

# USAHA FURNITUR ALTERNATIF “DUS DUK DUK” DENGAN KONSEP RAMAH LINGKUNGAN, DESAIN NUSANTARA, FUNGSIONALIS DAN ERGONOMIS

Angger Diri Wiranata<sup>1)</sup>, Indra Syamsu Nugroho<sup>2)</sup>, Muhammad Arif Susanto<sup>3)</sup>, Octiana Dwi Anggara<sup>4)</sup>

*Desain Produk Industri, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, ITS Surabaya*

<sup>1</sup>*email: angger.diri@yahoo.com*

<sup>2</sup>*email: indra\_syamsu\_n@yahoo.com*

<sup>3</sup>*email: rief\_qits\_me@yahoo.com*

<sup>4</sup>*email: ideode@yahoo.com*

## **Abstract**

*Cardboard is one commodity paper required by almost all people. Modern life now cannot be separated from the paper that most of the wood raw material harvested from the forest trees. So it is conceivable, if the use of paper filled only by the original fiber it will have a direct impact on environmental sustainability. However, a lot of boxes just end up in the trash. On the other hand furniture industries development in Indonesia cannot be separated from the timber material. The development resulted in an ever increasing need for growing including furniture anyway. Thus, there is an opportunity to balance between several waste reduction issues with the need for furniture. Opportunities that can be realized is to make furniture made from cardboard. Products produced furniture has a unique design because it is made of cardboard material that is environmentally friendly and functional design. With this furniture, people can participate in protecting environment. In addition, some textile products backed furniture so that the impression of modern ethnic archipelago remains. Some of the advantages is the furniture can be used as a unique iconic furniture to support a room (interior). This is a market segmentation of Dus Duk Duk, as well as from several professions that use furniture, such as cafe, restaurant, children's playground, and home. Marketing is done by the system offline and online. The business has great competitiveness and sustainable efforts that can be prospective. Important point about the sustainability of such efforts is to create new jobs for the community.*

**Keywords:** *Cardboard, environment, Dus Duk Duk, furniture*

## **1. PENDAHULUAN**

Kardus merupakan salah satu komoditi kertas yang dibutuhkan oleh hampir seluruh masyarakat. Kehidupan modern kini tidak bisa lepas dari kertas yang bahan bakunya sebagian besar kayu hasil tebangan pohon dari hutan. Sebagai gambaran kasar, untuk menghasilkan 1 ton serat asli pulp kimia diperlukan sekitar 1,5 ton kayu. Jadi dapat dibayangkan apabila penggunaan kertas hanya dipenuhi oleh serat asli maka akan berdampak langsung pada kelestarian lingkungan hidup.

Kebutuhan kertas di Indonesia pada tahun 1987 membutuhkan 782.420 ton maka pada tahun 1996 sudah mencapai angka 3.119.970 ton. Dan dari semua kertas hanya sedikit yang di daur ulang. Akhirnya akan bermuara ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA) sehingga akan menambah volume sampah.

Di lain sisi perkembangan industri furnitur di Indonesia selama ini tidak lepas dari bahan kayu-kayuan. Pemberian kemudahan dalam berinvestasi dan perolehan bahan baku kayu, mendorong industri furnitur semakin berkembang, bahkan industri-industri furnitur yang sempat terpuruk dimasa krisis kini mulai bangkit kembali.

Selain rumah tinggal, perkantoran, hotel serta bangunan komersial lainnya, juga merupakan jenis bangunan yang membutuhkan furnitur dengan pemanfaatan yang relatif sama dengan rumah tinggal hanya berbeda dalam kualitasnya saja.

Gambaran mulai membaiknya kembali bisnis furnitur di Indonesia, terlihat dari jumlah anggota ASMINDO yang pada tahun 1998 lalu berjumlah 531 perusahaan dan pada tahun 2002 ini menjadi 800 perusahaan.

Dengan demikian, ada peluang untuk menyeimbangkan antara beberapa permasalahan penanggulangan sampah dengan kebutuhan akan furnitur. Peluang yang dapat diwujudkan adalah dengan membuat furniture berbahan dasar kardus.

## 2. METODE

Metode pendekatan yang dilakukan untuk menunjang kesuksesan usaha ini dapat dilihat dalam penjabaran berikut.

### Eksplorasi Ide

Eksplorasi ide dilakukan oleh seluruh anggota untuk mencari ide yang sesuai dengan bisnis yang akan dilaksanakan serta melakukan uji coba produk. Eksplorasi Ide dilakukan pada bulan Januari dengan bimbingan dari dosen pembimbing.



### Perumusan Produk

Hasil dari eksplorasi ide dapat ditentukan produk-produk apa yang akan diproduksi. Produk yang diproduksi diantaranya adalah meja, kursi dan elemen interior.

### Produksi

Desain meja, kursi serta elemen interior didesain oleh anggota tim sendiri. Konsep lepas pasang, ergonomi serta estetika adalah konsep utama produk. Produksi dilakukan anggota tim dibantu beberapa tenaga kerja yang kompeten. Seluruh pembuatan produk dilakukan secara manual, baik proses pemotongan sampai pemasangan. Produk dipasang dengan kombinasi struktur yang telah didesain.

### Strategi Pemasaran

Pemasaran dibagi menjadi tiga bagian yaitu jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang. Strategi pemasaran yang sudah dilaksanakan diberikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Metode Pemasaran Dus Duk Duk

Jenis Iklan	Rincian
Brosur	Brosur diberikan sebagai perkenalan produk kepada masyarakat saat pameran
Kartu Nama X-Banner	Memberikan kartu nama disetiap pameran Diletakkan dalm setiap pameran sebagai media pemberitahu masyarakat
Media Online	Media online digunakan untuk media kegiatan terbaru Dus Duk Duk kepada masyarakat

### Promosi On The Spot

Promosi on the spot merupakan promosi pameran secara langsung promosi produk Dus Duk Duk. Dalam kegiatan ini konsumen melihat dan mencoba produk secara langsung. Selain itu, pemesan dapat langsung memesan di tempat dan konsultasi desain yang diinginkan. Tim berhasil menjual produk pada pameran IDE ART 2013 DESPRO, ITS EXPO 2013, dan JATIM KREATIF EXPO 2013.

### Kompetisi dan Kegiatan Sosial

Dengan mengikuti kompetisi dapat dimanfaatkan untuk pengenalan produk kepada khalayak. Pada beberapa kompetisi tim Dus Duk Duk berhasil meraih penghargaan sebagai bukti kualitas produk dan usaha yang dilakukan. Kegiatan sosial dilakukan dengan menjadi narasumber pada acara workshop bisnis kreatif "Green Business" yang diadakan café di Surabaya.

### Evaluasi Program dan Pengembangan Usaha

Melaksanakan review produk yang dihasilkan. Review dilaksanakan setiap dua minggu sekali. Selain itu, dilakukan rencana pengembangan produk dan usaha.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bisnis furnitur alternatif Dus Duk Duk ini masih jarang di Indonesia, sehingga peluang untuk berkembang dapat terus dilakukan. Karakteristik produk yang unik memiliki daya tarik tersendiri bagi pembeli. Adapun aspek-aspek yang menjadi kelebihan produk ini dibandingkan dengan produk lain disajikan dalam Tabel 2.

Dari aspek tersebut terlihat keunggulan produk Dus Duk Duk lebih unggul dibandingkan

produk lain. Hal ini juga menunjukkan bahwa keberadaan Dus Duk Duk dapat terus berkembang demi keberlanjutan usaha dengan prospek yang baik.

Tabel 2. Aspek Keunggulan Produk

No	Tolak Ukur Aspek	Dus Duk Duk	Produk Furnitur Lain
1	Desain	Menarik, unik, kreatif, dan fungsional	Standart
2	Bahan	Ramah lingkungan, ringan dan murah	Tdk ramah lingkungan, berat dan cukup mahal
3	Produksi Barang	Terbatas (tidak umum)	Banyak ditemukan
4	Harga	Rp. 75.000,- Rp. 200.000,-	Rp. 200.000,- Rp. 400.000,-

Dalam strategi pemasaran Dus Duk Duk berhasil terjual sebanyak produk, dengan perincian meja, kursi dan elemen interior.

Peningkatan terjadi setiap bulan hingga bulan ke tujuh. Peningkatan tersebut juga didukung dengan strategi pemasaran yang digunakan tim untuk menarik minat konsumen dengan cara membuat produk-produk yang menarik seperti elemen interior. Konsep pemasaran dan konsep produksi di konsep dengan kooperatif dan interaktif.



Gambar 1. Ruang display (kiri) dan Pameran Pameran Jatim Kreatif Expo (Grand City Mall 2013) (kanan)



Gambar 2. Gubernur Jawa Timur (Kediaman Gubernur, Gedung Grahadi Surabaya)



Gambar 3. Dokumentasi Pesanan Hardware Butik by Luna Maya

Dalam pengenalan kepada masyarakat agar lebih terpercaya, tim memberikan banyak alternatif produk dengan kualitas yang telah teruji. Dalam pengujian produk tersebut salahsatunya tentang ketahanan terhadap air. Selain itu, produk-produk dimodifikasi sesuai dengan keinginan pembeli.

Tabel 3. Cashflow

Bulan ke	Net Cash Flow	Accumulasi Cash Flow
1	-8967	-8967
2	475	-8492
3	539	-7953
4	870	-7083
5	1470	-5613
6	1724	-3889
7	4125	236
8	4200	4436
9	4250	8686
10	4330	13016
11	4350	17366
12	4405	21771

Dengan konsep tersebut Dus Duk Duk semakin menambah kreatifitas dan keunggulan produk. Dari keempat produk utama yang ada

didapatkan perhitungan *cash flow* seperti pada Tabel 3.

Dalam Table 3 tersebut terlihat bahwa pendapatan Dus Duk Duk memiliki peningkatan yang signifikan dalam setiap bulan. Peningkatan terjadi dimulai pada bulan keempat dengan pendapatan yang tidak terduga dari hasil penjualan *on the spot* pameran. Dana *Pay Back* didapatkan pada bulan ke tujuh dan delapan pada tahun pertama.

Dalam metode perhitungan yang ada berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa usaha ini layak dikarenakan profit yang didapatkan menjanjikan dengan keunggulan produk yang dimiliki.

#### **4. KESIMPULAN**

Adapun kesimpulan dari kegiatan program ini adalah sebagai berikut:

- a. Dus Duk Duk merupakan program wirausaha dengan prospek yang menguntungkan. Hal itu terbukti dengan untung yang didapat dengan keunggulan produk yang teruji dan desain yang menarik.
- b. Strategi pemasaran yang dilakukan dan sesuai yaitu dengan pameran. Pameran yang telah dilakukan diantaranya IDE ART 2013, ITS EXPO 2013, dan JATIM KREATIF EXPO 2013
- c. Pengembangan Dus Duk Duk terus dapat dilakukan, dengan jaminan keberlanjutan usaha yang didukung oleh produksi bahan dasar yang terus ada dan kreatifitas yang terus dapat dilakukan. Salah satu pengembangan didapat dari produk keinginan pembeli sendiri dari bahan kardus.