

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi yang berlangsung pesat telah membawa dampak yang signifikan terhadap berbagai sektor industri di Indonesia, termasuk industri layanan rumah tangga, startup digital berbasis teknologi, serta industri properti. Masing-masing sektor ini mengalami transformasi, baik dari sisi operasional, model bisnis, maupun pola interaksi dengan konsumen. Transformasi tersebut juga didorong oleh pergeseran perilaku masyarakat modern yang kini cenderung mengedepankan kemudahan akses, efisiensi waktu, serta pelayanan yang cepat dan berkualitas.

Pertama, industri jasa rumah tangga menunjukkan pertumbuhan yang stabil dalam beberapa tahun terakhir, terutama di wilayah perkotaan. Gaya hidup masyarakat urban yang serba cepat, padat aktivitas, dan terbatasnya waktu untuk mengurus rumah secara mandiri, telah mendorong lonjakan kebutuhan terhadap jasa kebersihan, servis peralatan rumah tangga seperti AC dan mesin cuci, serta tenaga tambahan untuk keperluan tertentu seperti acara keluarga. Laporan yang dirilis oleh Research and Markets (2023) memperkirakan bahwa nilai pasar global untuk jasa rumah tangga akan mencapai USD 1,13 triliun pada tahun 2026 dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 18,3%. Di Indonesia sendiri, permintaan terhadap layanan ini juga terus meningkat, seiring dengan pertumbuhan kelas menengah dan meningkatnya kesadaran akan pentingnya kebersihan serta perawatan rumah tangga.

Meskipun demikian, mayoritas masyarakat Indonesia masih mengandalkan metode konvensional dalam mencari layanan rumah tangga, seperti melalui rekomendasi dari kenalan atau tetangga. Akan tetapi, hadirnya digitalisasi telah membuka jalan bagi inovasi dalam penyediaan layanan ini melalui platform daring. Layanan berbasis aplikasi memungkinkan konsumen untuk mengakses berbagai jasa rumah tangga dengan lebih mudah, transparan, serta terjadwal dengan baik. Ini

mencerminkan pergeseran dari sistem tradisional *ke model on-demand service* yang lebih modern dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat urban saat ini.

Selanjutnya, industri teknologi digital dan startup juga mengalami akselerasi luar biasa di Indonesia. Dengan jumlah pengguna internet yang telah melampaui 215 juta jiwa per tahun 2023 (We Are Social & Hootsuite, 2023), Indonesia menjadi salah satu pasar digital terbesar di Asia Tenggara. Hal ini menciptakan peluang besar bagi munculnya berbagai startup teknologi yang menawarkan solusi praktis atas berbagai persoalan harian masyarakat, termasuk dalam hal pemesanan jasa rumah tangga maupun kebutuhan properti. Melalui integrasi teknologi, proses pemesanan hingga pelaksanaan layanan menjadi lebih efisien dan dapat diawasi secara *real time* oleh pengguna. Selain itu, sistem ini juga memperkenalkan model ekonomi digital berbasis *gig economy*, di mana tenaga kerja terhubung secara langsung dengan pelanggan tanpa harus bergantung pada struktur kerja tetap yang formal.

Model bisnis digital ini menawarkan fleksibilitas baik bagi konsumen maupun penyedia jasa, serta mendorong transparansi dan akuntabilitas layanan melalui fitur-fitur seperti sistem *rating*, ulasan pelanggan, dan garansi layanan. Oleh karena itu, *startup* yang menggabungkan layanan rumah tangga dengan teknologi digital dianggap memiliki daya saing tinggi, terlebih di tengah meningkatnya ekspektasi konsumen terhadap kualitas dan kenyamanan layanan.

Adapun industri properti, sebagai sektor fundamental dalam perekonomian nasional, turut mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi digital. Proses yang sebelumnya berlangsung secara manual dan memerlukan interaksi langsung, kini telah bertransformasi menjadi sistem yang lebih terotomatisasi dan digital. Mulai dari pencarian properti, pengajuan pembiayaan, konsultasi legalitas, hingga layanan pasca-penjualan seperti perawatan dan servis unit properti, semuanya kini tersedia secara daring. Laporan Ernst & Young (2022) menggarisbawahi bahwa transformasi digital dalam industri properti merupakan langkah strategis untuk menjangkau generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi, seperti milenial dan Gen Z.

Perubahan pola konsumsi pasca-pandemi COVID-19 juga memperkuat tren ini. Konsumen kini lebih memperhatikan aspek kesehatan dan kebersihan lingkungan tempat tinggal, sehingga mendorong perusahaan properti untuk memperluas layanan mereka hingga mencakup perawatan rumah dan fasilitas pendukung lainnya. Artinya, layanan rumah tangga kini menjadi bagian tak terpisahkan dari rantai nilai industri properti itu sendiri.

Ketiga sektor tersebut layanan rumah tangga, teknologi digital, dan industri properti saling berinteraksi dan membentuk sebuah ekosistem yang terintegrasi. Layanan rumah tangga berperan penting dalam mendukung kenyamanan penghuni dan keberfungsian suatu properti, sementara teknologi digital menjadi sarana utama dalam menjembatani kebutuhan konsumen dengan penyedia layanan. Integrasi ini tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi digital, tetapi juga meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui penyediaan layanan yang lebih cepat, efisien, serta terpercaya.

Melihat sinergi dan dinamika yang terjadi di antara ketiga sektor ini, dapat disimpulkan bahwa pemahaman mendalam mengenai integrasi teknologi dalam layanan rumah tangga dan properti menjadi sangat relevan dalam konteks pengembangan kompetensi mahasiswa. Terlebih, program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) membuka peluang bagi mahasiswa untuk terlibat secara langsung dalam ekosistem bisnis modern yang memadukan teknologi dengan kebutuhan masyarakat sehari-hari. Oleh karena itu, laporan ini disusun untuk menguraikan pembelajaran dan pengalaman yang diperoleh selama mengikuti program magang pada perusahaan yang berfokus pada pengembangan layanan rumah tangga berbasis platform digital dalam lingkungan industri properti yang terus berkembang.

Di tengah berkembangnya ekosistem digital dan meningkatnya kebutuhan layanan berbasis kenyamanan di sektor rumah tangga dan properti, perusahaan *Pinhome Service* hadir sebagai salah satu representasi konkret dari integrasi antara tiga industri utama yang tengah mengalami transformasi besar: industri jasa rumah tangga, industri startup teknologi digital, dan industri properti. *Pinhome Service*

merupakan unit layanan yang berada di bawah naungan Pinhome, sebuah perusahaan teknologi properti (*property technology/proptech*) yang bertujuan memudahkan akses masyarakat terhadap berbagai layanan properti, mulai dari pencarian hunian, pembiayaan, hingga perawatan rumah secara menyeluruh.

Sebagai bagian dari industri layanan rumah tangga, Pinhome Service menyediakan berbagai jasa profesional yang mendukung aktivitas domestik masyarakat urban, seperti layanan cuci dan servis AC, bongkar pasang perangkat pendingin ruangan, layanan kebersihan rumah menyeluruh, serta penyediaan tenaga tambahan untuk berbagai kebutuhan rumah tangga dan acara. Kehadiran layanan ini menjadi solusi praktis atas keterbatasan waktu masyarakat perkotaan dalam menangani pekerjaan rumah tangga secara mandiri. Dengan memanfaatkan jasa ini, konsumen tidak hanya menghemat waktu, tetapi juga memperoleh kepastian akan kualitas, keamanan, dan keandalan layanan yang disediakan.

Pinhome Service juga merupakan bagian dari industri teknologi digital, mengingat seluruh layanan yang ditawarkan dapat diakses melalui platform digital berbasis aplikasi maupun *website*. Melalui pendekatan ini, Pinhome Service menerapkan model bisnis *on-demand service* yang memungkinkan pengguna untuk memesan layanan sesuai waktu dan lokasi yang diinginkan. Sistem ini didukung oleh fitur teknologi seperti pelacakan status layanan, sistem pembayaran digital, serta integrasi ulasan dan rating sebagai mekanisme kontrol kualitas. Dengan demikian, Pinhome Service turut berkontribusi dalam memperkuat ekonomi digital nasional melalui adopsi teknologi yang memfasilitasi hubungan langsung antara penyedia jasa dan pelanggan secara efisien dan transparan. Menurut laporan dari McKinsey (2021), platform layanan digital seperti ini dapat meningkatkan efisiensi operasional hingga 20% serta memperluas jangkauan pasar, terutama di segmen konsumen kelas menengah ke atas yang memiliki preferensi tinggi terhadap layanan digital.

Lebih jauh, Pinhome Service memiliki hubungan erat dengan industri properti, karena sebagian besar layanan yang ditawarkan bertujuan untuk menunjang keberlangsungan fungsi dan kenyamanan hunian yang telah dimiliki atau akan

digunakan oleh konsumen. Dalam konteks ini, Pinhome Service tidak hanya menjadi penyedia jasa rumah tangga semata, tetapi juga berperan sebagai bagian dari ekosistem properti yang lebih luas. Hal ini mencerminkan pergeseran paradigma dalam industri properti dari sekadar menjual unit bangunan menjadi penyedia solusi hunian terintegrasi yang mencakup aspek purna jual dan pemeliharaan. Ernst & Young (2022) menyebutkan bahwa transformasi digital di sektor properti kini tidak hanya berfokus pada aspek pemasaran dan transaksi, tetapi juga mencakup pengelolaan pengalaman pelanggan secara menyeluruh, termasuk layanan perawatan dan pengelolaan rumah tangga.

Dengan menggabungkan ketiga elemen industri tersebut, Pinhome Service menjadi contoh nyata dari bagaimana perusahaan dapat berinovasi dalam menjawab kebutuhan pasar modern dengan pendekatan yang adaptif dan berbasis teknologi. Perusahaan ini juga menghadirkan dampak sosial melalui pemberdayaan tenaga kerja informal yang sebelumnya tidak terorganisir, menjadi bagian dari sistem layanan digital yang lebih profesional dan terstruktur. Hal ini sejalan dengan misi pembangunan ekonomi inklusif yang mengedepankan kesejahteraan masyarakat serta efisiensi layanan berbasis teknologi. Oleh karena itu, Pinhome Service tidak hanya dapat dikaji sebagai entitas bisnis yang inovatif, tetapi juga sebagai representasi dari perubahan struktural dalam pola konsumsi jasa dan digitalisasi sektor properti di Indonesia.

Program *Magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka* (MBKM) merupakan salah satu bentuk implementasi kebijakan pendidikan yang dicanangkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, yang memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memperoleh pengalaman kerja nyata di dunia industri atau institusi non-akademik lainnya. Melalui program ini, mahasiswa dapat mengembangkan kompetensi profesional, memperluas wawasan praktis, serta membangun jejaring kerja sebelum memasuki dunia kerja sesungguhnya. Magang MBKM Reguler merupakan salah satu skema dalam program MBKM yang mewajibkan mahasiswa menjalani kegiatan magang selama minimal 800 jam kerja atau setara dengan ± 100 hari kerja (kurang lebih 18–20

minggu), yang setara dengan 20 satuan kredit semester (SKS). Program ini tidak hanya bertujuan sebagai pelatihan kerja, tetapi juga sebagai media integrasi antara pembelajaran akademik dengan praktik profesional di lapangan.

Pada program MBKM Reguler yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Pemasaran, Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara, mahasiswa tidak hanya dituntut untuk berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan perusahaan, namun juga diharapkan mampu melakukan observasi mendalam, memahami alur kerja, berkontribusi dalam proyek-proyek riil, serta merefleksikan keterkaitan antara teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan penerapannya di lingkungan kerja yang sesungguhnya. Semua proses dan pembelajaran tersebut kemudian dituangkan secara sistematis dalam bentuk laporan magang sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik sekaligus dokumentasi proses pembelajaran profesional mahasiswa.

Dalam pelaksanaan program ini, penulis, *Muhamad Dzaki Ridwansyah*, mahasiswa Program Studi Manajemen dengan peminatan *Marketing*, telah melaksanakan magang selama empat bulan di *Pinhome Service*, sebuah divisi layanan rumah tangga dari perusahaan teknologi properti (*property technology/PropTech*) bernama *Pinhome*. Selama masa magang, penulis menempati dua posisi berbeda secara berurutan, yaitu sebagai *Sales & Marketing Intern* dan *Account Management Intern*.

Pada dua bulan pertama, penulis berperan sebagai *Sales & Marketing Intern* yang terlibat langsung dalam aktivitas pemasaran seperti pembagian brosur (*flyering*), promosi *door-to-door*, pelaksanaan kampanye digital melalui *WhatsApp Blast*, serta pengenalan program kemitraan *local champion* di wilayah operasional layanan. Tugas ini melatih penulis dalam hal komunikasi langsung dengan pelanggan, pemetaan wilayah pasar, serta pendekatan promosi berbasis komunitas.

Selanjutnya, pada dua bulan berikutnya, penulis dipindahkan ke posisi *Account Management Intern* yang fokus pada pengelolaan komunikasi dan permintaan layanan dari klien B2B (*business-to-business*). Dalam peran ini, penulis

bertanggung jawab terhadap proses konfirmasi layanan melalui WhatsApp, penjadwalan pengerjaan melalui platform *Basecamp*, pembaruan status layanan melalui *Google Sheets*, serta penyusunan rekap bulanan dan dokumentasi untuk klien. Pengalaman ini memberikan pemahaman mendalam tentang alur kerja pelayanan digital serta pentingnya koordinasi antardivisi dalam sebuah perusahaan layanan berbasis aplikasi.

Melalui pengalaman kerja magang di *Pinhome Service*, penulis tidak hanya memperoleh keterampilan teknis yang relevan dengan bidang studi manajemen pemasaran, tetapi juga membangun sikap profesional, kemampuan beradaptasi, dan keterampilan komunikasi yang sangat penting dalam dunia kerja. Seluruh kegiatan ini menjadi landasan yang kokoh dalam mempersiapkan penulis untuk menghadapi tantangan karier setelah menyelesaikan pendidikan akademik.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Tujuan utama dari pelaksanaan kegiatan magang di perusahaan *Pinhome Service* adalah untuk memberikan pengalaman kerja nyata kepada penulis dalam lingkungan industri yang dinamis dan berbasis teknologi, khususnya dalam bidang layanan rumah tangga digital. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat kompetensi akademik melalui pengaplikasian langsung ilmu pengetahuan yang telah diperoleh di bangku kuliah ke dalam praktik kerja profesional. Melalui keterlibatan aktif dalam berbagai aktivitas perusahaan, penulis diharapkan mampu memahami secara komprehensif proses bisnis berbasis digital, sistem kerja dalam industri jasa layanan, serta strategi pemasaran dan manajemen operasional yang diterapkan dalam ekosistem startup teknologi seperti *Pinhome Service*.

Selain itu, program magang ini dimaksudkan untuk membekali penulis dengan *soft skills* dan *hard skills* yang relevan dengan kebutuhan industri saat ini. Kompetensi yang dikembangkan tidak hanya terbatas pada kemampuan teknis seperti pembuatan konten, pengelolaan media digital, analisis data konsumen, dan penyusunan strategi komunikasi pemasaran, tetapi juga mencakup keterampilan berpikir kritis, kerja sama tim, pemecahan masalah, serta adaptasi terhadap sistem

kerja berbasis digital. Dengan demikian, pelaksanaan magang ini menjadi langkah strategis dalam membangun kesiapan penulis untuk menghadapi dunia kerja yang semakin kompleks dan kompetitif, sejalan dengan semangat Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang mendorong kolaborasi antara pendidikan tinggi dan dunia usaha.

Secara lebih terperinci, pelaksanaan kegiatan magang di Pinhome Service memiliki beberapa tujuan khusus yang ingin dicapai, yaitu:

1. Mengembangkan pemahaman praktis tentang proses bisnis dalam industri layanan rumah tangga berbasis digital, khususnya bagaimana perusahaan seperti Pinhome Service mengelola jasa seperti servis dan cuci AC, kebersihan rumah, serta tenaga bantuan (*helper*) melalui platform online yang terintegrasi.
2. Meningkatkan kemampuan penulis dalam strategi komunikasi pemasaran, termasuk dalam hal perencanaan promosi, penyusunan materi visual menggunakan platform seperti *WhatsApp*.
3. Mempelajari mekanisme kerja kolaboratif di lingkungan perusahaan berbasis teknologi, termasuk dinamika kerja tim, komunikasi lintas divisi, pelaporan hasil kerja, serta penyusunan strategi yang responsif terhadap perubahan tren dan kebutuhan pasar.
4. Mengaplikasikan ilmu manajemen pemasaran yang telah diperoleh di perkuliahan ke dalam konteks industri nyata, terutama dalam menyusun strategi promosi jasa, mengidentifikasi target pasar potensial, serta melakukan analisis sederhana terhadap performa pemasaran yang telah dijalankan.
5. Mendorong penulis untuk berpikir solutif terhadap tantangan kerja di lapangan, seperti menghadapi konsumen yang belum akrab dengan aplikasi digital (*gaptek*), menyesuaikan strategi komunikasi dengan kondisi pasar, hingga mengelola risiko seperti keterbatasan waktu, sumber daya, atau kendala teknis lainnya.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu pelaksanaan kerja magang di Pinhome Service sebagai *Sales & Marketing* :

Hari Kerja : Senin – Sabtu
Jam Kerja : 08:00 – 17:00
Istirahat : 12:00 – 17:00
Lokasi : *In Field* (Tangerang)

Waktu pelaksanaan kerja magang di Pinhome Service sebagai *Account Management* :

Hari Kerja : Senin – Sabtu
Jam Kerja : 08:00 – 17:00
Istirahat : 12:00 – 17:00
Lokasi : *Work From Anywhere*

Adapun prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukakn :

- 1) Mencari lowongan pekerjaan magang di aplikasi Glints
- 2) Mengirimkan CV (*Curriculum Vitae*) dan *Cover Letter* pada Pinhome melalui platfor Glints
- 3) Mendapatkan email panggilan interview melauai google meets dan melaksanakan interview secara *online* pada 29 Januari 2025

Yth. **Muhamad Dzaki Ridwansyah,**

Dengan senang hati kami menawarkan Anda bergabung untuk posisi **Sales and Marketing** di Pinhome. Kami terkesan dengan kualifikasi Anda dan kami yakin Anda dapat berkontribusi lebih untuk perusahaan kami.

Berikut adalah rincian tawaran pekerjaan dan kami harap dapat dibaca dengan cermat.

- Posisi : Sales and Marketing
- Status Kepegawaian : Internship
- Atasan Langsung : Inas Nadiya
- Lokasi dan Tipe Kerja : Fieldwork
- Paket Remunerasi :

Tunjangan Tetap Mingguan	Rp 300.000 Net/Minggu
Tunjangan Tetap Harian	Rp 30.000 Net/Hari
Bonus Bulanan (Komisi)	
Target Order	Maksimal Rp 1.500.000/Bulan
Stickers	Rp 10.000/250 Stickers
Distribusi Flyers	Rp 10.000/250 Flyers
Penempatan POSM	Rp 10.000/Penempatan
PinAffiliate Program	Rp 10.000/Affiliate Bergabung
Bonus Excellence	Rp 250.000

- Tanggal Bergabung : 3 Februari 2025

Gambar 1. 1 Email panggilan interview

- 4) Mendapat surat *Offering Letter* magang pada PT Perdagangan Mitra Estate Domestik
- 5) Melanjutkan proses rekrutmen di Mekasi Sign dan menandatangani offering letter
- 6) Memulai kerja magang pada 3 Februari 2025