

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Perkembangan teknologi di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Menurut Badan Pusat Statistik, Perkembangan TIK di Indonesia menunjukkan perkembangan positif dalam lima tahun terakhir. Pada tahun 2022 mencapai nilai 5,85 dalam skala 1-10 (bps.go.id). Data APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) juga menyebutkan bahwa ada 78,19% populasi di Indonesia yang menggunakan Internet (Indonesia.go.id). Data-data tersebut mendukung dengan munculnya berbagai aplikasi yang sedang menjadi sorotan dalam masyarakat. Fenomena ini menandai pergeseran perilaku konsumen yang semakin mengadopsi teknologi sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk dalam hal layanan antar jemput.

Meskipun layanan jasa antar jemput terus meningkat, masih terdapat sejumlah permasalahan yang harus diatasi. Salah satunya adalah jarangya tersedianya layanan antar jemput hewan peliharaan, dengan sebagian besar layanan lebih mengutamakan kebutuhan manusia dan barang. Hal ini sangat disayangkan karena Indonesia merupakan negara ke-4 di Asia yang masyarakatnya memiliki hewan peliharaan dengan persentase sebanyak 72% (Rakuten Insight, 2021). Survey yang dilakukan oleh *Rakuten Insight Centre* pada Januari 2022 lalu dengan jumlah 10.442 responden, ditemukan bahwa 6 dari 10 rumah tangga di Indonesia memiliki hewan peliharaan di rumah, 23% tidak memiliki hewan peliharaan dan 10% pernah memiliki hewan peliharaan. Survey tersebut juga mengungkapkan bahwa kucing merupakan hewan yang paling banyak dimiliki oleh Masyarakat Indonesia sebanyak 47% dan anjing berada di urutan nomor 4 dengan persentase 10% (Kompas.id) Hewan peliharaan bertindak sebagai mediator hubungan sosial yang memungkinkan pemiliknya membangun persahabatan juga mengurangi kecemasan pada anak-anak dan orang dewasa (Noviana, 2018).

Sebanyak 78,6% *pet owners* setuju bahwa internet menjadi sumber informasi seputar kesehatan hewan peliharaan yang paling banyak dipakai oleh mereka (Kogan, *et al.* 2018). Layanan yang sering dipakai oleh para *pet owners* adalah layanan *pet grooming* dan *pet hotel*. Mereka mencari informasi tentang layanan tersebut sampai informasi seputar adopsi hewan peliharaan melalui media sosial dan dari mulut ke mulut. Namun, masalah yang sering muncul adalah banyaknya keraguan dan kebingungan para *pet owner* terkait informasi yang simpang siur, proses yang akan di jalani, dan jarak lokasi yang cukup jauh dari tempat tinggal.

Menurut American Society for the Prevention of Cruelty to Animals (ASPCA), *pet grooming* adalah serangkaian prosedur perawatan yang dilakukan untuk menjaga kebersihan, Kesehatan, dan penampilan hewan peliharaan yang mencakup berbagai aktivitas seperti mandi, menyisir bulu, memotong kuku, membersihkan telinga serta merawat gigi dan kulit hewan peliharaan. Kegiatan ini merupakan tanggung jawab dari setiap *pet owner* yang biasanya dilakukan 2-4 minggu 1 kali. Namun, terdapat kendala-kendala yang banyak dialami oleh mereka ketika *grooming*, diantaranya perjalanan yang jauh, menunggu nomor antrian yang dapat menghabiskan waktu untuk beberapa *pet owner* yang memiliki kesibukan lain, dan khawatir harus menunggu lama tanpa mendapat pesan jelas dari *pet salon* yang bersangkutan.

Selanjutnya, ketika *pet owner* berpergian dalam waktu lama, mereka harus meninggalkan hewan peliharaannya untuk ditiptkan di *pet hotel*. Secara fisik, *pet hotel/ pet care* merupakan tempat yang menyediakan berbagai fasilitas untuk hewan peliharaan, seperti makanan hewan, kandang, *shampoo*, dll (Gozali *et al.* 2019). Namun, hasil survey menunjukkan bahwa Masyarakat masih memiliki kekhawatiran tentang bagaimana hewan peliharaannya akan diperlakukan ketika meninggalkannya di *pet hotel*. Tanpa transparansi mengenai perkembangan dan kabar hewan di tempat tersebut. Kekhawatiran ini tidak akan hilang dengan mudah.

Berdasarkan masalah-masalah tersebut, penulis ingin mengajukan sebuah perancangan bisnis yang menawarkan jasa antar jemput hewan peliharaan ke *pet salon, pet hotel* dan adopsi yang dapat di pesan melalui rancangan aplikasi

“Pawmisi”. Perancangan bisnis dan aplikasi ini diharapkan mampu menjadi solusi yang efektif untuk mengurangi kecemasan dan memudahkan hidup para *pet owner* yang memiliki kesibukan.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Bagaimana Cara Merancang Strategi Bisnis dan Identitas Visual dalam Aplikasi Pawmisi?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Batasan masalah dalam perancangan ini adalah:

1. Geografis : Tangerang Selatan
2. Demografis :
 - a. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
 - b. Usia Primer : 25 – 34 Tahun
 - c. Usia Sekunder : 35 – 45 Tahun
 - d. Generasi : X-Y
 - e. Penghasilan : SES A
3. Psikografis :
 - a. Menyayangi hewan peliharaan
 - b. Memiliki kesibukan

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan

Tujuan dilakukannya perancangan ini adalah untuk Merancang Strategi Bisnis Jasa Antar Jemput Hewan Dan Desain Aplikasi “Pawmisi”.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Penulis.

Untuk memberikan manfaat kepada penulis berupa pengetahuan tentang membangun aplikasi dan menganalisis lingkungan. Sehingga penulis berpengalaman memberikan solusi kepada masyarakat dari perancangan bisnis dan aplikasi yang dibuat.

2. Bagi Masyarakat

Pembuatan laporan ini bertujuan untuk membantu Masyarakat Indonesia dalam mencari solusi atas permasalahan yang diberikan. Diharapkan masyarakat dapat membantu dalam perawatan dan adopsi anjing dan kucing mereka dalam hal layanan antar jemput yang diperlukan, transparansi proses yang dilakukan, dan hewan yang diadopsi.

3. Bagi Universitas

Dengan dibuatnya laporan ini dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa yang ingin menyelesaikan tugas MBKM Kewirausahaan atau yang ingin mengembangkan aplikasi konsep sosial seperti transportasi anjing dan kucing.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

Penulis menjalani MBKM Kewirausahaan ini selama satu semester dengan total bobot 20 SKS. Berikut ini adalah waktu dan prosedur yang dijalani:

Tabel 1.1 Deskripsi Waktu Pelaksanaan MBKM Kewirausahaan

Waktu	Alur	Keterangan
13 November 2023	Sosialisasi Cluster MBKM	Dilakukan oleh program studi DKV secara luring
14 – 26 November 2023	Pengisian form registrasi Cluster MBKM	Data diolah oleh pihak Skystar Ventures
5 Desember 2023	Pengumuman seleksi cluster MBKM	Diumumkan oleh program studi DKV

11 – 16 Desember 2023	Periode revisi proposal MBKM	
21 Desember 2023	Pengumuman keputusan final penerimaan Cluster MBKM Kewirausahaan	
2 – 19 Januari 2024	Periode registrasi MBKM	Registrasi dilakukan melalui website Merdeka
29 Januari - 15 Maret 2024	Masa bimbingan (tahap 1)	Mengisi Supervisor dan Advisor Daily Task serta Counselling Meeting
18 – 26 Maret 2024	Evaluasi 1	Mengumpulkan laporan evaluasi 1 Cluster MBKM melalui website Merdeka
27 Maret – 3 Juni 2024	Masa bimbingan (tahap 2)	Mengisi Supervisor dan Advisor Daily Task serta Counselling Meeting
27 - 31 Mei 2024	Evaluasi 2 Cluster MBKM	Mengumpulkan laporan evaluasi 2 Cluster MBKM melalui website Merdeka
4 - 7 Juni 2024	Bimbingan PRA-Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	Pengecekan kelengkapan konten laporan dan dokumen oleh dosen pembimbing internal sebelum sidang.
7 Juni 2024	Deadline Registrasi Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	Batas akhir registrasi Sidang MBKM, jam 17.00

12 – 14 Juni 2024	Periode Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	Sidang dilakukan secara offline
18 – 21 Juni 2024	Revisi dan pengesahan laporan akhir (final) sidang Cluster MBKM	Mengumpulkan revisi Laporan Sidang Evaluasi 2 yang telah mendapatkan TTD Pengesahan dari Dewan Sidang

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA