

# DJATAYOU

## INOVASI JAM TANGAN MULTISTRAP BERBAHAN LIMBAH SEBAGAI MEDIA PENGENALAN TOKOH PEWAYANGAN JAWA

Mohammad Fadhillah Naufal<sup>1</sup>, Bella Aziz Dewanti Putri<sup>2</sup>, Mufti Sayid Muqaffi<sup>3</sup>,  
Danang Amangkurat Mas<sup>4</sup>, Halida Ulfah<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia  
Yogyakarta

### ABSTRAK

Djatayou merupakan upaya untuk melestarikan kembali kebudayaan Indonesia yaitu pewayangan Jawa melalui jam tangan dengan pilihan 3 *strap* yang berasal dari limbah Industri yaitu kayu, kain, dan Limbah. Unsur pewayangan Jawa yang ditampilkan adalah senjata tokoh pewayangannya yaitu busur *gandhiwa*, panah *pasopati*, dan cakra *sudarsana*. Yogyakarta merupakan salah satu kawasan sentra industri pengrajin dan penjahit sehingga banyak hasil limbah yang dihasilkan dari perindustriannya. Pemanfaatan limbah kayu, kulit, dan kain dapat dijadikan *strap* jam tangan Djatayou. Metode yang digunakan adalah analisis SWOT untuk mendukung pengambilan keputusan penempatan sumberdaya, spesifikasi produk, serta *marketing mix*. Hasil yang didapatkan yaitu tercipta jam tangan kayu desain pewayangan Jawa *multistrap* 3 in 1. Produk Djatayou sudah terjual sebanyak 7 produk dengan total keuntungan 2.726.383. Penjualan produk Djatayou diberbagai wilayah Indonesia maupun pengembangan ke wilayah ASEAN. Potensi khusus dari laporan ini. Djatayou telah melakukan publikasi melalui *Jogjapaper* dan mengajukan Hak Kekayaan Intelektual

**Kata Kunci:** Jam tangan, limbah, pewayangan, Djatayou

### ABSTRACT

Djatayou is an effort to preserve Indonesian culture, namely Javanese wayang through watches with a choice of 3 straps originating from industrial waste, namely wood, cloth and waste. The elements of the Javanese puppet shown are the weapons of the puppet characters, namely the *gandhiwa* bow, arrow *pasopati*, and *sudarsana* chakra. Yogyakarta is one of the industrial areas of craftsmen and tailors so that a lot of waste products are produced from their industries. The use of wood, leather and fabric waste can be used as a strap for Djatayou watches. The method used is a SWOT analysis to support resource placement decisions, product specifications, and marketing mix. The results obtained were created in 3 in 1 Javanese wayang wood design watches. Djatayou products have sold 7 products with a total profit of 2,726,383. Sales of Djatayou products in various parts of Indonesia and development to the ASEAN region. Special potential of this report. Djatayou has published through *Jogjapaper* and proposed Intellectual Property Rights.

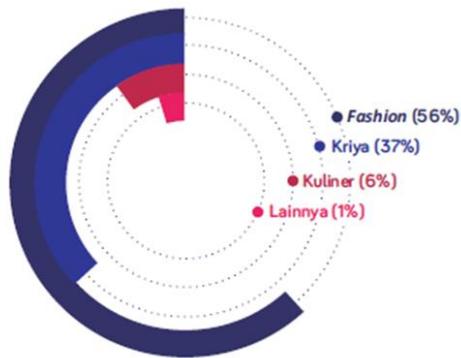
**Keywords:** Watch, Waste, Puppet, Djatayou

### 1. PENDAHULUAN

Industri kreatif di Indonesia mencatatkan kontribusi yang terus meningkat terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dalam tiga tahun terakhir.

Pada tahun 2015 sampai 2017 kenaikan dari Rp 852 triliun menjadi Rp 990 triliun di 2017 dan ditahun 2018 diproyeksi tembus hingga Rp 1.000 triliun (Kompas, 2018). Ada tiga subsektor

yang memberikan sumbangsih besar terhadap ekonomi kreatif, yakni industri kuliner sebesar 41,69 persen, industri fesyen sebesar 18,15 persen, dan industri kriya sebesar 15,70 persen. Sedangkan, subsektor lainnya, berkembang dengan pertumbuhan diatas 6 persen (Bekraf, 2018).



**Gambar 1.1** Ekspor Ekraf Menurut Subsektor

Fesyen dan kerajinan merupakan subsektor ekonomi kreatif yang memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, mulai dari peningkatan nilai tambah, penyerapan tenaga kerja, jumlah perusahaan, hingga pasar ekspor (Merdeka, 2018). Salah satu bagian dari industri fasyen adalah jam tangan. Jam merupakan salah satu kebutuhan yang diperlukan untuk menunjukkan waktu pada setiap aktivitas sehari-hari. Salah satu tren terbaru dari desain jam tangan adalah dengan menggunakan material yang *sustainable* yaitu jam tangan kayu. Jam tangan kayu memiliki segmentasi tersendiri dan mengalami peningkatan sejak awal tahun 2017 (Nugroho, 2017). Perkembangan jam tangan kayu di dalam negeri memberikan dampak positif perekonomian terutama Yogyakarta, karena banyak pengrajin kayu andal.

Konsep baru dalam perkembangan jam tangan kayu diperlukan, terutama yang dapat mengangkat budaya lokal dan ramah lingkungan. Remaja sekarang berfikir budaya merupakan hal kuno, salah satunya adalah tokoh pewayangan yang hampir dilupakan, serta penggunaan bahan yang ramah lingkungan untuk produk jam tangan masih sangat minim,

masih banyak limbah yang dapat dimanfaatkan seperti limbah kulit dan kain yang bisa memberikan *income* besar karena ketersediannya melimpah (Nurmayanti, 2016). Jam tangan yang akan ditawarkan ke pasar memanfaatkan limbah seperti kayu sebagai *core* jam, limbah kulit, dan limbah kain sebagai bahan pendukung *strap*. Untuk memperkenalkan tokoh pewayangan maka diberikan motif gambar yang melambangkan karakteristik pewayangan yang dapat menambah nilai edukasi terhadap jam tangan kayu dan menjadi nilai jual tersendiri.

Namun salah satu kendala yang dihadapi masyarakat saat ini adalah setiap satu model jam tangan hanya memiliki satu *strap* saja. Hal tersebut menyebabkan masyarakat perlu mengeluarkan biaya lebih untuk membeli berbagai macam jam tangan jika menginginkan bentuk *strap* yang berbeda. Mempertimbangkan peluang bisnis yang prospektif, maka pengusul mengajukan sebuah usaha bisnis berupa jam tangan kayu *stylish multistrap* (3 in 1) berbahan dasar olahan limbah dalam satu produk yaitu DJATAYOU. Dirancang dengan berbagai fitur serta kualitas yang sesuai dengan selera dan kebutuhan pasar menjadikan produk DJATAYOU sebagai solusi dari efisiensi pengeluaran biaya dalam pemenuhan kebutuhan sekunder dan pengenalan tokoh pewayangan.

## 2. METODE

Metode pelaksanaan bertujuan untuk menguraikan teknik dan strategi dalam pelaksanaan kegiatan kewirausahaan ini, guna menganalisis dan menyelesaikan permasalahan sekaligus rancangan dalam proses mencapai tujuan kegiatan. Adapun alur pelaksanaan kegiatan tergambar pada gambar di bawah ini.



**Gambar 2.1.** Alur Pelaksanaan Kegiatan

## 2.1 Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, dilakukan penentuan bahan baku yang akan digunakan, kemudian dilanjutkan dengan melakukan survei bahan baku yang akan digunakan untuk membuat produk serta survei harga bahan baku. Tujuan dilakukannya survei adalah untuk mengetahui jenis limbah kayu dan limbah kulit yang masih dapat digunakan dan menentukan *supplier* untuk bahan baku yang harus dibeli. Pemilihan bahan baku yang digunakan mempertimbangkan harga dan kualitas.

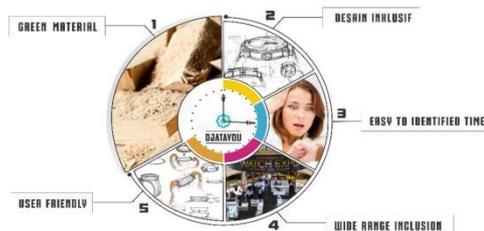
## 2.2 Analisis Pasar

Pada tahap ini dilakukan analisis SWOT dan penentuan spesifikasi produk. Analisis SWOT merupakan suatu metode analitis yang diterapkan untuk mendukung pengambilan keputusan berdasarkan penempatan sumberdaya dalam lingkungan organisasi melalui empat cabang yaitu kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) sebagai faktor internal serta peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) sebagai faktor eksternal.

**Tabel 2.1.** Analisis Jam Tangan Djatayou

	Kekuatan	Kelemahan
Faktor Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jam tangan DJATAYOU memiliki desain yang menarik dan <i>stylish</i></li> <li>Satu buah jam memiliki 3 jenis tali jam yang dapat diganti sesuai keinginan</li> <li>Mengangkat nilai-nilai budaya Indonesia sebagai ciri khas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Belum adanya kepercayaan konsumen terhadap produk ini</li> <li>Produk belum begitu dikenal pasar</li> </ul>
	Peluang	Ancaman
Faktor Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pasar lebih berminat pada produk yang <i>customizeable</i></li> <li>Dapat dipakai oleh berbagai kalangan</li> <li>Sumberdaya bahan baku melimpah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konsep usaha mudah ditiru pihak lain</li> <li>Banyaknya pesaing</li> </ul>

Dalam menentukan keinginan konsumen, identifikasi atribut perlu dilakukan untuk mendukung kemampuan produk dalam mencapai kepuasan konsumen. Pada penelitian sebelumnya disebutkan beberapa atribut produk jam tangan kayu yang disajikan



pada gambar sebagai berikut.

**Gambar 2.2.** Identifikasi Atribut

1. *Green Material*: material yang digunakan terbuat dari bahan kayu dan kulit hasil daur ulang.

2. *Desain Inklusif*: perancangan desain sesuai dengan kaidah desain inklusif yakni dapat mengakomodasi segmen *user* yang luas tanpa desain khusus yang terlalu spesial.
3. *Easy to Identified Time*: pengguna jam dapat membaca waktu dengan menggunakan indera penglihatan dengan mudah.
4. *Wide Range Inclusion*: merangkul segmen pengguna seluas-luasnya dengan mengedepankan aspek fesyen yang baik pada jam ini.
5. *User Friendly*: kemudahan yang akan didesain untuk memudahkan pengguna dalam melakukan pembongkaran atau penggantian *strap* sesuai

keinginannya.

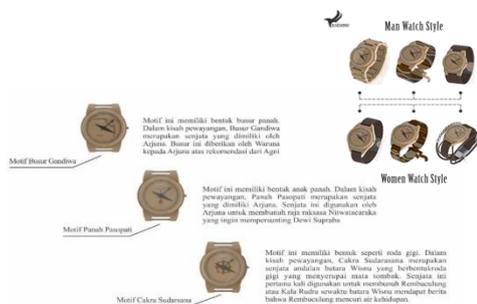
### 2.3 Perancangan Strategi Pasar

Proses perancangan strategi pasar dilakukan dengan menggunakan

*marketing mix* yang berfokus pada konsep 4P yakni *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*. Adapun penjelasan *marketing mix* dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 2.2. Strategi Marketing Mix**

Marketing Mix	Strategi yang Dilakukan
<i>Product</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penamaan nama atau merek produk yang menarik dan mudah diingat digunakan untuk memudahkan produsen dalam memperkenalkan produk.</li> <li>• Penentuan atribut yang sesuai dengan keinginan konsumen tidak kalah penting sebagai media promosi bagi produsen.</li> <li>• Daya tarik berupa desain yang memiliki unsur budaya dan material jam berbahan dasar kayu.</li> <li>• Membuat produk jam dengan 3 jenis <i>strap</i> yang dapat disesuaikan dengan selera konsumen.</li> </ul>
<i>Price</i>	Meminimumkan harga produksi dengan mempertimbangkan pemilihan bahan baku yang memiliki kualitas baik dengan harga yang relatif murah menjadi strategi dalam penentuan harga jual produk.
<i>Place</i>	Lokasi penjualan/pemasaran produk berbasis <i>offline</i> dan <i>online</i> yang dipasarkan melalui <i>website</i> dan jejaring sosial.
<i>Promotion</i>	Mengembangkan media promosi berupa <i>website</i> produk, media sosial, <i>e-commerce</i> , pameran, dan bazar.



**Gambar 2.3. Produk Djatayou**

### 2.4 Tahap Pemasaran

Pada tahap ini produk jam tangan DJATAYOU dipasarkan melalui media promosi berbasis online seperti website produk, media sosial (Instagram, Facebook, dan Line), dan e-commerce (Tokopedia, Bukalapak, OLX, Zalora, dan blibli.com) serta promosi langsung melalui berbagai acara seperti pameran dan bazar.



**Gambar 3.4 Proses Bisnis Produk DJATAYOU**

Proses bisnis dari DJATAYOU yaitu dengan mengandalkan penjualan secara *offline* dan *online*. Pemasaran *offline* menggunakan tempat-tempat wisata dan pusat kerajinan untuk menarik pasar, sedangkan pada pemasaran *online* menggunakan media seperti Instagram dan website. Pembelian barang dengan custom bisa langsung memesan ke pihak DJATAYOU. Keberhasilan pemasaran produk tentunya perlu menentukan sasaran pasar yang tepat agar dapat menyampaikan pesan dan isi produk secara benar, oleh karena itu untuk target pasar dari DJATAYOU sendiri berasal dari kalangan remaja dalam

rentang usia 14–20 tahun dan dewasa rentang usia 21-40 tahun.

### 2.5 Tahap Akhir

Pada tahap akhir dilakukan analisis hasil penjualan, hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah penjualan tersebut mendatangkan keuntungan dan memiliki prospek jangka panjang melalui minat konsumen dalam beberapa bulan serta menganalisis lebih lanjut kondisi pasar yang ada. Selain itu, dilakukan penulisan laporan keuangan untuk mengetahui keuntungan akhir dari proses penjualan produk DJATAYOU dengan menghitung ulang modal awal dan mencatat hasil penjualannya. Evaluasi kegiatan untuk mengetahui apa saja kekurangan dari proses penjualan yang telah dilakukan sehingga dapat dilakukan perbaikan untuk proses produksi selanjutnya

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang telah dicapai adalah 98% dari keseluruhan kegiatan, yakni: 1. Unit Usaha Inovatif di Bidang Industri Kreatif Hasil dari perancangan dan pengembangan produk ialah memunculkan produk yang layak dipasarkan dengan detail sebagai berikut.

**Tabel 4.1. Informasi Produk**

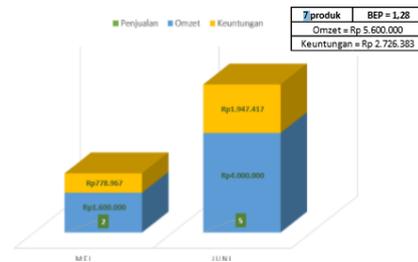
Logo	Nama Unit Usaha	Brand Produk
	DJATAYOU	"Inovasi Jam Tangan Stylish Multistrap 3 in 1" Berbahan Dasar Limbah Industri sebagai Media Pengenalan Tokoh Pewayangan Jawa

DJATAYOU adalah jam tangan kayu multistrap dengan berbahan dasar limbah industri yang memiliki desain pewayangan sebagai media pengenalan tokoh pewayangan jawa di Indonesia. Multistrap pada DJATAYOU meliputi strap berbahan dasar kayu maple dan sonokeling, strap berbahan dasar kulit nabati, serta strap berbahan dasar kain perca. Produk DJATAYOU hadir dengan inovasi jam tangan serta desain yang eksklusif, dalam pengemasannya produk ini dikemas menggunakan box kotak klasik dengan ukiran brand DJATAYOU.



**Gambar 3.1. Hasil Produk Djatayou**

DJATAYOU dapat dikonsumsi oleh masyarakat luas Hasil penjualan dan peluang usaha dalam sektor masyarakat sebagai berikut: a. Hasil Penjualan Berikut adalah perolehan omzet DJATAYOU dalam tiga periode bulan.



**Gambar 3.2 Hasil Penjualan dan Pendapatan**

Berdasarkan hasil penjualan diperoleh penjualan DJATAYOU sebanyak 7 produk. Sehingga menghasilkan omzet sebesar Rp5.600.000 dan keuntungan bersih sebanyak Rp2.726.383. Hasil ini memperoleh lebih dari 100% target omzet penjualan dan sudah Break Even Point (BEP).

### 4. KESIMPULAN

Hasil Pemasaran Produk DJATAYOU menjadi produk yang dapat diterima dan menjadi produk andalan bagi masyarakat umum faktor keunikannya. Hal ini didukung dengan telah terjualnya 7 produk dan luasnya saluran distribusi pemasaran serta mitra kerja yang cukup banyak yang meliputi: Terjualnya tas DJATAYOU di beberapa wilayah di Indonesia DJATAYOU memperoleh hasil penjualan di berbagai wilayah di Indonesia yaitu meliputi daerah Tasikmalaya, Sukabumi, Tegal, Purworejo, Semarang, Banjarnegara,

dan Yogyakarta. Media Pemasaran Media pemasaran dilakukan secara *online* seperti instagram, tokopedia, bukalapak. Serta pemasaran *offline* di bazar IBISMA UII dan expo PSIT. Dukungan Masyarakat DJATAYOU mendapatkan dukungan dari sejumlah masyarakat yang menganggap bahwa jam tangan yang diproduksi unik dan melestarikan budaya Indonesia. Berikut merupakan contoh testimoni dari konsumen: "Jamnya unik, klasik, dan melestarikan budaya Indonesia. Dengan harga segini belum pernah nemu dapet jam kayu terus strap nya bisa beda tiga gini." (Mohammad Faiz, 20 Tahun).

#### **DAFTAR PUSTAKA**

1. Bekraf. (2018). *Data Statistik dan Hasil Survei*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
2. Kompas.(2018). *Limbah Kayu*. Jakarta:  
<https://indeks.kompas.com/tag/limbah-kayu>.
3. Nugroho.(2017). *Jam tangan kayu bisa dongkrak penampilan*. Yogyakarta: tribunjogja.com.
4. Nurmayanti. (2016). *TOP 3: Ini cara mengetahui Jam rolex asli atau palsu*. Jakarta:  
<https://www.liputan6.com>.