

# PENGOLAHAN LIMBAH GAWAI MENJADI PRODUK DENGAN NILAI SENTIMENTAL DALAM PENDIRIAN USAHA RINTISAN BINGKAI JADOEL PROJECT

I Made Mardawa Pradnya Ananda<sup>1</sup>, I Wayan Swandi<sup>2</sup>, Anak Agung Gde Bagus Udayana<sup>3</sup>

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jln. Nusa Indah, Denpasar, 80235, Indonesia

*mardawananda@gmail.com*

## Abstrak

Dengan pesatnya perkembangan dan inovasi yang hadir di dunia gawai tanah air, produsen mulai menghadirkan pilihan gawai murah dengan spesifikasi modern yang dengan mudah dapat memikat perhatian konsumen di Indonesia. Namun hal ini sering menjadi alasan bagi konsumen untuk mengganti gawai mereka disaat varian terbaru dirilis kepada publik baik karena mereka merasa bosan atau gawai yang mereka gunakan itu sudah jadul/ketinggalan jaman, atau memang karena harga yang murah membuat gawai tersebut tidak dapat bertahan dengan lama. Ini menimbulkan masalah yang cukup serius karena hanya sebagian kecil gawai lama tersebut dapat digunakan kembali dan sebagian besar dari gawai tersebut berakhir menjadi limbah yang dapat membahayakan kesehatan karena zat kimia yang terdapat pada limbah gawai tersebut. Tetapi pemasalahan limbah gawai ini juga menghadirkan beberapa peluang usaha terutama pada mereka yang menekuni usaha di bidang industri kreatif, salah satu bentuk produk yang dihasilkan dari pengolahan limbah ini adalah *Teardown Frame*, bagaimana produk jenis ini dapat menjadi sebuah peluang usaha dalam mendirikan sebuah usaha rintisan merupakan prioritas utama dari penelitian ini, metode pendekatan kualitatif digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi yang di perlukan, melalui Observasi, Kepustakaan, Wawancara, dan Partisipan yang membantu penulis dalam menentukan bagaimana model bisnis yang sesuai dengan usaha ini serta alur produksi dari produk *Teardown Frame*. Melalui metode pendekatan tersebut dapat disimpulkan bahwa usaha jenis ini memiliki segmen pasar yang cukup sempit dengan fokus kepada golongan/komunitas penggiat barang jadul sebagai segmen pasar utama, dimana kualitas utama yang ditawarkan adalah rasa nostalgia dari produk tersebut

Kata Kunci: Gawai, Limbah, *Teardown Frame*

## Abstract

With the rapid development and innovation in the world of Indonesian gadgets, manufacturers are starting to present a selection of cheap gadgets with modern specifications that can easily attract consumers' attention in Indonesia. However, this is often a reason for consumers to replace their devices when the latest variant is released to the public, either because they feel bored or the device they are using is old/outdated, or because the cheap price means the device cannot last long. This creates quite a serious problem because only a small portion of old gadgets can be reused and most of these gadgets end up as waste which can be dangerous to health because of the chemicals contained in the waste gadgets. However, the problem of gadget waste also presents several business opportunities, especially for those who pursue business in the creative industry. One form of product produced from processing this waste is the *Teardown Frame*. How this type of product can become a business opportunity in building a start-up business is the main priority of this research, a qualitative approach method is used to collect the necessary data and information, through Observation, Literature, Interviews, and Participants which helps the author in determining what business model is appropriate for this business as well as the production flow of the *Teardown Frame* product. Through this approach method, it can be concluded that this type of business has a fairly narrow market segment with a focus on the group/community of old school goods enthusiasts as the main market segment, where the main quality offered is the nostalgic feeling of the product.

Keyword: *Gadget, Waste, Teardown Frame*

Gawai atau gadget telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari semua orang. Sejak perkembangan awal gawai seperti komputer *ENIAC machine* di tahun 1945 yang digunakan sebagai alat untuk menghitung aritmatik, hingga ponsel pintar di abad ke-21 yang dapat memberikan kita segala kenyamanan dalam genggaman tangan, perkembangan teknologi yang pesat ini telah memberikan pengaruh yang besar pada kehidupan kita dan memberikan peluang kepada kita untuk melihat dunia yang lebih luas.

Namun terdapat pula beberapa masalah yang timbul dari perkembangan dan inovasi yang terus hadir dalam pengembangan gawai saat ini, salah satunya adalah opsi gawai murah dengan spesifikasi modern yang dengan mudah dapat memikat perhatian konsumen di Indonesia. Hal ini sering menjadi alasan bagi konsumen untuk mengganti gawai mereka disaat varian terbaru dirilis kepada publik baik karena mereka merasa bosan atau gawai yang mereka gunakan itu sudah jadul/ketinggalan jaman, atau memang karena harga yang murah membuat gawai tersebut tidak dapat bertahan dengan lama.

Jiwa konsumtif dari konsumen ini menimbulkan masalah yang cukup serius karena hanya sebagian kecil gawai yang sudah lama itu dapat digunakan kembali dan Sebagian besar dari gawai tersebut berakhir menjadi limbah yang dapat membahayakan kesehatan yang disebabkan oleh zat kimia yang terdapat pada limbah gawai tersebut. Di Indonesia sendiri menurut Andarani diperkirakan hingga tahun 2025, limbah elektronik bisa mencapai 622.000 ton setiap tahunnya. Umumnya limbah elektronik mengandung bahan berbahaya, tetapi sekaligus berharga. Rohman tidak menemukan *e-waste* di tempat pembuangan akhir umum (TPA). Melainkan sebagian besar limbah elektronik (termasuk limbah B3) masih tersimpan dirumah atau diberikan langsung kepada pengepul informal seperti pemulung. Lalu bagaimana saja penanganan limbah elektronik ini? Jika limbah elektronik ini sangat jarang dijumpai di TPA, maka bagaimanakah penanganan yang terjadi pada limbah elektronik ini?

Belakangan ini telah muncul sebuah tren di negara barat dimana mereka mendaur ulang limbah gawai mereka menjadi sebuah produk karya hiasan

dinding yang sering kali disebut dengan nama "*Teardown Frame*" dimana gawai akan dibongkar total dan disusun dalam sebuah bingkai dengan beberapa informasi tertulis menjelaskan nama dan fungsi dari bagian-bagian gawai yang telah di bongkar biasanya desain dari penataan informasi ini akan menyesuaikan dengan tema yang dimiliki dari gawai yang digunakan, ini kemudian menjadi populer terutama pada mereka yang merupakan kolektor/penggiat barang jadul dengan menampilkan gawai-gawai seperti ponsel tua seperti Nokia dan Blackberry, kamera film/analog, kamera saku digital (*digicam*), pemutar musik kaset (*walkman & tape radio*), dan *Game Handheld* jadul seperti Nintendo Gameboy. Hal ini didasari oleh kenangan/ikatan tertentu yang mereka miliki pada gawai tersebut, dan keinginan untuk mengapresiasi nilai sentimental yang dimiliki oleh gawai tersebut melalui sebuah perspektif yang berbeda dari yang lain. Tren ini juga telah sampai di Indonesia, dengan munculnya beberapa usaha kecil di pulau jawa yang menawarkan jasa yang sama melalui sosial media seperti Instagram.

Tren ini pula yang mendorong pendirian usaha rintisan Bingkai Jadoel Project, dengan memanfaatkan latar belakang penulis sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual, karena tidak hanya memberikan kesempatan pada penulis untuk membuat sebuah karya yang unik dan menjualnya sebagai produk wirausaha, usaha ini juga secara tidak langsung membantu dalam mendaur ulang limbah gawai (elektronik), dapat memberikan opsi lebih luas pada masyarakat yang mengikuti tren tersebut, terutama bagi mereka yang memiliki barang koleksi yang sudah tidak dapat dipakai lagi (mati total/rusak) yang biasanya hanya akan dijual untuk bagian-bagian yang masih bisa dipakai (barang kanibalan) atau dibuang begitu saja. Dengan pelaksanaan usaha ini penulis berharap dapat membantu meningkatkan kesadaran Masyarakat mengenai limbah gawai yang mereka miliki, bahwa limbah gawai tersebut masih bisa diolah menjadi sebuah karya/kerajinan *Teardown Frame* dengan fungsi sebagai dekorasi ruangan yang bisa digunakan untuk menghias ruang rumah (untuk penghobi) atau menghias tempat bisnis (untuk mereka yang memiliki usaha yang berkaitan dengan gawai tersebut) dengan barang yang sebelumnya tidak terpakai dan akan di buang begitu saja.

Terdapat pula aspek nilai sentimental yang dimiliki oleh produk *Teardown Frame* yang dapat digunakan sebagai nilai jual utama untuk meningkatkan penjualan produk seperti ini dalam pendirian usaha rintisan Bingkai Jadoel Project. Dengan memanfaatkan rasa/sensasi nostalgia yang dimiliki oleh konsumen terhadap gawai lama/jadul yang mereka punya sebelumnya untuk membangun sebuah strategi pemasaran dari nilai sentimental tersebut, kemudian memasarkan produk *Teardown Frame* sebagai opsi yang bisa di pilih oleh konsumen untuk mengabadikan kenangan gawai mereka dalam bentuk karya hiasan ruangan dan dapat menceritakan sejarah dan ikatan personal yang dimiliki oleh konsumen.

## METODE PENELITIAN

Perancangan membutuhkan pendekatan kualitatif, dimana pendekatan kualitatif merupakan hal yang menekankan pada makna, penalaran, definisi atas suatu situasi tertentu (Raharja, dkk, 2009:52). (Basri, 2014) menyimpulkan bahwa fokus dari penelitian kualitatif adalah pada prosesnya dan pemaknaan hasilnya. Fokus penelitian kualitatif lebih tertuju pada elemen manusia, objek, dan institusi, serta hubungan atau interaksi di antara elemen-elemen tersebut, dalam upaya memahami suatu peristiwa, perilaku, atau fenomena (Mohamed, Abdul Majid & Ahmad, 2010).

### Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Dari pengertian tersebut di atas dapat diketahui bahwa teknik pengumpulan data sangat erat hubungannya dengan masalah penelitian yang ingin dipecahkan. Masalah memberi arah dan mempengaruhi penentuan teknik pengumpulan data. Adapun teknik atau cara pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam pendirian usaha Bingkai Jadoel Project adalah sebagai berikut:

#### a) **Observasi**

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Metode observasi sering kali menjadi pelengkap data yang diperoleh dari wawancara mendalam dan survei. Dalam pelaksanaan kegiatan wirausaha ini, observasi yang dilakukan terhadap tren produk, pelaku usaha, serta konsumen dari produk *Teardown Frame*. Observasi lanjutan juga dilakukan secara langsung, melalui wawancara dan diskusi langsung dengan konsumen produk *Teardown Frame*, dengan beberapa poin pertanyaan mengenai latar belakang mereka, ketertarikan/hobi mereka, dan alasan mereka membeli produk *Teardown Frame*.

#### b) **Kepustakaan**

Studi kepustakaan juga berarti teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap buku, literatur, catatan, serta berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan (Nazir, 2003). Dalam studi kepustakaan ini beberapa sumber literasi mengenai dasar desain, promosi/marketing, dan riset pasar digunakan sebagai fondasi dasar dalam pendirian usaha Bingkai Jadoel Project dan Desain *Teardown Frame*, kemudian hasil penelitian dan jurnal yang membahas mengenai metode penelitian dan *business canvas model (BMC)* digunakan untuk mendapatkan metode yang sesuai dalam pengumpulan data lalu menentukan model bisnis apa yang cocok dengan usaha Bingkai Jadoel Project berdasarkan data yang telah dikumpulkan.

#### c) **Wawancara**

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber. Dalam penerapannya, penulis melakukan wawancara kepada narasumber yang melakukan dan juga mengamati kegiatan atau aktivitas yang mereka lakukan di tempat tersebut (Yusuf, 2017: 365). Sehingga dalam pendekatan ini, istilah yang akan digunakan oleh penulis adalah informan.

Pemilihan informan dalam pendekatan ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam

Sugiyono, (2016: 85). Alasan pemilihan teknik *purposive sampling* dalam penelitian ini dikarenakan untuk mengungkapkan bagaimana usaha jenis ini dapat dibentuk serta untuk memahami segmentasi konsumen dari pasar untuk produk ini.

Informan yang akan dijadikan sampel disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu berdasarkan tujuan penelitian. Menurut Hendarsono dalam Suyanto (2005: 171-172), informan penelitian meliputi tiga macam, yaitu:

- 1) Informan kunci, yaitu informan yang memiliki informasi secara menyeluruh tentang permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Dalam penelitian ini, informan kuncinya adalah pelaku usaha sejenis dari produk *Teardown Frame*.
- 2) Informan utama, yaitu orang yang mengetahui secara teknik dan detail tentang masalah penelitian. Dalam penelitian ini, informan utama adalah pelaku usaha sejenis dari produk *Teardown Frame*.
- 3) Informan tambahan, yaitu orang yang dapat memberikan informasi tambahan sebagai pelengkap analisis dan pembahasan dalam penelitian. Dalam penelitian ini informan tambahan adalah Konsumen dari produk *Teardown Frame*.

#### d) Dokumentasi

Dokumentasi, merupakan Teknik pengumpulan data dengan mencatat data-data dari hasil survei baik berupa artikel, selebaran, foto dokumentasi dan sebagainya (Saifuddin Azwar, 2004:109). Metode ini mendokumentasikan segala hal yang berkaitan dengan proses pengumpulan data dan pembuatan dari produk *Teardown Frame*.

#### e) Partisipan

Partisipan adalah semua orang atau manusia yang berpartisipasi atau ikut serta dalam suatu kegiatan. Menurut Sumarto (2003, 17) Pengambilan bagian atau keterlibatan orang atau masyarakat dengan cara memberikan dukungan (tenaga, pikiran maupun materi) dan tanggung jawabnya terhadap setiap keputusan yang telah diambil demi tercapainya tujuan yang telah ditentukan bersama.

Dapat disimpulkan bahwa partisipan adalah subjek yang dilibatkan di didalam kegiatan

mental dan emosi secara fisik sebagai peserta dalam memberikan respon terhadap kegiatan yang dilaksanakan dalam pendirian usaha Bingkai Jadoel Project serta mendukung pencapaian tujuan dan bertanggung jawab atas keterlibatannya. Dalam penelitian ini peneliti melibatkan beberapa partisipan yaitu:

1. Penulis sebagai pelaksana utama dalam pendirian usaha rintisan Bingkai Jadoel Project
2. Bapak yohanes Priyanto selaku pemilik dari Glory Cellular yang telah menjadi mitra penulis dalam mempelajari teknik pembongkaran gawai serta sebagai *supplier* untuk kebutuhan *spare part* penulis
3. Kakak Noven (Pegawai Glory Cellular) sebagai mentor yang memandu penulis dalam mempelajari teknik pembongkaran gawai.
4. Koko Kenzi selaku *supplier* tambahan untuk kebutuhan dari pembuatan *Teardown Frame*.

## ANALISA DATA

Analisa digunakan untuk mengeksplorasi solusi, formulasi gagasan dari sekelompok individu yang menguasai masalah dan memiliki kompetensi untuk memberikan gagasan terkait desain yang akan diciptakan. Berdasarkan hasil analisa dapat diketahui aspek apa saja yang perlu diperhatikan dalam melaksanakan pendirian usaha Bingkai Jadoel Project yang didasari oleh latar belakang, yaitu pengolahan limbah menjadi produk *Teardown Frame* dengan fokus kepada nilai sentimental dari produk tersebut yang kemudian digunakan untuk menentukan rumusan masalah, setelah itu menentukan model usaha hingga proses pembuatan produk *Teardown Frame*. Analisa dilakukan mulai dari menentukan model usaha/*business model* berdasarkan data yang telah dikumpulkan, kemudian menentukan strategi serta media pemasaran yang cocok digunakan guna mencapai segmen pasar yang dicari untuk produk ini, mulai melakukan produksi dari produk *Teardown Frame* sekaligus mengimplementasikan elemen desain komunikasi visual seperti ilustrasi, tipografi, warna, teks, dan *layout* pada desain *Teardown Frame*, dan yang terakhir adalah menentukan harga jual dari produk *Teardown Frame*.

## Penentuan Model Bisnis/Usaha

Dalam menentukan model bisnis dari usaha Bingkai Jadoel Project penulis menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) untuk mengolah data yang telah dikumpulkan melalui riset pasar. Sebuah *Business Model Canvas* memiliki pendekatan luar-dalam melibatkan eksplorasi peluang untuk inovasi dengan melihat organisasi melalui berbagai jenis model bisnis ideal, atau pola dasar model bisnis (Joyce and Paquin 2016).

Dengan memecah dan mengorganisir data yang telah dikumpulkan kedalam sembilan komponen dari metode BMC penulis dapat melakukan analisa mengenai aspek apa saja yang menjadi pertimbangan dalam menetapkan model bisnis usaha ini. Sembilan komponen tersebut terdiri dari:

1. **Customer segment (CS)**, yaitu menentukan segmen target customer dari produk *Teardown Frame* yang akan diproduksi, dalam hal ini konsumen produk *Teardown Frame* terdiri dari; kalangan usia 18-30 tahun, memiliki ketertarikan kepada teknologi jadul, serta mendalami industri yang berkaitan dengan perkembangan teknologi *gadget/gawai*,
2. **Value proposition (VP)**, yaitu menentukan nilai dari produk *Teardown Frame* dengan memperkirakan kebutuhan customer yang sudah diidentifikasi pada *customer segment*, dalam hal ini *value* dari produk *Teardown Frame* terdapat pada ikatan/kenangan (nilai sentimental) yang dimiliki masing-masing konsumen terhadap *gadget/gawai* mereka, terdapat mereka yang menghargai *gawai* tersebut atas kenangan yang dimiliki, ada juga yang menyimpan *gawai* mereka sebagai bukti sebuah pencapaian yang mereka dapatkan bersama *gawai* tersebut. Apresiasi ini lah yang memberikan sebuah *value* dari produk *Teardown Frame* kepada konsumen yang ingin mengabadikan *gawai* mereka,
3. **Customer relationship (CR)**, yaitu mendefinisikan hubungan antara sektor usaha dengan customer, dalam hal ini hubungan dari usaha Bingkai Jadoel Project dengan konsumennya adalah sebagai penyedia jasa pengolahan *gawai* yang dimiliki oleh konsumen menjadi sebuah produk *Teardown Frame*, melalui pendekatan secara personal untuk mendalami karakter dan ikatan yang dimiliki oleh konsumen terhadap *gawai* mereka, sehingga penulis sebagai pelaku usaha

dapat membuat sebuah produk yang istimewa bagi konsumen serta menaikkan nilai produk dimata konsumen,

4. **Channel (CH)**, yaitu suatu cara yang dapat digunakan untuk mencapai *customer*, dalam hal ini penulis memilih untuk menggunakan jalur pemasaran digital, melalui media sosial seperti instagram dan lapak *e-commerce* seperti facebook marketplace sebagai jalur utama untuk mencapai konsumen,
5. **Revenue stream (RS)**, yaitu representasi dari jalur penerimaan uang yang akan diterima dari setiap *customer segment*, dalam hal ini usaha Bingkai Jadoel Project menggunakan jenis arus pendapatan yang dihasilkan dari satu kali transaksi pembayaran konsumen, transaksi yang dimaksud adalah pembayaran yang dilakukan oleh konsumen setiap mereka memesan 1 produk *Teardown Frame*.
6. **Key resource (KR)**, adalah sumber daya utama yang menjelaskan mengenai asset terpenting yang diperlukan dalam membuat model bisnis, dalam hal ini sumber daya utama yang dimiliki oleh usaha Bingkai Jadoel Project berupa manusia yang menjalankan operasional usaha ini, diantaranya; teknisi *gawai*, desainer produk, sosial media marketing. Yang saat ini perannya diisi sepenuhnya oleh penulis.
7. **Key activities (KA)**, adalah kegiatan utama yang memberikan nilai (*value*) yang lebih terhadap sebuah usaha dan membedakannya dari usaha lain, dalam hal ini aktifitas utama yang dilakukan oleh usaha Bingkai Jadoel Project adalah membuat sebuah produk yang memiliki ikatan personal dengan konsumennya.
8. **Key partners (KP)**, adalah kunci kemitraan yang menjelaskan jaringan pemasok dan mitra, dalam hal ini mitra utama untuk usaha Bingkai Jadoel Project untuk memasok barang yang dibutuhkan dalam membuat sebuah produk *Teardown Frame* adalah kolektor barang jadul/antik, toko penjual spare part elektronik, pengepul limbah elektronik, dan tempat produksi bingkai kustom.
9. **Cost structure (CR)**, adalah struktur biaya yang menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan, dalam hal ini struktur pengeluaran biaya yang dimiliki oleh usaha Bingkai Jadoel Project antara lain; biaya bahan baku, biaya operasional (non materil), serta biaya pemasaran/marketing.

## Strategi Pemasaran

Terdapat beberapa strategi yang penulis rasa sesuai produk ini dengan memanfaatkan aspek nilai sentimental yang dimiliki oleh sebuah gawai lama untuk para calon konsumen, yang kemudian dapat diterapkan untuk meningkatkan nilai/*value* dari produk *Teardown Frame* dimata konsumen. Beberapa strategi tersebut diantaranya :

1. **Storytelling**, yaitu dengan membuat narasi yang menarik seputar produk *Teardown Frame*. Bagikan kisah di balik gawai yang digunakan dalam bingkai, menyorot makna historis, kenangan pribadi, atau evolusi teknologinya. Tekankan bagaimana karya-karya ini memiliki nilai sentimental dan membangkitkan emosi.
2. **Personalisasi**, yaitu dengan menawarkan opsi kostumisasi yang memungkinkan pelanggan untuk memberikan sentuhan pribadi guna memperkuat nilai sentimental, sehingga menjadikannya karya yang unik dan bermakna bagi setiap pembeli.
3. **Gift Potential**, yaitu dengan memposisikan *Teardown Frame* sebagai ide hadiah yang luar biasa, dengan fokus pada kemampuannya merangkum kenangan dan emosi. Dengan fokus kepada acara seperti ulang tahun, hari jadi (*anniversary*), atau hari raya sebagai momen sempurna untuk menghadiahkan sesuatu yang sangat berarti kepada mereka yang memiliki ketertarikan/hobi kepada gawai lama/jadul.

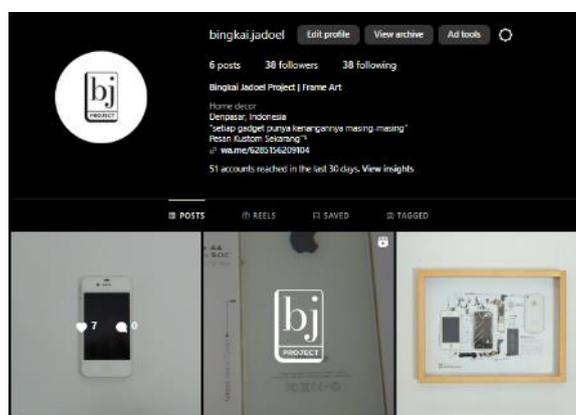
## Media Pemasaran Produk

Dalam perkembangan teknologi dalam dunia industri 4.0 penulis mendapatkan banyak sekali opsi dalam memilih tempat dan jasa untuk memasarkan produk *Teardown Frame*, diantaranya adalah penggunaan *Platform* digital seperti media sosial dan *e-commerce* sebagai tempat pemasaran produk ini.

### a. Media Sosial (Instagram)

Dengan fungsi media sosial sebagai wadah untuk berinteraksi secara online membuatnya sesuai sebagai salah satu opsi yang dapat digunakan sebagai tempat pemasaran produk, terlebih lagi hampir seluruh *platform* media sosial besar seperti Instagram menyediakan opsi akun bisnis dimana mereka memberikan berbagai fitur tambahan dibanding akun biasa

seperti data analisis mengenai engagement pada akun, mengembangkan promosi produk atau jasa melalui konten yang di unggah, dan masih banyak lagi.



**Gambar 1.** Tampilan Profile Instagram dari Bingkai Jadoel Project  
(Sumber : Dokumentasi Ananda, 2023)

### b. E-commerce

Marketplace seperti pasar di dunia maya yang mempertemukan antara penjual dan pembeli. Pihak penjual yang memiliki lapak di marketplace, seperti Lazada dan Shopee, hanya perlu menjalani aktivitas jual beli dan meladeni pesanan yang dilakukan oleh pembeli.

Berdasarkan penjelasan diatas dan menyesuaikan dengan riset mengenai penjual produk *Teardown Frame* di Indonesia, penulis dapat mengambil keputusan mengenai *Platform e-commerce* yang akan digunakan oleh penulis sebagai tempat menyalurkan produk dan jasa dari usaha Bingkai Jadoel Project. Berdasarkan kegunaan dan jangkauan yang di miliki oleh masing-masing *Platform*, terdapat 2 tempat yang dapat menjadi opsi untuk penulis memasarkan produk *Teardown Frame* ini.

Pertama ada Facebook Marketplace, *e-commerce* ini merupakan salah satu fitur seperti lapak virtual yang ditawarkan dalam aplikasi media sosial Facebook dimana penggunaanya dapat menjual barang/jasa apapun (selama tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan oleh facebook), *Platform* ini cocok untuk digunakan oleh penulis karena jangkauannya yang cukup luas untuk wilayah lokal, yang sesuai dengan tujuan penulis untuk

memfokuskan penjualan produk *Teardown Frame* di daerah Bali.

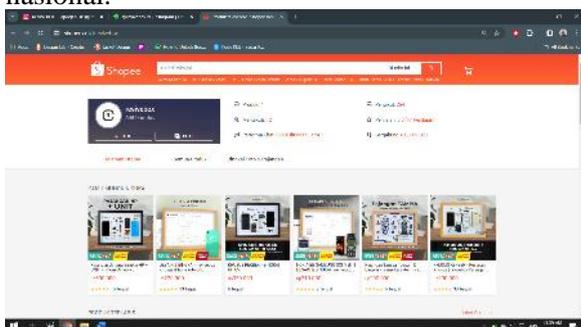


**Gambar 2.** Produk *Teardown Frame* milik Dapat Decorative di Facebook Marketplace (Sumber :

<https://www.facebook.com/marketplace/profil-e/100000035238730>, diakses pada 10 Desember 2023)

Kedua ada *e-commerce* seperti Shopee yang merupakan salah satu Platform *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara, dimana menurut [goodstats.id](http://goodstats.id) di Indonesia Shopee sendiri dikunjungi oleh 167 juta orang pada Kuartal 2 tahun 2023. Alasan kenapa Platform seperti Shopee menjadi salah satu opsi dalam pemasaran produk *Teardown Frame* adalah kepercayaan dan keamanan yang diberikan oleh Shopee kepada penggunanya, dimana mereka bisa berbelanja tanpa perlu takut kehilangan uang jika barang yang dipesan tidak sesuai atau tidak terkirim.

Ini karena berbeda dari Facebook Marketplace dimana Facebook hanya berperan sebagai tempat/media pemasaran, Shopee sendiri tidak hanya bertindak sebagai tempat/media pemasaran tetapi juga sebagai perantara langsung antara penjual dan pembeli yang bergerak untuk kepentingan kedua belah pihak. Sehingga membuka opsi yang lebih luas kepada penulis sebagai pelaku usaha untuk mengembangkan pemasaran produk *Teardown Frame* kepada konsumen baru ditingkat nasional.



**Gambar 3.** Produk *Teardown Frame* milik Revive Box di Shopee (Sumber : <https://shopee.co.id/revivebox>, diakses pada 10 Desember 2023)

## Proses Pembuatan Produk

Bagian ini berisi dokumentasi dari proses pembuatan produk salah satu *Teardown Frame* dari gawai iPhone 4 yang telah dipesan sebelumnya oleh konsumen Bingkai Jadoel Project, terdapat beberapa dalam tahapan pembuatan produk ini antara lain:

### 1. Pembongkaran Gawai

Pada tahap ini pembongkaran dilakukan terhadap gawai yang telah diterima penulis dari konsumen/pemesan melalui *pre-order*. Kemudian menggunakan peralatan seperti obeng, *heatgun*, *suction cup*, dan spatula/pick plastik, penulis membongkar gawai tersebut menjadi bagian/part dasar dari gawai tersebut.



**Gambar 4.** Pembongkaran ponsel iPhone 4 untuk pesanan *Teardown Frame* (Sumber : Dokumentasi Ananda, 2023)



**Gambar 5.** Tampilan dari bagian/part ponsel iPhone 4 yang telah dibongkar

(Sumber : Dokumentasi Ananda, 2023)

## 2. *Layout dan Sketsa/Thumbnail*

Thumbnail adalah gambar atau sketsa secara garis besar dan kasar untuk memvisualkan pedekatan lay out yang tidak detail. Thumbnail sangatlah mendasar. Garis-garis lurus atau berlekuk menandai penempatan teks dan untuk menandai penempatan visual digunakan coretan-coretan yang menyerupai gambar secara kasar dan akan dikembangkan lagi lebih lanjut.

Dalam tahapan ini penulis menentukan tata letak dari bagian/part dari gawai yang telah di bongkar. Dimulai dengan menata bagian tersebut diatas kertas untuk memvisualisasikan *layout* dari part tersebut, kemudian melakukan *tracing* dan memberikan garis penunjuk antar part untuk mempermudah digitalisasi dari *layout* tersebut.

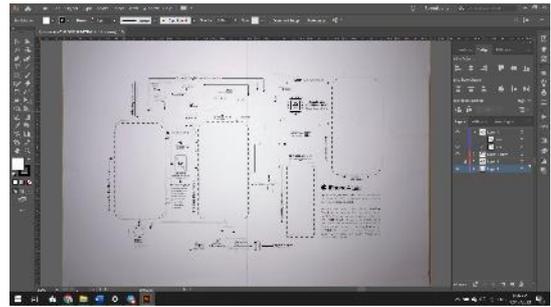


**Gambar 6.** Penentuan layout dari bagian ponsel Iphone 4 yang telah dibongkar untuk pembuatan sketsa dasar

(Sumber : Dokumentasi Ananda, 2023)

## 3. *Digitalisasi Sketsa*

ini merupakan tahap lanjutan dari *Layout* dan *Sketsa/Thumbnail*, penulis mengubah sket dasar diatas kertas menjadi desain digital menggunakan aplikasi Adobe Illustrator (salah satu aplikasi desain berbasis vector), aplikasi ini digunakan untuk memastikan detail dari setiap elemen pada desain tetap terlihat tajam.



**Gambar 7.** Digitalisasi sketsa layout menggunakan aplikasi Adobe Illustrator (Sumber : Dokumentasi Ananda, 2023)

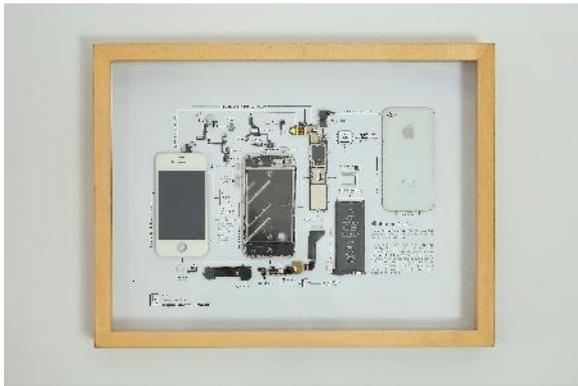
## 4. *Cetak Desain dan Pemasangan*

Tahapan akhir dari pembuatan *Teardown Frame*. Dalam tahapan ini penulis menggunakan kertas art paper sebagai media cetak dari desain *layout Teardown Frame* karena karakteristik dari kertas ini yang kokoh dan mampu memberikan hasil cetak yang terlihat tajam, kemudian peralatan seperti; pinset, lem, dan jarum untuk menempelkan *part* dari gawai pada desain yang sudah tercetak.



**Gambar 8.** Pemasangan bagian/part dari ponsel Iphone 4 pada desain yang telah dicetak

(Sumber : Dokumentasi Ananda, 2023)



**Gambar 9.** Tampilan produk akhir dari *Teardown Frame* ponsel Iphone 4  
(Sumber : Dokumentasi Ananda, 2023)

### Penentuan Harga Jual Produk

Harga jual adalah besarnya harga yang akan dibebankan kepada konsumen, dan diperoleh atau dihitung dari biaya produksi ditambah biaya non produksi, serta laba yang diharapkan. Untuk pembangunan usaha Bingkai Jadoel Project penulis memutuskan bahwa *Mark-up Pricing* merupakan cara paling tepat untuk digunakan dalam menentukan harga jual dari produk *Teardown Frame*.

*Mark-up Pricing* merupakan cara menentukan harga dimana harga jual ditentukan berdasarkan jumlah persentase margin dari modal, dengan menggunakan rumus:

$$\text{Harga jual} = \text{Modal} + (\text{Modal} \times \text{Persentase Margin})$$

Dapat dijabarkan seperti berikut, jika modal yang penulis habiskan dalam memproduksi 1 produk *Teardown Frame* adalah Rp 110.000, kemudian produk tersebut akan dijual dengan selisih keuntungan yang ingin diperoleh sebesar 75% sebagai biaya untuk waktu dan keterampilan penulis dalam membuat produk tersebut. Maka harga akhir yang harus diberikan adalah:

Harga Jual:

$$= \text{Rp } 110.000 + (\text{Rp } 110.000 \times 75\%)$$

$$= \text{Rp } 110.000 + (\text{Rp } 82.500)$$

$$= \text{Rp } 192.500$$

### KESIMPULAN

Dalam pembentukan sebuah usaha sangat penting bagi seorang calon wirausahawan untuk melakukan riset mendalam mengenai potensi serta pasar dari produk yang akan mereka jual, guna memastikan keuntungan yang maksimal dari penjualan produk tersebut dan menghindari risiko yang akan datang. Dimana terdapat beberapa poin utama yang harus diperhatikan dalam mendirikan sebuah usaha rintisan/*start up* diantaranya seperti menentukan model bisnis/usaha, mengenal segmen konsumen, menyusun strategi pemasaran, menentukan jalur pemasaran, menghitung biaya pengeluaran, memastikan kualitas produksi barang, serta menentukan harga jual dari sebuah produk.

Selama melakukan riset mengenai tren produk *Teardown Frame* untuk memahami potensi yang dimiliki oleh produk jenis ini, penulis menemukan bahwa peluang usaha dari produk ini terdapat pada keunikan yang dimiliki oleh sebuah produk *Teardown Frame*, *Teardown Frame* sendiri dapat dikategorikan sebagai sebuah karya seni modern dengan fungsi utama sebagai dekorasi interior/ruangan dengan nilai/*value* dari produk yang terdapat pada apresiasi nilai sentimental yang ditunjukkan kepada produk *Teardown Frame* tersebut sebagai sebuah karya seni yang memiliki sebuah ikatan atau sejarah bagi pemiliknya. Walaupun segmen konsumen dari produk ini dapat dikatakan sangat kecil dan terfokus kepada golongan tertentu seperti seorang kolektor atau penggiat gawai antik, namun ini tidak menutupi potensi dari produk ini dalam mendirikan sebuah usaha di bidang industri kreatif.

Terdapat pula peranan kecil dari sebuah produk *Teardown Frame* sebagai opsi untuk mengolah gawai lama yang biasanya ditinggalkan/dibuang begitu saja sebagai limbah menjadi sebuah produk karya seni dengan nilai estetika. Walau dampak yang dimiliki oleh produk ini terhadap pengolahan limbah gawai masih terbilang kecil, namun dengan pemasaran dan penyebar luasan dari tren produk ini dapat memberikan sebuah pilihan alternatif kepada masyarakat dalam menentukan apa yang harus mereka lakukan terhadap gawai lama yang sudah tidak terpakai.

## DAFTAR RUJUKAN

- Wijaya, Rhistryadi. (2020). Strategi Pengembangan Model Bisnis Dengan Pendekatan Wawasan Pelanggan (Studi Kasus UMKM Home Siomay, Kota Bogor). Undergraduate Thesis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Nurani, Siti Rani (2015). Peranan Riset Dan Desain Produk Terhadap Pemasaran Produk Perusahaan Wajan. *EKONOLOGI: JURNAL ILMU MANAJEMEN*, 2(02). Universitas Galuh Ciamis.
- Sugiharto (2022). Memanfaatkan *E-commerce* Dengan Benar. Palembang : [djkn.kemenkeu.go.id](http://djkn.kemenkeu.go.id)
- Antari, Ni Putu Elly Kisna; Trinawindu, Ida Bagus Ketut; Wirawan, I Gusti Ngurah. (2022). Perancangan Animasi Reels Instagram Sebagai Media Promosi Merchandise HNS Invasion di HNS Studio. *AMARASI: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*, 3(02), 173-180.
- Putra, Surya Wijaya; Janottama, I Putu Arya; Putra, Gede Bayu Ssegara. (2023). Perancangan Media Pembelajaran Interaktif Untuk Siswa Jurusan Desain Komunikasi Visual di SMK TI Bali Global Denpasar. *AMARASI: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*, 4(02), 204–210.
- Dharma, I Gusti Ngurah Bagus L. K. Adi; Astuti, Ni Ketut Rini; Cahyadi, I Wayan Agus Eka. (2022). Perancangan Komunikasi Visual Album Z Season II Oleh Blxkboyz Records di Denpasar. *AMARASI: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*, 3(01), 25-31.

## Daftar Narasumber

Azrel Leony Aqsal, 23 tahun, Fotografer & Videografer, 12 November 2023, wawancara dilakukan langsung di kedai kopi Aboe Talib Denpasar

I Putu Octa Wiarsa, 21 tahun, Mahasiswa DKV INSTIKI & Freelance Videographer, 13 November 2023, wawancara dilakukan langsung di kedai kopi Aboe Talib Denpasar