

JURNAL KAJIAN BALI

Journal of Bali Studies

p-ISSN 2088-4443 # e-ISSN 2580-0698
Volume 10, Nomor 01, April 2020
<http://ojs.unud.ac.id/index.php/kajianbali>

Terakreditasi Sinta-2, SK Dirjen Penguatan Riset dan
Pengembangan Kemenristekdikti No. 23/E/KPT/2019



Pusat Penelitian Kebudayaan dan Pusat Unggulan Pariwisata
Universitas Udayana

Menghadapi Persaingan Pasar dan Teknologi Produksi: Pergulatan Perajin Perhiasan Tradisional di Desa Celuk, Bali

I Ketut Sida Arsa¹, Ni Made Ary Widiastini²,
Putu Indah Rahmawati³

¹Institut Seni Indonesia Denpasar

^{2,3}Universitas Pendidikan Ganesha

²Penulis koresponden: ary.widiastini@gmail.com

Abstract

Facing Market Competition and Production Technology: The Struggle of Traditional Jewelry Craftsmen in Celuk Village, Bali

The presence of jewelry casting machines in Celuk Village, Gianyar, Bali has caused a struggle among craftsmen in fighting for their business and production interests. This study aims to uncover and analyze the struggle practices. Data collection is done through interviews, observations and document studies. Data were analyzed with practical theory, deconstruction, mechanical reproduction and other supporting theories used eclectically. The results showed that the struggle was carried out in various ways depend on the capital they owned. All parties build images as an effort to maintain their existence. Various kinds of displays, product certificates, and discourse are played as media in struggling for their respective interests to win the market competitions. The struggle of jewelers craftsmen in Celuk gives birth to various forms of power relations, there are those who rule and are controlled. Power in jewelry is largely determined by space, time, and the amount of capital ownership.

Keywords: jewelry, Celuk Village, traditional craftsman, casting, market competition.

Abstrak

Kehadiran mesin *casting* perhiasan di Desa Celuk, Gianyar, Bali menimbulkan pergulatan di kalangan perajin dalam memperjuangkan kepentingan bisnis dan produksi mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dan menganalisis praktik pergulatan tersebut. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumen. Data dianalisis dengan teori praktik, dekonstruksi, reproduksi

mekanis dan teori pendukung lainnya yang digunakan secara eklektik. Hasil penelitian menunjukkan praktik pergulatan tersebut dilakukan dengan berbagai cara tergantung modal yang dimiliki. Semua pihak membangun pencitraan sebagai upaya mempertahankan eksistensinya. Berbagai macam *display*, sertifikat produk, dan wacana dimainkan sebagai media dalam memperjuangkan setiap kepentingannya masing-masing untuk memenangkan persaingan pasar. Pergulatan perajin perhiasan di Celuk melahirkan berbagai bentuk kekuasaan, ada pihak yang menguasai dan dikuasai. Kekuasaan dalam kerajinan perhiasan sangat ditentukan oleh ruang, waktu, dan besarnya kepemilikan modal.

Kata Kunci: perhiasan, Desa Celuk, perajin tradisional, *casting*, persaingan pasar.

1. Pendahuluan

Pengenalan teknologi untuk menghasilkan perhiasan emas dan perak telah berhasil di beberapa negara. Ini dapat mengurangi waktu dan biaya produksi. Konsep pengerjaan dan desain industri pada dasarnya berbeda, namun, akan diabaikan untuk mengabaikan hubungan yang kuat antara satu sama lain (Tsoumas, 2013). Perubahan teknik produksi yang digunakan untuk memproduksi perhiasan harus dipahami menggunakan pendekatan sosial humaniora. Seperti dijelaskan Belfiore dan Bennet (2010) bahwa melalui pendekatan humaniora, peneliti akan dapat memahami pengetahuan dan wawasan komunitas produksi seni.

Perhiasan adalah produk yang memiliki nilai artistik dan unik. Di masa lalu, perhiasan diciptakan oleh perajin melalui proses panjang dengan berbagai tahapan mulai dari pengolahan bahan baku (emas dan perak), tahap pembentukan dan *finishing*. Untuk menjadi seorang perajin yang handal seorang perajin membutuhkan waktu bertahun-tahun menempa diri dalam membuat perhiasan. Pembuatan perhiasan pada masa lalu dilakukan tidak semata-mata demi memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga sebagai media mencurahkan hasrat berkesenian.

Berdasarkan penelusuran awal, diketahui bahwa pengembangan kerajinan perhiasan saat ini lebih mengarah pada penerapan berbagai teknologi terutama teknologi *casting*, karena

dianggap mampu mengatasi berbagai masalah keterlambatan produksi. Mesin *casting* adalah seperangkat alat pengecoran logam yang mampu menghasilkan sebuah produk atau bentuk coran yang memiliki bentuk rumit, seperti ketipisan, kemiringan, kelengkungan, variasi radius kecil, kehalusan, kepresisian dan dimensi yang tinggi (Arsa, 2014). Kecenderungan pemanfaatan teknologi tersebut semakin mempertajam persaingan di kalangan perajin. Melalui kekuatan teknologi produksi pengusaha berusaha mengambil alih ranah produksi dari tangan perajin tradisional, sehingga memicu berbagai konflik sosial. Teknologi selalu menyembunyikan kekuatan ideologinya sehingga kelihatan seolah-olah sangat demokratis, akan tetapi alih-alih membawa pembebasan, justru membelenggu manusia (Lim, 2008: 19). Begitu juga yang terjadi dalam kerajinan perhiasan yang mulai dimasuki berbagai teknologi produksi.

Studi tentang penerapan teknologi dalam produksi seni mulai banyak bermunculan dalam beberapa tahun terakhir, tetapi fokus pembahasannya lebih banyak membahas masalah peningkatan kapasitas produksi. Berman (2012) mengkaji berbagai penggunaan teknologi digital dalam mempercepat dan meningkatkan akurasi produksi seni termasuk perhiasan. Tsoumas (2013) mengkaji penerapan teknologi dalam desain industri. Namun, sejauh ini belum ditemukan penelitian yang membahas mengenai pergulatan perajin tradisional dalam menghadapi persaingan pasar dan kemajuan teknologi produksi.

Fenomena pergulatan perajin dalam menghadapi persaingan pasar dan memilih antara bertahan dengan sistem produksi tradisional atau berbasis teknologi bisa diamati di Desa Celuk, Gianyar. Celuk adalah sentra kerajinan perhiasan terbesar di Bali. Terjadi persaingan yang sangat tinggi di kalangan perajin dan pengusaha yang melibatkan peran berbagai teknologi produksi. Artikel ini bertujuan untuk menjelaskan berbagai praktik pergulatan yang dilakukan perajin tradisional dan pengusaha yang melibatkan teknologi produksi dan ketrampilan perajin dalam membuat perhiasan.

2. Metode dan Teori

Penelitian ini dilakukan di Desa Celuk, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Bali, Indonesia. Berjarak sekitar 15 km dari Denpasar, ibu kota Bali. Desa Celuk dikenal sebagai pusat produksi dan penjualan perhiasan di Bali. Desa ini telah menjadi modal simbolik produsen perhiasan Bali. Penelitian dilakukan tahun 2017 hingga 2018, dengan melakukan observasi ke Desa Celuk, wawancara dengan para perajin dan pihak yang terlibat dalam reproduksi perhiasan, serta studi dokumentasi. Pengamatan partisipatif digunakan dalam penelitian ini untuk lebih dekat dengan subjek peneliti, termasuk: perajin, pengusaha dan pihak lain yang terlibat dalam produksi perhiasan di Desa Celuk. Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh informasi terperinci dengan dua puluh delapan informan terutama dalam aspek permainan praktik kekuasaan yang terjadi di kalangan perajin. Sedangkan studi dokumentasi dilakukan tidak hanya dengan melakukan pencarian literatur sesuai dengan studi yang dilakukan, tetapi juga mencakup pendokumentasian semua bentuk kegiatan perajin, pengusaha dan pihak lain yang terlibat dalam ruang lingkup penelitian ini.

Studi ini menggunakan teori praktik Bourdieu, teori reproduksi mekanis dari Walter Benjamin, dekonstruksi Derrida dan teori kritis lainnya. Teori tersebut digunakan menganalisis berbagai tindakan yang dilakukan oleh perajin yang terlibat dalam produksi dan distribusi perhiasan di Desa Celuk. Setiap praktik ditafsirkan menggunakan pendekatan kajian budaya (Barker, 2005). Interpretasi dan penyajian data yang memiliki hubungan dengan struktur teks narasi disusun berdasarkan keteraturan pola, aliran sebab dan akibat, dan proposisi, terkait dengan penampilan dan dimensi ideologi dan kekuatan sosial atau politik di belakangnya. Kesimpulannya termasuk hal-hal penting, makna subjektif, temuan konsep, dan proses universal. Hasil analisis data disajikan dalam bentuk naratif-deskriptif kritis.

3. Paradigma Hilangnya Aura Perhiasan

Paradigma hilangnya aura kerajinan perhiasan yang dimaksud adalah berbagai praktik pencitraan yang dibangun oleh para perajin tradisional dalam upaya mempertahankan eksistensinya. Perajin

perhiasan di Desa Celuk membangun pencitraannya dengan berbagai macam cara tergantung kepentingannya masing-masing. Citra sebagaimana yang dijelaskan Piliang (2003:16) adalah sesuatu yang tampak oleh indra, direalisasikan dengan tanda, dan realitas. Citra dibuat dengan berbagai isyarat dengan maksud agar orang lain mengerti akan pesan yang hendak disampaikan.

Pencitraan yang dilakukan oleh para perajin dan pengusaha dalam memperebutkan ruang-ruang dalam kerajinan perhiasan tidak bisa dilepaskan dari kondisi kehidupan sosial masyarakat di Desa Celuk. Mayoritas masyarakat Desa Celuk menekuni kerajinan perhiasan sebagai mata pencaharian pokok. Hal tersebut terbukti dengan adanya 187 pengusaha perhiasan dan 809 orang perajin yang tersebar di Desa Celuk. Tingginya jumlah perajin dan pengusaha yang ada dengan sendirinya memunculkan tingkat persaingan yang semakin ketat.

Ketatnya persaingan membuat banyak perajin atau pengusaha yang memiliki modal besar mulai beralih ke sistem produksi *casting*. Teknologi *casting* dipilih karena memiliki tingkat produktivitas jauh lebih tinggi dari teknik tradisional, sehingga mampu menekan biaya produksi. Teknologi *casting* setidaknya sudah digunakan oleh 40 perusahaan perhiasan yang tersebar di Desa Celuk dan sekitarnya.

Persaingan yang tinggi berdampak terhadap penghasilan yang didapat oleh para perajin. Menurut beberapa perajin tradisional, seperti Lestari (51 tahun) dan Utama (65 tahun) yang telah menekuni kerajinan perhiasan sejak masih remaja penghasilan perajin berkisar antara Rp. 75.000 - Rp. 80.000 per hari. Penghasilan tersebut menurutnya sangat berbeda dengan 15 tahun yang lalu ketika belum banyak yang menggunakan teknologi *casting*. Hal tersebut membuat banyak perajin beralih profesi dan yang masih bertahan kebanyakan mereka yang sudah berusia 50 tahun ke atas dan banyak yang terikat terhadap kewajiban adat dan budaya yang ada di Desa Celuk.

Masyarakat perajin masih sepenuhnya terlibat dalam sistem sosial-budaya tradisional, seperti kehidupan tradisional dan sistem *ngayah* yang kuat (suatu kegiatan yang dilakukan oleh orang Bali secara sukarela), tidak dapat sepenuhnya menerima kehadiran

teknologi reproduksi. Untuk mempertahankan eksistensinya, perajin tradisional membangun wacana bahwa perhiasan yang diproduksi secara massal dengan teknologi reproduksi tidak memiliki keunikan dan aura seni. Keunikan sebuah perhiasan akan hadir ketika dibuat dengan sentuhan rasa dan totalitas yang dimiliki perajin. Hal ini tergambar dari informasi yang disampaikan oleh Utama (65 tahun) seorang perajin sudah menekuni teknik tradisional selama lebih dari 40 tahun sebagai berikut.

Buatan mesin tidak akan bisa mengalahkan buatan tangan, karena selalu menghasilkan barang yang sama. Jika buatan tangan itu benar-benar tergantung pada perajin. Jika perajin gemuk, hasilnya tentu agak gemuk, karena ukuran tangan sangat berpengaruh pada hasil kerja, itu yang tidak bisa ditiru mesin (Wawancara, 14 Desember 2018).

Pernyataan yang sejalan juga disampaikan oleh Sudarsana (55 tahun) seorang perajin tradisional yang telah menjalankan *silver smith* sejak masih remaja sampai sekarang. Menurutnya, dalam bekerja harus sepenuh hati, baru akan menghasilkan sesuai yang diharapkan. Semua harus ditekuni dengan sabar dan ikhlas. Anak muda sekarang, menurut Sudarsana, kebanyakan tidak sabar hanya melihat hasil saja, banyak yang beralih ke mesin *casting*, dan kurang mau melatih diri (Wawancara, 13 Oktober 2017).

Berdasarkan pernyataan tersebut bisa dicermati bahwa pembuatan perhiasan yang berkualitas tidak cukup hanya mengandalkan keterampilan atau kekuatan modal ekonomi, namun juga diperlukan sebuah totalitas dan penjiwaan dalam setiap prosesnya. Hal tersebut penting dilakukan agar mampu menghasilkan sebuah perhiasan yang berkualitas baik dari kedalaman estetika maupun dari keuntungan ekonomisnya. Kondisi tersebut sejalan dengan pandangan Smiers (2009:3) proses terciptanya sebuah karya seni merupakan suatu pergulatan batin, yang menuntut sebuah totalitas seorang seniman dalam menghadirkan atau mewujudkan berbagai imajinasinya, baik yang berupa konflik-konflik sosial maupun berbagai persoalan status, dalam diri manusia ke dalam wujud sebuah karya seni. Karena itu, totalitas merupakan sebuah keharusan dalam sebuah proses

pembuatan karya seni, termasuk perhiasan.

Kerajinan perhiasan di Celuk mengalami berbagai perkembangan baik dari segi motif maupun jenisnya. Hal tersebut diakibatkan oleh tuntutan pasar yang bergerak sangat cepat. Jenis-jenis perhiasan yang dihasilkan seperti cincin, gelang, anting-anting, kalung, dan berbagai jenis aksesoris lainnya. Harga perhiasan sangat ditentukan dari bahan, bentuk, dan tingkat kerumitannya. Seperti halnya cincin ada yang harganya mulai Rp. 50.000 sampai Rp. 400.000. Bahkan, ada beberapa jenis yang dijual lebih mahal. Berkembangnya kerajinan perhiasan membuat sebagian besar penduduk yang semula petani beralih menjadi perajin, karena dirasakan lebih menguntungkan dari segi ekonomi.

Meningkatnya persaingan yang terjadi dalam kerajinan perhiasan sejalan dengan pandangan Smier (2009:3) bahwa “ketika seni telah dirasuki oleh kepentingan ekonomi, kehidupan budaya akan terganggu dan terperangkap dalam arena kehidupan dengan label harga”. Ini terbukti di Celuk, ketika kerajinan dipandang hanya sebagai komoditas untuk mendapatkan manfaat ekonomi. Kondisi tersebut telah mengubah kehidupan sosial masyarakat dan juga menyebabkan persaingan yang ketat. Selain itu, kehadiran berbagai jenis teknologi reproduksi, menurut perajin tradisional, telah membuat kualitas kerajinan perhiasan menurun dan kehilangan identitasnya. Ini karena perhiasan diproduksi dengan sistem cetak dan tidak memperhatikan sentuhan rasa dan pengalaman estetika dalam pembuatannya. Sebagaimana yang diinformasikan Putra (60 tahun) seorang perajin tradisional dan pemilik Lolo *silver smith* yang masih aktif sebagai berikut.

Mesin *casting* memang cepat tapi hasilnya kurang bagus, *barangne sing mebayu* (tidak ada daya tarik), *agak gapul* (kurang tajam), selain itu barangnya juga berat, dan kalau *casting* barangnya sama semua, setelah saya jelaskan seperti itu biasanya tamu bisa ngerti dengan harga yang lebih mahal (Wawancara, 13 Agustus 2017).

Informasi yang senada juga diungkapkan oleh Sudarsana (55 tahun) salah seorang perajin tradisional yang masih tetap bertahan, menjelaskan bahwa dirinya selalu menjelaskan perbedaan perhiasan yang dibuat dengan cara tradisional dan yang

dibuat dengan *casting*, meskipun pada kenyataannya barang yang ditawarkan sering merupakan produk kombinasi dengan *casting*. Sudarsana mengakui bahwa dirinya selalu menjelaskan kepada konsumennya bahwa proses pengerjaan produknya sangat rumit sehingga harganya menjadi lebih tinggi (Wawancara, 2 Juni 2017).

Perajin yang masih mempertahankan praktik tradisionalnya terlihat membangun citra produk mereka sendiri dengan menunjukkan kelemahan produk pesaing mereka, yang sebagian besar dibuat dengan teknologi *casting*. Mereka menunjukkan bahwa proses produksi massal dengan teknologi *casting* telah membuat perhiasan kehilangan karakter dan keunikannya.

4. Legitimasi Kualitas Perhiasan melalui Sertifikat Produk

Tingginya persaingan dalam kerajinan perhiasan di Desa Celuk, tidak hanya menuntut pengusaha dan perajin untuk dapat menciptakan berbagai perhiasan berkualitas, tetapi juga untuk membangun identitas yang berbeda dalam produk mereka. Dalam konteks ini, mereka menyadari bahwa produk mereka harus memiliki keunikan dan kekuatan tertentu yang berbeda dari yang lain untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Ini bisa dilihat dari informasi yang disampaikan Mustika (50 tahun) seorang pengusaha perhiasan yang membangun usahanya sejak tahun 2002 dan mempekerjakan 75 orang karyawan. Dalam wawancara dia mengungkapkan bahwa:

Membangun suatu kepercayaan pada pelanggan adalah hal wajib. Diperlukan sebuah strategi yang tepat, agar perusahaan efektif dan efisien baik dalam produksi maupun pemasaran. Meskipun barang kita bagus kalau *buyer* besar tidak yakin terhadap kemampuan produksi kita, peralatan, kualitas bahan, mereka tidak akan mau memesan (Wawancara. 22 April, 2017).

Pandangan tersebut menegaskan bahwa membangun kepercayaan konsumen merupakan sesuatu yang sangat penting bagi keberlangsungan hidup sebuah usaha. Selain kuantitas produk, kualitas produk juga faktor penting untuk meraih kepercayaan konsumen. Terkait dengan itu beberapa pengusaha membangun strategi pencitraan dengan memberikan sebuah jaminan produk

dalam bentuk sertifikat produk sebagai jaminan tentang keaslian dan garansi dari segala macam kerusakan. Salah satu bentuk sertifikat kerajinan perhiasan seperti yang terlihat pada Foto 1.



Foto 1. Sertifikat Perhiasan (Foto Arsa, 2018)

Praktik tersebut sejalan dengan pendapat Barron (2007:414) bahwa sertifikat memainkan peranan yang sangat penting dalam pemasaran sebuah produk. Sertifikat merupakan jaminan terhadap kesesuaian produk dengan standar yang ditetapkan dalam sebuah produksi. Sertifikat menunjukkan kepada konsumen atau pengguna bahwa produk tersebut sesuai dan memiliki standar yang jelas.

Modal sosial yang dimiliki berupa kepercayaan konsumen tentu dimiliki setelah melalui berbagai proses yang cukup panjang. Hal ini sejalan dengan penjelasan Plummer (2011) bahwa sumber daya sosial adalah kemampuan seseorang untuk bersosialisasi agar mendapat banyak dukungan dari orang-orang di sekitarnya. Namun, perusahaan juga menggunakan sertifikat produk dalam konteks ini untuk membangun modal simbolik, menumpuk gengsi, martabat, dan kehormatan.

Menurut Derrida (dalam Hoed, 2008: 68), hubungan tanda dan penanda tidak stabil dengan efeknya pada pengguna tetapi perubahan sesuai dengan keinginan, tanda, ruang dan waktu mereka. Oleh karena itu, dalam praktiknya, pengusaha sebagai pengguna tanda dan konsumen sebagai penerima setiap tanda memiliki pemahaman yang berbeda tentang keberadaan sertifikat dalam produk perhiasan. Bagi konsumen, mereka dapat diartikan sebagai legalitas keaslian dan jaminan kualitas yang memberi mereka kenyamanan ketika mereka memutuskan untuk membeli produk sementara itu dilihat sebagai sumber keuntungan ekonomi oleh pengusaha. Oleh karena itu, melalui pencantuman sertifikat, perhiasan dapat dijual beberapa kali lebih mahal daripada produk serupa yang dijual oleh perajin kecil.

5. Penguatan Merek Produk untuk Konsumen melalui Tampilan Toko Cinderamata

Menampilkan (*display*) suatu produk sangat penting karena ketika ditampilkan secara efektif, ia memiliki kemampuan untuk, secara langsung dan tidak langsung, mempengaruhi calon pelanggan. Sarma (2014) mengungkapkan bahwa tampilan yang menarik dapat menghasilkan pembelian impuls (impuls langsung) dari calon pelanggan. Salah satu penentu keberhasilan dalam bisnis ritel adalah tampilan produk yang benar dalam hal seperti jenis, ukuran, warna, dan bentuk pengaturan. Sehubungan dengan pengusaha perhiasan di Celuk, ditemukan bahwa mereka juga memahami pentingnya *display* dan galeri dalam menarik perhatian calon konsumen. Suarti (67 tahun), sudah lebih dari 30 tahun menggeluti bisnis perhiasan, sudah memasarkan produknya sampai ke Eropa, melihat *display* sebagai sesuatu yang sangat penting dalam strategi pemasaran. Dalam wawancara, dia menyatakan pandangannya sebagai berikut.

Perhiasan harus dikemas seperti butik, agar terlihat mewah, perhiasan harus terlihat benar-benar sebagai sebuah karya seni, penataan yang baik akan membuat perhiasan bisa dinikmati dengan baik. Tampilan yang baik akan memperkuat kepercayaan para pembeli (Wawancara, 5 Februari 2016).

Pernyataan ini menegaskan bahwa penataan dan tampilan *art shop* sangat penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Ini sejalan dengan pendapat Jefkins (1997:134), *display* adalah strategi mengatur produk untuk mendapatkan perhatian konsumen dan membuat mereka tertarik untuk melihat dan membelinya. Terkait dengan hal tersebut para pengusaha perhiasan di Celuk juga membuat tampilan *art shop* atau galeri mereka terlihat sangat artistik, dihiasi berbagai macam patung yang bernuansa budaya Bali. Tampilan *art shop* perhiasan yang unik menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen. Konsumen tidak saja bisa membeli perhiasan tetapi sekaligus mendapat rekreasi. Hal tersebut terbukti dengan banyaknya konsumen yang berfoto dengan latar belakang dekorasi *art shop* yang unik (Foto 2).

Peningkatan kunjungan konsumen mencerminkan dampak dari program penataan produk yang baik. Dapat disimpulkan bahwa pengaturan yang terencana, terorganisir, kreatif, informatif dan komunikatif menghasilkan penjualan maksimum. Ini terjadi karena memudahkan konsumen untuk menentukan barang yang mereka cari dan menciptakan suasana yang nyaman bagi mereka dalam berbelanja.



Foto 2. Tampilan *Art shop* UC Silver
(Sumber: Arsa, 2018).

Foto 2 menunjukkan beberapa pengunjung mengambil foto dengan latar belakang tampilan dekorasi yang indah di sebuah *art shop*. Peningkatan kunjungan konsumen mencerminkan dampak dari program penataan produk yang baik. Dapat disimpulkan bahwa pengaturan yang terencana, terorganisir, kreatif, informatif dan komunikatif menghasilkan penjualan maksimum. Ini terjadi karena memudahkan konsumen untuk menentukan barang yang

mereka cari dan menciptakan suasana yang nyaman bagi mereka dalam berbelanja. Penampilan unik dari *art shop* itu sendiri dapat memberikan kepuasan bagi mereka. Ini bisa dilihat dari pernyataan salah satu pengunjung yang mengunggah kesan mereka di Situs Trip Advisor ketika mengunjungi *art shop* Angel to Angel pada foto 3 di bawah.



Foto 3. Komentar Konsumen di Situs Trip Advisor (Sumber: tripadvisor.com)

Komen di atas mengungkapkan kekaguman pengunjung akan keindahan *art shop* perhiasan yang telah ia kunjungi. Selain itu, dia juga sangat terkesan dengan keramahan staf penjualan yang membantunya ketika dia ingin membeli perhiasan dan juga mendapatkan apa yang dia inginkan. Singkatnya, dia sangat senang dengan pengalamannya di *art shop*. Ini menunjukkan bahwa kehebatan desain dan dekorasi bangunan *art shop* dapat menarik perhatian konsumen dan memberi nilai tambah pada perhiasan. Terlepas dari tampilan unik *art shop* atau galeri, pengusaha juga membangun ruang pameran perhiasan mereka untuk menjadi unik, mewah dan elegan untuk memberikan kenyamanan dan memanjakan konsumen. Ini bisa dilihat dari informasi Karina (27 tahun) seorang pemandu wisata yang sering mengantar tamunya mengunjungi UC. Silver mengatakan sebagai berikut.

Tamu-tamu saya, menginginkan suasana yang nyaman, seperti di UC. Silver, *displaynya* unik dan mewah. *Display* di UC Silver sangat berbeda dengan yang lain, namun sedikit agak ketat tamu tidak

diperbolehkan untuk foto di dalam galeri, tapi diluar mereka bebas berfoto (Wawancara, 9 November 2017).

Pernyataan tersebut menegaskan bahwa sistem *display* yang mewah dan unik, pengusaha berhasil membangun *brand* tersendiri, yaitu sebagai produsen perhiasan yang unik, bernilai seni, dan memahami keinginan konsumen. Namun, *art shop* yang baik tidak hanya membuat produk itu unik tetapi juga menciptakan ruang bagi konsumen untuk bergerak bebas ketika memilih produk. Menurut Sutisna (2001:57), tampilan produk sangat membantu penjual dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli. Karena itu, ketika seni ditempatkan di tempat yang tepat, lebih mudah bagi konsumen untuk tertarik dan memengaruhi keputusan pembelian.

Pergeseran pemaknaan perhiasan, dari hanya sebuah kerajinan kini lebih mengarah pada gaya hidup membuat pemilihan perhiasan menjadi semakin selektif. Perhiasan diidentikkan sebagai produk yang memiliki nilai tersendiri, dan diasumsikan sebagai barang mewah, sehingga proses produksi dan distribusinya juga harus mengikuti *trend* yang ada. Ini menunjukkan bahwa pengusaha perhiasan telah berhasil membangun *display* sebagai bagian dari pembentukan citra, kualitas, dan kemewahan produknya. Menurut Piliang (2009:85), praktik-praktik semacam ini disebut sebagai praktik imagologi, yaitu penggunaan citra-citra tertentu dalam rangka menciptakan suatu imajinasi realitas, yang pada titik tertentu ia dianggap merupakan realitas itu sendiri, padahal semuanya tidak lebih dari sebuah kepalsuan belaka, sebagaimana halnya dengan hadirnya *display* yang mewah dalam sebuah *art shop*.

Kemegahan sebuah *display* telah membangun citra mewah untuk produk. Salah satu responden menyebutkan bahwa, barang dengan kualitas yang sama dapat dijual jauh lebih mahal di *art shop* besar daripada di tangan perajin karena merek dan kemampuan pengusaha untuk memajang produk mereka. Ini berarti bahwa tampilan yang luarbiasa tidak hanya membuat *art shop* terlihat cantik, tetapi juga memberi nilai tambah pada komoditas di dalamnya. Praktik pencitraan semacam itu yang oleh Mitchel (Piliang, 2018:75) disebut sebagai citra grafis, yang merupakan sebuah citra yang dibentuk oleh elemen-elemen visual yang konkret di dalam ruang

dan waktu, seperti gambar, patung, ataupun arsitektur.

6. Teknik Tradisional dan Modern dalam Produksi Perhiasan

Desain digital dan teknologi fabrikasi tidak lagi menjadi janji teoretis. Teknologi 3D telah berkembang menjadi disiplin kreatif luas yang menarik perhatian tidak hanya dari pembuat terampil, tetapi juga dari investor, pengusaha, dan aktivis di luar medan desain (Berman, 2012).

Marshall (1999: 81) juga menjelaskan bahwa konflik sosial sering terjadi karena keterbelakangan budaya dari kehadiran teknologi. Teknologi modern sering mengurangi kebutuhan akan tenaga kerja manual, daripada memperluasnya (Berman, 2012). Akibatnya, kerajinan tradisional menghilang. Mesin telah menggantikan perajin. Kemampuan duplikasi sempurna dari teknologi membuat keaslian perhiasan sepenuhnya kabur dan juga membuatnya kehilangan hak pribadinya sehingga tidak lagi hanya untuk konsumsi elit, tetapi kelas menengah ke bawah. Hilangnya aura seni karena proses reproduksi mekanis telah melahirkan berbagai reinterpretasi, salah satunya adalah pergeseran budaya. Pada sisi perajin tradisional, meminjam gagasan Smiers (2009), dimana proses penciptaan suatu karya seni merupakan totalitas perajin, dalam praktiknya kurang menerima kehadiran teknologi yang menggantikan mereka.

Menurut Benjamin (1969) dalam tulisannya *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*, ia menegaskan bahwa kehadiran teknologi reproduksi membuat karya seni kehilangan aura atau otentisitasnya. Lebih lanjut ia mengungkapkan bahwa karya seni tradisional memiliki aura keunikan, keistimewaan, jarak, dan keabadian sementara reproduksi mekanis telah menggeser dan menghancurkan keunikan dan aura, dan menggantinya dengan sejumlah salinan atau imitasi, sehingga menimbulkan ruang realitas baru. Dengan mengacu pada pandangan ini, teknologi telah menjadikan perhiasan sebagai karya seni terbuka yang dapat dinikmati di tempat dan waktu yang diinginkan. Ini juga membuatnya kehilangan identitasnya karena ketika direproduksi secara mekanis, ia tidak lagi dapat dikenali sebagai karya perajin A atau B. Produksi perhiasan dalam perkembangannya telah

mengalami proses industrialisasi yang pada akhirnya mengaburkan nilai-nilai tradisional, untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Konsep Benjamin (1969) tentang aura dalam hal reproduksi mekanis juga sejalan dengan pandangan Baudrillard (2010) tentang simulasi bahwa itu adalah bentuk pengingkaran realitas sejati yang sering disebut sebagai “salinan” dan asli. Dalam konteks ini, tidak ada batasan antara yang asli dan yang imitasi (duplikasi). Bahkan, dalam kondisi tertentu, peniruan tampak lebih asli daripada yang asli (hiper-realitas). Simulasi dianggap sebagai upaya untuk menyalahgunakan dan menghancurkan ikon referensial (kenyataan) (Budiman, 2002). Praktiknya, melalui simulasi, pasar berusaha digerakkan untuk percaya terhadap produk yang ditawarkan.

Mendapatkan kepercayaan konsumen sangat penting bagi setiap pengusaha, baik untuk bisnis skala kecil dan besar (Morgan dan Hunt, 1994). Terlepas dari kenyataan bahwa produk tersebut harus baik, jaminan produksi dan kualitas bahan juga menentukan penerimaan pasar (Tjiptono, 2008; Kotler, 2004). Sebagai akibatnya, beberapa pengusaha mengembangkan strategi yang melibatkan penyediaan jaminan produk kepada konsumen melalui sertifikat produk. Sertifikat produk sebagai sesuatu yang penting (Barron, 2007), untuk memastikan keaslian produk serta jaminan lainnya guna membangun citra yang memiliki reputasi baik untuk produk mereka.

Berdasarkan observasi pada beberapa *art shop* di antaranya UC Silver dan Angel to Angel, Sertifikat seni melibatkan penggunaan berbagai bahasa persuasi untuk mempengaruhi konsumen. Ini dicapai dengan membuat mereka percaya bahwa perhiasan bersertifikat adalah satu-satunya produk dengan kualitas yang lebih terjamin. Mitchel (Piliang, 2018:75) menyebut ini sebagai praktik pembentukan gambar verbal. Dia mengungkapkan bahwa mereka dapat dibangun melalui elemen-elemen yang sifatnya linguistik seperti menghadirkan gambar atau lukisan baik dalam bentuk deskripsi maupun metafora. Bagi Mitchel (1984), citra verbal sering sangat memengaruhi keputusan akhir calon pelanggan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa keberadaan sertifikat menggambarkan kepada konsumen bahwa perhiasan yang ditawarkan berkualitas tinggi. Sertifikat produk memainkan peran

penting dalam penjualan produk, karena dapat mempengaruhi persepsi konsumen.

Plummer (2011:229) mengatakan bahwa, sertifikat yang melekat pada produk melegitimasi dilihat sebagai sumber daya simbolis, melalui sertifikat produk seseorang atau bisnis mendapatkan pengakuan dan legitimasi secara bersamaan. Telah dinyatakan bahwa hal itu dapat dimanifestasikan melalui penyediaan sertifikat produk sedemikian rupa sehingga perusahaan dilihat dari perspektif mereka memiliki produk yang mematuhi aturan pasar yang berlaku, misalnya, standarisasi produk pada skala nasional dan internasional.

Kehadiran sertifikat ini mampu memberikan gambaran yang lebih nyata akan kualitas sebuah produk dalam benak konsumen. Kondisi semacam yang oleh Piliang (2004:85) disebut citra fotamorgana yaitu sebuah citraan dan semiotika yang dibangun oleh penanda berdasarkan persepsi orang yang melihatnya, dikaitkan dengan makna di baliknya. Fotamorgana sebenarnya adalah sebuah halusinasi tentang objek tertentu yang disangka ada, tetapi sebenarnya tidak memiliki wujud yang konkret atau sebuah tanda dusta. Praktik semacam bagi Baudrillard (Ritzer, et.al, 2005:641) disebut sebagai simulakra, yaitu sebuah penciptaan kenyataan melalui model konseptual yang tidak dapat dilihat kebenarannya dalam kenyataan. Batas antara simulasi dan kenyataan menjadi tercampur aduk. Ini menunjukkan bahwa jaminan kualitas berdasarkan sertifikat produk dapat dilihat sebagai sebuah bentuk hiperrealitas. Dalam hal ini orang tidak lagi membeli produk untuk memenuhi kebutuhannya tetapi karena makna simbolis yang menempatkan mereka dalam struktur komunikasi yang dibangun secara sosial oleh sistem produksi/konsumsi (produsen, pemasaran, dan periklanan).

Kehadiran sertifikat dalam bisnis perhiasan di Celuk telah menciptakan sebuah dunia hiperealitas yang dipenuhi berbagai macam pencitraan. Hiperealitas adalah suatu ruang tempat terjadinya kesemuan dianggap lebih nyata daripada kenyataan, dan kepalsuan dianggap lebih benar daripada kebenaran. Isu lebih dipercaya daripada informasi, rumor dianggap lebih benar daripada kebenaran. Tidak dapat lagi dibedakan antara kebenaran dan kepalsuan, antara isu dan realitas.

7. Perspektif Pemerintah

Kerajinan perhiasan di Desa Celuk telah ditekuni oleh beberapa generasi sampai sekarang. Keahlian mereka didasarkan pada pengalaman yang diperoleh dari para pendahulu mereka. Seiring dengan perkembangan sektor bisnis lainnya, kerajinan perhiasan, yang sebagian besar bersifat informal dalam bentuk bisnis rumahan, telah menjadi katup pengaman pemerintah dalam mengatasi pengangguran karena kemampuannya menyerap cukup banyak tenaga kerja baik dari dalam maupun luar Desa Celuk. Namun, kehadiran teknologi reproduksi/*casting* disatu sisi mampu meningkatkan produktivitas namun di sisi lain telah mengambil lahan pekerjaan perajin tradisional. Hal tersebut terlihat dari semakin banyaknya teknologi reproduksi semakin banyak juga perajin tradisional yang kehilangan lahan pekerjaan dan pada akhirnya mereka harus beralih profesi. Tampaknya hal tersebut kurang mendapat perhatian dari pihak pemerintah, mereka kelihatannya lebih terfokus peningkatan produktivitas yang berbasis teknologi reproduksi.

Peningkatan produktivitas dan serapan pasar yang tinggi menjadi ukuran bagi pemerintah dalam menentukan tingkat pertumbuhan ekonomi daerah. Pemerintah lebih memperhatikan peningkatan produksi dan standarisasi perhiasan. Mereka seolah tidak mau tahu siapa yang menjalankan produksi, yang menjadi acuan adalah seberapa tinggi produktivitas dan serapan pasar.

Kehadiran mesin *casting* dalam implementasinya telah memberikan dampak terhadap berkurangnya kebutuhan tenaga manusia karena telah diganti oleh peran teknologi. Kehadiran teknologi 3D yang mampu menghasilkan model perhiasan dengan tingkat kerumitan dan akurasi yang tinggi dengan waktu yang sangat singkat merupakan tantangan yang harus dihadapi para perajin tradisional. Seorang operator *printer* 3D menjelaskan bahwa mesin tersebut mampu membuat model perhiasan dengan sangat detail, akurat, dan dalam waktu relatif singkat. Kehadiran teknologi tersebut di satu sisi membawa berbagai kemudahan, tetapi di sisi lain justru menjadi ancaman bagi para perajin yang selama ini berprofesi sebagai pembuat model. Teknologi ini membuat produksi dengan *casting* menjadi sangat mudah (Foto 4).

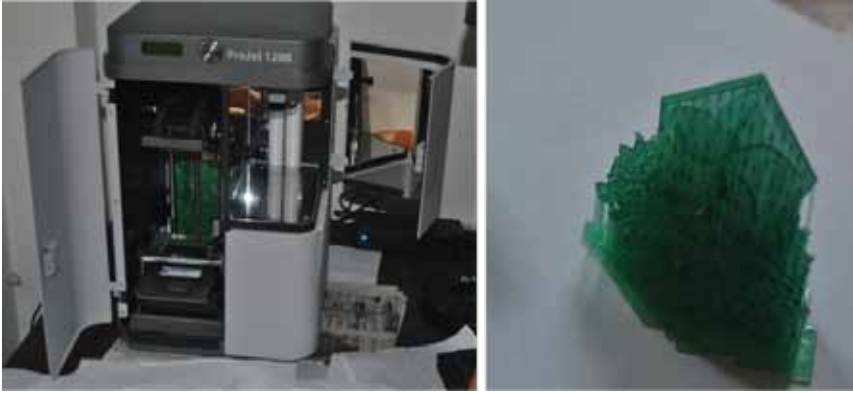


Foto 4. Mesin *Printer* 3D (kiri), Hasil *Printer* 3D (Foto Arsa, 2017)

Kehadiran berbagai teknologi reproduksi yang mampu memperpendek siklus produksi dalam kerajinan perhiasan menjadi perhatian serius pemerintah dalam melakukan berbagai program kerjanya tanpa memperhatikan berbagai dampaknya terhadap perajin kecil. Penerapan berbagai teknologi reproduksi secara masif dapat mengancam keberlangsungan perajin tradisional. Namun, dalam perspektif pemerintah, hal tersebut merupakan solusi untuk meningkatkan kapasitas produksi dan peningkatan pertumbuhan ekonomi daerah. Kondisi tersebut sejalan dengan gagasan Suryanto (2013:178) bahwa penggunaan teknologi dalam produksi mampu memproduksi dalam skala massal dan dalam tempo yang singkat, sesungguhnya merupakan gambaran ketidakberdayaan kaum buruh karena mereka telah tergantikan oleh mesin-mesin yang bekerja sangat efisien. Selain itu, berbagai macam pelatihan yang diselenggarakan oleh pihak kedinasan, menurut beberapa perajin, tidak memberikan dampak yang berarti bagi mereka karena pelatihan yang diadakan sering kali tidak memberikan solusi terhadap masalah yang mereka hadapi dan terkesan hanya sebuah formalitas belaka.

Pemerintah, melalui tindakannya, ingin memastikan bahwa mereka telah melakukan banyak hal untuk kesinambungan perajin, tetapi jika ditelaah lebih lanjut, program yang dilaksanakan tidak mengatasi masalah yang dihadapi oleh perajin. Misalnya, bantuan teknis yang diberikan dimaksudkan untuk mengembangkan

kerajinan perhiasan yang benar-benar menjadi ancaman bagi perajin terhadap kelangsungan hidup perajin kecil. Implementasi program kerja yang berbeda menunjukkan bahwa pemerintah tertarik untuk membangun reputasi atas kinerjanya terhadap pemangku kepentingan. Menurut Jones dalam Solihin (2009), pemerintah harus menunjukkan kinerjanya terhadap (1) pemangku kepentingan di dalam, mereka yang berada di dalam pemerintah seperti pejabat dan (2) pemangku kepentingan luar, kepada publik. Kondisi ini sejalan dengan gagasan Piliang (2018:71-72) bahwa masyarakat kontemporer selalu membangun dirinya melalui kegiatan-kegiatan politik, ekonomi, hukum, pendidikan, gaya hidup, atau pencitra keagamaan.

Keberadaan teknologi yang kurang dibarengi dengan penguasaan teknis yang cukup justru akan memunculkan bentuk-bentuk kekuasaan dari pihak lain, karena menurut Foucault (Lubis, 2014), pengetahuan dan kekuasaan harus dipahami sebagai sesuatu yang bersifat menyebar. Kekuasaan adalah sebagai sesuatu yang dimiliki oleh individu atau kelompok yang berfungsi untuk mengontrol orang lain, dalam hal ini, *disciplinary power* berfungsi untuk mengontrol relasi sosial dan ekonomi. Kurangnya pengetahuan teknis terhadap berbagai teknologi yang merupakan bantuan pemerintah justru melahirkan praktik kekuasaan baru terhadap perajin yang dilakukan oleh para operator teknologi tersebut.

8. Penutup

Persaingan perebutan pasar di kalangan perajin perhiasan di Desa Celuk memunculkan berbagai macam praktik pergulatan yang mempertarungkan berbagai modal. Kemunculan teknologi produksi dengan berbagai kemudahan proses produksinya membuat persaingan menjadi semakin tajam. Pergulatan yang terjadi di kalangan perajin memunculkan berbagai praktik kekuasaan. Masing-masing pihak berusaha untuk saling menguasai satu sama lainnya. Dalam rangka memenangkan persaingan pasar setiap pihak berusaha membangun pencitraannya masing-masing sesuai dengan kepentingan dan modal yang dimiliki.

Perajin tradisional dengan berbagai keterbatasan modalnya

berusaha membangun wacana bahwa produk yang mereka hasilkan memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan produk yang dibuat dengan teknologi secara massal. Produk mereka dicitrakan memiliki keunikan tersendiri dalam setiap produknya atau *metaksu* (*inner power*). *Taksu* merupakan kekuatan karismatik yang dihasilkan seorang seniman melalui pengalaman dan totalitasnya terhadap bidang yang ditekuninya. Melalui wacana tersebut konsumen digiring untuk lebih memilih dan mengkonsumsi produk yang mereka hasilkan.

Kemewahan *display* dan sertifikat perhiasan digunakan sebagai media pencitraan dalam rangka menarik minat konsumen. Pencitraan tersebut menciptakan ruang-ruang realitas yang seakan-akan nyata, hingga mampu memanjakan hasrat belanja konsumen. Hal ini membuat konsumen masuk ke dalam sebuah arena yang dipenuhi oleh beragam permainan tanda. Konsumen digiring untuk mengkonsumsi berbagai tanda yang menopengi sebuah perhiasan.

Di sisi lain, perkembangan sebuah sentra kerajinan termasuk kerajinan perhiasan dari sudut pandang pemerintah diukur dari tingkat produktivitasnya. Kehadiran teknologi yang semakin canggih di kalangan perajin perhiasan dianggap sebagai sebuah solusi dalam meningkatkan produktivitas perajin. Semakin tinggi tingkat produktivitas sebuah sentra kerajinan semakin tinggi keberhasilan program pengembangan sentra kerajinan yang dicanangkan. Pandangan semacam ini terkesan kurang melihat realitas yang dihadapi oleh para perajin dalam menghadapi dampak kehadiran teknologi produksi yang semakin canggih. Kehadiran teknologi ini dapat mengancam keberlangsungan praktik-praktik tradisional dan mengaburkan otentisitas dan identitas hasil karya setiap perajin tradisional.

Daftar Pustaka

- Arsa, I Ketut Sida. (2014). "Inovasi Kerajinan Perhiasan Melalui Pemanfaatan Limbah Kuningan di Desa Celuk, Sukawati, Gianyar Bali. *Laporan Penelitian*. Denpasar: ISI Denpasar.
- Barker, Chris. (2005). *Cultural Studies: Theory and Practice*. Yogyakarta:

Bentang.

- Barron. (2007). "Creating Consumer Confidence or Confusion? The Role of Product Certification in the Market Today", *Intellectual Property L.Rev.*423 Available at: [HTTPS://SCHOLARSHIP.LAW.MARQUETTE.EDU/ IPLR/VOL11/ISS2/5](https://scholarship.law.marquette.edu/iplr/vol11/iss2/5) (Downloaded 3 January 2019)
- Baudrillard, Jean. (2010). *Masyarakat Konsumsi*. (Wahyunto, Penerj). Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Belfiore, Eleonora dan Bennet, Oliver. (2010). "Beyond the "Toolkit Approach": Arts Impact Evaluation Research and the Realities of Cultural Policy-Making", *Journal for Cultural Research*. Volume 14, 2010. Hal. 121-142
- Benjamin, Walter. (1969). "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction". In Hannah Arendt (ed). *Illumination*. Harry Zohn (translated). New York: Schocken Books
- Berman, Barry. 2012. "3-D Printing: The new industrial revolution", *Business Horizons*, Volume 55. Issue 2. Hal 155 – 162.
- Bourdieu, Pierre. (2010). *Arena Produksi Kultural: Sebuah Kajian Sosiologi Budaya (Cultural Production Arena: A Study of Cultural Sociology)*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Budiman, Hikmat. (2002). *Lubang Hitam Kebudayaan [The hole of Black Culture]*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hoed, Benny H. (2008). *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Fakultas Ilmu Budaya UI.
- Jefkins, Frank. (1997). *Advertising*. Edisi ketiga. Edisi Indonesia. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lim, Francis. (2008). *Filsafat Teknologi: Don Ihde Tentang Dunia, Manusia dan Alat*. Yogyakarta: Kanisius.
- Lubis, Akhyar Yusuf. (2014). *Postmodernisme: Teori dan Metode [Postmodernisme: Theory and Methods]*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Marshall, Kimball P. 1999. "Has Technology Introduced New Ethical Problems?", *Journal of Business Ethics*, Volume 19, pp. 81-90.
- Mitchel, W.J.T. (1984). "What is an Image", *New Literary History*, Vol. 15, No. 3, pp.503-537 available at: http://users.clas.ufl.edu/sdobrin/WJTMitchell_whatisanimage.pdf (download 4 January 2018).
- Morgan, R., & Hunt, S. (1994). "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing", *Journal of Marketing*, 58(3), pp 20-38.

Available at: https://www.jstor.org/stable/1252308?seq=1#page_scan_tab_contents (download 15 February 2018)

- Piliang, Yasraf Amir. (2003). *Hipersemiotika Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna [Hypersemiotic Interpretation of Cultural Studies for the Death of Meaning]*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Piliang, Yasraf Amir. (2004). *Posrealitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisika*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Piliang, Yasraf Amir. (2009). *Posrealitas Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisika [The post-reality of the reality of culture in the era of post-metaphysics]*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Piliang, Yasraf Amir dan Jejen Jaelani. (2018). *Teori Budaya Kontemporer: Penjelajahan Tanda & Makna [Contemporary Culture Theory: Exploration of Signs & Meanings]*. Yogyakarta: Aurora.
- Plummer, Ken. (2011). *Sociology the Basic*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ritzer, George. Douglas J. Goodman. (2005). *Teori Sosiologi Modern [The theory of Modern Sociology]*. Jakarta: Prenada media.
- Sarma, Sarmistha. (2014). "A Study of Retail Display and Impulse Buying Behaviour", *Journal of Marketing and Consumer Research. An Open Access International Journal*. Vol. 4 available at: <https://www.iiste.org/Journals/index.php/JMCR/article/viewFile/12069/12409> (downloaded 10 January 2018).
- Smiers, Joost. (2009): *Art Under Pressure: Memperjuangkan Keanekaragaman Budaya di Era Global [Fight for Cultural Diversity in the Global Era]*. Yogyakarta: Insist Press.
- Solihin, Ismail. (2009). *Pengantar Manajemen [Introduction to Management]*. Jakarta: Erlangga.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran [Consumer Behavior and Marketing Communication]*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Suryanto, Bagong. (2013). *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme (Economic Sociology of Capitalism and Consumption in the Age of Post-Modernis)*. Jakarta: Kencana
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi kelima. Andi Offset: Yogyakarta.
- Tsoumas, Johannis. 2013. "The Ideal Of Handicrafts And The Modern Design Formation: Coincidences And Failures", *Metu Jfa* 2013/2. Hal 55-62.