

### **BAB III**

#### **DATA PENELITIAN**

##### **A. Letak Geografis**

Jombang merupakan salah satu Kabupaten di Jawa Timur, yang dikenal dengan kota santri, karena banyak sekolah pendidikan Islam dan Pondok Pesantren di wilayahnya. Secara astronomis kabupaten Jombang terletak antara 7° 24' 01" LS - 7° 45' 01" LS dan 112° 20' 01" BT - 112° 30' 01" BT. Dengan batas-batas administrasi wilayah sebagai berikut:<sup>1</sup>

Sebelah Utara : Kabupaten Lamongan

Sebelah Timur : Kabupaten Mojokerto

Sebelah Selatan : Kabupaten Kediri dan Kabupaten Malang

Sebelah Barat : Kabupaten Nganjuk

Kabupaten Jombang memiliki luas wilayah sebesar 1.159,50 km<sup>2</sup> atau setara dengan 115.950 ha, sebagian besar wilayah kabupaten Jombang merupakan daratan dan sebagian kecil merupakan daerah perbukitan dan pegunungan. Kabupaten Jombang terdiri atas 21 kecamatan, yang masyarakatnya memiliki mata pencaharian utamanya adalah petani, tetapi beberapa desa tertentu merupakan desa industri kerajinan yang menghasilkan manik kaca daur ulang, kerajinan cor kuningan, mainan, dan model kayu. Beberapa desa memiliki industri kerajinan. Salah satu desa yang cukup

---

<sup>1</sup> Wikipedia, Gudo Jombang, dalam, [http://id.wikipedia.org/wiki/Gudo,\\_Jombang](http://id.wikipedia.org/wiki/Gudo,_Jombang), di unduh tanggal 22 Oktober 2013.

terkenal dan telah memasuki pasar internasional. Desa tersebut adalah Desa Plumbon Gambang Gambang yang terletak di Kecamatan Gudo. Gudo adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Jombang. Kecamatan Gudo memiliki luas wilayah 34,39 km<sup>2</sup>. Kecamatan Gudo memiliki 18 desa atau kelurahan. Gudo dikenal memiliki sentra industri kerajinan manik-manik bertaraf internasional. Kerajinan ini berasal dari limbah kaca. Industri tersebut terutama berada di Desa Plumbon Gambang Gambang, serta desa-desa lain seperti Mejoyo Losari, Pesanggrahan, Legundi, Siwalan, Krembangan, Godong dan Wangkal Kepuh.

Industri kerajinan yang cukup terkenal di Kecamatan Gudo adalah industri kerajinan manik-manik dari limbah kaca yang berada di desa Plumbon Gambang. Desa Plumbon Gambang memiliki luas wilayah 1,74 km<sup>2</sup>, dengan batas administrasi wilayah sebagai berikut:

Sebelah Utara : Desa Mejoyosari

Sebelah Timur : Desa Keturus

Sebelah Selatan : Desa Wangkalkepuh

Sebelah Barat : Kecamatan Purwosari

Desa Plumbon Gambang, Gambang, Kecamatan Gudo, sekitar 10 km sebelah selatan kota Jombang di Jawa Timur. Desa ini telah dikenal sebagai pusat produksi dan kerajinan manik-manik.

## B. Profil Home Industry *Beads Flower*<sup>2</sup>

*Home Industry* manik-manik ini bernama *Beads Flower*. Alamat *home industry* ini berada di Desa Plumbon Gambang Gambang Dusun Gambang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang, telepon (0321) 850941 atau 866492, dan fax di nomor (0321) 866492. Nama pemilik *home industry* ini adalah bapak Nur Waktu. *Home industry* manik-manik *Beads Flower* merupakan perusahaan yang legal yaitu memiliki legalitas hukum seperti memiliki kepemilikan izin mendirikan usaha. Kepemilikan izin *home industry Beads Flower* terdiri dari SIUP dengan nomor 503 . 2 . 2/2791 /415.31/2006, TDI nomor 503.1.1 / 2771 /415.31/2006, TDP nomor 503.2.3 /2792 /415.31/2006, NPWP nomor 08.537.475.9-602.000, dan IMB nomor 647 / 322 /425.26/2007.

Perusahaan ini bergerak di bidang aksesoris yaitu berupa kalung, gelang, gantungan kunci, tasbih, sabuk, bross, dan tirai. Sektor industri perusahaan ini adalah manik-manik kaca. Daerah pemasaran perusahaan atau *home industry* ini yaitu dalam negeri sebesar 80% dan luar negeri sebesar 20%.

### Motto Industri

Motto perusahaan kami adalah ” tradisional mapan ” Yang artinya melestarikan kerajinan tradisional dengan dikerjakan secara manual dan bisa menyejahterakan rakyat.

---

<sup>2</sup> Nur Waktu, *Wawancara*, Jombang, 28 Juni 2014.

Visi :

Dengan melestarikan kerajinan tradisional membuat manik - manik dengan kualitas global, untuk berkembang di pasar global dan menjadi perusahaan manik - manik yang terkenal di pasar internasional / dunia

Misi :

1. Melayani pesanan dengan kualitas dan layanan yang terbaik.
2. Mengelola perusahaan dengan kekeluargaan.
3. Berwirausaha dengan dedikasi yang tinggi.

Bapak Nurwakit merupakan penduduk asli dari desa Gudo, beliau lahir dan besar di Gudo, tepatnya di Desa Plumbon Gambang Gambang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang. Beliau menempuh pendidikan di mulai dari SD, SMP, SMA sampai berkuliah di Jombang. Beliau memiliki seorang istri dan empat putra. Putra yang pertama sekarang telah menempuh pendidikan S1 semester akhir di salah satu Perguruan Tinggi di Malang, putra kedua sedang menempuh pendidikan di salah satu SMK di Malang, putra ketiga SMP Negeri di Jombang, dan putra ke empat yang berumur 2 tahun 3 bulan.

Selaku pemilik pak Nur Waktu memang mengawali karirnya di bidang pengusaha. Beliau memulai dengan menjadi pengrajin manik-manik. Alasan beliau menjadi pengrajin manik-manik waktu itu karena beliau melihat sulitnya mencari pekerjaan, dan menurut beliau daripada sulit mencari pekerjaan lebih baik menciptakan pekerjaan yang nantinya akan

bisa membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain. Sampai akhirnya beliau membuka usaha manik-manik di tempat tinggal beliau.

Dari usaha yang beliau jalankan sampai saat ini, beliau dapat mencukupi kebutuhan keluarga, dapat menyekolahkan putra-putranya sampai ke jenjang sarjana. Beliau juga membantu mengurangi pengangguran masyarakat, membuka lapangan pekerjaan, dan membantu perekonomian masyarakat sekitar.

Kesibukan beliau saat ini adalah menjalankan usaha industri manik-manik di Jombang maupun di Bali. Selain itu beliau juga mempunyai kedudukan di APMA (*Asosiasi Pengusaha Manik-manik dan Asesoris*) sebagai marketing.

### **C. Sejarah Berdirinya *Home Industy Manik-manik Beads Flower***

*Beads Flower* adalah perusahaan yang memproduksi berbagai kerajinan manik-manik dari kaca yang bahan bakunya berupa limbah kaca. *Home industry* ini terletak di Desa Plumbon Gambang, Gambang, Kecamatan Gudo, sekitar 10 km sebelah selatan kota Jombang di Jawa Timur. Gudo telah lama dikenal sebagai pusat produksi dan kerajinan manik-manik.

*Sebelum* mendirikan perusahaan ini, Nur Waktu selaku pemilik perusahaan manik - manik *Beads Flower* mengenal manik - manik menginjak sekolah menengah atas, dengan hanya sebatas membantu bekerja membuat manik-manik dan memasarkan manik-manik. Setelah menyelesaikan sekolah menengah atas, Nur Waktu menjadi tenaga kerja yang

tidak tetap dalam membuat manik - manik / menggantungkan orang yang memerlukan tenaga kerja untuk membuat manik-manik. Karena tidak tetap di dalam bekerja, terdorong dari sulitnya mencari pekerjaan dan keinginan untuk menyediakan lapangan pekerjaan serta memberikan manfaat bagi orang banyak, akhirnya pada tahun 1990 dengan persiapan seadanya tercipta pikiran untuk membuat manik-manik sendiri dan dipasarkan sendiri.<sup>3</sup>

*Beads Flower* berasal dari kata *Beads* yang berarti manik, dan *Flower* yang berarti bunga, atau kembang dalam bahasa Jawa. Artinya *Beads Flower* adalah manik-manik yang berkembang. Hal ini sesuai dengan harapan tujuan dari bapak Nur Wakit agar manik-manik dapat berkembang nantinya dan sampai kapanpun akan berkembang. Saya ingin manik-manik waktu itu berkembang.<sup>4</sup>

*Awal* berdiri *home industry Beads Flower* bukan pada tahun 1990 tetapi tepatnya pada tahun 2006. Pada tahun 2006 bapak Nurwakit resmi mendirikan usaha *home industry* manik-manik dengan nama *Beads Flower*. Dengan legalitas hukum, Bads Flower memiliki SIUP, TDP, TDI, INB, dan HO.

*Tujuan* awal beliau memulai usaha ini selain sulitnya mencari lapangan pekerjaan, bapak Nurwakit juga ingin membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Tujuan ini juga dikomunikasikan dengan baik sampai saat ini. Dari awal diri sendiri ingin membuka usaha sampai sekarang

---

<sup>3</sup> *Beads Flower*, “ Sejarah Pendirian Industri dan Riwayat Hidup Pimpinan”, dalam Profil/sinopsis Calon Penerima Upakarti IKM Modern *Beads Flower* Gudo, Jombang.

<sup>4</sup> Nurwakit, *Wawancara*, Jombang, 21 Juni 2014.

telah banyak merekrut masyarakat sekitar, dan dari awal yang dimulai dari diri sendiri sampai sekarang banyak yang terlibat dalam usaha ini baik secara langsung maupun tidak langsung.<sup>5</sup> Selain itu, pak Nur Wakit ingin melestarikan kebudayaan Indonesia melalui manik-manik etnik, karena manik-manik etnik merupakan warisan dari nenek moyang yang sekarang masih dilestarikan oleh suku-suku pedalaman.

#### **D. Proses Pembuatan Manik-manik Kaca<sup>6</sup>**

Pembuatan manik-manik kaca di desa ini pada dasarnya memiliki cara yang sederhana, tetapi industri ini memiliki keistimewaan tersendiri, yaitu berupa bahan baku yang berasal dari limbah kaca. Proses pembuatan manik-manik ini dibedakan menjadi dua, yaitu:

##### **1. Proses pemilihan dan peleburan bahan baku**

Proses awal pembuatan manik-manik dimulai dengan penyortiran bahan baku, yaitu limbah kaca. Selanjutnya limbah kaca dicuci sampai bersih kemudian ditimbang dan dipilah sesuai dengan warna dan komposisi. Setelah itu pecahan-pecahan atau limbah kaca ini dipanaskan dalam wajan besar hingga meleleh dan menyatu membentuk gumpalan untuk kemudian dibentuk menjadi batangan-batangan kaca panjang-panjang. Untuk dapat membentuk menjadi batangan-batangan panjang, diperoleh dengan cara mengambil bahan yang telah dilelehkan tadi dengan tongkat besi dan diputar sampai semua bahan melekat pada tongkat besi.

---

<sup>5</sup> Ibid.

<sup>6</sup> Suparno, *Wawancara*, Jombang, 26 Juni 2014.

Bahan yang telah melekat pada tongkat besi dibakar kembali dengan kompor pemasak dengan dua kompor memiliki posisi berbeda yaitu satu di bawah dan satu lagi di samping untuk disorotkan ke bahan, diputar dan diratakan supaya warna menjadi rata. Setelah warna merata, bahan kemudian ditarik dengan penjepit panjang sampai menjadi batangan kaca yang kemudian siap diproses menjadi bahan jadi.

## 2. Proses pembuatan manik-manik

Proses pembuatan manik-manik menjadi bahan jadi dan siap pakai dimulai dengan mengambil batangan-batangan kaca yang kemudian dipanaskan di atas api. Bahan itu di bentuk menggunakan kawat yang sudah diberi serbuk khusus untuk mempermudah proses pembentukan. Setelah bahan selesai dibentuk, kemudian bahan didinginkan dan dilepaskan dari kawatnya.

## E. Jenis-jenis Produk

Produk yang dihasilkan *home industry* ini bermacam-macam. Secara global produk-produk yang dihasilkan *home industry* manik-manik *Beads Flower* meliputi tasbih, gantungan kunci, kalung, gelang, dekorasi dinding, tirai, dan bahan manik-manik jadi untuk dirangkai kembali oleh pembeli. Selain produk-produk tersebut, *Beads Flower* juga memproduksi manik-manik etnik. Manik-manik etnik ini biasanya merupakan pesanan dari suku-suku pedalaman di Indonesia, seperti suku Dayak dan Toraja. Kebanyakan manik-manik etnik ini dirangkai menjadi kalung.



Semua manik-manik yang dihasilkan *home industry Beads Flower* berbahan dasar dari limbah kaca. Akan tetapi, saat dijadikan barang siap pakai tidak semua produk manik-manik hasil kerajinan *Beads Flower* berbahan dasar manik-manik. Selain itu juga ada yang terbuat dari kristal dan kuningan. Seperti pada saat ini produk manik-manik ini atau dicampur dengan bahan lain yaitu monel, kristal, kuningan, dan perak.<sup>7</sup> Tujuan produk dicampur adalah untuk menarik konsumen. Produk-produk yang dicampur biasanya adalah kalung, gelang, dan gantungan kunci. Seperti misalnya pada saat ini *Beads Flower* memproduksi kalung yang berbahan dasar kuningan dicampur dengan kuningan dan kristal. Gelang dari manik-manik yang dicampur dengan perak. Ada juga yang dicampur dengan bahan dari kayu dan perak.

Produk yang menjadi keunggulan *Beads Flower* adalah manik-manik etnik yang rata-rata manik-manik tersebut dirangkai menjadi sebuah kalung. Manik-manik etnik menjadi keunggulan *Beads Flower* karena manik-manik dengan motif etnik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia. Budaya memakai manik-manik etnik yang sampai sekarang masih dipertahankan oleh suku-suku pedalaman seperti suku Dayak dan Toraja. Mereka membeli manik-manik dengan tujuan untuk disimpan. Mereka juga membeli untuk dibagikan saat ada pesta. Jadi pada saat ada salah satu warga suku pedalaman ada yang mempunyai sebuah hajatan atau pesta, mereka akan membagi-

---

<sup>7</sup> Nur, *Wawancara*, Jombang, 21 Juni 2014.

bagikannya kepada tetangga maupun sanak saudara.<sup>8</sup> Mereka juga menyimpan manik-manik apabila mereka meninggal, maka manik-manik tersebut akan dikubur bersama jasadnya ini biasa dikenal dengan istilah bekal kubur.

Selain beberapa fungsi di atas ada beberapa fungsi manik-manik bagi suku pedalaman. Bagi suku Dayak Kalimantan, manik-manik merupakan ikon dari suku Dayak yang hingga saat ini keberadaannya tidak bisa dipisahkan dari suku dayak itu sendiri. Manik-manik bagi suku dayak memiliki arti yang sakral yang menjadikan manik-manik lebih dari sekedar perhiasan. Manik-manik dalam suku Dayak memiliki banyak fungsi yaitu sebagai alat tukar dan mas kawin, aksesoris rumah tangga, sarana perdukunan atau pengobatan, sebagai bekal kubur, sarana dalam berdo'a seperti tasbeih yang digunakan pendeta Budah dan Hindu, sebagai jimat atau tolak bala, sebagai perhiasan, sebagai perlengkapan ibadah, sarana upacara adat dan tari ritual, dan sebagai lambang status sosial.<sup>9</sup> Sedangkan untuk suku Toraja, manik-manik digunakan sebagai perhiasan perlengkapan pakaian adat wanita suku Toraja.

Manik-manik etnik merupakan jenis barang yang spesifik. Artinya, manik-manik produk *Beads Flower* tidak sembarangan model dan corak yang digunakan. Model dan corak ditentukan oleh suku pedalaman yang memesan manik-manik tersebut. Ada batasan-batasan atau syarat tersendiri dalam

---

<sup>8</sup> Ibid.

<sup>9</sup> Kawanua, "Manik-manik Khas Kalimantan", dalam <http://kawabanua.com/berita-167-manikmanik-khas-kalimantan.html>, diakses pada tanggal 4 Juli 2014.

membuat manik-manik etnik. Mulai dari desain dan rangkaian manik-manik harus sesuai dengan budaya mereka. Ada nama-nama tersendiri dari nenek moyang mereka. Warna dari manik-manik juga telah ditentukan dan memiliki arti tersendiri. Warna merah sebagai simbol makna semangat hidup, warna biru adalah simbol memiliki sumber kekuatan dari segala penjuru tidak mudah luntur, warna kuning adalah simbol keagungan dan keramat. Sedangkan warna hijau merupakan simbol kelengkapan dan intisari alam semesta dan putih merupakan simbolisasi makna gambaran lambang kesucian iman seseorang kepada sang pencipta.<sup>10</sup>

Manik-manik etnik cenderung berwarna gelap dan kusam bukan manik-manik yang berwarna cerah dan glamor. Manik-manik etnik tidak hanya diminati oleh suku pedalaman saja, orang luar negeri pun menyukai manik-manik etnik. Di Kalimantan, manik-manik etnik tidak hanya digunakan dan dipesan secara khusus oleh suku dayak, akan tetapi masyarakat di sana juga membeli manik-manik di *Beads Flower* untuk di jual kembali sebagai oleh-oleh khas Kalimantan. Alasan mereka memesan manik-manik di *Beads Flower* karena tidak adanya alat untuk melubangi manik-manik yang berukuran kecil.<sup>11</sup>

Selain manik-manik etnik yang banyak diminati pembeli, produk lain yang diminati pembeli adalah kalung tassel. Kalung ini terdiri dari potongan

---

<sup>10</sup> Kompas, "Manik-manik Borneo Tak Sekedar Hiasan", dalam <http://oase.kompas.com/read/2012/09/17/18364712/Manikmanik.Borneo.Tak.Sekedar.Hiasan>, diakses pada tanggal 4 Juli 2014.

<sup>11</sup> Titik, *Wawancara*, Jombang, 10 April 2014.

manik-manik kecil yang dirangkai dan dikombinasikan dengan bandul kecil dan benang yang berumbai-rumbai. Sekilas kalung ini tampak seperti tasbih, akan tetapi tasbih butirannya lebih besar, sedangkan kalung tassel butirannya lebih kecil. Hal ini dapat dilihat dari laporan penjualan *Beads Flower*, kalung tassel telah dikirim hingga ke Surabaya dan Padang. Pada tanggal 20 Januari 2014 bu Hilda membeli kalung tassel sebanyak 181 buah, keudian pada tanggal 26 Januari 2014 bu Hilda membeli lagi kalung tassel sebanyak 244 buah.

Sama halnya dengan bu Hilda, bu Ratna asal Surabaya juga membeli kalung tassel dalam jumlah besar. Awal beliau membeli pada tanggal 16 April 2014 beliau hanya membeli dua buah kalung tassel, akan tetapi pada tanggal 19 April 2014 beliau membeli kalung tassel lagi sebanyak 46 buah. Dari beberapa keterangan di atas, terlihat bahwa modifikasi yang dilakukan *Beads Flower* diminati oleh masyarakat. Terbukti dengan banyaknya pembelian terhadap produk tersebut.

Secara global, manik-manik yang diproduksi *Beads Flower* hanya dua yaitu manik-manik etnik dan manik-manik glamor. Manik-manik etnik bisa dilihat dari dirinya yaitu warnanya gelap dan kusam, sedangkan manik-manik glamor cenderung warnanya cerah, mengkilap, dan menyala. Beraneka macam bentuk manik-manik juga telah diproduksi *Beads Flower*.

Setiap hari industri *Beads Flower* dapat menghasilkan manik-manik siap pakai sekitar 500 sampai 600 item, akan tetapi jika dihitung per biji manik-manik *Beads Flower* dalam waktu sehari bisa menghasilkan ribuan

manik-manik. Semua produk hasil kerajinan tangan *Beads Flower* diproduksi secara manual. Produksi manik-manik *Beads Flower* dilakukan yaitu mulai hari Senin sampai dengan Sabtu.

Bentuk manik-manik yang dihasilkan *Beads Flower* juga bermacam-macam, ada yang berbentuk pipih, lonjong, bulat, tidak beraturan, dan lain-lain. Desainnya pun bermacam-macam, ada yang penuh dengan corak, ada yang bercorak biasa atau *simple*, ada juga yang polos. Untuk desain, *Beads Flower* selain mendesain sendiri juga bisa sesuai dengan keinginan pembeli atau konsumen. Untuk manik-manik etnik *Beads Flower* tidak mendesain sendiri, akan tetapi desain diperoleh dari suku pedalaman yang memesan manik-manik. Karena manik-manik etnik merupakan manik-manik peninggalan leluhur suku pedalaman.

#### **F. Strategi pemasaran**

*Beads Flower* memasarkan produknya dengan berbagai cara, yaitu dipromosikan secara langsung melalui pameran-pameran yang diadakan pemerintah, yaitu melalui *online* dan juga dari mulut ke mulut.

*Promosi* langsung dilakukan *Beads Flower* tidak hanya melalui pameran, pak Nur Waktu tidak tanggung-tanggung terjun langsung ke daerah-daerah untuk melakukan survei pasar untuk mengetahui apa yang diinginkan pasar tersebut. Misalnya model dan warna apa yang disukai pasar tersebut. Memahami karakteristik dari pasar yang akan dituju. Promosi langsung untuk menjaring konsumen dari dalam dan luar negeri tidak hanya melalui pameran,

akan tetapi juga melalui *outlet Beads Flower* yang ada di Jombang dan Bali. Untuk menjangkau konsumen dari luar negeri, kebanyakan promosi langsung dilakukan melalui *outlet* atau toko yang ada di Bali.

Setelah *melihat* koleksi manik-manik hasil kerajinan *Beads Flower*, ketika mereka tertarik mereka bisa langsung memesan di tempat atau bisa melalui *online* dengan *website* [www.Beads Flower.id.com](http://www.Beads Flower.id.com). Dari *website* ini, para turis yang telah datang di *outlet* atau toko *Beads Flower* yang ada di Bali dapat melihat produk-produk selanjutnya yang diproduksi *Beads Flower* tanpa harus datang ke *outlet* yang ada di Bali.

Selain melalui *website* untuk konsumen dalam maupun luar negeri yang ingin berkunjung langsung untuk melihat produksi secara langsung dan produk-produk *Beads Flower* bisa langsung datang ke *outlet* yang ada di desa Plumbon Gombang. *Outlet Beads Flower* luas, tempatnya nyaman, memudahkan konsumen memilih dan melihat berbagai macam produk manik-manik hasil kerajinan *Beads Flower*. *Outlet Beads Flower* mudah dicari karena lokasinya yang berada di dekat jalan raya.

Strategi pemasaran *online* digunakan *Beads Flower* untuk mempermudah konsumennya dalam membeli produk atau hasil kerajinan *Beads Flower*. Strategi ini merupakan strategi lain yang dipakai *Beads Flower* selain melakukan promosi ke daerah-daerah. Promosi *online* juga ditujukan untuk menjangkau konsumen luar negeri dan dalam negeri agar pasarnya semakin luas. Selain mempromosikan produknya secara *online*

melalui *website* dan *email*, *Beads Flower* juga menggunakan cara promosi melalui *id card* dan dari mulut ke mulut.

Menurut mbak Aini yang berasal dari Surabaya, dia mengetahui *home industry* manik-manik ini dari temannya. Beliau tertarik karena manik-manik ini berasal dari limbah kaca. Maka dari itu dia datang langsung ke Jombang untuk melihat prosesnya dan bentuk dari hasil kerajinan manik-manik yang berasal dari limbah kaca. Mbak Aini suka dengan hasil kerajinan *Beads Flower* karena produknya berbeda dengan manik-manik di *home industry* lain yang ada di sekitar *Beads Flower*, tempatnya juga nyaman.<sup>12</sup>

Menurut ibu Eva yang berasal dari Gresik, produk kerajinan manik-manik *Beads Flower* bermacam-macam.<sup>13</sup> Beliau tertarik membeli manik-manik di *Beads Flower* karena bahan bakunya berasal dari limbah, produksinya masih tradisional. Beliau mengetahui adanya *home industry* manik-manik di Jombang dari saudaranya yang kebetulan tinggal di Jombang.

Sama halnya dengan mbak Aini, mbak Okta juga sependapat dengan mbak Aini. Mbak Okta senang membeli manik-manik di *Beads Flower* karena tempatnya nyaman, produknya bervariasi. Selain itu desain tiap produk juga menarik.<sup>14</sup> Akan tetapi berbeda dengan mbak Aini, mbak Okta adalah penduduk asli Jombang. Beliau sudah tau bahwa di Jombang terdapat industri manik-manik yang terbuat dari limbah kaca. Begitu pula dengan

---

<sup>12</sup> Aini, *Wawancara*, Jombang, 17 Maret 2014

<sup>13</sup> Eva, *Wawancara*, Jombang, 17 Maret 2014

<sup>14</sup> Okta, *Wawancara*, Jombang, 29 Juni 2014

Joice yang sudah mengetahui industri ini dari dulu. Beliau membeli manik-manik untuk dirangkai kembali unruk dijadikan bross dan dijual kembali.<sup>15</sup>

Lain halnya dengan mabk Aini dan Okta, bu Siti warga asal Surabaya mengetahui manik-manik *Beads Flower* dari pak Nur Waktu sendiri, yang kebetulan beliau adalah teman SMA sewaktu bu Siti masih berdomisili di Jombang. Beliau awalnya kurang tertarik dengan manik-manik. Akan tetapi pada saat beliau datang sendiri ke outlet *Beads Flower* yang berada di Jombang, beliau mulai tertarik dengan produk-produk hasil kerajinan *Beads Flower*. Beliau tertarik dengan manik-manik hasil kerajinan *Beads Flower* karena modelnya yang bagus-bagus, desainnya yang elegan, banyak variasi produk, dan corak manik-manik bermacam-macam.

Sedangkan Bu Siswoyo yang berasal dari Balikpapan, mengetahui manik-manik ini sudah sejak lama. Beliau memang mencari manik-manik untuk dijual lagi di Balikpapan. Beliau sering membeli manik-manik di *Beads Flower* dalam jumlah besar. Hal ini dapat dilihat dari laporan penjualan *Beads Flower*. Terhitung mulai bulan Januari sampai Agustus 2014, bu Siswoyo telah melakukan pembelian kepada *Beads Flower* sebanyak tiga kali yaitu pada bulan Januari, Februari dan Mei. Produk yang sering dibeli bu Siswoyo adalah kalung pluntir lilit antik, hal ini karena kalung ini produk yang paling diminati di Balikpapan.

Untuk menarik pembeli, *Beads Flower* hampir setiap hari melakukan inovasi produk. Setiap detail model manik-manik sangat diperhatikan oleh

---

<sup>15</sup> Joice, Wawancara, Jombang, 29 Juni 2014



Bapak Nurwakit. Beliau sendiri yang melakukan inovasi produk, mulai dari desain, bentuk, campuran manik seperti kuningan, perak, kristal dan lain sebagainya. Beliau berusaha selalu jeli, teliti dan kreatif menangkap peluang. Seperti pada saat ini banyak konsumen yang suka dengan manik-manik yang dicampur dengan kuningan.

Bahan untuk campuran atau variasi dari manik-manik diperoleh dari pengrajinnya langsung. Pak Nurwakit melakukan strategi *join* dengan pengrajin-pengrajin assesoris lain. Misalnya pengrajin kuningan, mereka memberikan hasil kerajinannya ke *Beads Flower* untuk di campur dengan manik-manik. Akan tetapi, tidak sembarang model diberikan dan bisa dicampur dengan manik-manik. Pak Nurwakit dengan pihak pengrajin mendiskusikan model dan desain yang cocok untuk dipadukan dengan manik-manik.<sup>16</sup>Desain dan model terkadang berasal dari pak Nurwakit, terkadang juga dari pengrajin lain, tetapi selalu didiskusikan bersama.

Industri *Beads Flower* juga memiliki merek dan label sendiri yang telah dipatenkan. Label dan merek ini dapat dilihat dari kemasan produk *Beads Flower*. Dalam kemasan tersebut tertera huruf “BF” yang berarti “*Beads Flower* manik-manik Jombang”. Dalam kemasan tersebut juga tertera alamat *email* untuk mempermudah konsumen memesan atau membeli secara *online*. Kemasannya pun dibuat menarik dan bagus. Hal ini juga merupakan strategi menarik konsumen. Jika produk dikemas dengan rapi, bagus, dan cantik, maka akan mudah untuk menarik konsumen untuk membeli.

---

<sup>16</sup> Titik, *Wawancara*, Jombang, 25 Juni 2014.

Harga produk yang dijual juga bervariasi, mulai dari harga Rp 5000 sampai dengan Rp 2.500.000. Dalam menentukan harga, *Beads Flower* menentukan harga dilihat dari tingkat kesulitan dan perjalanan manik-manik itu sendiri. Artinya, penentuan harga tiap produk ditentukan dari tingkat prosesnya.<sup>17</sup> Semakin lama manik-manik itu diproses, harga yang ditentukan semakin mahal, karena manik-manik tersebut memiliki historis atau sejarah sendiri. Perjalanan atau proses manik-manik yaitu mulai dari masih bahan baku, penyeleksian, pewarnaan, peleburan, pendinginan sampai pembentukan.

Penetapan harga manik-manik *Beads Flower* tidak selalu sama, hal ini karena dipengaruhi oleh harga bahan baku yang terkadang naik. Akan tetapi, untuk saat ini harga yang diberikan *Beads Flower* masih relatif standar.<sup>18</sup> Karena ketersediaan bahan baku masih mudah didapatkan, dan masih relatif banyak. Selain itu, penetapan harga manik-manik dilihat dari tingkat kesulitan dan kerumitan dari bentuk dan model manik-manik.

Model dan desain manik-manik juga mengikuti *trend* atau musim. Misalnya untuk saat ini produk yang sedang digemari konsumen adalah gantungan kunci yang terdiri dari satu manik-manik besar seukuran bola ping pong yang dibawahnya terdapat benang nilon berumbai-rumbai seperti ekor kuda. Selain itu, manik-manik yang digemari adalah manik-manik yang berwarna kusam. Kebanyakan konsumen memesan bahan manik-manik yang belum jadi rangkaian produk siap jadi untuk dirangkai sendiri.

---

<sup>17</sup> Ibid.

<sup>18</sup> Ibid.

Konsumen *Beads Flower* saat ini tercatat sebanyak 20 orang untuk konsumen luar negeri, dan 25 orang untuk konsumen dalam negeri. Mereka semua tercatat sebagai konsumen tetap *Beads Flower* yang sering melakukan transaksi pembelian manik-manik *Beads Flower*. Untuk konsumen luar negeri, pembelian paling banyak dilakukan pada bulan Juli, Agustus, dan September. Alasan pembelian paling banyak terjadi ketika bulan Juli sampai september karena di luar negeri sedang mengalami musim *fashion*. Pemakaian aksesoris seperti kalung dan gelang sudah menjadi gaya hidup masyarakat luar negeri sebagai penunjang penampilan mereka. Sedangkan untuk dalam negeri, terutama suku pedalaman, mereka membeli manik-manik di *Beads Flower* setiap bulan.

Hal ini dapat dilihat dari laporan keuangan *home industry* manik-manik *Beads Flower* pada bulan Maret tahun 2013. Di sini dapat dilihat bahwa produk *Beads Flower* telah dikirim hingga luar Negeri. Dalam laporan keuangan tersebut *Beads Flower* mendapat pemasukan hasil jual dari Selly yang berasal dari Amerika sebesar Rp 14.885.000, dari bu Siswoyo yang berasal dari Balikpapan sebesar Rp 35.420.000, dari bu Rahmawati yang berasal dari Balikpapan sebesar Rp 24.809.000, dari PT Kwalita Bali sebesar Rp 3.164.000, dan hasil dari toko *Beads Flower* Jombang sendiri sebesar Rp 46.478.000. dari sini dapat dilihat produk *Beads Flower* yang telah dikenal tidak hanya di dalam negeri, akan tetapi sampai ke luar negeri.

Selain itu konsumen *Beads Flower* rata-rata dari orang pedesaan sampai pejabat, baik pejabat yang masih aktif maupun non aktif. Para pejabat

sering membeli dalam skala besar, biasanya untuk seragam ibu-ibu dharma wanita. Seperti yang dilakukan istri wakil gubernur Syaifullah Yusuf beberapa bulan yang lalu. Beliau memesan kalung dengan model dan motif yang sama untuk dipakai para ibu-ibu dharma wanita. Ini menunjukkan bahwa peminat manik-manik tidak hanya dari kalangan biasa saja, kalangan pejabat pun suka dengan manik-manik. Ini juga menunjukkan bahwa manik-manik yang terbuat dari limbah kaca bukan barang yang memiliki nilai rendah, akan tetapi memiliki nilai tinggi jika dikelola dengan baik.

Pendistribusian barang bisa didistribusikan langsung maupun dengan paket. Rata-rata konsumen *Beads Flower* yang memesan produk *Beads Flower* didistribusikan atau dikirim melalui paket. Cara pemesanan awal adalah pada saat pesan, pemesan dikenakan biaya 50 persen di awal, kemudian barang pesanan jadi, pemesan wajib melunasi beserta ongkos kirim. Ongkos kirim dibebankan kepada pemesan. Baik pengiriman negeri maupun luar negeri, semua menggunakan sistem paket. Jasa pengirim paket atau ekspedisi adalah ekspedisi yang telah ditunjuk pemesan. Pendistribusian barang melalui paket adalah karena pendistribusian atau pengiriman melalui paket lebih mudah, dan tidak rumit.

Walaupun *Beads Flower* selalu melakukan inovasi produk, bukan berarti *Beads Flower* tidak memiliki pesaing usaha. Pesaing terberat produk manik-manik desa Plumbon Gambang Kecamatan Gudo kabupaten Jombang adalah manik-manik dari Cina. Sistem produksi mereka adalah produksi masal. Sedangkan *Beads Flower* melakukan produksi manual dengan hasil

yang terbatas, tidak banyak seperti yang dihasilkan manik-manik dari Cina. Oleh karena itu *Beads Flower* melakukan inovasi produk hampir setiap hari dan mengombinasikan manik-manik dengan bahan lainnya.

Meskipun memiliki banyak pesaing, jika dibandingkan produk hasil kerajinan *Beads Flower* dengan produk hasil kerajinan *home industry* manik-manik lainnya yang berada di Desa Plumbon Gambang, produk *Beads Flower* dapat dikatakan lebih unggul dari produk yang lainnya. Produk hasil kerajinan *Beads Flower* jika dilihat dari kemasannya lebih rapi, di atas kemasan diberi label perusahaan. Sedangkan di industri lain hasil kerajinan juga dikemas dengan rapi, akan tetapi tidak ada label perusahaan dikemasan tersebut. Modifikasi dan model dari manik-manik *Beads Flower* juga lebih bervariasi. Misalnya untuk sebuah bross, *Beads Flower* memodifikasi berapa butir manik-manik dengan bahan lain yang berbahan dasar plastik, sedangkan produk industri lain rata-rata di dalam sebuah bross hanya ada satu butir manik-manik berukuran sedang yang dimodifikasi dengan bahan lain. Desain produk manik-manik *Beads Flower* juga lebih elegan, kombinasi warna juga lebih banyak.