

PELATIHAN DAN PEMBINAAN MAHASISWA WIRAUSAHA JASA CUCI SEPATU SNWS (SHOES AND WASH SERVICE)

Tia Ichwani¹, Dewi Kurniawati^{2*},
Mira Munira³, Ameilia
Damayanti⁴, Tri Astuti⁵, Salis
Musta Ani⁶

^{1,2,3,4,5,6} Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Pancasila,
Jakarta, Indonesia.

Artikel

Diterima : 05 Juli 2023

Disetujui : 03 Januari 2024

Terbit : 29 Februari 2024

*Email :

dewikurniawati@univpancasila.ac.id

Abstrak

Pemasaran secara digital merupakan salah satu solusi yang tepat untuk dilakukan oleh para pelaku UMKM. Akhir-akhir ini, banyak bermunculan berbagai jenis dan model sepatu dipasaran, baik sepatu buatan luar negeri sampai dengan sepatu buatan lokal. Model sepatu mengalami perkembangan, jika dulu sepatu hanya digunakan untuk bekerja dan berolahraga, sekarang sepatu dapat digunakan untuk kegiatan sehari-hari, seperti santai dan bahkan pergi ke pesta. Semakin banyak sepatu yang dimiliki, maka semakin sulit dan semakin mahal juga biaya yang dikeluarkan untuk mencuci dan juga perawatannya, terlebih-lebih, tidak semua bahan sepatu dapat diperlakukan sama. SNWS (*Shoes and Wash Service*) adalah sebuah usaha yang bergerak dibidang produk dan jasa dalam menangani kebersihan sepatu. Berdiri sejak tahun 2021 dengan mengangkat tagline *#MaximizeYourShoeCare*.

Kata Kunci: Pemasaran digital, Pelatihan, Pembinaan, UMKM, Jasa Cuci Sepatu.

Abstract

Digital marketing is one of the right solutions for MSME actors. Lately, many types and models of shoes have appeared on the market, both foreign-made and locally made. The shoe model has developed; if in the past shoes were only used for work and sports, now shoes can be used for everyday activities, such as relaxing and even going to parties. The more shoes you have, the more difficult and expensive it is to wash and maintain them; moreover, not all shoe materials can be treated the same. SNWS (Shoes and Wash Service) is a business engaged in products and services related to shoe cleanliness. Established in 2021 with the tagline Maximize Your Shoe Care.

Keywords: Digital Marketing, training, coaching, UMKM, Shoe Washing.

PENDAHULUAN

Digital marketing adalah suatu strategi pemasaran dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, seperti melalui media internet. Pengguna internet, setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Pada sepanjang tahun 2022 sampai dengan tahun 2023, tercatat data pengguna internet sebanyak 215,63 juta pengguna (indonesiabaik.id, 2023). Peningkatan pengguna internet ini didorong oleh perubahan pola hidup masyarakat, dimana internet menjadi salah satu kebutuhan yang cukup penting, terutama bagi generasi muda.



Gambar 1. Data Pengguna Internet di Indonesia.
Sumber : indonesiabaik.id, 2023

Pemasaran secara digital merupakan salah satu solusi yang tepat untuk dilakukan oleh para pelaku UMKM, tentu saja hal ini dikarenakan dengan menggunakan pemasaran secara digital dapat menghemat biaya, terutama biaya pemasaran, dapat menghemat waktu dan memudahkan penyebaran informasi. Pemasaran digital atau digital marketing ini memungkinkan para pelanggan atau pembeli dalam mendapatkan informasi mengenai suatu produk, sehingga memungkinkan produsen atau pemilik usaha untuk dapat berinteraksi dengan calon pembeli tanpa adanya batasan lokasi dan waktu. (Diansyah, Syahril, Aryanto, Arribe dan Winarso, 2017). Berdasarkan data yang diterbitkan oleh Kemenkop UMKM menyatakan bahwa hanya sekitar 8% dari 56 juta unit usaha UMKM yang sudah memanfaatkan digital marketing dalam menunjang usahanya. (Syarizka, 2018).

Akhir-akhir ini, banyak bermunculan berbagai jenis dan model sepatu dipasaran, baik sepatu buatan luar negeri sampai dengan sepatu buatan lokal. Bukan hanya itu saja, model sepatu juga mengalami perkembangan, jika dulu sepatu hanya digunakan untuk bekerja dan berolahraga, sekarang sepatu dapat digunakan untuk kegiatan sehari-hari, seperti santai dan bahkan pergi ke pesta. Semakin banyak sepatu yang dimiliki, maka semakin sulit dan semakin mahal juga biaya yang dikeluarkan untuk mencuci dan juga perawatannya, terlebih-lebih, tidak semua bahan sepatu dapat diperlakukan sama, karena ada beberapa bahan sepatu yang membutuhkan perlakuan khusus untuk perawatannya, seperti sepatu dengan bahan kulit tentu saja berbeda perawatannya dengan sepatu yang berbahan canvas. Sebagai UMKM yang bergerak di jasa cuci sepatu, masih ada beberapa kendala yang dihadapi terkait dengan peningkatan penjualannya. Salah satunya yaitu terkendala dengan terbatasnya pengguna yang belum mengetahui adanya jasa cuci sepatu. Oleh karena itu dengan adanya era digital ini bisa membantu para UMKM untuk melakukan pemasaran secara digital.

Tujuan Kegiatan

Adapun tujuan dilaksanakan kegiatan ini adalah sebagai bentuk dari Pengabdian Masyarakat FEB Universitas Pancasila, sedangkan mahasiswa binaan kewirausahaan yang mengikuti kegiatan ini mencapai hal sebagai berikut:

1. Mendorong mahasiswa untuk mengembangkan wirausaha di perguruan tinggi.
2. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan usaha mahasiswa sehingga menjadi sebuah usaha yang Tangguh dan mandiri.
3. Mencetak wirausaha muda mandiri.

METODE

Model pelaksanaan kegiatan PKM terdiri dari seminar sosialisasi dan diskusi mengenai konsep usaha.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan

No.	Kegiatan	Luaran
1.	Seminar dan sosialisasi	Pengetahuan tentang konsep pemasaran digital.
2.	Diskusi	Keterampilan penggunaan teknologi informasi.

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2022

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Kegiatan

Kegiatan ini dilakukan dengan melakukan pemantapan secara *online* dan *offline*. Kegiatan dimulai dengan membuat grup pada aplikasi whatsapp dengan tujuan agar dapat memudahkan koordinasi dengan tim dosen dan mahasiswa binaan. Selanjutnya, anggota tim dosen lainnya bertugas dan berperan aktif dalam menjawab pertanyaan dan membantu mahasiswa binaan melalui media *whatsapp*. Setelah semua persiapan telah dilakukan, selanjutnya kegiatan pengabdian masyarakat

dengan tema Pelatihan dan Pembinaan Mahasiswa Wirausaha S1 Manajemen Universitas Pancasila di Bidang Jasa dilaksanakan.

Deskripsi Usaha

SNWS (*Shoes and Wash Service*) adalah sebuah usaha yang bergerak dibidang produk dan jasa dalam menangani kebersihan sepatu. Berdiri sejak tahun 2021 dengan mengangkat *tagline* *#MaximizeYourShoeCare* yang awalnya terinspirasi dari rasa keresahan para pendiri karena keadaan covid-19 yang menuntut banyak masyarakat untuk diam saja dirumah, karena hal tersebut, muncul sebuah gagasan bisnis cuci sepatu yang dapat *dipickup* dan *delivery* untuk mengurangi hubungan kontak langsung dan dapat dilayani di mana saja dan kapan saja. Dengan mengangkat sebuah misi yaitu memaksimalkan perawatan sepatu, mengedukasi kebersihan sepatu, dan mendorong untuk membantu produktivitas dari satu langkah kecil.

Manajemen usaha SNWS meliputi beberapa aspek penting seperti pengelolaan struktur organisasi, dimulai dari CEO, CMO, CFO, sampai COO. Sumber daya manusia, seperti *freelance* Shoe Technicians. Operasi bisnis mulai dari proses pick up, pengerjaan sepatu, delivery, hingga permintaan feedback terhadap customer. Pemasaran dan promosi yang hampir seluruhnya meliputi basis digital. Dan terakhir laporan keuangan. Tujuannya adalah memastikan bahwa bisnis berjalan dengan efisien dan efektif, menawarkan layanan dan produk berkualitas, dan memenuhi harapan pelanggan.

a. Deskripsi Produk

SNWS merupakan bisnis produk dan jasa pembersihan sepatu yang menawarkan layanan cuci dan repair sepatu. Tujuannya adalah untuk memberikan solusi bagi konsumen untuk mempertahankan kebersihan dan kualitas sepatu mereka agar tetap terlihat baru dan tahan lama. Keunggulan yang ditawarkan adalah kualitas layanan dan hasil akhir yang memuaskan, serta harga yang kompetitif dan beragam layanan tambahan seperti *pick-up* dan *delivery*. Bisnis ini berfokus pada kualitas layanan dan pengalaman pelanggan yang memuaskan.

b. Strategi Produk

Strategi Brand : *Bold, Simplicity, timeless.*

Brand Voice : *Friendly, Humanist, Stay Enjoying.*

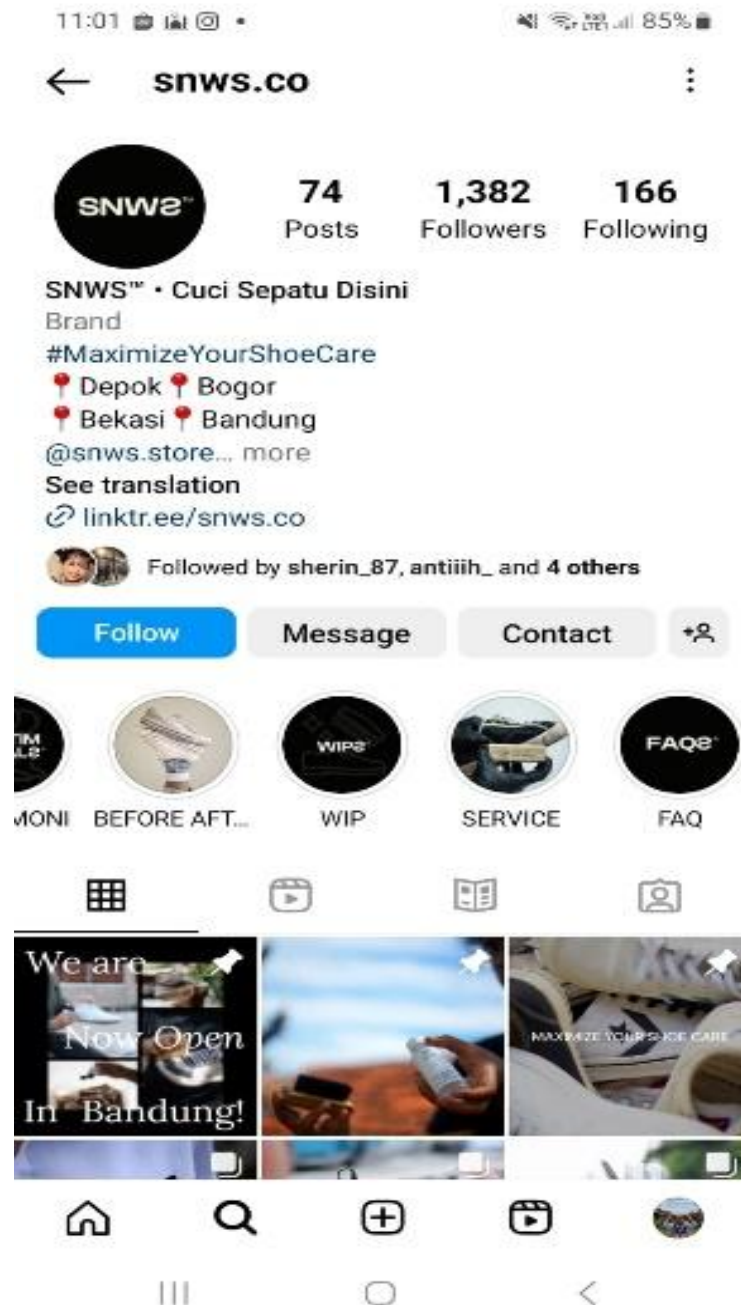
c. Harga per pasang

No.	Keterangan	Harga
1.	Slippers	Rp 35.000,-
2.	Fast Clean	Rp 40.000,-
3.	Deep Clean level 1	Rp 45.000,-
4.	Deep Clean level 2	Rp 55.000,-
5.	Deep Clean level 3	Rp 60.000,-
6.	Rewhitening	Rp 85.000,-
7.	Unyellowing	Rp 75.000,-

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2022

d. Promosi

Media promosi yang digunakan masih mengandalkan media online, seperti *Instagram*, *Tiktok*, *Twitter*, dan sampai saat ini sedang dalam proses pembuatan website. Selain menggunakan media online atau media sosial, SNWS juga mengandalkan dari strategi *word of mouth* khususnya dalam sebuah *circle* atau komunitas kecil.



Gambar 2. *Instagram* SNWS.Co
Sumber : *Instagram* SNWS

e. Target Pasar

Usia 18-35 domisili Jabodetabek yang memiliki rasa kecintaan untuk menjaga dan merawat sepatunya

Foto-Foto Usaha



Gambar 2. Cairan Pembersih Sepatu
Sumber : Instagram SNWS



Gambar 3. Tissue pembersih permukaan sepatu
Sumber : Instagram SNWS



Gambar 4. Sepatu yang sudah dibersihkan dan di service
Sumber : Instagram SNWS

Analisis SWOT Usaha

a. Ancaman

Untuk kompetitor relatif cukup banyak dengan jangkauan harga yang berbeda-beda. Tetapi SNWS lebih unggul karena memiliki perbedaan dalam sisi visualnya.

b. Kelebihan

Kelebihan dari SNWS adalah harga yang relative cukup terjangkau dan menggunakan 100% produk lokal dalam proses produksinya. Harga SNWS sendiri melihat potensial *big market* khususnya dikalangan gen Z dan milenial. Memiliki layanan tambahan seperti *pick up* dan *delivery*. Selain itu, SNWS memiliki kualitas pemasaran yang cukup go internasional khususnya dalam media online, seperti Instagram dan nanti kedepannya website juga.

c. Kelemahan

Kelemahan SNWS masih belum memiliki offline store dan pengerjaan sepatu hampir seluruhnya menggunakan sistem yang tradisional

d. Opportunity

Target pasar yang sangat besar diikuti dengan jumlah permintaan sepatu yang semakin banyak setiap tahunnya. Budaya masyarakat di daerah Jabodetabek yang cenderung sibuk setiap hari karena pekerjaan yang menuntutnya, membuat mereka tidak punya waktu banyak untuk merawat dan menjaga sepatunya.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh SNWS merupakan strategi pemasaran yang tepat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya cabang usaha yang tersebar di beberapa daerah yaitu Bandung, Bogor, Depok dan Bekasi, sehingga mempermudah masyarakat sekitar untuk mencuci dan memperbaiki sepatu.

Saran

Produk usahanya ditambah, jangan hanya jasa cuci dan perbaiki sepatu, tetapi juga ditambahkan dengan produk-produk lain untuk mempercantik sepatu, seperti parfum sepatu dan kapur barus untuk sepatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, D., & Rosinta, F. (2011). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Bisnis & Birokrasi Journal*, 17(2).
- Diansyah, R., Syahril, Aryanto, Arribe, E., & Winarso, D. (2017). PENGUATAN UMKM MELALUI PELATIHAN BLOG. *Jurnal Pengabdian Untuk Mu negeRI*
- Syarizka, D. (2018, February 28). bisnis.com. Diambil kembali dari ekonomi.bisnis.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20180228/12/744047/pemerintah-targetkan-6-juta-umkm-go-digital-tahun-ini>.
- <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi>, (diakses, 15 Juli 2023).