

## BAB II

### DESKRIPSI OBYEK DAN WILAYAH PENELITIAN

Pada bagian ini, peneliti akan melaksanakan penelitian terhadap objek penelitian yang telah di tentukan sebelumnya, yaitu terhadap Du Anyam. Du Anyam merupakan kewirausahaan yang bergerak pada bidang *social enterprise* yang berlokasi di Jakarta, dengan pengelolaan produk di daerah Larantuka, Nusa Tenggara Timur. Peneliti akan berusaha untuk mendeskripsikan dan melampirkan mengenai profil perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi, logo Du Anyam, *value* yang diterapkan hingga pencapaian yang telah diperoleh selama menjalankan usaha ini.

#### A. SEJARAH DU ANYAM

Awal mula lahirnya Du Anyam dimulai pada tahun 2014, saat ketiga *founder* berkunjung ke Larantuka, dan menyadari kesenjangan dan potensi yang dimiliki orang masyarakat setempat. *Founder* dari Du Anyam terdiri atas Azalea Ayuningtyas, Melia Winata, dan Hanna Keraf. Dengan adanya keprihatinin yang dimiliki oleh ketiga *founder*, kemudian memutuskan untuk bisa membangun sebuah usaha bersama para mama-mama yang ada untuk bisa bergabung dan memperoleh penghasilan dengan potensi yang dimiliki, yaitu menganyam. “Du Anyam” berasal dari 2 kata yang memiliki makna, yaitu ‘*Dua*’ yang berasal dari bahasa lokal daerah Flores, berarti *Ibu* dan ‘*Anyam*’ merepresentasikan anyaman, sehingga jika disatukan maknanya adalah

*Anyaman Ibu-Ibu*. Hal tersebut kemudian sejalan dengan tujuan Du Anyam yang terdiri atas 3, yaitu (1) menghubungkan kearifan dan sumber daya lokal dengan pasar, (2) memberdayakan perempuan dengan memberikan keamanan ekonomi, dan (3) menyediakan saran untuk membawa dampak sosial lanjutan. Tujuan tersebut merupakan wujud solusi yang dilakukan oleh Du Anyam untuk bisa membantu kelangsungan hidup para Ibu penganyam dan anak-anak yang ada di daerah tersebut. Salah satu fenomena yang membuat Du Anyam terus berjalan adalah untuk mengurangi dan mengatasi salah satu fenomena *stunting* dan memberikan penghasilan agar para masyarakat yang ada di daerah Flores dapat hidup sejahtera (Du Anyam, Berkembangnya Social Enterprise serta Peran-Peran Pentingnya di Masa Sekarang, 2020).

Anyaman menjadi potensi yang dilihat oleh para *founder* Du Anyam dapat dikembangkan dan sesuai dengan keahlian yang dimiliki oleh masyarakat setempat. Di samping itu, meningkatkan dan memperkenalkan anyaman tentunya menjadi bagian penting, anyaman menjadi salah satu identitas Indonesia yang masih tidak terlalu diperhatikan dan perlu dipertahankan. Sebagai salah satu kewirausahaan yang memproduksi dan memasarkan produk anyaman, fokus utama Du Anyam terletak pada kategori *living* dan *style*. Du Anyam juga lebih berfokus pada pemasaran B2B namun tidak melepas peluang dengan juga bergerak pada bagian *retail* yaitu melalui *e-commerce*, salah satunya di Tokopedia dan lewat laman resmi mereka di *www.duanyam.com*, Shopee, dan Bukalapak.com (Du Anyam, Du Anyam, 2021)

Du Anyam sudah berdiri sejak tahun 2014 dan terus mengembangkan inovasi-inovasi baru lewat tim yang sudah dibentuk. Hingga saat ini Du Anyam memiliki lebih dari 1300 penganyam, memperluas daerah mulai dari daerah Flores, Nabire, hingga Hulu Sungai Utara. Tidak berhenti hanya bergerak pada B2B, Du Anyam juga sudah dikenal hingga di luar Indonesia, dengan melakukan kerja sama dan mengeksport produk hingga ke Amerika, Denmark, Australia, Belgium, Jepang, Korea Selatan, Singapore, dan Hong Kong. Produk Du Anyam juga sudah melakukan kerja sama dengan berbagai mitra, mulai dari hotel hingga *start up* yang ada di Indonesia. Berbagai penghargaan dan pencapaian juga terus diperoleh hingga di tahun 2020 ini. Bahkan, dengan *value* yang menarik dan menawarkan hasil karya Indonesia berkonsep *sustainable*, Du Anyam telah melakukan berbagai project kolaborasi mulai dari perhotelan, *furniture*, hingga dalam dunia *fashion*, salah satunya pada *Jakarta Fashion Week*. Du Anyam juga pernah dipercayakan untuk menjadi *merchandiser* untuk Asian Games 2018 dengan memberikan berbagai *custom* dan mempertahankan nilai anyaman (Du Anyam, Berkembangnya Social Enterprise serta Peran-Peran Pentingnya di Masa Sekarang, 2020)

Du Anyam sebagai sebuah *Social Enterprise Company* membangun lingkup kerja yang bersahabat. Terlebih, pada masa pandemik ini, Du Anyam menerapkan sistem kerja secara *online*. Dalam mengembangkan kewirausahaan ini, Du Anyam terdiri dari beberapa divisi yaitu *Operation, Marketing, Public Relation, Business Development* dan *Marketing*, dan *Design*. Keseluruhan departemen yang ada pada Du Anyam saling terkait satu sama lain dalam

mencapai *goals* yang sama. Keterkaitan antar satu departemen dengan departemen lainnya berusaha untuk memproyeksikan *value* yang dimiliki Du Anyam. Du Anyam menjalankan usaha dan melabel diri sebagai salah satu UMKM sejak 6 tahun yang lalu. Tentu sudah banyak pencapaian hingga kegagalan yang diperoleh. Melalui fase tersebut Du Anyam tentunya telah membangun strategi dan melakukan berbagai tindakan untuk dapat terus bertahan dan berkembang. Melakukan berbagai inovasi, mengolah dan merealisasikan ide-ide yang ada dengan tetap mengaitkan pada *value* yang ditetapkan membuat Du Anyam semakin dikenal masyarakat luas. *Juan Firmansyah, 25 Juni 2021*

## B. PROFIL PERUSAHAAN

### PT. Karya Du Anyam

Tabel 2.1 Profil Du Anyam

No.	Identitas	Keterangan
1.	Nama Perusahaan	PT. Karya Du Anyam
2.	Pendiri Perusahaan	Azalea Ayuningtyas Hanna Keraf Melia Winata
3.	Alamat Perusahaan	Jalan Batu Jajar No. 14, Sawah Besar, Gambir, Jakarta Pusat, Indonesia. Kode Pos 10120
4.	Kategori Perusahaan	UMKM ( <i>Social Enterprise</i> )

Du Anyam merupakan sebuah kewirausahaan yang bergerak dalam bidang *social enterprise* atau dapat dikatakan bergerak dalam bidang sosial. Du Anyam bergerak untuk bisa mendukung dan mendorong wanita yang ada di daerah Timur (Larantuka, Nusa Tenggara Timur) untuk bisa berkembang dan memiliki penghasilan sendiri. Du Anyam memproduksi dan memasarkan produk kerajinan anyaman dari daun lontar yang kemudian diolah menjadi berbagai produk anyaman. Du Anyam lahir dengan dilatar belakangi oleh keprihatinan terhadap kondisi perekonomian yang ada di daerah Timur Indonesia, tepatnya di Flores, NTT. Melia sebagai salah satu *founder*, menyatakan bahwa kesejahteraan itu tidak hanya dipegang oleh satu pihak melainkan banyak hal lain yang berkaitan secara tidak langsung, mulai dari kondisi kesehatan, keadaan sosial dan lain sebagainya. Du Anyam merupakan perusahaan yang dipelopori oleh 3 wanita yaitu, Azalea Ayuningtyas, Hanna Keraf dan Melia Winata.

## C. VISI DAN MISI PERUSAHAAN

### 1. Misi

Misi Du Anyam sebagai *social enterprise* adalah melakukan pemberdayaan ekonomi dan peningkatan Kesehatan bagi perempuan di pedesaan seluruh Indonesia. Du Anyam dibangun dengan menerapkan beberapa nilai yang didasari oleh tiga pilar utama yaitu:

- a. Memberdayakan Perempuan
- b. Mempromosikan Budaya

c. Meningkatkan Kesejahteraan

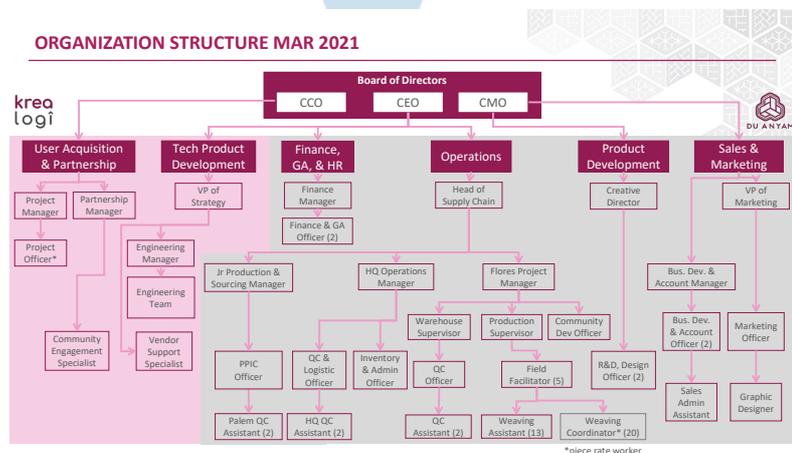
## 2. Visi

Visi Du Anyam adalah untuk meningkatkan kesehatan dan mutu hidup wanita yang ada di NTT, khususnya bagi ibu hamil.

## D. STRUKTUR ORGANISASI DARI DU ANYAM

Dalam menjalankan UMKM yang sedang dibangun, maka Du Anyam terbagi atas beberapa divisi dan tim untuk bisa menjalankan usaha yang dibangun menjadi lebih efektif dan bekerja sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Du Anyam yang dipelopori oleh 3 *founder*, yaitu Ayu, Hanna dan Melia kemudian membagi tim ke dalam 6 departemen. Mulai dari *User Acquisition & Partnership*, *Tech Product Development*, *Finance*, *General Affair*, dan *Human Resources*, *Operations*, *Product Development*, serta *Sales dan Marketing*.

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Du Anyam



(Sumber: Dokumen Internal Du Anyam)

## **E. LOKASI DU ANYAM**

Kantor pusat Du Anyam terletak di Jakarta Pusat, beralamatkan di Jalan Batu Jajar No. 14, Sawah Besar, Gambir, Jakarta Pusat, Indonesia. Sedangkan beberapa lokasi pemberdayaan wanita yang dilaksanakan Du Anyam terletak di Nabire (2017), Lembata (2018), Flores Timur (2014), Nagekeo (2019), Ngadha (2019), Hulu Sungai Utara (2020), dan di daerah Aceh sebagai daerah jaringan komunitas.

## **F. VALUE DU ANYAM**

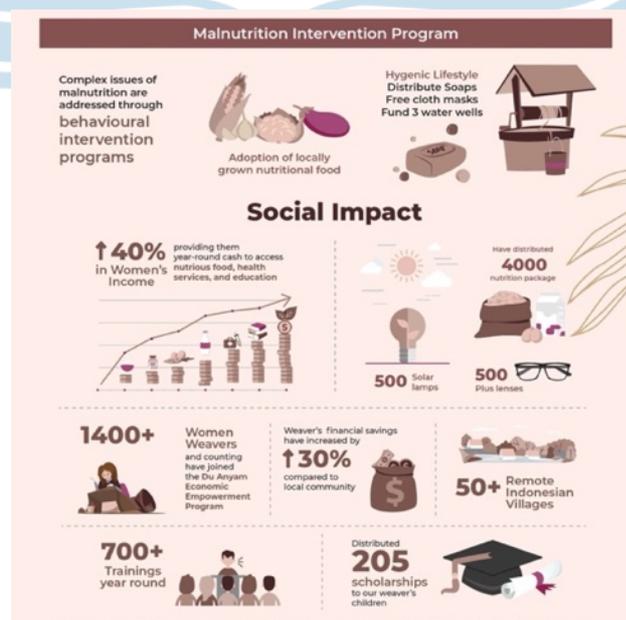
Dalam melaksanakan komunikasi pemasaran dan mengembangkan usaha yang dimiliki, tentu ada beberapa *value* yang dimiliki Du Anyam yang kemudian diterapkan untuk membentuk *brand image* yang positif. Adapun beberapa *value* yang ingin ditampilkan adalah:

1. Pemberdayaan wanita
2. Mempromosikan budaya
3. Meningkatkan taraf hidup masyarakat setempat

*Value* yang ingin disampaikan oleh Du Anyam dituangkan pada berbagai produk yang diproduksi dari bahan anyaman oleh mama-mama. Tidak sampai disitu, *value* ini juga disalurkan melalui kerja sama yang dijalin terhadap berbagai klien yang memiliki visi dan misi yang sama dalam meningkatkan *sustainability*, *eco-friendly* maupun pemberdayaan wanita, serta memajukan kesejahteraan masyarakat Indonesia (Du Anyam, Du Anyam, 2021).

Pada Gambar 2.2 menjelaskan bahwa melalui 3 *value* yang Du Anyam terapkan, Du Anyam telah memberikan perkembangan yang cukup pesat terhadap kemajuan pengetahuan dan pengambilan keputusan oleh para wanita yang ada di sana. Gambar menunjukkan bahwa kekuasaan wanita dalam melakukan pengambilan keputusan mengalami kenaikan hingga angka 19%, membuat keputusan pembelian rumah tangga hingga angka 29%, hingga pada pengetahuan mengenai nutrisi, mama-mama mulai memahami dan memercayai edukasi mengenai pentingnya nutrisi bagi anak hingga 20% serta edukasi mengenai protein yang penting hingga angka 192%. Dampak sosial yang Du Anyam berikan pada masyarakat setempat tentunya menjadi bukti nyata bahwa apa yang Du Anyam lakukan merupakan bisnis sosial yang mengedepankan komunitasnya.

**Gambar 2.2 Social Impact Du Anyam**



(Sumber: Website Du Anyam ([www.duanyam.com](http://www.duanyam.com)))

Dampak sosial yang diberikan oleh Du Anyam dengan melakukan pemberdayaan komunitas terhadap mama-mama dan melakukan penjualan produk anyaman memberikan peningkatan pada berbagai aspek bagi masyarakat yang tergabung di dalamnya, hal ini divisualisasikan pada gambar 2.3. Dengan melakukan riset terhadap isu terkait lokasi pemberdayaan yang dilakukan oleh Du Anyam, bahwa urgensi pada malnutrisi dan gaya hidup sehat yang belum terlalu diperhatikan. Adanya pemberdayaan yang dilaksanakan Du Anyam kemudian memberi dampak sosial dan pengaruh hingga kenaikan 40% pada pemasukan wanita yang ada di daerah binaan, memberikan pengetahuan lebih lanjut mengenai gaya hidup sehat, nutrisi hingga edukasi kesehatan, Du Anyam telah melakukan distribusi nutrisi hingga 4000 paket, memberikan penyaluran 500 kacamata bagi yang membutuhkan, hingga membangun 500 lampu solar terhadap daerah binaan, hingga telah melakukan distribusi 205 beasiswa bagi para anak penganyam yang tergabung dalam komunitas pemberdayaan Du Anyam.

Du Anyam juga telah membina kurang lebih sebanyak 1.400 mama penganyam dan terus bertambah selama pemberdayaan terus dilaksanakan. Pemasukan para penganyam juga terus meningkat hingga di angka 30%, yang mampu membuat kesejahteraan mama-mama penganyam mulai terjamin. Du Anyam juga terus melaksanakan pelatihan secara bertahap pada kurang lebih 700 orang pertahunnya. Melalui pelaksanaan pemberdayaan yang dilakukan, Du Anyam terus melakukan perluasan hingga melakukan lebih dari 50 pembinaan desa secara *remote* untuk bisa terus diberdayakan.

**Gambar 2.3 Persentase Kemajuan yang diperoleh Du Anyam**



Sumber: Website Du Anyam ([www.duanyam.com](http://www.duanyam.com))

## G. LOGO DU ANYAM

**Gambar 2.4 Logo Du Anyam**



## H. PENCAPAIAN DU ANYAM

Selama 6 tahun membangun usaha, Du Anyam telah melakukan dan menjalin banyak kerja sama bersama berbagai klien, baik secara domestik maupun internasional. Berbagai klien yang sudah pernah melakukan kerja sama

bersama Du Anyam di antaranya adalah Toyota, Samsung, Facebook, Grab, DBS, Bank Indonesia, Bank BRI, Gojek, Angkasa Pura, Marriott Hotel & Resorts, The Oberoi, Pullman Hotels & Resorts, Belmond, dan STREGIS. Tidak berhenti sampai di situ, Du Anyam juga melakukan pemasaran hingga ke beberapa negara, mulai dari USA, Eropa, dan Asia yang termasuk didalamnya adalah Amerika, Denmark, Australia, Belgium, Jepang, Korea Selatan, Singapore dan Hong Kong.

Bukan hanya melakukan kerja sama sebagai *partner* maupun konsumn, Du Anyam juga pernah dipercayakan sebagai *official merchandiser* dalam event Asian Games 2018, Annual Meetings 2018 International Monetary Fund World Bank Group, Event Kementerian PPN/Bappenas, KOMINFO, dan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia.

Tentu dengan berbagai pencapaian yang dimiliki oleh Du Anyam, *branding* yang mereka miliki mampu membuat *awareness* pada pihak lain yang kemudian membuat Du Anyam mampu menjadi panutan dan memperoleh berbagai penghargaan, yang diantaranya menjadi nominasi dan masuk dalam:

- a. Curated & Object Paris
- b. Salone del Mobil Milano
- c. NY Now – The Market for Home, Lifestyle + Gift

Du Anyam juga memperoleh berbagai penghargaan mulai dari masuk dalam Forbes 30 (Under 30), Gen T, MIT Ideas Global Challenge, Harper Bazaars – Women of The Year 2018, Kick Andy Heroes 2020, Mitra Juara Gojek, Good

Design Indonesia, Good Design Award, World Craft Council, dan Inacraft Award.

