z di lingkungan urban harus memenuhi beberapa kriteria utama. Pertama, produk harus memiliki desain yang praktis dan efisien untuk mengakomodasi keterbatasan ruang yang sering dihadapi di lingkungan urban. Hal ini termasuk kemampuan untuk menyimpan berbagai item kebutuhan kucing dalam satu unit penyimpanan yang terorganisir dengan baik.

Kedua, desain produk harus menarik bagi generasi Z yang dikenal dengan preferensi estetika yang spesifik, seperti gaya minimalis, skandinavian, atau kontemporer. Desain yang menarik secara visual dapat meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pengguna. Ketiga, produk harus mudah diakses dan digunakan, mengingat gaya hidup generasi Z yang dinamis dan serba cepat. Kemudahan penggunaan mencakup aksesibilitas tempat penyimpanan, kemudahan dalam mengisi ulang makanan, serta fitur-fitur tambahan yang dapat memudahkan pemilik kucing dalam merawat hewan peliharaannya.



Untuk pengembangan lebih lanjut, beberapa saran dapat diberikan berdasarkan hasil perancangan ini. Inovasi teknologi merupakan salah satu aspek yang sangat penting. Produk dapat dikembangkan dengan menambahkan fitur teknologi seperti sensor untuk memonitor tingkat makanan dan air secara *real-time*, serta aplikasi *mobile* yang dapat memberi notifikasi kepada pemilik kucing. Hal ini akan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam mengelola kebutuhan kucing mereka dengan lebih efisien.

Selain itu, penggunaan material yang ramah lingkungan dan berkelanjutan perlu dipertimbangkan dalam pembuatan produk ini. Material daur ulang atau *biodegradable* dapat menjadi pilihan untuk mendukung keberlanjutan lingkungan. Hal ini sejalan dengan kesadaran generasi Z yang semakin tinggi terhadap isu-isu lingkungan.

Fleksibilitas desain juga merupakan faktor penting. Menyediakan variasi desain yang dapat disesuaikan dengan berbagai preferensi estetika generasi Z akan meningkatkan daya tarik produk. Misalnya, menyediakan pilihan warna dan aksesoris tambahan yang dapat dipersonalisasi oleh pengguna dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan membuat produk lebih menarik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ekananda, A.N. & Marcillia, S.R. 2019. Preferensi Atribut Fisik Hunian Generasi Y dan Z di Yogyakarta, *Ruang Kreatif*, 4:333
- Fedho, M.A. 2023. 'Preferensi Apartemen dari Baby Boomer hingga Gen Z, Siapa yang Mau Beli Paling Tinggi?', *Millenial*, The Iconomics, diakses pada 15 Mei 2024, <<https://www.theiconomics.com/millennial/preferensi-apartemen-dari-baby-boomer-hingga-gen-z-siapa-yang-mau-beli-paling-tinggi/>>
- Hammond, R., Dobbins, G., Ramos, C., Adeola, D., Lou, S., Murphy, D., Proietti, L., Galvan, A., Beckett, K., & Pellerin, K. 2020. How to be A Children's Book Illustrator. 3dtotalPublishing. Georgia, US.
- Hidayat, Ferry. 2021, 'Uni Charm Launching Produk Perawatan Ekskresi Untuk Kucing dan Anjing', *Warta Ekonomi*, diakses pada 8 April 2024, <<https://wartaekonomi.co.id/read383794/uni-charm-launching-produk-perawatan-ekskresi-untuk-kucing-dan-anjing>>
- Leavy, P. 2017. Research Design: Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and Community-Based Participatory Research Approaches. The Guilford Press. NYC, US.
- Rainer, Pierre. 2023. 'Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z', GoodStats diakses pada 15 Mei 2024, <<https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>>
- Rakuten Insight. 2021, 'Pet ownership in Asia', Rakuten Insight, diakses pada 8 April 2024, <<https://insight.rakuten.com/pet-ownership-in-asia/>>