

PELAKSANAAN KEGIATAN MBKM KEWIRAUSAHAAN TERHADAP USAHA *WOOF TREND'S* INDONESIA

Fernando Richardo¹, Louis Utama², Henrich Moses Louis³, Ferry Gunawan⁴
& Clevint Jason Han⁵

¹Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: fernando.115210473@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: louisu@fe.untar.ac.id

³Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: henrich.115210362@stu.untar.ac.id

⁴Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: ferry.115210074@stu.untar.ac.id

⁵Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: clevint.115210080@stu.untar.ac.id

ABSTRACT

The implementation of this MBKM examines the development and prospects of the dog clothing business in Indonesia. In recent years, this industry has shown significant growth along with the increasing public awareness of pets as part of the family. This exercise aims to increase attention to fashion in the dog apparel industry, as well as effective marketing strategies in this industry. The results of the exercise showed that the main factors influencing the demand for dog clothing include aesthetics, comfort, and weather protection functions. Effective marketing strategies involve the use of social media for promotion, collaboration with pet influencers, and the development of innovative and high-quality products. This exercise concludes that the dog apparel business has the potential to continue growing in the future. However, entrepreneurs need to understand market dynamics and continue to innovate to meet consumers' needs and wants. Recommendations for entrepreneurs include improving product quality, diversifying designs, and improving customer service to maintain consumer loyalty.

Keywords: dog clothing business, pet industry, marketing strategy, product innovation.

ABSTRAK

Pelaksanaan MBKM ini mengkaji perkembangan dan prospek bisnis pakaian anjing di Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir, industri ini menunjukkan pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap hewan peliharaan sebagai bagian dari keluarga. Pelaksanaan ini bertujuan untuk meningkatkan perhatian terhadap fashion dalam industri pakaian anjing, serta strategi pemasaran yang efektif dalam industri ini. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi permintaan pakaian anjing meliputi estetika, kenyamanan, dan fungsi perlindungan terhadap cuaca. Strategi pemasaran yang efektif melibatkan penggunaan media sosial untuk promosi, kolaborasi dengan influencer hewan peliharaan, serta pengembangan produk yang inovatif dan berkualitas tinggi. Pelaksanaan ini menyimpulkan bahwa bisnis pakaian anjing memiliki potensi untuk terus berkembang di masa depan. Namun, pelaku usaha perlu memahami dinamika pasar dan terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Rekomendasi untuk pengusaha meliputi peningkatan kualitas produk, diversifikasi desain, dan peningkatan layanan pelanggan untuk mempertahankan loyalitas konsumen.

Kata kunci: bisnis pakaian anjing, industri hewan peliharaan, strategi pemasaran, inovasi produk.

1. PENDAHULUAN

Industri baju anjing adalah industri yang dapat berkembang pesat pada era modern saat ini. Pasalnya tren fashion yang terus berkembang dan meningkat terutama dalam memperlakukan hewan peliharaan diperlakukan sebagai anggota keluarga sendiri. Pemilik akan memastikan hewan peliharaannya merasa nyaman dan terlindungi dari beragam cuaca maupun dalam kegiatan sehari-hari. Ini memunculkan permintaan baju anjing yang meningkat, dari pakaian sehari-hari, pakaian khusus maupun pada acara tertentu. Produk baju anjing termasuk produk yang dapat bertahan dalam jangka waktu panjang. Hal ini ditandai melalui semakin banyaknya pelaku usaha di bidang usaha baju anjing pada strategi untuk menjalankan pada bisnisnya serta dapat bersaing pada pelaku usaha lainnya untuk menarik perhatian pasar. Dilain sisi pemilik hewan sering membagikan foto

lucu dan menggemaskan pada berbagai platform sosial media seperti Instagram maupun *TikTok*. Hal ini mendorong pertumbuhan pada bisnis baju anjing yang berkelanjutan.

Kami melihat kurangnya perhatian terhadap pakaian yang digunakan oleh anjing, walaupun sudah banyak yang lucu, kami disini berusaha menampilkan produk yang mementingkan elegannya dan kenyamanannya. Dengan meningkatnya kesadaran lingkungan, menggunakan bahan baju sisa dapat meminimalisir dampak negatif dalam lingkungan. Seperti pada polusi air, bahan kimia yang dapat membahayakan serta limbah produksi tekstil. Sehingga inilah baju berkelanjutan bukan hanya menjadi tren namun menjadi pilihan yang bertanggung jawab dalam menciptakan industri tekstil berkelanjutan. Maka dari itu, bahan baku baju sisa inilah yang dapat mengurangi dampak buruk dalam produksi pakaian dan melindungi lingkungan.

Berdasarkan masalah inilah *Woof Trend's* Indonesia menambahkan inovasi pada baju anjing seperti baju yang terbuat dari bahan sisa pakaian manusia. Produk dari *Woof Trend's* terdiri dari beberapa bahan seperti bahan bludru yang nantinya akan menjadi hoodie, lalu kain satin yang akan menjadi kaos, serta bahan rajut yang akan menjadi turtle neck dan tentunya akan terus berinovasi lagi.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Pelaksanaan usaha *Woof Trend's* Indonesia dimulai dari program MBKM yang diusung oleh Universitas Tarumanagara, dan didampingi langsung oleh bapak Louis Utama, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing. Setelah diskusi dengan tim dan dosen pembimbing akhirnya usaha pakaian baju anjing yang bernama *Woof Trend's* Indonesia ini dapat berjalan. Untuk langkah awal, penulis menentukan *lean canvas* untuk usaha *Woof Trend's* Indonesia. *lean canvas* diciptakan oleh Ash Maurya seorang penulis buku *Running Lean* pada tahun 2010. *lean canvas* bertujuan untuk mengatasi masalah, solusi, parameter kunci, dan nilai kompetitif pada suatu usaha/bisnis. Namun dapat digunakan juga untuk mengukur risiko dan ketidakpastian bisnis. Berikut merupakan *Lean Canvas Woof Trend's* Indonesia.

Gambar 1.
Lean Canvas



Produk yang ditawarkan terbagi menjadi 2 tipe yaitu, *limited edition* dan *common edition*, artinya untuk produk *limited edition* itu hanya ada 1 buah pakaian yang akan ditawarkan dengan model yang elegan. sedangkan yang *common edition* ini, tim akan selalu produksi dan ada jika produknya habis. Sekarang *Woof Trend's* Indonesia memiliki model *turtle neck* yang menggunakan bahan rajut dan *hoodie* yang menggunakan bahan bludru. Harga jual *Woof Trend's* untuk *online store* dengan harga Rp. 49.000 untuk varian *turtle neck* dan Rp. 69.000 untuk varian *hoodie*.

Gambar 2.
Hoodie Bludru



Gambar 3.
Turtleneck Rajut



Tim *Woof Trend's* Indonesia juga memiliki media sosial untuk memasar luaskan nama dari *Woof Trend's* Indonesia ini, yang bernama @Woofrends.id di instagram dan tiktok. Sedangkan pada pameran-pameran *Woof Trend's* menjual dengan harga Rp. 79.000 untuk semua varian. Penulis juga sedang melaksanakan pameran di Xperian Event Planner yang bertema Batavia Petopia di alun-alun Batavia PIK, Jakarta Utara. Kegiatan pameran dilaksanakan selama 10 hari yaitu dimulai dari tanggal 17-26 Mei 2024. Pameran Batavia Petopia berlangsung pada pukul 16.00 - 22.00, pengunjung ramai berdatangan pada saat *weekend*. Total penjualan selama pameran sebanyak 20 pcs produk. Terdapat dua orang yang menjalankan kegiatan pameran sedangkan dua lagi memproduksi produk dirumah. Berikut jadwal kerja dari *Woof Trends's* Indonesia.

Tabel 1
Jadwal kerja Woof Trend's

Hari dan Jam Operasional	Nama	Tim
Senin (16.00-22.00)	Fernando dan Jason	Tim Woof Trend's
Selasa (16.00-22.00)	Fernando dan Ferry	Tim Woof Trend's
Rabu (16.00-22.00)	Ferry dan Jason	Tim Woof Trend's
Kamis (16.00-22.00)	Moses dan Ferry	Tim Woof Trend's
Jumat (16.00-22.00)	Moses dan Jason	Tim Woof Trend's
Sabtu (16.00-22.00)	Ferry dan Moses	Tim Woof Trend's
Minggu (16.00-22.00)	Fernando dan Moses	Tim Woof Trend's

Proses produksi dari *Woof Trend's* terdiri dari pembuatan pola pakaian, mencari bahan, pembuatan produk, pengemasan, dan penyerahan produk kepada konsumen. Berikut proses produksi dari *Woof Trend's* Indonesia dalam gambar.

Gambar 2.
Proses Pembuatan Produk Woof Trend's



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi permintaan pakaian anjing meliputi estetika, kenyamanan, dan fungsi perlindungan terhadap cuaca. Selain itu, preferensi konsumen cenderung dipengaruhi oleh tren mode dan kebutuhan spesifik berdasarkan jenis dan ukuran anjing. Diharapkan juga *Woof Trend's* dapat memberikan motivasi dan bermanfaat bagi yang ingin membuka dibidang industri pakaian anjing. Kedepannya *Woof Trend's* sendiri akan menjadi salah satu merek pakaian ternama dan terpercaya bagi pecinta anjing. Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) adalah program yang dibuat oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia yang bertujuan untuk mendukung mahasiswa

untuk menguasai atau memahami berbagai ilmu sebagai bekal saat memasuki dunia kerja. Program ini diharapkan bisa memberi kesempatan bagi seluruh mahasiswa yang ingin menciptakan sebuah bisnis atau usaha. Sehingga Indonesia dapat menghasilkan banyak wirausahawan generasi muda yang memiliki karakter kritis, inovatif, dan kreatif dalam menjalankan bisnis yang mereka impikan. Diharapkan melalui program ini, generasi muda dapat meningkatkan perekonomian Indonesia menjadi lebih baik dan muncul banyak bisnis kreatif yang diperhatikan secara global.

Gambar 4.

Dokumentasi Kegiatan MBKM di Batavia PIK



Total penjualan kami selama pameran di Xperian Event Planner yang berlangsung dari tanggal 17-26 Mei 2024, sebanyak 20 pakaian anjing secara keseluruhan. Kami juga mendapat banyak perhatian dari para pengunjung yang berlalu-lalang di area batavia PIK. Kami juga mendapatkan pengalaman yang luar biasa selama berjualan di pameran, contohnya, mendapat koneksi antar pecinta anjing, koneksi dengan komunitas hewan, masukan tentang produk yang kami jual, dan banyak hal lainnya.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan ini menyimpulkan bahwa bisnis pakaian anjing memiliki potensi besar untuk terus berkembang di masa yang akan datang. Namun, pelaku usaha perlu memahami dinamika pasar dan terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sejauh ini, kegiatan yang dilaksanakan oleh *Woof Trend's* Indonesia sudah berjalan dengan baik dan lancar sesuai dengan rencana yang pelaku usaha buat, mulai dari perencanaan ide bisnis, pelaksanaan usaha bisnis, hingga pembuatan laporan sebagai bentuk pertanggungjawaban dari kegiatan yang sudah dijalankan oleh pelaku bisnis. Namun, kami para mahasiswa perlu mengantisipasi *worst case* di masa depan dengan menganalisa pasar dan tren yang terus berubah seiring berjalannya waktu. Dalam kegiatan ini mahasiswa dilatih untuk lebih memperhatikan suatu usaha yang dijalankan kedepannya, yang artinya usaha tersebut bersifat *longterm* atau jangka panjang dan dapat bermanfaat. Pelaksanaan MBKM ini juga dapat menjadi pengalaman yang baru tentang dunia kewirausahaan, diharapkan juga setelah membaca makalah ini, banyak yang tertarik dalam membuka usaha.

Saran untuk mahasiswa yang ingin membuka industri pakaian anjing harus memperhatikan kualitas produk, diversifikasi desain, dan peningkatan layanan pelanggan untuk mempertahankan loyalitas konsumen. Hal ini penting karena kegiatan ini sangat bermanfaat untuk mahasiswa yang ingin menjadi seorang wirausahawan yang kompeten. Serta, peluang bisnis ini memiliki potensi tinggi bagi Universitas Tarumanagara yang menyelenggarakan mata kuliah kewirausahaan untuk memberi pengajaran kepada para mahasiswa dan mahasiswi.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa. Karena berkat, rahmat dan karunia serta mukjizat-Nya, kami dapat menyelesaikan makalah dengan baik dan benar. Kami juga ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang mendukung pelaksanaan MBKM kewirausahaan yang kami jalankan sampai sekarang, mulai dari Dosen Pembimbing MBKM Kewirausahaan, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Kepala Jurusan Program Studi S1 Manajemen Universitas Tarumanagara, Seluruh Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Tarumanagara, Serta Seluruh Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara. Mohon maaf juga jika ada kesalahan dalam pelafalan kalimat dan kata yang kami sampaikan.

REFERENSI

- Indrawati, A., Heryanto., & Emawati, H., (2022, Januari 20). Pemberdayaan Food Truck Berbasis Sosial dan Kewirausahaan Dalam Penguatan Kegiatan MBKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*
- Moedasir, Andiana (2022). Lean Canvas: Keunggulan, Komponen dan Fungsinya. <https://majoo.id/solusi/detail/lean-canvas>
- Mudayat, Widyawati, N., & Arisanti, D., (2022). Buku Kewirausahaan Dalam MBKM dan UMKM.
- Oktavianti, W. S. (2024). Tren Sustainable Fashion, Alternatif industri Fashion Ramah Lingkungan. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2024/02/19/tren-sustainable-fashion-alternatif-industri-fashion-ramah-lingkungan>
- Praptiwi, Rahma Nur. (2022, Mei 2). Pembelajaran Kewirausahaan dan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM): Studi Kasus di Jurusan Teknik Mesin Politeknik Negeri Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.