

**USAHA KEWIRAUSAHAAN JASA CUCI SEPATU
PROYEK KEWIRAUSAHAAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

Naufal Bintang Sandy

2120 31173

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
TAHUN 2024**

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

PROYEK KEWIRAUSAHAAN JASA CUCI SEPATU "2GAINCLEAN"

Dipersiapkan dan disusun oleh:

NAUFAL BINTANG SANDY

Nomor Induk Mahasiswa: 212031173

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Rabu tanggal 26 Juni 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Conny Tjandra Raharja, Dra., MM.

Penguji



Algifari, Drs., M.Si.

Yogyakarta, 26 Juni 2024
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua




Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

LAPORAN PROYEK KEWIRAUSAHAAN JASA CUCI SEPATU 2GAINCLEAN

Naufal Bintang Sandy

Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara
Jalan Seturan Raya, Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Yogyakarta 55281

ABSTRAK

Bisnis jasa cuci sepatu telah menjadi salah satu layanan yang semakin diminati dalam industri perawatan sepatu. Makin meningkatnya kesadaran akan pentingnya menjaga kebersihan sepatu, terutama di kalangan penggemar sepatu dan mereka yang memprioritaskan penampilan yang rapi, mendorong pertumbuhan bisnis ini. Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan-perusahaan jasa cuci sepatu perlu memperbarui strategi dan layanan mereka untuk tetap relevan dan memuaskan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam bisnis jasa cuci sepatu dan menawarkan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas layanan. Metode penelitian yang digunakan mencakup survei pelanggan yang dilakukan secara daring dan wawancara dengan pemilik bisnis jasa cuci sepatu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kualitas pembersihan, kecepatan layanan, harga yang wajar, dan pelayanan pelanggan yang ramah memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan temuan ini, strategi pembaruan layanan diperlukan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Di antara rekomendasi yang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

diajukan adalah peningkatan kualitas produk dengan penggunaan teknologi cuci sepatu terkini, pelatihan karyawan dalam pelayanan pelanggan yang lebih baik, dan penyesuaian harga yang lebih fleksibel. Dengan menerapkan rekomendasi ini, diharapkan bisnis jasa cuci sepatu dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga memperkuat posisi mereka di pasar.

Kata Kunci: jasa cuci sepatu, kepuasan pelanggan, strategi layanan, pembaruan bisnis, kualitas produk.

Pendahuluan

Kewirausahaan dalam bidang *treatment* dan cuci sepatu menjadi salah satu peluang bisnis yang cukup menjanjikan di tengah kebutuhan masyarakat akan perawatan dan pemeliharaan barang-barang pribadi, termasuk sepatu. Di era sekarang sepatu bukan hanya sekedar alat pelindung kaki, tetapi juga menjadi bagian penting gaya hidup dan penampilan seseorang. Oleh karena itu penulis mendirikan layanan *treatment* dan cuci sepatu karena melihat kebutuhan yang terus berkembang seiring dengan tumbuhnya kesadaran akan perawatan sepatu.

Penulis yang memiliki minat dalam dunia sepatu memutuskan untuk menjadikan hobi tersebut sebagai dasar untuk memulai usaha. Dengan mengikuti komunitas sepatu yang bertujuan untuk pertukaran pengetahuan dan jaringan, tidak hanya sekedar mengoleksi sepatu untuk diri sendiri, tetapi juga aktif dalam mencari ilmu dan membangun hubungan di dalam komunitas. November 2021 memulai usaha cuci sepatu secara rumahan, meskipun masih memiliki keterbatasan tempat, strategi dilakukan dengan memberikan layanan pengiriman dan menawarkan harga yang bersaing agar dapat menarik pelanggan, terutama karena usahanya masih belum begitu dikenal di kalangan masyarakat.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pada bulan November 2023, penulis mendirikan usaha *treatment* dan pencucian sepatu pertamanya di wilayah Condongcatur yang memiliki tim dengan rekan semasa SMA. Setelah berjalan kurang lebih dua bulan penulis melihat peluang yang cukup besar dari keuntungan jasa cuci sepatu tersebut. Dengan waktu yang *relative* singkat dan setelah mempertimbangkan berbagai faktor, penulis memutuskan untuk membuka cabang baru di daerah pojok beteng MT Haryono pada bulan Januari 2024. Pada awalnya hanya membuka jasa cuci sepatu. Menambahkan inovasi baru yaitu *Treatment* (perawatan). *Treatment* adalah perawatan sepatu bertujuan supaya sepatu memiliki usia yang lebih panjang. Ada beberapa *treatment* yang ditawarkan antara lain *Unyellowing* yaitu membersihkan noda kuning di bagian *midsole*. *Whitening* membersihkan noda pada bagian *upper* dan yang terakhir *Repaint* yaitu mewarnai kembali sepatu yang sudah pudar.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana 2GainClean dapat melakukan inovasi pada bisnis jasa *treatment* dan cuci sepatu untuk tetap bersaing di pasar yang semakin ketat?
- 2) Bagaimana 2GainClean dapat membangun citra dan merk yang kuat di benak konsumen agar mampu bersaing di Yogyakarta?

Tujuan Proyek Kewirausahaan

Tujuan dilakukannya aktivitas kewirausahaan ini yaitu, sebagai berikut:

- 1) Mengembangkan bisnis 2GainClean agar tetap tumbuh lebih besar.
- 2) Memperdalam pengalaman di dunia bisnis, khususnya di bidang jasa *treatment* dan cuci sepatu.
- 3) Memenuhi persyaratan lulus strata satu program studi manajemen STIE YKPN Yogyakarta.

Kontribusi Proyek Kewirausahaan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- 1) Memberikan nilai tambah pada jasa *treatment* dan cuci sepatu dengan menambahkan inovasi pada jasa *treatment* dan cuci sepatu, usaha jasa *treatment* dan cuci sepatu dapat memberikan nilai tambah pada jasa dan menarik minat konsumen yang lebih luas. Hal ini dapat membantu meningkatkan daya saing usaha jasa *treatment* dan cuci sepatu di pasar.
- 2) Secara keseluruhan, usaha jasa *treatment* dan cuci sepatu berkontribusi positif bagi mahasiswa di Yogyakarta dengan menyediakan layanan pemeliharaan sepatu yang memiliki tarif yang terjangkau, jadwal operasional yang fleksibel, peluang pekerjaan, dan berfungsi sebagai tempat pertemuan sosial bagi para penggemar sepatu yang bertujuan untuk berbagi pemikiran dan menggagas ide atau inovasi baru terkait sepatu.

BAHASA UMUM DAN ANALISIS SWOT

Jasa *Treatment* dan Cuci Sepatu di Yogyakarta

Jasa *treatment* dan cuci sepatu di Yogyakarta merupakan salah satu segmen yang sangat populer dan berkembang pesat. 2GainClean, dengan jasa perawatan dan cuci sepatu yang memiliki ciri khas di kalangan masyarakat Yogyakarta. 2GainClean terus mengalami pertumbuhan dengan konsisten menambahkan promosi setiap bulannya, serta memperkenalkan inovasi terbaru berupa opsi aroma parfum untuk pelanggan yang ingin menikmati aroma segar pada sepatu yang telah di-*treatment*.

Akhir-akhir ini jasa *treatment* dan cuci sepatu menjadi salah satu peluang bisnis yang cukup menjanjikan di tengah kebutuhan masyarakat akan perawatan dan pemeliharaan barang pribadi, termasuk sepatu di Yogyakarta. Melalui Google Maps, kita dapat menemukan berbagai penyedia layanan jasa cuci sepatu seperti Shoes and Clean, KicksLab, dan PixiClean. Di wilayah Sleman saja, terdapat lebih dari 20 penyedia jasa cuci sepatu dengan ulasan berkisar antara bintang empat hingga bintang lima. Belum lagi adanya penyedia jasa cuci sepatu yang tidak terdaftar di Google Maps. Meskipun jumlah penyedia jasa cuci sepatu semakin bertambah, minat dan keinginan masyarakat terhadap penyedia jasa cuci sepatu tetap tinggi. Penulis melampirkan beberapa foto, termasuk hasil akhir dari proses cuci sepatu secara menyeluruh, meliputi pembersihan sepatu bagian luar dan dalam. Selain itu, terdapat gambar produk parfum yang tersedia, beserta daftar harga yang bersaing dengan usaha sejenis di sekitar.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Jasa Treatment dan Cuci Sepatu

Jasa *treatment* dan cuci sepatu adalah membersihkan sepatu dari kotoran, debu, noda atau bau yang menempel pada sepatu. Ada berbagai cara yang penulis gunakan, tergantung pada jenis dan bahan sepatu pelanggan, misalnya sepatu berbahan *canva* dengan kulit memiliki cara perawatan yang berbeda.

Menggunakan jasa *treatment* dan cuci sepatu secara benar dapat membantu untuk memperpanjang masa usia pakai sepatu itu sendiri, menjaga penampilan tetap bagus dan *fresh*. *Treatment* sepatu sendiri adalah proses meningkatkan dan melindungi sepatu agar lebih awet. Mencuci sepatu adalah membersihkan noda, kotoran, dan debu dari sepatu tersebut.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan evaluasi terhadap kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang terkait dengan proyek atau bisnis. Ini membantu individu atau organisasi memahami posisi mereka dalam pasar atau lingkungan tertentu dan merumuskan strategi yang efektif berdasarkan pemahaman ini.

Analisis SWOT digunakan sebagai alat untuk keperluan perusahaan dengan tujuan mendukung strategi jangka panjang dan memastikan kelangsungan bisnis atau organisasi tertentu. Dalam konteks ini, 2GainClean telah menyusun analisis SWOT sebagai sarana yang bermanfaat bagi perusahaan, memungkinkan mereka untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat di pasar dalam jangka panjang.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2.1 Tabel Analisis SWOT

	<p><i>Strength</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Menempati lokasi yang strategis di kota besar, berdekatan dengan kampus besar.- Memanfaatkan peralatan perawatan dan pencucian sepatu yang memadai.- Menetapkan harga yang kompetitif, mampu bersaing dengan usaha serupa.	<p><i>Weakness</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Kekurangan tenaga kerja yang mengakibatkan peningkatan beban kerja.- Kurangnya fasilitas pengeringan dan penyimpanan sepatu yang memadai, menyebabkan penumpukan sepatu setelah proses pencucian.
<p><i>Opportunities</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Berkolaborasi dengan toko sepatu untuk menyediakan layanan perawatan dan pencucian sepatu.- Melakukan peningkatan promosi secara daring guna	<p>Strategi S-O</p> <ul style="list-style-type: none">- Mengoptimalkan layanan antar-jemput dan promosi daring untuk memperluas jangkauan pelanggan.- Menetapkan estimasi waktu yang singkat untuk layanan pencucian sepatu kepada pelanggan	<p>Strategi W-O</p> <ul style="list-style-type: none">- Memberikan panduan mengenai perawatan sepatu yang tepat dan dampaknya yang positif.- Memberikan layanan apresiasi kepada pelanggan, misalnya dengan memberikan layanan perbaikan atau perawatan gratis, dengan tujuan mendapatkan simpati pelanggan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

<p>mencapai lebih banyak pelanggan.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menyediakan layanan tambahan, seperti perbaikan sepatu dan perawatan khusus. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mementingkan kualitas sebagai daya tarik untuk menarik pelanggan baru. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengimplementasikan strategi promosi menarik untuk memperkenalkan layanan dan mencapai pelanggan baru di wilayah yang lebih luas. - Menggunakan bagian dasar atap menggunakan kawat untuk mengeringkan sepatu.
<p><i>Threats</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Persaingan dari bisnis sejenis. - Perubahan selera konsumen yang dapat mempengaruhi permintaan layanan pelanggan. - Kejadian tak terduga seperti krisis ekonomi dapat berdampak pada kelangsungan bisnis. 	<p>Strategi S-T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan evaluasi periodik terhadap layanan dan promosi dengan maksud agar pelanggan tetap tertarik dan tidak meninggalkan toko. - Memperbaiki kualitas layanan dan jasa untuk memastikan retensi pelanggan. - Meningkatkan pemasaran guna mempertahankan pangsa pasar. 	<p>Strategi W-T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menekan biaya yang tidak penting guna meningkatkan efisiensi. - Berkompetisi dengan melakukan terus-menerus inovasi dalam perawatan sepatu dan menyajikan promosi khusus untuk menarik pelanggan selama masa krisis ekonomi. - Edukasi karyawan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Ancaman merupakan faktor dari luar antara lain persaingan bisnis sejenis. Hal tersebut dapat diatasi dengan faktor harga yang lebih terjangkau dan ketepatan waktu pengerjaan kepada pelanggan, yaitu dengan memasang harga yang masih di bawah pesaing sejenis. Toko jasa cuci sepatu yang telah beroperasi dalam jangka waktu yang cukup lama saat ini menjadi pesaing utama, memberikan nilai tambah bagi usaha ini. Keberadaan usaha ini juga didukung oleh lokasinya yang strategis, terletak di antara kampus-kampus besar, yang berpotensi meningkatkan peluang kesuksesan. Adanya kampus di sekitar tempat usaha ini mendatangkan konsumen yang baru ke toko. Kekuatan *word of mouth* dari masyarakat sekitar dan mahasiswa kampus membawa konsumen baru untuk mencuci di toko.

Keterbatasan Sumber Daya Manusia menjadi kelemahan bisnis, namun saat ini penulis sudah memiliki jasa cuci sepatu yaitu menargetkan estimasi waktu kepada konsumen. Berdasarkan pengalaman penulis, rata-rata estimasi penyelesaian jasa di bisnis pesaing adalah 5-7 hari, sedangkan 2GainClean berhasil menyelesaikan jasa dalam 2-3 hari. Selain itu, 2GainClean menambahkan layanan *one day service* yang memungkinkan pengerjaan selesai dalam 1 hari. Tidak hanya itu, penulis juga memiliki inovasi baru yaitu membuat layanan *treatment* di tempat tanpa melepas sepatu pelanggan, jadi sepatu masih terpasang di kaki pelanggan, *treatment* ini hanya berlaku untuk sepatu kulit saja yang bertujuan supaya pelanggan yang tidak memiliki waktu banyak tetapi menginginkan sepatu tetap terlihat *fresh*, waktu pengerjaan ini hanya membutuhkan 10-15 menit saja. Hal tersebut menjadikan kekuatan bagi 2GainClean dalam perbandingan dengan pesaing sejenis.

METODOLOGI PENGEMBANGAN PRODUK DAN MANAJEMEN USAHA

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Eksplorasi Kreativitas

Kreativitas menjadi ujung tombak dalam setiap bisnis yang dijalankan. Sebuah kreativitas bisa menjadi kunci sukses sebuah bisnis. 2GainClean menerapkan prinsip ini. Sebelum menjalankan bisnis ini, penulis melakukan riset dengan bertandang ke jasa cuci sepatu yang ada di Yogyakarta. Membandingkan kualitas dan ketepatan waktu jasa cuci sepatu satu dengan yang lainnya.

Berdasarkan hasil riset tersebut dapat disimpulkan bahwa jasa cuci sepatu dengan yang lain tidak memiliki perbedaan yang begitu signifikan, seperti estimasi waktu yang diberikan, kualitas dan hasil jadi harga untuk jasa cuci sepatu rata-rata hampir sama. 2GainClean mencoba mengubah strategi pesaing sejenis seperti estimasi pengerjaan cuci sepatu yang lebih cepat, harga yang lebih murah dibanding pesaing dan layanan antar jemput untuk pelanggan yang tidak sempat untuk datang ke toko. 2GainClean juga menambahkan perawatan sepatu seperti *Unyellowing*, *Whitening*, *Reglue dan Repaint*. Hal yang menjadi kekuatan 2GainClean utama selain ketepatan waktu pengerjaan, harga lebih murah dan layanan antar jemput adalah pemasaran di media sosial serta bekerjasama dengan café-café besar seperti Sacaluna, Sanguku, 74 Coffe dan Dua Arah. Kerjasama yang 2GainClean terapkan berupa setiap minimum transaksi Rp.100.000, di 2GainClean mendapatkan potongan harga sebanyak Rp.25.000, dengan café yang sudah bekerjasama dengan 2GainClean.

Manajemen Pemasaran

Menurut Sofyan Assauri (2013) “Manajemen pemasaran suatu kegiatan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang”. Manajemen pemasaran pada 2GainClean dilakukan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

bersama dengan tim yang dibentuk. Pada penerapannya menggabungkan ide-ide yang dimiliki untuk mendapatkan strategi pemasaran yang dianggap cocok untuk bisnis jasa cuci sepatu 2GainClean.

Penulis menjalankan strategi 5P, yaitu *product, price, place, promotion, and people*. Pertama, produk melibatkan pengembangan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Kedua, penentuan harga yang tepat berdasarkan analisis biaya, permintaan pasar, dan tujuan keuntungan perusahaan. Ketiga, tempat melibatkan pemeliharaan saluran distribusi yang efektif untuk memudahkan akses pelanggan terhadap produk. Keempat, promosi melibatkan berbagai alat pemasaran untuk menginformasikan dan mempengaruhi pelanggan tentang produk. Terakhir, melibatkan semua individu dalam kegiatan pemasaran, baik itu pelanggan, karyawan, atau mitra bisnis. Hal ini yang akan penulis jadikan acuan untuk umpan balik yang diberikan konsumen sehingga dapat memberikan citra baik bagi 2GainClean.

Strategi 5P yang dijalankan penulis sesuai dengan konsep pemasaran yang telah didefinisikan oleh Philip Kotler. 2GainClean menggunakan produk yang mencakup formula ramah lingkungan, efektivitas membersihkan, dan ketersediaan kemasan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, seperti *ziplock* untuk kemasan sepatu dan *pouch* untuk kemasan tas, helm dan *carier*. Metode penentuan harga didasarkan pada analisis biaya produksi melalui saluran online dan offline yang efisien seperti sabun, sikat, *ziplock*, *silica gel* dan parfum, serta tujuan keuntungan toko. Tempat, dalam hal ini, mempertimbangkan distribusi produk melalui saluran online dan offline yang efisien. Promosi akan melibatkan pemasaran yang mengedepankan keunggulan produk 2GainClean dalam hal kebersihan dan ramah lingkungan. Dan yang terakhir, memperhatikan keterlibatan semua pihak terkait, termasuk pelanggan, karyawan dan mitra bisnis, dalam upaya pemasaran untuk menciptakan citra positif bagi merek 2GainClean.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Manajemen Operasi

Pada dasarnya ilmu manajemen operasi adalah suatu ilmu yang mempelajari segala aspek tentang produksi sebuah barang atau jasa yang akan dijual ke konsumen. Manajemen operasi dibutuhkan untuk melakukan pengawasan agar proses produksi berjalan dengan sebagaimana mestinya. Menurut Drucker (1954) “manajemen operasi harus fokus pada peningkatan produktivitas, pengendalian biaya, dan efisiensi proses untuk mencapai tujuan organisasi”. Dengan demikian, manajemen operasional dapat meningkatkan efisiensi dengan mengurangi pemborosan dalam operasional.

Salah satu landasan teori dalam manajemen operasional adalah efisiensi dan efektivitas. Efisiensi mencakup penggunaan sumber daya yang optimal, seperti tenaga kerja, bahan baku dan waktu, untuk menghasilkan output maksimal. Efektivitas berkaitan dengan pencapaian tujuan operasional dan kepuasan pelanggan.

Secara keseluruhan, manajemen operasional menjadi kunci penting dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Dengan meningkatkan proses operasional, perusahaan dapat mencapai efisiensi, efektivitas, kualitas yang superior, kepuasan pelanggan, dan meningkatkan daya saingnya di pasar yang sengit.

Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia (SDM) adalah pendekatan strategis dalam mengelola tenaga kerja dalam sebuah organisasi. Manajemen sumber daya manusia bertujuan untuk mengoptimalkan kontribusi karyawan dalam mencapai tujuan perusahaan. Manajemen sumber daya manusia adalah suatu pendekatan yang strategis dalam mengelola orang sebagai aset yang bernilai dalam mencapai tujuan organisasi. Ini melibatkan rekrutmen, pengembangan,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

penghargaan, dan retensi karyawan yang memiliki kualitas. Manajemen SDM melibatkan berbagai kegiatan, seperti perencanaan kebutuhan tenaga kerja, perekrutan dan seleksi karyawan yang berkualitas, pengembangan karyawan melalui pelatihan dan pengembangan, penilaian kinerja, manajemen kompensasi dan tunjangan, manajemen hubungan kerja, serta pemeliharaan dan penghentian karyawan. Menerapkan praktik-praktik manajemen SDM yang efektif, perusahaan dapat membangun tim kerja yang berkompeten, termotivasi, dan berkinerja tinggi, sehingga meningkatkan keunggulan bersaing dan keberhasilan jangka panjang organisasi (Amstrong, 2014).

Manajemen Keuangan

Menurut Nina Irenetia (2023). Manajemen keuangan yang baik sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang. Tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan dan memastikan kelangsungan bisnis dengan mengelola sumber daya finansial secara efektif dan efisien. Artikel ini akan membahas pentingnya manajemen keuangan bagi perusahaan, termasuk mendapatkan penghasilan bersih. Penulis menerima penghasilan bersih dari total hasil treatment dan cuci sepatu. Penulis akan mendapatkan penghasilan bersih untuk dirinya sendiri setelah dikurangi seluruh biaya operasional yang dikeluarkan sejak awal bulan seperti sabun, sikat, obat, listik, wifi, ziplock, parfum dan beban karyawan.

Manajemen Perubahan dan Inovasi

Manajemen perubahan dan inovasi adalah metode yang digunakan untuk mengatur dan memfasilitasi di dalam organisasi dengan tujuan mencapai hasil yang lebih baik dan mendorong terciptanya inovasi. Manajemen perubahan melibatkan identifikasi kebutuhan perubahan, pengembangan strategi perubahan, komunikasi yang efektif, melibatkan karyawan dalam proses perubahan, dan memastikan adopsi yang sukses. Sementara itu, manajemen inovasi melibatkan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

merangsang ide-ide baru, mengembangkan proses inovasi, memfasilitasi kolaborasi dan kreativitas, serta mengimplementasikan inovasi secara efektif. Dengan menerapkan manajemen perubahan dan inovasi yang efektif, organisasi dapat mengatasi tantangan, menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan, dan menciptakan nilai tambah melalui inovasi yang berkesinambungan. Menurut Sari F. M., Ibrahim M. (2009). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan single case study. Metode ini digunakan karena dapat menjelaskan permasalahan secara menyeluruh, luas dan mendalam. Data dikumpulkan dengan terlebih dahulu melakukan observasi, baru kemudian dilanjutkan dengan wawancara berbagai nara sumber terpilih untuk memverifikasi data yang diperoleh juga dengan tinjauan kepustakaan dan sumber-sumber lainnya. Data yang diperoleh dari pantauan langsung di lapangan, yang mana yang menjadi obyek dari penelitian ini adalah perusahaan dan yang menjadi informan adalah pelanggan serta masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan langkah strategis mengimplementasikan manajemen perubahan pada mengembangkan organisasi dapat ditempuh dengan beberapa langkah, yaitu perubahan pada tingkat individu, perubahan pada tingkat kelompok, dan perubahan pada tingkat organisasi.

PEMBAHASAN MANAJEMEN USAHA

Inovasi Produk

Usaha jasa cuci sepatu ini adalah sektor ekonomi yang sangat bergerak dan penuh persaingan di mana para pelaku bisnis dihadapkan pada berbagai tantangan yang terus berkembang seiring dengan evolusi perilaku konsumen, kemajuan teknologi, dan persaingan yang semakin ketat. Kondisi ini mendorong pelaku bisnis untuk terus melakukan inovasi dalam pengembangan layanan. Inovasi jasa menjadi kunci utama untuk memenangkan persaingan, mengingat konsumen

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

modern yang semakin cerdas dan selektif dalam memilih penyedia layanan jasa cuci sepatu. Dengan mengadopsi inovasi, baik dalam desain, fitur, teknologi, maupun strategi pemasaran, perusahaan jasa cuci sepatu tidak hanya mampu bertahan di pasar yang kompetitif, tetapi juga dapat memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang. Dalam konteks ini, kemampuan untuk memprediksi tren konsumen yang berubah, merespon perkembangan teknologi dengan cepat, dan menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan serta keinginan konsumen menjadi faktor kunci dalam mencapai kesuksesan bisnis jasa cuci sepatu di era yang penuh dinamika ini.

2GainClean memperkenalkan inovasi unik seperti sistem pembayaran nanti, promosi bulanan, dan layanan antar jemput gratis untuk menarik minat konsumen. Dengan strategi promosi aktif di media sosial yang krusial di era modern ini, 2GainClean bertekad untuk terus memberikan pelayanan optimal. Hal ini sangat penting mengingat perkembangan teknologi yang terus maju, sehingga 2GainClean akan terus berupaya untuk tetap bersaing dan berinovasi agar tidak ketinggalan dengan kompetitor sejenis. Tidak hanya itu penulis juga menambahkan layanan *one day service* yaitu pengerjaan 1 hari selesai dan membuat layanan *treatment* di tempat tanpa melepas sepatu pelanggan, jadi sepatu masih terpasang di kaki pelanggan, *treatment* ini hanya berlaku untuk sepatu kulit saja yang bertujuan supaya pelanggan yang tidak memiliki waktu banyak tetapi menginginkan sepatu tetap terlihat *fresh*, waktu pengerjaan ini hanya membutuhkan 10-15 menit saja. Hal tersebut diharapkan mampu menjadi kekuatan 2GainClean untuk bersaing dengan bisnis serupa dengan perkembangan zaman yang semakin modern.

Segmentasi Pasar

1. Segmentasi:

a. Segmentasi Demografis:

- Usia: Anak-anak dan dewasa (Usia 4-50 tahun) yang aktif *fashionable*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

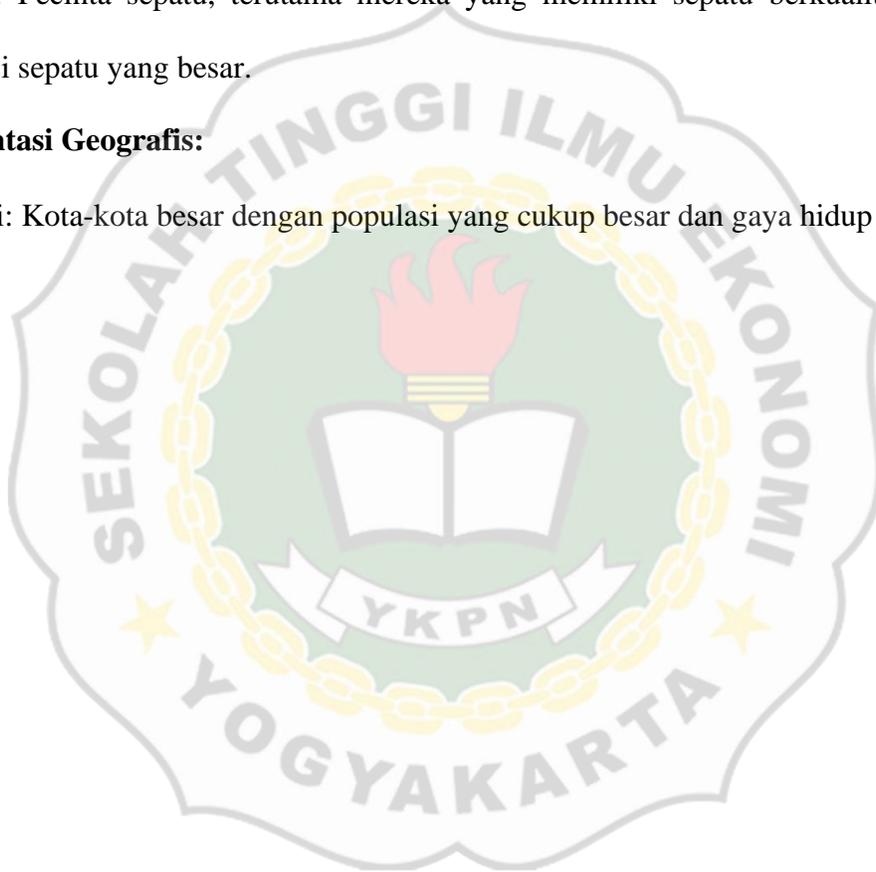
- Pendapatan: Menengah ke atas.

b. Segmentasi Psikografis:

- Gaya Hidup: Orang-orang yang peduli dengan penampilan dan merawat barang-barang mereka dengan baik.
- Minat: Pecinta sepatu, terutama mereka yang memiliki sepatu berkualitas tinggi atau koleksi sepatu yang besar.

c. Segmentasi Geografis:

- Lokasi: Kota-kota besar dengan populasi yang cukup besar dan gaya hidup yang dinamis.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. Targeting:

Berdasarkan segmentasi di atas, target pasar yang diinginkan adalah anak-anak dan dewasa dengan minat *fashion*, memiliki pendapatan menengah ke atas, dan tinggal di kota Yogyakarta.

3. Positioning:

- a. Kualitas Pelayanan: Menekankan pada keahlian dan teknik cuci sepatu yang professional, menggunakan bahan-bahan ramah lingkungan.
- b. Kepraktisan: Menawarkan layanan pengambilan dan pengantaran sepatu, serta proses pemesanan yang mudah.

Manajemen pemasaran adalah upaya untuk memperkenalkan dan mengajukan produk kepada konsumen. 2GainClean menggunakan media sosial Instagram dan banner di toko sebagai strategi pemasaran, yang dianggap paling efektif dalam era digital saat ini.

Berikut adalah rencana manajemen pemasaran dan pemasaran untuk bisnis cuci sepatu 2GainClean:

1. Analisis Pasar:

- a. Identifikasi target pasar, seperti pecinta sepatu *sneaker*.
- b. Tinjau pesaing lokal dan online untuk memahami tren pasar, harga, dan layanan yang mereka tawarkan.
- c. Mempelajari preferensi pelanggan dan harapan pelanggan terhadap layanan jasa cuci sepatu.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. Penetapan Tujuan Pemasaran:

- a. Menetapkan tujuan jangka pendek dan jangka panjang untuk pertumbuhan bisnis, misalnya, meningkatkan jumlah pelanggan, meningkatkan kesadaran merek, atau meningkatkan pangsa pasar.

3. Strategi Produk:

- a. Menawarkan layanan jasa cuci sepatu, termasuk membersihkan noda, dan merawat sepatu.

4. Penetapan Harga:

- a. Menetapkan harga yang kompetitif tetapi menguntungkan berdasarkan biaya operasional, bahan, dan kualitas layanan.
- b. Menawarkan paket diskon atau program loyalitas untuk menarik pelanggan tetap.

5. Promosi:

- a. Menggunakan media sosial untuk membagikan promosi, testimony pelanggan dan promosi khusus.
- b. Promosi melalui spanduk, brosur melalui offline.

6. Pelayanan Pelanggan:

- a. Memastikan layanan pelanggan yang ramah, responsif, dan profesional.

7. Pengukuran dan Evaluasi:

- a. Mendata jumlah layanan cuci sepatu setiap bulanya menggunakan excel untuk peningkatan pendapatan dan evaluasi produk.
- b. Mengevaluasi strategi pemasaran secara berkala dan menyesuaikan rencana sesuai dengan hasilnya.

Dengan menerapkan rencana manajemen pemasaran ini bisnis cuci sepatu dapat meningkatkan daya tarik pelanggan, dan keberhasilan keseluruhan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Penerapan Manajemen Operasional

Proses transaksi lengkap terjadi ketika pelanggan membawa sepatu yang akan dicuci langsung ke toko. opsi kedua tim 2GainClean menjemput sepatu pelanggan yang akan dicuci ke toko. Pada tahap kedua adalah pengecekan ulang sepatu pelanggan sebelum dicuci yang bertujuan supaya menghindari kerusakan berlebih akibat adanya minus dari sepatu yang sudah ada. Setelah selesai pengecekan 2GainClean memberi tanda terima kepada pelanggan berupa nota supaya memudahkan pelanggan untuk mengambil dan mendapatkan informasi lebih terkait 2GainClean. Pada tahap selanjutnya tim menganalisa bahan sepatu dan mulai mencucinya hingga tahap pengeringan sepatu. Terakhir 2GainClean menginformasikan kepada pelanggan bahwa sepatu sudah siap diambil dan melakukan pembayaran.

Penerapan Manajemen Sumber Daya Manusia

2GainClean memiliki total 2 orang staf yang akan hadir setiap hari untuk mengoperasikan toko. Dalam situasi bisnis saat ini, jumlah 2 staf dianggap memadai untuk menjaga toko setiap hari. Rotasi akan dilakukan untuk memberikan hari libur kepada masing-masing karyawan. Pergantian akan dilakukan agar memberikan hari libur kepada karyawan yang bersangkutan. Pencucian sepatu akan dilakukan oleh dua orang agar estimasi waktu pengerjaan tetap terjaga dengan baik dan tidak mengecewakan pelanggan, kemudian satu orang sisanya bekerja sebagai kasir dan mengemas sepatu yang sudah selesai dicuci.

Perbaikan manajemen sumber daya manusia diperlukan agar karyawan mampu berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan toko. Mereka diharapkan dapat menangani masalah dengan baik jika terjadi kesalahan yang melibatkan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan ulasan positif melalui pelayanan yang ramah dan responsif.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Penerapan Penggajian

Penghitungan Gaji	Gaji	Job desc
Staff Cleaner	1.500.000	Mencuci Sepatu
Staff Cleaner + Marketing	1.700.000	Mencuci Sepatu dan Melakukan Promosi

1. Penentuan Gaji: 2GainClean menentukan gaji berdasarkan *job description* yang diberikan.

Untuk Staff dengan *job description* yang lebih banyak, 2GainClean memberikan gaji yang lebih besar.

KESIMPULAN

Proyek kewirausahaan yang dijalankan saat ini adalah jasa cuci sepatu. Jasa cuci sepatu sudah populer dari beberapa tahun yang lalu, khususnya di Yogyakarta ini. Bisnis jasa cuci sepatu yang sudah banyak sekali di Yogyakarta ini tidak menjadi hambatan untuk tetap membuka jasa cuci sepatu dikarenakan Yogyakarta sangat strategis untuk memulai usaha baru.

Dalam pengembangan bisnis jasa cuci sepatu, beberapa aspek manajemen seperti inovasi, manajemen pemasaran, produksi, sumber daya manusia, keuangan, dan perubahan sangatlah penting untuk diberi perhatian. Inovasi produk dengan sistem layanan antar jemput dan pembayaran nantinya memberikan nilai tambah, sedangkan strategi utama dalam menarik pelanggan melalui manajemen pemasaran efektif termasuk promosi melalui media sosial dan spanduk di depan toko. Manajemen produksi yang efektif dan efisien memastikan tepat waktu dalam mencuci sepatu, sementara itu, manajemen sumber daya manusia bertanggung jawab untuk mempertahankan standar layanan yang tinggi dan meningkatkan keterlibatan karyawan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Manajemen keuangan yang efektif dengan pencatatan yang teratur menjadi pondasi utama untuk menjaga kelangsungan bisnis.

2GainClean buka setiap hari mulai jam 10.00-22.00 WIB. Siap untuk melayani pelanggan yang datang ke toko dan antar jemput. 2GainClean juga aktif menginformasikan info atau promosi terbaru ke pelanggan melalui status *WhatsApp* dan *Instagram* untuk mendapatkan jangkauan lebih luas agar dapat dikenal dilapisan masyarakat manapun.

Penulis berfikir bahwa bisnis ini akan terus eksis selamanya karena sepatu merupakan kebutuhan masyarakat yang tidak akan pernah hilang. Pelaku bisnis perlu terus memantau perkembangan teknologi agar dapat bersaing dengan pesaing di masa depan.

SARAN

Proyek kewirausahaan ditujukan untuk mahasiswa tingkat akhir yang hendak menyelesaikan studi mereka, dan juga berfungsi sebagai latihan untuk menerapkan teori-teori yang dipelajari di kelas ke dalam konteks yang lebih praktis. Bagi mereka yang bercita-cita menjadi pengusaha, proyek ini dapat menjadi landasan sebelum melangkah ke tahapan yang lebih maju.

Pengelolaan bisnis dengan baik dari belakang layar juga sangat mendukung kegiatan berwirausaha. Manajemen yang efektif dalam hal keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, dan inovasi akan secara signifikan memperkuat operasional bisnis. Di samping itu, penulis juga menemukan rekomendasi lain, seperti:

- a. Pengembangan Inovasi: Berkelanjutan dalam mengembangkan produk dan layanan inovatif serta memahami kebutuhan dan tren pasar yang sedang berkembang. 2GainClean juga akan mencoba bekerja sama dengan usaha laundry di sekitar kampus untuk menjadi titik pengantaran (*Drop Point*).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- b. Pemasaran Multikanal: Meningkatkan efektivitas pemasaran melalui berbagai platform, termasuk media sosial, untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.
- c. Peningkatan Manajemen Produksi: Menjamin efisiensi dalam pengelolaan produksi dan operasional untuk mengurangi risiko kerugian.
- d. Pengembangan SDM: Melakukan pelatihan dan pengembangan staf untuk meningkatkan keterampilan dan kualitas layanan kepada pelanggan.
- e. Pemantauan Keuangan yang Cermat: Terus memantau arus kas dan performa keuangan, serta melakukan analisis untuk meningkatkan efisiensi pengeluaran dan pendapatan.
- f. Fleksibilitas terhadap Perubahan: Siap untuk menanggapi perubahan pasar dan teknologi dengan responsive, serta siap untuk melakukan inovasi tambahan.
- g. Peningkatan Sistem Pembayaran: Mengikuti perkembangan teknologi pembayaran dan mempertimbangkan integrasi metode pembayaran yang lebih maju.
- h. Berfokus pada Kepuasan Pelanggan: Memahami umpan balik dari pelanggan dan terus meningkatkan kualitas layanan untuk mempertahankan serta menarik minat konsumen.

Dengan menerapkan rekomendasi ini, 2GainClean dapat meningkatkan kompetitivitasnya, menggalakan pertumbuhan bisnis, serta memastikan kelangsungan dalam industri yang selalu berubah.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

Nina Irenetia

CEMERLANG : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis (2023)

Sari F. M.Ibrahim M.

Administrasi Pembangunan (2009)

Sofyan Assauri, manajemen pemasaran, Depok : PT Raja Grafindo Persada, 2013, h. 167 – 170

Journal of Business Research (2008), [10.1016/j.jbusres.2007.06.037](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.06.037)

(1954) [Drucker Peter F

ErlanggsKotler, Philip and Amstrong, Gary. 2014... Jakarta:

ErlanggaKotler, Philip and Amstrong, 2008.

Nina Irenetia

CEMERLANG : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis (2023)

