

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis yang semakin dinamis dan kompetitif menuntut setiap perusahaan untuk mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan perkembangan teknologi. Kemajuan digitalisasi telah mengubah cara perusahaan menjangkau pelanggan, membangun citra merek, serta mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Di sisi lain, kebutuhan masyarakat terhadap layanan yang praktis, mudah diakses, dan sesuai dengan gaya hidup modern terus mengalami peningkatan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk tidak hanya menyediakan layanan yang berkualitas, tetapi juga mampu memahami kebutuhan pasar dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan melalui strategi pemasaran yang tepat.

Dalam konteks tersebut, startup menjadi salah satu bentuk bisnis yang berkembang pesat karena mampu menghadirkan inovasi dan solusi baru terhadap berbagai permasalahan di masyarakat. Salah satu startup yang bergerak di bidang layanan adalah Pompy Go, yaitu startup berbasis layanan pet care yang menyediakan berbagai layanan seperti dog walking, pet sitting, dan pet shuttle. Pompy Go hadir sebagai solusi bagi pemilik hewan peliharaan yang memiliki keterbatasan waktu maupun mobilitas dalam merawat hewan kesayangan mereka. Dengan mengusung konsep layanan yang praktis, fleksibel, dan berbasis digital, Pompy Go berupaya memberikan pengalaman layanan pet care yang lebih mudah, aman, dan terpercaya bagi masyarakat modern, khususnya di wilayah perkotaan.

Di sisi lain, perkembangan industri pet care di wilayah urban menunjukkan peningkatan signifikan terutama pada kebutuhan layanan yang profesional, aman, dan mudah diakses. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian Zhafran, R. N et.al (2024) yang menjelaskan bahwa pengembangan platform pet care berbasis digital mampu meningkatkan efisiensi serta aksesibilitas layanan

bagi pengguna. Selain itu, hasil pengembangan berbagai sistem layanan pet care juga menunjukkan bahwa integrasi layanan digital dapat meningkatkan efektivitas operasional dan kualitas pengalaman pelanggan.

Latar belakang berdirinya Pompy Go berawal dari meningkatnya tren kepemilikan hewan peliharaan di kalangan masyarakat urban serta semakin tingginya kebutuhan akan layanan perawatan hewan yang profesional dan mudah diakses. Kondisi tersebut menciptakan peluang bagi perusahaan untuk menghadirkan layanan yang mampu menjawab kebutuhan pasar sekaligus memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

Melihat peluang tersebut, Pompy Go dibangun dengan tujuan untuk menciptakan platform layanan pet care yang tidak hanya membantu pemilik hewan peliharaan dalam memenuhi kebutuhan perawatan hewan mereka, tetapi juga membuka peluang kolaborasi dengan berbagai pelaku usaha di industri pet care seperti pet shop, pet hotel, veterinary clinic, serta mitra walker. Sejalan dengan penelitian Nurhaliza, H. et.al (2024) yang menjelaskan bahwa sistem informasi layanan pet care berbasis digital mampu meningkatkan efisiensi operasional serta memperluas jangkauan layanan kepada pelanggan, maka pengembangan Pompy Go menjadi relevan dalam menjawab kebutuhan ekosistem layanan pet care yang semakin kompleks.

Sebagai startup yang sedang berkembang, Pompy Go perlu memiliki strategi pemasaran yang mampu meningkatkan kesadaran merek, memperluas jangkauan pasar, serta membangun hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan. Dalam industri layanan yang semakin kompetitif, kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan konsumen, mengembangkan identitas merek yang kuat, serta mengkomunikasikan nilai layanan secara efektif menjadi faktor penting dalam mendukung pertumbuhan bisnis. Hal ini sejalan dengan penelitian Kumar, V (2020) yang menjelaskan bahwa customer brand engagement berperan penting dalam membangun hubungan antara pelanggan dan merek serta meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Program magang melalui pembinaan Skystar Ventures memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk terlibat secara langsung dalam proses pengembangan startup. Melalui program ini, mahasiswa dapat mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam situasi bisnis yang nyata sekaligus memahami bagaimana strategi dan keputusan bisnis diterapkan untuk mendukung pertumbuhan perusahaan.

Sebagai startup yang berada di bawah pembinaan Skystar Ventures, Pompy Go menjadi wadah bagi penulis untuk terlibat dalam berbagai aktivitas pengembangan bisnis, khususnya pada bidang pemasaran. Melalui kegiatan magang tersebut, penulis berkesempatan untuk berkontribusi dalam analisis pasar, pengembangan merek, pengelolaan hubungan pelanggan, serta penyusunan strategi pemasaran yang mendukung pertumbuhan bisnis perusahaan

## **1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Kegiatan magang ini dilaksanakan sebagai sarana bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam proses pengembangan bisnis secara nyata. Melalui program yang difasilitasi oleh Skystar Ventures, mahasiswa mendapatkan akses untuk terlibat dalam ekosistem startup yang dinamis, mencakup proses pengembangan ide, validasi pasar, hingga implementasi strategi bisnis yang berjalan dalam lingkungan kerja profesional yang memiliki karakteristik cepat berubah.

Skystar Ventures sebagai wadah inkubasi dan akselerasi startup memberikan ruang bagi mahasiswa untuk memahami bagaimana sebuah ide bisnis dikembangkan dari tahap awal hingga menjadi produk atau layanan yang siap dipasarkan. Dalam proses ini, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pengamat, tetapi juga terlibat dalam berbagai aktivitas operasional seperti riset pasar, penyusunan strategi pemasaran, serta evaluasi kebutuhan pengguna dalam konteks bisnis digital.

Tujuan utama kegiatan magang ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses pengembangan startup, mulai dari mengenali peluang bisnis hingga merancang strategi yang dapat mendukung pertumbuhan perusahaan. Proses ini juga mencakup pemahaman mengenai bagaimana masalah pasar diidentifikasi secara sistematis, kemudian diterjemahkan menjadi solusi bisnis yang sesuai dengan kebutuhan target pengguna serta perkembangan industri.

Selain itu, kegiatan magang ini berfokus pada pengembangan kemampuan mahasiswa dalam membaca dinamika bisnis yang terjadi di lapangan. Mahasiswa dihadapkan pada analisis perubahan perilaku konsumen, perkembangan tren digital, serta pola kompetisi antar pelaku usaha yang bergerak di sektor serupa dalam ekosistem startup.

Pengalaman yang diperoleh selama magang juga memberikan ruang bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan dalam pengambilan keputusan berbasis data. Informasi yang digunakan berasal dari berbagai sumber seperti performa media sosial, observasi pengguna, serta masukan tim internal yang kemudian diolah menjadi dasar dalam merumuskan strategi pengembangan bisnis berikutnya.

### **1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Kegiatan magang ini dilaksanakan sebagai bagian dari program Professional Skill Enhancement Program (PROSTEP) yang bertujuan untuk memberikan pengalaman kerja nyata kepada mahasiswa di luar lingkungan akademik. Magang ini dimulai pada tanggal 02 Februari 2025 dan berlangsung hingga 30 Juni 2025, dengan lokasi di inkubator bisnis Skystar Ventures, Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam periode tersebut, penulis aktif terlibat dalam pengembangan bisnis Pompy Go, sebuah startup yang bergerak di bidang layanan berbasis kebutuhan pelanggan dengan pendekatan digital dan operasional yang terintegrasi.

Periode Magang : 02 Februari 2025 s/d 30 Juni 2025  
Jam Kerja : Pukul 09.00 – 17.00  
Hari Kerja : Senin s/d Sabtu  
Jabatan : Chief Marketing Officer

Dalam menjalankan peran sebagai Chief Marketing Officer (CMO), penulis bertanggung jawab dalam merencanakan, mengelola, dan mengawasi seluruh aktivitas pemasaran Pompy Go secara menyeluruh. Penulis juga mengelola komunikasi lintas divisi, khususnya dengan CEO, COO, CFO dan tim terkait lainnya, guna memastikan keselarasan antara strategi pemasaran, pengembangan layanan, dan pelaksanaan operasional.

Selain itu, penulis juga terlibat dalam evaluasi performa pemasaran dan efektivitas kampanye secara berkala, serta pengelolaan positioning brand agar sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan.

Di sisi lain, penulis turut berkontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran yang lebih terarah dan berdampak, termasuk penyusunan strategi konten, pengelolaan platform digital, serta optimalisasi engagement pelanggan melalui berbagai kanal komunikasi. Melalui keterlibatan tersebut, penulis memperoleh pengalaman langsung dalam mengelola fungsi pemasaran di lingkungan startup, memahami dinamika bisnis berbasis layanan dari perspektif pemasaran, serta mengasah kemampuan dalam pengambilan keputusan yang strategis dan berbasis data untuk meningkatkan brand awareness, akuisisi pelanggan, dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA