
Pengembangan Usaha Jasa Pencucian Sepatu "3ROOTS.CARE" di GKB, Kabupaten Gresik Menggunakan Analisis Swot

Muhammad Rifky Hidajat², Vembri Aulia Rahmi² Aries Kurniawan³, Farid Hidajat⁴

^{1,2,3,4} Universitas Muhammadiyah Gresik, Indonesia

Email: rifkyhidajat@gmail.com, vembriaulia@umg.ac.id, ariesaja@umg.ac.id, hidajatfarid@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menganalisis bagaimana taktik pemasaran memengaruhi kemampuan sektor jasa pencucian sepatu dalam bersaing menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*). Fokus penelitian ini adalah pada jasa pencucian sepatu di GKB, Gresik, yang dijadikan partisipan studi kasus. Pendekatan kualitatif diterapkan dalam penelitian ini melalui analisis dokumen, wawancara mendalam, dan observasi. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi daya saing dan strategi pemasaran dari Utama Laundry. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang menggabungkan bauran pemasaran (produk, harga, promosi, dan lokasi) berpengaruh terhadap daya saing utama jasa pencucian sepatu. Konsekuensi manajerial dari penelitian ini mencakup perlunya menciptakan kampanye pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing perusahaan jasa pencucian sepatu, dengan cara mengoptimalkan keunggulan dan kekuatan yang dimiliki, serta mengurangi ancaman dan kelemahan yang ada. Kesimpulan dari penelitian ini adalah pentingnya inovasi pemasaran berbasis analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha. Implikasi manajerial mencakup panduan strategis bagi UMKM dalam menghadapi tantangan dan peluang, sementara implikasi kebijakan mendorong dukungan pemerintah melalui pelatihan kewirausahaan dan akses teknologi. Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur strategi pemasaran UMKM, khususnya dalam sektor jasa kebersihan.

Kata Kunci: jasa cuci sepatu, strategi pengembangan, analisis SWOT, strategi pemasaran

Abstract

This study analyzes how marketing tactics affect the competitiveness of the shoe cleaning service sector using SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) analysis. The focus of this research is on a shoe cleaning service in GKB, Gresik, which serves as the case study participant. A qualitative approach is applied through document analysis, in-depth interviews, and observations. SWOT analysis is used to identify both internal (strengths and weaknesses) and external (opportunities and threats) factors affecting the competitiveness and marketing strategy of Utama Laundry. The results indicate that a marketing strategy combining the marketing mix (product, price, promotion, and place) impacts the competitiveness of the shoe cleaning service. The managerial implications of this study include the need to create an effective marketing campaign to improve the competitiveness of the shoe cleaning service company by optimizing its strengths and advantages while mitigating existing threats and weaknesses. The conclusion of this study is the importance of marketing innovation based on SWOT analysis to improve competitiveness and business efficiency. Managerial implications include strategic guidance for MSMEs in facing challenges and opportunities, while policy implications encourage government support through entrepreneurship training and technology

access. This research contributes to the literature on MSME marketing strategies, especially in the cleaning service sector.

Keywords: shoes cleaning services, development strategy, SWOT analysis, marketing strategy

PENDAHULUAN

Era modern ditandai dengan transaksi yang cepat, yang sering disebut sebagai era globalisasi, serta tingkat kemajuan teknologi yang membuat konsumen merasa dimanjakan (Putri & Nurjanah, 2024). Berkat kemajuan teknologi ini, bisnis terus berkembang dan semakin luar biasa seiring berjalannya waktu, karena kemajuan teknologi ini diperkirakan tidak akan pernah berhenti. (Sari et al., 2022)

Pada Indonesia, keberadaan dari UMKM sendiri tentu didukung oleh pemerintah yang bertujuan dalam keberlanjutan usaha serta peningkatan daya saing (Nicosza et al., 2024). Adapun usaha yang dikembangkan oleh individu terdapat berbagai macam, misalnya usaha yang bergerak dalam bidang skincare, perabotan rumah tangga, makanan, minuman, dan lain sebagainya. Indonesia merupakan negara yang besar dari segi jumlah penduduk, luas wilayah, keanekaragaman budaya dan sumber daya alam. Jumlah penduduk Indonesia (Murni & Khairuni, 2022; Pohan et al., 2022). Pada tahun 2024 yang berjumlah sekitar 281,64 juta jiwa merupakan sumber modal penting bagi perkembangan perekonomian, baik sebagai produsen maupun konsumen (Lusa et al., 2024). Sumber daya alam Indonesia sangat melimpah, dan seorang wirausahawan merupakan elemen yang dapat memengaruhi kemajuan atau keberhasilan usaha perusahaan di Indonesia (Khamimah, 2021). Seorang wirausahawan harus menunjukkan peran yang tepat dalam pengembangan bisnis untuk memproduksi suatu produk yang akan dirilis atau disediakan kepada publik, terlepas dari apakah produk tersebut akan disetujui dan dinikmati oleh pelanggan atau tidak (Baharudin et al., 2023). Kewirausahaan memiliki dampak yang signifikan terhadap kemajuan suatu perusahaan. Pelaku bisnis harus pandai melihat prospek di sekitar mereka, karena keterampilan manajemen lebih penting bagi keberhasilan perusahaan daripada ukurannya. Keberhasilan tidak dapat diraih begitu saja; seorang wirausahawan perlu mengambil sejumlah langkah, serta memiliki konsep dan ambisi yang membantu mendirikan dan mengoperasikan perusahaan (Safitri & Maryanti, 2022).

Pengusaha jasa pencucian sepatu mengembangkan usaha jasa pencucian sepatu "3ROOTS.CARE" di GKB, Kabupaten Gresik menggunakan analisis SWOT. Untuk memajukan usaha, seorang wirausahawan perlu memiliki motivasi tinggi, karena hal ini merupakan langkah awal untuk membangun usaha yang sukses di masa depan. Selain motivasi, pendidikan yang baik juga sangat penting, karena pendidikan menjadi faktor krusial dalam dunia usaha saat ini. Pengalaman juga diperlukan, karena membantu wirausahawan memahami dunia usaha yang akan mereka geluti. Usia merupakan faktor penting lainnya, karena usia menentukan kemampuan seseorang dalam mencapai tujuannya. Motivasi dan sikap adalah faktor yang memengaruhi seseorang untuk menjadi wirausahawan (Setiani et al., 2019). Jika seorang wirausahawan masih muda, ia lebih mudah melakukan aktivitas fisik, namun seiring bertambahnya usia, fisik bisa menjadi tantangan. Secara fisik, wirausahawan cenderung sulit dipengaruhi. Selain itu, lingkungan

juga memainkan peran penting dalam mendukung keberhasilan berwirausaha, seperti dukungan dan kata-kata penyemangat dari teman, keluarga, dan lingkungan sekitar.

Badudu dan Zain dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia (1996) menggambarkan wirausaha sebagai pengidentifikasi produk baru, penentuan metode produksi baru, pengorganisasian operasi untuk memperoleh produk baru, pemasaran dan pengelolaannya. Dapat ditarik kesimpulan bahwa seorang wirausahawan adalah orang yang cerdas dan terampil dalam mencari peluang untuk meluncurkan perusahaan baru, serta berhasil melakukannya dengan mengambil risiko yang telah diperhitungkan.

Menurut Hermansyah & Dahmiri, (2019). Keberhasilan usaha sesungguhnya adalah saat bisnis mampu mencapai tujuannya, sebuah bisnis dinilai berhasil jika memperoleh keuntungan, karena keuntungan adalah tujuan utama seseorang dalam berbisnis. Berdasarkan Susantiningrum et al., (2021) Sebuah usaha dianggap berhasil jika setelah periode tertentu usaha tersebut menunjukkan pertumbuhan baik dalam modal, skala bisnis, hasil, atau keuntungan, jenis usaha, maupun manajemennya. Penulis dapat menarik kesimpulan bahwa suatu bisnis berhasil jika menghasilkan uang dalam jangka waktu yang telah ditetapkan organisasi untuk mencapai tujuannya dalam memperbaiki bisnis dan manajemennya. Keberhasilan bisnis dapat dibantu oleh sejumlah faktor, termasuk teknologi informasi dan komunikasi, jaringan sosial, dukungan keluarga, dan motivasi intrinsik. Komponen-komponen ini menyoroti bahwa perusahaan dapat berhasil dengan bantuan keluarga, jaringan sosial yang luas, dorongan individu, dan teknologi informasi dan komunikasi. UMKM, atau usaha mikro, kecil, dan menengah, adalah bisnis dengan basis aset, pendapatan, dan tenaga kerja yang sederhana (Windusancono, 2021).

Maraknya usaha kewirausahaan, yang umumnya disebut Usaha Kecil dan Menengah (UKM), menciptakan lapangan kerja dan menghasilkan pendapatan bagi wirausahawan serta masyarakat sekitar (Rachman et al., 2023). Akibatnya, masyarakat kini memiliki banyak usaha inovatif dan persaingan bisnis yang semakin ketat. Salah satunya adalah industri jasa kebersihan, seperti laundry, mobil, dan sepatu, yang sedang berkembang pesat. Di Gresik, banyak perusahaan jasa kebersihan sepatu yang bermunculan. Menjalankan jasa kebersihan sepatu merupakan bisnis yang relatif mudah, dengan modal awal yang kecil namun mampu menghasilkan omzet yang cukup tinggi. Kemudahan dalam mendapatkan peralatan dan bahan baku turut mendukung perkembangan industri ini. Selain itu, banyaknya tutorial dan kursus pelatihan di media sosial membuat industri pembersihan sepatu memiliki potensi besar sebagai peluang usaha yang mudah dipelajari (Yuliani & Novita, 2019).

Menurut Fitriyani et al., (2024) Berikut adalah tiga unsur yang menentukan keberhasilan berwirausaha: 1) kemampuan dan kemauan, seseorang yang memiliki keinginan tetapi tidak memiliki kemampuan, atau yang memiliki kemampuan tetapi tidak memiliki keinginan, tidak akan berhasil menjadi wirausahawan. Sebaliknya, seseorang yang memiliki bakat dan dorongan yang besar akan lebih cenderung berhasil. Tanpa bakat, keinginan saja tidak cukup; 2) banyak usaha dan tekad, seseorang yang bekerja keras namun tidak memiliki tekad yang kuat, atau yang memiliki tekad tetapi tidak bekerja keras, tidak akan berhasil menjadi wirausahawan, 3) kemungkinan dan peluang, peluang hadir ketika ada solusi. Alih-alih hanya menunggu atau mencari kemungkinan yang ada, kita dapat secara aktif menciptakan peluang kita sendiri (Supriandi & Priyana, 2023).

Penelitian ini penting dilakukan karena bisnis jasa cuci sepatu, khususnya "3ROOTS.CARE" di Gresik, memiliki peluang besar di tengah tren urbanisasi dan meningkatnya kebutuhan akan layanan praktis. Selain itu, persaingan yang semakin ketat dalam bisnis ini membutuhkan strategi pengembangan yang efektif agar dapat tetap bersaing dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut Wibowo & Diwandari, (2024) Metode pengembangan sistem yang digunakan adalah metode waterfall dengan 5 tahapan yaitu analisis, perancangan, implementasi, pengujian dan perawatan. Hasil dari penelitian ini adalah aplikasi jasa cuci sepatu berbasis android dapat digunakan sesuai dengan yang diharapkan, memudahkan pelaku usaha dalam mengelola pesanan dan memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan dengan mendapatkan layanan pick up dan drop off.

Premis dari studi ini adalah bahwa setiap bisnis, baik perusahaan swasta, perusahaan publik, atau lembaga sosial, pasti memiliki tujuan yang mendorong pendiriannya. Begitu juga dengan perusahaan jasa pembersih sepatu 3roots.care, yang tentunya memiliki teknik manajemen dan tujuan strategis untuk meningkatkan penjualannya. Oleh karena itu, masalah utama dalam penelitian ini adalah bagaimana 3roots.care menerapkan strategi pemasaran untuk mendukung pengembangan perusahaan dan peningkatan penjualannya.

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan bisnis jasa cuci sepatu. Fokus utama pada kombinasi strategi pemasaran dan inovasi layanan menjadi pembeda dari penelitian sebelumnya, khususnya dalam konteks bisnis jasa cuci sepatu di kawasan Gresik.

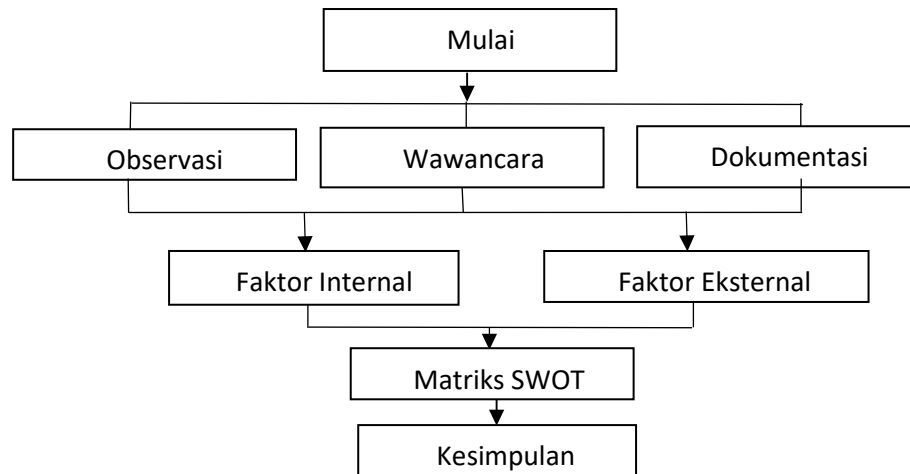
Penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi bisnis "3ROOTS.CARE.", merumuskan strategi pengembangan yang efektif untuk meningkatkan daya saing usaha dan mengkaji peran analisis SWOT dalam menentukan langkah strategis untuk pengembangan bisnis jasa cuci sepatu. Manfaat Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur strategi pemasaran berbasis SWOT dalam sektor UMKM, khususnya pada usaha jasa cuci sepatu, memberikan panduan strategis bagi pemilik usaha "3ROOTS.CARE" untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi bisnis mereka dan mendukung pengembangan UMKM di Indonesia sehingga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik studi kasus untuk memperoleh gambaran mendalam tentang pertumbuhan bisnis dan daya saing industri jasa pembersihan sepatu. Perusahaan yang sedang berkembang di GKB, Kabupaten Gresik, dipilih sebagai subjek penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumentasi, wawancara mendalam, dan observasi.

Analisis SWOT adalah teknik yang digunakan untuk menguji fakta dengan membandingkan unsur eksternal, yaitu peluang dan ancaman, dengan unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan. Untuk mengoptimalkan strategi yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman, analisis SWOT diterapkan dalam menilai peluang dan tantangan lingkungan agribisnis. SWOT terdiri dari

Strengths (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Di Kabupaten Gresik, analisis SWOT digunakan secara metodis untuk mengungkap berbagai aspek guna merancang rencana pertumbuhan perusahaan.



Tabel 1. Kerangka Berpikir

Temuan dari observasi, wawancara, dan dokumentasi menjadi sumber informasi utama dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi masalah internal dan eksternal. Dalam proses pengumpulan data, alat yang digunakan adalah panduan wawancara, yang memungkinkan pewawancara dan responden untuk terlibat dalam pertukaran tanya jawab langsung guna mengumpulkan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha cuci sepatu Adalah sebuah usaha yang bergerak dibidang produk dan jasa dalam menangani kebersihan sepatu.Perkembangan. (Ichwani et al., 2024) Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor penting untuk memperkuat perekonomian di masa industri 4.0, terutama di Indonesia. Berdasarkan informasi dari Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia tentang Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2012-2018, UMKM di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 64,2 juta unit dan diharuskan dapat menyediakan tenaga kerja hingga 97 % (116,9 juta) yang terlihat dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional sebesar 61,07 % (8,5 miliar rupiah). Pertumbuhan UMKM dalam periode 2012 sampai 2018 dengan tingkat perkembangan sebanyak 15,5 % (8,9 juta unit) menunjukkan kemajuan yang signifikan. Oleh karena itu, dapat dikategorikan dari total unit usaha yang ada menjadi 99,99% UMKM, 99,99% usaha mikro dan 1,22% usaha kecil. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran yang cukup penting dalam kemajuan ekonomi di Indonesia (Permadi et al., 2021).

Data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi pada 3roots.care dibagi menjadi dua kategori, yaitu elemen internal dan eksternal. Dalam hal ini, penulis akan menggunakan pendekatan SWOT untuk merangkum temuan studi yang

diperoleh dari analisis data 3roots.care. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) digunakan sebagai salah satu dari empat komponen utama dalam pendekatan ini. Uraian lebih lanjut tentang temuan dari analisis SWOT disajikan di bawah ini:

Hasil Wawancara

Peneliti: *Terima kasih sudah meluangkan waktu untuk wawancara ini. Bisa Anda jelaskan faktor internal apa saja yang mempengaruhi bisnis jasa cuci sepatu di GKB, kabupaten Gresik?*

Informan: *Tentu, ada beberapa faktor internal yang signifikan. Pertama, kualitas pelayanan. Pelanggan sangat menghargai ketepatan waktu dan hasil cucian yang bersih. Kedua, harga yang kompetitif. Bisnis jasa cuci sepatu harus dapat menyeimbangkan antara harga yang terjangkau dan keuntungan. Ketiga, lokasi usaha yang strategis, seperti dekat dengan area perumahan atau perkantoran. Keempat, fasilitas dan peralatan yang digunakan, seperti mesin cuci sepatu modern dan bahan pembersih yang berkualitas. Terakhir, keterampilan dan profesionalisme karyawan juga sangat berpengaruh.*

Peneliti: *Baik, itu faktor internal. Bagaimana dengan faktor eksternal yang mempengaruhi bisnis jasa cuci sepatu di sini?*

Informan: *Untuk faktor eksternal, ada beberapa hal yang penting. Pertama, tingkat persaingan. Banyaknya bisnis jasa sepatu yang ada membuat persaingan semakin ketat, khususnya di GKB. Kedua, kondisi ekonomi masyarakat. Jika kondisi ekonomi memburuk, pelanggan mungkin akan mengurangi frekuensi menggunakan jasa cuci sepatu. Ketiga, tren dan preferensi konsumen, seperti meningkatnya kesadaran akan lingkungan yang membuat pelanggan memilih cuci sepatu yang ramah lingkungan. Keempat, regulasi pemerintah yang mengatur tentang bisnis jasa cuci sepatu termasuk pajak dan izin usaha. Terakhir, adanya inovasi teknologi baru yang bisa diadopsi oleh bisnis jasa cuci sepatu.*

Peneliti: *Menarik sekali. Bisa Anda jelaskan lebih detail tentang kekuatan (Strengths) dari bisnis jasa cuci sepatu, di GKB?*

Informan: *Kekuatan utama adalah kualitas pelayanan yang tinggi dan kepuasan pelanggan yang baik. Banyak pelanggan yang loyal karena mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Selain itu, lokasi yang strategis juga menjadi kekuatan, terutama bagi bisnis jasa pencucian yang terletak di dekat pusat keramaian. Peralatan canggih dan bahan pembersih yang ramah lingkungan juga menjadi nilai tambah yang menarik bagi pelanggan.*

Peneliti: *Lalu, apa kelemahan (Weaknesses) yang sering ditemukan dalam bisnis jasa cuci sepatu di sini?*

Informan: Kelemahan yang paling umum adalah keterbatasan modal untuk memperbarui peralatan atau memperluas usaha. Selain itu, masih ada masalah dengan manajemen waktu dan pengelolaan karyawan yang kadang kurang efisien. Ada juga beberapa pencucian sepatu yang belum menerapkan sistem promosi yang efektif sehingga kurang dikenal oleh masyarakat luas.

Peneliti: Baik, bagaimana dengan peluang (*Opportunities*) yang bisa dimanfaatkan oleh bisnis jasa cuci sepatu di GKB Informan: Peluang besar ada pada peningkatan jumlah penduduk dan urbanisasi. Semakin banyak orang pindah ke kota, semakin besar kebutuhan akan jasa cuci sepatu. Selain itu, dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya waktu, banyak orang lebih memilih menggunakan jasa cuci sepatu daripada mencuci sendiri. Inovasi teknologi juga membuka peluang untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas pelayanan. Program loyalitas pelanggan dan promosi melalui media sosial juga bisa menjadi peluang yang baik.

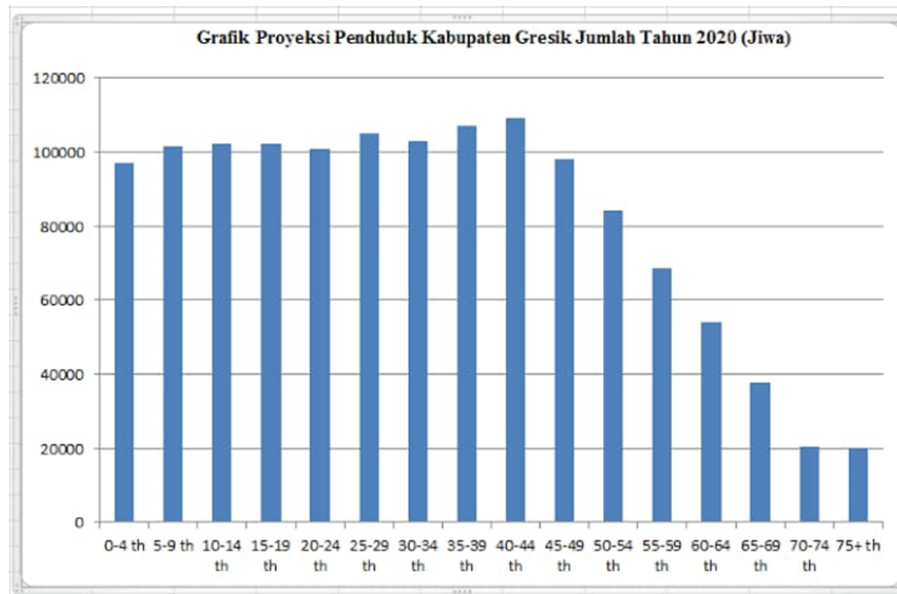
Informan: Ancaman utama datang dari tingkat persaingan yang sangat ketat. Banyaknya pemain baru dalam industri ini membuat persaingan harga menjadi tidak terhindarkan. Kondisi ekonomi yang fluktuatif juga menjadi ancaman, karena bisa mengurangi daya beli masyarakat. Selain itu, perubahan regulasi pemerintah yang tidak terduga bisa menjadi ancaman bagi bisnis yang belum siap. Adanya isu lingkungan dan penggunaan bahan kimia yang tidak ramah lingkungan juga bisa menjadi masalah jika tidak ditangani dengan baik.

Peneliti: Terima kasih banyak atas wawancaranya. Informasi yang Anda berikan sangat membantu untuk penelitian kami.

Informan: Sama-sama, semoga penelitian Anda sukses dan bermanfaat untuk pengembangan bisnis jasa cuci sepatu di GKB.

Salah satu sektor yang kini berkembang pesat adalah layanan kebersihan, seperti laundry, pencucian kendaraan, dan jasa cuci sepatu. Saat ini, usaha cuci sepatu di Gresik sudah sangat umum. Usaha cuci sepatu adalah kegiatan yang cukup sederhana untuk dilakukan. Usaha ini juga memerlukan modal yang tidak besar namun bisa menghasilkan pendapatan yang cukup tinggi. Sektor cuci sepatu mendapat dukungan dari kemudahan dalam memperoleh bahan baku dan peralatan yang diperlukan karena sudah banyak tersedia di marketplace. Usaha cuci sepatu memiliki peluang yang menjanjikan untuk dijadikan sebagai usaha, karena relatif mudah untuk dipelajari dengan banyaknya kelas pelatihan dan tutorial di media sosial. (Nuraeni, 2022)

Adapun usaha yang dikembangkan oleh individu terdapat berbagai macam. Penduduk rerata memulai suatu usahanya melalui bidang UMKM. Melalui penggunaan strategi pemasaran yang tepat, maka UMKM yang sedang ditekuni tersebut akan menjadi sebuah usaha yang dapat membuahkan hasil maksimal. Berikut adalah data terkait dengan jumlah UMKM yang terdapat di Jawa Timur. (Ningsih et al., 2022).



Gambar 1. Grafik Proyeksi Penduduk Kabupaten Gresik Jumlah Tahun 2020

Melalui gambar tersebut diketahui penduduk Kabupaten Gresik memiliki rentang usia yang bervariasi. Pada usia 40-44 tahun merupakan usia yang paling jiwa masyarakat yang menempati Kabupaten Gresik dibandingkan dengan beberapa usia lainnya. Menurut (Kurniasari et al., 2022) memaparkan bahwa usia produktif bagi individu dalam menjalankan usaha ialah memiliki usia 40 tahun hingga 50 tahun. Pada usia tersebut individu akan memiliki pengalaman kerja ataupun pengalaman hidup dalam mengembangkan bisnisnya dengan baik. Selain itu, jiwa kepemimpinan individu akan mulai terbentuk dan tegas dalam mencari jalan keluar berdasarkan beberapa permasalahan yang akan dihadapi dalam mengembangkan bisnisnya. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kemandirian usaha dalam bidang UMKM Cuci Sepatu di Gresik dipengaruhi oleh jiwa kewirausahaan. Berdasarkan hal tersebut diketahui bahwa peningkatan dari kemandirian usaha yang baik menunjukkan bahwa pelaku UMKM Cuci Sepatu di Gresik memiliki jiwa yang tangguh serta kuat dalam menjalankan bisnisnya. Hasil observasi yang dilakukan menunjukkan bahwa kewirausahaan Cuci Sepatu di Gresik tersebut melibatkan beberapa aspek penting diantaranya adalah menjalin kolaborasi, mampu menajemen keuangan dengan baik, pelayanan pelanggan yang ramah, pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran online, dan menciptakan beberapa inovasi produk yang berbeda dengan UMKM Cuci Sepatu lainnya. (Qosim, 2021).

Tabel 1. Faktor-Faktor Internal dan Eksternal

Faktor Faktor Internal	(S) Strengths (Kekuatan) 1. Hasil Yang Bersih 2. Harga yang relatif murah 3. Kecepatan Layanan 4. Memberikan Jasa Antar Jemput 5. diskon	(W) Weaknesses (Kelemahan) 1. Brand Awareness yang masih rendah 2. Sumber daya terbatas
Faktor Faktor External		
(O) Opportunities (Kesempatan) 1. Trend sepatu di masyarakat 2. Tidak ada pesaing disatu lokasi	Strategi SO: Dengan menggunakan produk ramah lingkungan sebagai taktik utama, 3ROOTS.CARE menyoroti manfaat layanan pembersihan sepatu yang unggul. Dengan meningkatkan pengetahuan publik dan mendidik masyarakat tentang nilai perawatan sepatu yang berkelanjutan, 3ROOTS.CARE menarik klien-klien yang peduli terhadap lingkungan.	Strategi WO: Gunakan kursus pelatihan daring untuk membantu anggota staf menjadi lebih terampil. Sistem pembelajaran elektronik yang menawarkan modul layanan pelanggan dan pelatihan pembersihan sepatu dapat digunakan untuk mencapai hal ini.
(T) Threats (Ancaman) 1. Pesaing lama menambah cabang baru 2. Adanya pandemi	Strategi ST: Pertahankan dan tingkatkan kepedulian serta kualitas layanan pelanggan untuk memperkuat reputasi baik yang telah dibangun. Agar klien merasa dihargai, tawarkan layanan yang lebih personal.	Strategi WT: Ciptakan layanan tambahan yang relevan, seperti pencucian, pembersihan aksesoris, dan perawatan kulit, untuk menarik klien dengan berbagai tuntutan. Langkah ini juga dapat mengurangi risiko terlalu bergantung pada satu layanan utama.

Sumber: Data diolah

Strategi SO (Strengths-Opportunities)

Implementasi:

1. Promosi Keunggulan Layanan: Buat konten media sosial seperti video sebelum dan sesudah pencucian sepatu untuk menunjukkan kualitas hasil.
2. Pendidikan Konsumen: Adakan webinar atau lokakarya kecil tentang perawatan sepatu untuk menarik konsumen yang peduli terhadap lingkungan.
3. Kemitraan Lokal: Jalin kerja sama dengan toko sepatu untuk memberikan diskon bagi pelanggan mereka jika menggunakan jasa "3ROOTS.CARE".

Strategi WO (Weaknesses-Opportunities)

Implementasi:

1. Pelatihan Karyawan: Gunakan platform e-learning untuk meningkatkan keterampilan teknis dan pelayanan pelanggan.
2. Brand Awareness: Kolaborasi dengan influencer lokal untuk meningkatkan visibilitas brand di media sosial.

3. Sistem Referral: Implementasikan sistem insentif bagi pelanggan yang berhasil mengajak teman menggunakan layanan ini.

Strategi ST (*Strengths-Threats*)

Implementasi:

1. Layanan Personal: Tambahkan layanan personal seperti pengiriman dan pengambilan sepatu gratis untuk pelanggan setia.
2. Inovasi Teknologi: Investasi pada aplikasi mobile untuk mempermudah pemesanan jasa.
3. Diversifikasi Produk: Menawarkan layanan tambahan seperti perawatan barang berbahan kulit atau layanan desinfeksi sepatu.

Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

Implementasi:

1. Peningkatan Modal: Ajukan pinjaman UMKM atau cari investor untuk memperbarui peralatan.
2. Kemitraan Strategis: Bekerja sama dengan layanan lain seperti laundry pakaian untuk berbagi pelanggan dan biaya pemasaran.
3. Penyuluhan Lingkungan: Gunakan bahan pembersih ramah lingkungan dan sertifikasi untuk membedakan layanan dari pesaing.

Strategi-strategi ini dapat diterapkan secara bertahap untuk mengoptimalkan keunggulan kompetitif sekaligus mengatasi tantangan operasional. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengembangan usaha jasa pencucian sepatu "3roots.Care" di GKB, Kabupaten Gresik menggunakan analisis SWOT, implikasi penelitian yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Manajerial: Penelitian ini memberikan panduan bagi pemilik usaha untuk mengidentifikasi kekuatan dan peluang usaha mereka, seperti kualitas pelayanan dan lokasi strategis, guna merancang strategi pemasaran yang efektif. Penggunaan alat analisis SWOT dapat membantu pengusaha memaksimalkan keunggulan kompetitif dan mengurangi dampak dari kelemahan dan ancaman yang ada.
2. Ekonomi Lokal: Hasil penelitian dapat berkontribusi pada pertumbuhan UMKM lokal dengan menyediakan wawasan tentang cara meningkatkan daya saing melalui inovasi, seperti penggunaan teknologi ramah lingkungan dan pengembangan layanan tambahan seperti perawatan kulit dan aksesoris. Hal ini mendukung penciptaan lapangan kerja baru dan memperkuat perekonomian lokal.
3. Pemasaran: Penelitian ini menyoroti pentingnya strategi promosi melalui media sosial dan program loyalitas pelanggan sebagai alat untuk meningkatkan kesadaran merek (brand awareness). Implementasi strategi pemasaran digital ini dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan jumlah pelanggan.
4. Pengembangan Karyawan: Implikasi lain adalah pentingnya pelatihan karyawan untuk meningkatkan keterampilan teknis dan pelayanan pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat menjaga kualitas layanan sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan.

5. Kebijakan Publik: Penelitian ini juga memberikan masukan bagi pemerintah daerah untuk memberikan dukungan kepada UMKM melalui pelatihan kewirausahaan, fasilitasi akses ke teknologi modern, dan penciptaan regulasi yang mendukung usaha kecil menengah dalam menghadapi tantangan persaingan dan perubahan ekonomi.

Penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengeksplorasi aspek pemasaran digital secara lebih mendalam dan memanfaatkan analisis kuantitatif guna memperluas generalisasi temuan pada sektor UMKM lainnya.

KESIMPULAN

Variabel-variabel penelitian ini secara efektif menentukan strategi pengembangan perusahaan jasa cuci sepatu dengan menggunakan metode kualitatif dan analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) pada UMKM Cuci Sepatu di Gresik. Penelitian ini menekankan perlunya inovasi pemasaran untuk mengatasi kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha jasa cuci sepatu di GKB, Kabupaten Gresik, serta menunjukkan pentingnya pemahaman terhadap aspek internal dan eksternal dalam pengembangan strategi. Dengan melakukan langkah-langkah yang disarankan, kita dapat mendukung kesejahteraan masyarakat dan kemakmuran ekonomi. Disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut pada beberapa aspek terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Baharudin, R. A., Yahya, M., & Elpisah, E. (2023). Efektifitas Pendidikan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Mahasiswa STIE Pembangunan Indonesia Makassar. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 12(1), 25–39. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i1.791>
- Fitriyani, I., Kadewi Sumbawati, N., Rachman, R., Ekonomi dan Manajemen, F., & Samawa Sumbawa Besar, U. (2024). Peran Entrepreneur dalam Mendorong Kemandirian Ekonomi Indonesia. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(1), 12–24.
- Hermansyah, H., & Dahmiri, D. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Berwirausaha Industri Percetakan (Studi Kasus Wirausaha Industri Percetakan di Kota Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 8(3), 38–44. <https://doi.org/10.22437/jmk.v8i3.8596>
- Ichwani, T., Kurniawati, D., Munira, M., Damayanti, A., Astuti, T., Ani, S. M., & Ekonomi, F. (2024). *Pelatihan dan Pembinaan Mahasiswa Wirausaha Jasa Cuci Sepatu Snws (Shoes And Wash Service)*.
- Khamimah, W. (2021). Peran Kewirausahaan dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 228–240.
- Kurniasari, D., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Peran Edukasi dan Sosialisasi dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Berbasis Islam terhadap Generasi Milenial di Indonesia. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 193–200. <https://doi.org/10.46306/Jbbe.V15i1.139>
- Lusa, S., Purbo, O. W., & Lestari, T. (2024). *Peran E-Commerce Dalam Mendukung*

Ekonomi Digital Indonesia. Penerbit Andi.

- Murni, S., & Khairuni, R. (2022). Potensi Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Aceh dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Akuntansi Muhammadiyah (JAM)*, 12(2).
- Nicosza, D. D., Rahmi, V. A., Maizahroh, S., & Kurniawan, A. (2024). Bagaimana Peran Jiwa, Nilai, dan Perilaku Kewirausahaan terhadap UMKM Warung Kopi di Daerah Gresik Jatim. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 15(6).
- Ningsih, I. F., Munastiwi, E., & Gusti, N. S. (2022). Implementasi Nilai – Nilai Kewirausahaan Melalui Market Day di TK IT Ar-Rahmah. *Raudhatul Athfal: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 6(1), 21–29. <https://doi.org/10.19109/Ra.V6i1.12480>
- Nuraeni, Y. A. (2022). Peran Pendidikan dalam Pembentukan Jiwa Wirausaha. *Jurnal Ilmu Pendidikan (ILPEN)*, 1(2), 38–53. <https://doi.org/https://doi.org/10.3709/ilpen.v1i2.18>
- Permadi, A., Panjaitan, Z., & Kusnari, S. (2021). Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Lokasi Baru Usaha Laundry Sepatu di BECKS Menggunakan Metode WP (Weighted Product). 1(3), 1–11.
- Pohan, F., Hermansyur, H. ., & Putra, R. (2022). Pengaruh Jiwa Wirausaha dan Nilai Wirausaha terhadap Peningkatan Kemandirian Usaha Melalui Perilaku Wirausaha (Studi Kasus UMKM di Kecamatan Medan Johor). *Ekonomi Bisnis Digital*, 1(3), 308–319. <https://doi.org/https://doi.org/10.47709/jebidi.v1i3.119>
- Putri, I. M., & Nurjanah, W. (2024). Strategi Pemasaran Pedagang Batagor: Studi Kasus Tentang Inovasi dan Branding. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(1), 207–212.
- Qosim, A. (2021). Peran Pesantren dalam Mengembangkan Jiwa Kewirausahaan Santri (Studi di Pondok Pesantren Hudatul Muna Jenes Ponorogo) *SKRIPSI*. 2(1), 1.
- Rachman, A. N., Musa, A. E. Z., Latiep, I. F., & Herison, R. (2023). *Usaha Kecil Menengah (UKM) Dan Kewirausahaan: Konsep Dasar untuk Menjadi Entrepreneur*. Nas Media Pustaka.
- Safitri, M. E., & Maryanti, E. (2022). *Buku Ajar Kewirausahaan*. Penerbit NEM.
- Sari, R., Mahmudah, H., Marya, U., & Fathul, J. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD Melalui Mata Kuliah Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 398–402.
- Setiani, R., Dahmiri, D., & Indrawijaya, S. (2019). Pengaruh Motivasi dan Sikap Wirausaha terhadap Keputusan Berwirausaha Wanita di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 8(1), 46–58. <https://doi.org/10.22437/jmk.v8i1.6934>
- Supriandi, S., & Priyana, Y. (2023). Faktor-Faktor yang Mendorong Kesuksesan Kewirausahaan Sosial dalam Menyelesaikan Masalah Lingkungan. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 1(04), 280–291. <https://doi.org/10.58812/jekws.v1i04.714>
- Susantiningrum, S., Legowo, E., Sakuntalawati, L. R. D., Ibad, I., Kurniawati, D. Y., & Akbarini, N. R. (2021). Faktor–Faktor Keberhasilan Wirausaha Mahasiswa Berbasis Marketing Mix 7P. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 26(2), 100.

<https://doi.org/10.20961/jkb.v26i2.49124>

- Wibowo, M. S., & Diwandari, S. (2024). Pengembangan Aplikasi Jasa Cuci Sepatu Menggunakan Teknologi GPS Berbasis Android. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(1), 842–849.
- Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Mimbar Administrasi Fisip Untag Semarang*, 18(2), 32. <https://doi.org/10.56444/mia.v18i2.2528>
- Yuliani, N., & Novita, D. (2019). Pemanfaatan Google Bisnisku Sebagai Upaya Meningkatkan Rangkaing Bisnis Lokal (Studi Kasus : UMKM Gresik , Jawa Timur) Universitas Esa Unggul. *Ikraith-Abdimas*, 5(1), 146–157.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)
