

ABSTRACT

To some people, shoe is not a trifle. They're caring for shoes like taking care of pets even their own children. Special treatment is needed to make the shoes look fresh, clean, beautiful, fancy, and well-maintained. In fact, not everyone is capable in taking care of shoes properly, because of lack of skills or have not enough time. Then people prefer to hand over their shoes to the experts: the cobbler and shoe-shinner. Shoe care service in our society has known as shoe-sole-repair and shoe-shinning. The expert often called "*tukang sepatu*" is identical to the figure of an old man in a small and ugly-look outlet or mobile by bike. Now there are several outlets of new concept shoe services are spread in Jogja. These services are managed by young entrepreneurs aged 20-30s and most of their consumers are also youth.

This qualitative research focuses on lifestyles studies in anthropology, and trying to explain how contemporary shoe care services are emerging in our society. I used the method of participation observation and in-depth interviews to three entrepreneurs of shoe care services in Jogja. This research spent time for approximately three months, in April to June 2017. In addition to direct observation, as well as through social media that can be monitored from far. Those business started from a hobby and preferences of the shoes that can be used to earn money.

This research revealed that the shoe trends and lifestyle of the young adults and middle-up class in Jogja became a chance for the entrepreneur to open service. There is also a desire of the entrepreneur to raise the image of Indonesian cobbler and shoe-shinner for the better, professionally and packaged aesthetically. The emergence of shoe care services is also influenced by the culture of shoe-shinning in Europe. The way people wash shoes that are commonly in a way such as washing clothes are considered wrong. Then these services come to provide solutions: how to wash shoes better, in waterless way using natural materials, and that was make shoes long lasting. The entrepreneurs still explore and learned through the internet and people around them to develop their services.

Keywords: shoes, services, lifestyle, consumers, entrepreneur

INTISARI

Sepatu bagi sebagian orang bukanlah barang sepele, merawat sepatu seperti merawat binatang peliharaan bahkan anak sendiri, sebagai suatu kesayangan. Perlu ada perlakuan khusus untuk menjadikan sepatu tampak bersih, cantik, dan terawat. Nyatanya tidak semua orang mampu merawat sepatunya sendiri, hal ini karena faktor keterampilan dan waktu. Kemudian orang memilih untuk menyerahkan sepatunya pada ahlinya, tukang sepatu. Jasa perawatan sepatu di masyarakat yang dikenal sebelumnya adalah reparasi sol sepatu dan sekitarnya. Pelakunya yang sering disebut dengan “tukang sepatu” identik dengan sosok laki-laki tua dengan kondisi tempat usaha yang kecil dan seadanya atau berkeliling pemukiman dengan naik sepeda. Sekarang terdapat beberapa *outlet* jasa perawatan sepatu model baru yang tersebar di Jogja dengan tampilan menarik dan kekinian. Jasa ini dikelola oleh pengusaha muda usia 20-30an dengan sebagian besar konsumennya juga dari kalangan muda.

Penelitian kualitatif ini berfokus pada kajian gaya hidup dalam antropologi, mencoba mendeskripsikan bagaimana jasa perawatan sepatu kekinian banyak muncul di masyarakat. Menggunakan metode observasi dan wawancara mendalam, penelitian ini dilakukan pada tiga pengusaha jasa perawatan sepatu yang ada di Jogja. Penelitian dilakukan selama kurang lebih tiga bulan, tepatnya pada bulan April-Juni 2017. Selain observasi secara langsung, juga melalui media sosial yang dapat dipantau dengan internet.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa tren gaya hidup kalangan muda dan menengah ke atas di Jogja dalam bersepatu, menjadi peluang untuk pengusaha membuka jasa. Ada juga keinginan para pengusaha untuk mengangkat citra ‘tukang sepatu’ di Indonesia menjadi lebih baik, dengan dikemas secara profesional dan tampilan *outlet* yang estetik. Turut dipengaruhi oleh budaya *shoe-shinning* dan *gentlemen service* di Eropa yang menjadi referensi para pengusaha. Cara mencuci sepatu yang umum dilakukan oleh masyarakat kita dengan cara seperti mencuci baju dianggap salah. Kemudian jasa ini hadir memberi solusi bagaimana mencuci sepatu yang baik, hemat air, dengan bahan-bahan yang aman, dan membuat sepatu lebih awet. Perkembangan jasa lebih lanjut adalah hasil eksplorasi pengusaha yang belajar melalui internet dan orang-orang sekitarnya.

Kata kunci: sepatu, jasa, gaya hidup, konsumen, pengusaha