

BERKARYA SENI RUPA 3 DIMENSI MELALUI MEDIA TANAH LIAT DALAM MENGEMBANGKAN UMKM KERAJINAN GERABAH DI DESA KEMUNING, BONDOWOSO

Dafid Septyan Nur Fadholi¹, Ni Luh Sustiawati², Ida Ayu Trisnawati³

¹ Institut Seni Indonesia Denpasar (BALI). E-mail: dafidseptyan.25@gmail.com

² Institut Seni Indonesia Denpasar (BALI). E-mail: sustiawati@isi-dps.ac.id

³ Institut Seni Indonesia Denpasar (BALI). E-mail: dayutrisna@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Submitted : 2025-07-31
Review : 2025-07-31
Accepted : 2025-07-31
Published : 2025-07-31

KEYWORDS

3D Art, Pottery, Creative Economy.

A B S T R A C T

Purpose – This article aims to examine the process of creating three-dimensional fine art using clay as a strategy in developing pottery craft MSMEs in Kemuning village. The research focus includes design innovation, production optimization, and strengthening the competitiveness of pottery products in the modern market. Methods – This research uses the method of exploring artistic practices in developing aesthetics, techniques and innovation in creating attractive pottery, interviews with MSME players, as well as market analysis to identify consumer needs and market opportunities. Findings – The research results show that three-dimensional clay-based works of art can increase the aesthetic value and functionality of pottery products, making them more attractive to consumers. Modern design innovations that combine traditional and contemporary elements have been proven to be able to increase the selling power of products at local and international levels. Research implications/limitations – This research also found limitations, such as the lack of access for MSMEs to modern production technology, limited design skills, and challenges in reaching digital markets effectively. By overcoming these limitations through training, technology adoption and digital-based marketing strategies, pottery craft MSMEs have the potential to become a competitive and sustainable creative economy sector.

A B S T R A K

Kata Kunci: Seni Rupa 3 Dimensi, UMKM Gerabah, Inovasi Desain.

Pengembangan UMKM kerajinan gerabah di Desa Kemuning, Bondowoso melalui pendekatan seni rupa tiga dimensi berbahan tanah liat ini bertujuan untuk menggali inovasi desain, efisiensi produksi, dan strategi pemasaran dalam rangka meningkatkan daya saing produk gerabah di pasar modern. Metode yang digunakan adalah eksplorasi praktik artistik secara langsung pada tiga UMKM lokal, disertai observasi, wawancara, dan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan seni rupa tiga dimensi mampu memperkuat nilai estetika dan fungsionalitas produk gerabah, terutama melalui penggabungan elemen tradisional dengan desain kontemporer. UMKM A (Kemuning Art Clay) dinilai paling inovatif dan adaptif

terhadap teknologi modern, UMKM B (Gerabah Tani Lestari) fokus pada pelestarian nilai tradisi, sementara UMKM C (Kriya Tanah Kemuning) menonjol dalam produk dekoratif bernilai artistik. Kendala utama yang dihadapi meliputi keterbatasan akses teknologi, regenerasi pengrajin, dan minimnya pelatihan. Kesimpulan menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif, pelatihan desain, serta pemanfaatan media digital sangat penting untuk memperkuat eksistensi dan keberlanjutan UMKM gerabah. Integrasi seni rupa tiga dimensi terbukti menjadi solusi strategis untuk menjembatani tradisi dan modernitas dalam ekonomi kreatif berbasis budaya lokal.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) gerabah di Indonesia telah menjadi bagian penting dari industri kreatif yang tidak hanya melestarikan budaya lokal, tetapi juga berkontribusi pada perekonomian masyarakat. Kerajinan gerabah merupakan warisan budaya yang memiliki akar sejarah panjang dalam perkembangan seni rupa di Indonesia. Dalam konteks ekonomi lokal, kerajinan gerabah tidak hanya berperan sebagai simbol budaya, tetapi juga sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat perdesaan, khususnya melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di Desa Kemuning, Bondowoso, tradisi membuat gerabah masih dilestarikan oleh sejumlah pengrajin lokal, meskipun menghadapi tantangan besar di era globalisasi dan digitalisasi saat ini (Rahmawati, 2020; UNESCO, 2019). Gerabah, yang biasanya terbuat dari tanah liat, memiliki sejarah panjang sebagai salah satu seni kerajinan tertua di Nusantara. Gerabah di Indonesia merupakan hasil kerajinan tradisional yang telah ada sejak zaman prasejarah, masyarakat mulai memanfaatkan tanah liat untuk membuat alat-alat rumah tangga seperti periuk, belanga, dan kendi, yang digunakan untuk kebutuhan sehari-hari (2022). Hingga saat ini, kerajinan gerabah tetap menjadi bagian dari budaya Indonesia, dengan berbagai daerah memiliki ciri khasnya masing-masing dalam pembuatan dan desainnya. Meski tetap bertahan hingga kini, UMKM gerabah menghadapi tantangan besar di tengah persaingan global dan perubahan gaya hidup modern masyarakat.

Masalah utama yang dihadapi UMKM gerabah antara lain terbatasnya inovasi desain, rendahnya akses teknologi modern, dan minimnya strategi pemasaran digital (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2022). Hal ini menyebabkan produk-produk gerabah tradisional sulit bersaing di pasar yang semakin mengutamakan estetika kontemporer dan fungsi praktis. Selain itu permasalahan yang dihadapi UMKM gerabah adalah menurunnya minat masyarakat terhadap produk tradisional yang dianggap kurang menarik secara estetika atau kurang praktis dibandingkan produk-produk modern berbahan sintetis. Selain itu, terbatasnya akses terhadap teknologi, modal, dan pelatihan inovasi menjadi kendala lain yang menghambat pengembangan UMKM gerabah. Banyak pengrajin yang masih menggunakan teknik produksi tradisional, yang meskipun bernilai tinggi secara budaya, sering kali kurang efisien untuk memenuhi permintaan pasar yang lebih luas. Ditambah lagi, pemasaran produk gerabah tradisional umumnya hanya terbatas pada pasar lokal tanpa strategi promosi yang efektif.

Untuk menghadapi tantangan tersebut, inovasi produk melalui seni rupa tiga dimensi menawarkan solusi yang relevan dan menjanjikan. Seni rupa tiga dimensi dalam desain produk memiliki peran penting dalam inovasi, karena memungkinkan penciptaan objek yang tidak hanya berfungsi sebagai media ekspresi artistik tetapi juga memenuhi kebutuhan praktis dan fungsional konsumen (Heller, 2009). Sehingga Seni

rupa tiga dimensi memungkinkan pengrajin gerabah untuk menciptakan produk-produk yang tidak hanya memiliki nilai fungsional, tetapi juga keindahan estetis yang dapat menarik perhatian pasar modern. Desain gerabah dapat diperkaya dengan elemen-elemen artistik, seperti tekstur unik, warna kreatif, dan bentuk yang eksperimental, sehingga produk tidak hanya menjadi barang utilitas, tetapi juga karya seni yang bernilai tinggi. Inovasi ini juga mencakup pembuatan produk dekoratif, seperti pajangan dinding, patung, dan aksesoris interior, yang diminati di pasar global.

Selain dari sisi desain, seni rupa tiga dimensi juga mendorong pengrajin untuk memanfaatkan teknologi modern, seperti pencetakan 3D dan teknik glasir baru, guna meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk. Pelatihan keterampilan desain tiga dimensi bagi pengrajin lokal dapat membantu mereka mengembangkan kreativitas serta membuka peluang untuk kolaborasi dengan desainer profesional. Dengan demikian, produk gerabah dapat memiliki daya saing yang lebih kuat baik di pasar domestik maupun internasional.

Untuk menjawab tantangan tersebut, eksplorasi seni rupa tiga dimensi melalui media tanah liat menjadi pendekatan strategis. Tidak hanya memungkinkan penciptaan bentuk dan fungsi baru yang estetis, pendekatan ini juga mendorong inovasi desain yang kontekstual dan relevan dengan permintaan pasar saat ini (Heller, 2009; Borgdorff, 2011). Inovasi melalui seni rupa tiga dimensi tidak hanya membantu UMKM gerabah untuk bertahan, tetapi juga memberikan peluang untuk tumbuh dan berkembang. Dengan memadukan nilai tradisional dengan pendekatan modern, produk gerabah dapat tetap relevan dalam gaya hidup masyarakat masa kini, sekaligus memperluas jangkauan pasar hingga ke pasar global. Inisiatif ini juga mendorong pelestarian seni kerajinan tradisional, memastikan warisan budaya tetap hidup di tengah dinamika zaman.

METODE PENELITIAN

Metode eksplorasi praktik artistik adalah pendekatan kreatif yang digunakan untuk mengembangkan ide-ide baru dalam pembuatan gerabah melalui eksperimen langsung dengan bahan, teknik, dan konsep yang dilakukan langsung di lokasi UMKM gerabah di desa Kemuning. Didesa tersebut terdapat 3 UMKM gerabah yang masih bertahan hingga saat ini. Pendekatan ini bertujuan untuk menghasilkan inovasi dalam desain gerabah yang tidak hanya memperhatikan nilai estetika, tetapi juga aspek fungsional dan relevansi pasar. Dalam konteks UMKM kerajinan gerabah, eksplorasi praktik artistik membantu menciptakan produk yang mampu bersaing di pasar modern dengan tetap mempertahankan nilai tradisional.

Proses eksplorasi ini dimulai dengan eksperimen bahan dasar tanah liat, termasuk pemilihan jenis tanah liat yang sesuai untuk berbagai bentuk karya. Seniman dan pengrajin dapat mencoba kombinasi bahan tanah liat lokal dengan komposisi tertentu, seperti pasir halus untuk menciptakan tekstur, kekuatan, atau tampilan permukaan yang unik. Eksperimen ini juga melibatkan uji coba teknik pembentukan seperti teknik pilin, lempeng, atau putar, serta teknik dekorasi seperti ukiran, penggoresan, dan penggunaan glasir berwarna. Menurut Borgdorff (2011), eksplorasi praktik artistik memungkinkan penemuan metode baru yang tidak terpikirkan sebelumnya dalam proses kerja tradisional. Selanjutnya, metode ini mengintegrasikan eksplorasi estetika dan konsep desain kontemporer. Pengrajin dapat menggunakan inspirasi dari pola geometris modern, warna-warna minimalis, atau bentuk abstrak yang lebih disukai konsumen saat ini. Penambahan elemen desain ini bertujuan untuk memperluas daya tarik produk gerabah, baik untuk pasar lokal maupun internasional. Menurut Munro (2013), praktik

artistik yang melibatkan eksplorasi estetika dapat menjembatani tradisi dan inovasi, sehingga menghasilkan produk dengan nilai tambah yang lebih tinggi.

Dalam praktik eksplorasi ini, penting pula dilakukan kolaborasi dengan desainer atau seniman lain untuk mendapatkan sudut pandang baru. Kolaborasi semacam ini sering menghasilkan ide-ide segar yang mengubah cara pengrajin memandang proses pembuatan gerabah. Selain itu, metode ini juga mencakup pembuatan prototipe produk untuk menguji kelayakan teknis, estetis, dan penerimaan pasar sebelum diproduksi massal. Seperti yang dijelaskan oleh Scrivener (2002), eksplorasi prototipe adalah bagian penting dari metode artistik untuk memastikan bahwa ide-ide inovatif dapat diimplementasikan secara praktis. Kemudian analisis data dilakukan dengan pendekatan deskriptif-kualitatif, menggabungkan interpretasi visual dan naratif dalam konteks desain, produksi, dan pemasaran (Scrivener, 2002).

Penelitian ini menggunakan metode eksplorasi praktik artistik melalui pendekatan kualitatif yang dilakukan di Desa Kemuning, Bondowoso. Observasi dan eksperimen dilakukan secara langsung pada tiga UMKM gerabah, yaitu UMKM A, UMKM B, dan UMKM C. Masing-masing UMKM memiliki karakteristik dan pendekatan yang berbeda dalam produksi dan inovasi gerabah. Berikut ini adalah tabel analisis terhadap ketiga UMKM yang menjadi subjek penelitian:

Tabel 1. Analisis UMKM Gerabah

Aspek	UMKM A – Kemuning Art Clay	UMKM B – Gerabah Tani Lestari	UMKM C – Kriya Tanah Kemuning
Jenis Produk	Pot tanaman, vas, dekorasi dinding	Peralatan dapur (belanga, kendi, cobek)	Ornamen interior, tempat lilin, souvenir
Inovasi Desain	Motif ukiran kopi & bentuk geometris	Desain klasik tanpa ornamen	Ornamen kontemporer, glasir pastel
Teknik Produksi	Manual & kiln gas	Tradisional (tungku & putar)	Lempeng & pilin, pembakaran terbuka
Bahan Baku	Tanah liat + pasir halus	Tanah liat murni sungai	Tanah liat + sekam
Efisiensi Produksi	Tinggi	Rendah	Sedang
Pemasaran	Instagram, Shopee, reseller	Galeri lokal	WhatsApp, pameran lokal
Segmentasi Pasar	Urban, kolektor dekoratif	Lokal & pasar tradisional	Toko oleh-oleh, hotel
Kelebihan	Desain menarik, kualitas stabil	Fungsional, kuat & awet	Unik & cocok sebagai hadiah
Kendala	Butuh pelatihan desain digital	Pelaku lansia, tidak ada regenerasi	Kualitas tidak konsisten
Potensi Pengembangan	Kolaborasi desainer profesional	Pelatihan & promosi digital	Branding & pengemasan produk

Berikut adalah rumus dan cara menghitung analisis deskriptif terhadap data hasil observasi dari 3 UMKM gerabah di Desa Kemuning menggunakan metode skoring kuantitatif sederhana (skala 1–5).

Rumus Skoring Penilaian UMKM

Rumus:

$$\text{Skor Rata-rata Aspek} = \text{Jumlah Skor Subjek (UMKM)} / N$$

Keterangan:

- Jumlah Skor Subjek: Total skor dari tiap UMKM pada satu aspek
- N: Jumlah UMKM yang dianalisis (N = 3)

Contoh Aspek Penilaian dan Skala

Tabel 2. Perhitungan aspek pada penilaian UMKM Gerabah

Aspek	Skala Penilaian (1–5)
Inovasi Desain	1 = Tidak ada inovasi, 5 = Sangat inovatif dan kreatif
Efisiensi Produksi	1 = Sangat lambat, 5 = Cepat dan efisien
Teknik Produksi	1 = Manual sepenuhnya, 5 = Kombinasi tradisional-modern
Pemasaran	1 = Lokal manual, 5 = Digital nasional/internasional
Potensi Pengembangan	1 = Minim, 5 = Sangat potensial dan bisa dikembangkan

Contoh Perhitungan: Aspek Inovasi Desain

UMKM A: Skor = 5

UMKM B: Skor = 2

UMKM C: Skor = 4

$$\text{Skor Rata-rata} = (5 + 2 + 4) / 3 = 11 / 3 \approx 3.67$$

Interpretasi: Rata-rata skor 3.67 menunjukkan bahwa secara umum ketiga UMKM memiliki tingkat inovasi desain yang cukup tinggi.

Langkah-langkah Analisis Data Kuantitatif Sederhana

1. Tentukan indikator penilaian yang relevan (misalnya: inovasi, produksi, pemasaran).
2. Beri skor 1–5 untuk masing-masing UMKM berdasarkan hasil observasi.
3. Gunakan rumus untuk menghitung rata-rata.
4. Sajikan skor dalam tabel atau grafik batang/pie untuk visualisasi.
5. Lakukan interpretasi untuk menyimpulkan kekuatan dan kelemahan masing-masing UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan seni rupa tiga dimensi pada kerajinan gerabah dapat meningkatkan kualitas dan daya tarik produk. Dengan mengintegrasikan desain modern yang kontemporer—seperti bentuk minimalis dan penggunaan warna glasir yang lebih variatif—produk gerabah yang dihasilkan memiliki daya jual yang lebih tinggi. Produk seperti vas, lampu hias, dan peralatan makan berbahan tanah liat yang dirancang dengan pendekatan seni tiga dimensi mampu menarik minat konsumen yang lebih luas. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan nilai estetis produk, tetapi juga memberi kesan fungsionalitas yang lebih modern. Sebagaimana dijelaskan oleh Munro (2013), seni rupa yang menggabungkan tradisi dengan elemen kontemporer dapat menjembatani pasar modern dengan warisan budaya.



Gambar 1. Hasil kerajinan gerabah berupa pot untuk bunga anggrek

Penelitian ini menemukan bahwa banyak UMKM masih mengandalkan tungku pembakaran tradisional yang terbatas dalam menghasilkan suhu yang stabil untuk proses pematangan tanah liat. Meskipun demikian, penggunaan alat pembakaran tradisional ini tetap memberi nilai keaslian dan karakter pada produk gerabah. Namun, terbatasnya kontrol suhu dan proses pembakaran dapat mempengaruhi kualitas produk akhir. Beberapa pengrajin yang mengadopsi metode pembakaran lebih modern, seperti kiln gas, berhasil meningkatkan kualitas produk dengan suhu yang lebih terkontrol dan hasil yang lebih konsisten. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Scrivener (2002) bahwa teknik pembakaran yang tepat sangat mempengaruhi kualitas akhir produk seni rupa.



Gambar 2. Kondisi tungku pembakaran yang masih tradisional

Harga gerabah sangat dipengaruhi oleh biaya produksi, yang meliputi biaya bahan baku, tenaga kerja, dan alat pembakaran. Dengan tetap menggunakan alat pembakaran tradisional, biaya produksi cenderung lebih tinggi karena proses pembakaran yang memakan waktu lebih lama dan penggunaan bahan bakar yang tidak efisien. Selain itu, tenaga kerja yang dibutuhkan untuk proses manual seperti pembentukan dan penghiasan juga menambah biaya produksi. Walaupun demikian, penggunaan alat pembakaran tradisional juga memberikan nilai tambah dalam bentuk keaslian dan kerajinan tangan, yang bisa menaikkan harga jual produk. Inovasi dalam desain dan diversifikasi produk memungkinkan pengrajin menetapkan harga yang lebih tinggi dengan alasan keunikan dan kualitas produk. Menurut Borgdorff (2011), produk yang memiliki unsur seni yang tinggi dapat dihargai lebih tinggi di pasar. Penggunaan teknologi dalam pemasaran dan produksi gerabah telah meningkatkan daya jual di masyarakat. Pengrajin yang memanfaatkan platform e-commerce dan media sosial untuk memasarkan produk mereka mampu menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional.

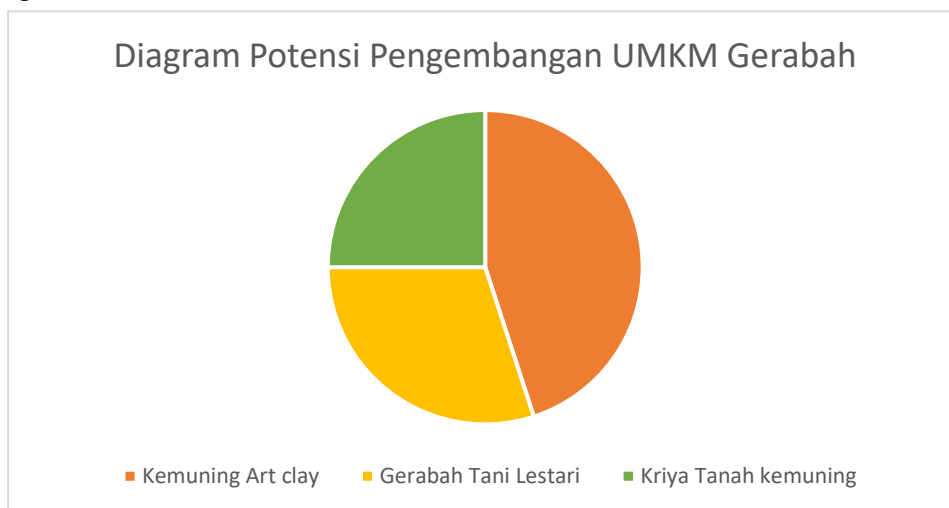
Dari hasil analisis terhadap tiga UMKM gerabah, terlihat adanya perbedaan pendekatan, karakteristik produk, dan strategi bisnis yang unik pada masing-masing unit usaha. UMKM A (Kemuning Art Clay) menunjukkan tingkat inovasi tertinggi, dengan fokus pada pengembangan desain modern dan pemanfaatan teknologi kiln gas yang lebih efisien. Hal ini memungkinkannya menghasilkan produk berkualitas tinggi dengan estetika kontemporer yang diminati pasar urban. Pemasaran digital yang aktif melalui Instagram dan Shopee menjadikan UMKM ini paling siap beradaptasi dengan tren ekonomi kreatif masa kini. Keunggulan ini menempatkan UMKM A sebagai kandidat

utama untuk menjadi role model dalam pengembangan kerajinan gerabah berbasis seni rupa tiga dimensi di wilayah tersebut.

Sementara itu, UMKM B (Gerabah Tani Lestari) masih mempertahankan metode tradisional baik dalam desain maupun produksi. Produk-produk seperti kendi dan belanga memiliki fungsi utilitas yang kuat, namun minim inovasi desain. Segmentasi pasarnya masih terbatas pada masyarakat lokal dan pedagang pasar tradisional. Kelemahan utama UMKM ini adalah tidak adanya regenerasi pengrajin, dengan sebagian besar pelaku usaha telah berusia lanjut. Meski begitu, produk-produk dari UMKM B memiliki nilai budaya tinggi dan dapat dijadikan sebagai dasar pelestarian warisan kriya tradisional, asalkan diberikan pendampingan dalam hal pengemasan, dokumentasi sejarah produk, dan promosi berbasis budaya lokal.

Adapun UMKM C (Kriya Tanah Kemuning) menempati posisi menengah, dengan keunggulan pada kreativitas bentuk dan warna yang cocok untuk produk dekoratif dan oleh-oleh. Meskipun produksi masih mengandalkan metode semi-tradisional dan belum sepenuhnya stabil, UMKM ini menunjukkan potensi kuat dalam menjangkau pasar wisata, hotel, dan toko souvenir. Penerapan teknik ukiran modern dan pewarnaan pastel menjadikan produk mereka unik dan mudah dibedakan di pasar. Namun, untuk mencapai skala produksi yang lebih besar, UMKM C membutuhkan pelatihan dalam standardisasi kualitas dan peningkatan efisiensi produksi.

Secara umum, ketiga UMKM memiliki kekuatan masing-masing yang dapat saling melengkapi. UMKM A unggul di inovasi dan digitalisasi, UMKM B kuat dalam pelestarian tradisi, dan UMKM C menonjol dalam kreativitas desain dekoratif. Dengan strategi kolaboratif, seperti pembentukan koperasi desain dan pelatihan lintas UMKM, ketiganya berpotensi menjadi penggerak utama dalam pengembangan industri kerajinan gerabah lokal berbasis seni rupa tiga dimensi yang berdaya saing di tingkat nasional bahkan global



Gambar 3. Diagram potensi pengembangan UMKM Gerabah

Diagram lingkaran berikut menggambarkan proporsi potensi pengembangan dari tiga UMKM gerabah di Desa Kemuning, Bondowoso:

- UMKM A (45%): Menonjol dalam inovasi desain dan penggunaan teknologi modern.
- UMKM B (20%): Kuat dalam produksi tradisional, namun terbatas pada regenerasi.

- UMKM C (35%): Kreatif dalam bentuk dan dekorasi, berpotensi di pasar oleh-oleh dan wisata.

Pembahasan

Temuan penelitian memperkuat argumen bahwa seni rupa tiga dimensi berperan strategis dalam revitalisasi produk budaya. Perpaduan teknik tradisional dengan estetika modern menciptakan narasi baru dalam kerajinan lokal, menjembatani antara masa lalu dan masa depan (Borgdorff, 2011; Hennessey, 2020). Keterlibatan institusi pendidikan seni seperti ISI Denpasar dan dukungan lintas sektor (pemerintah, swasta, komunitas) sangat dibutuhkan dalam mendorong inovasi, pelatihan, dan pemasaran berkelanjutan. Dengan pendekatan ini, UMKM dapat bertransformasi menjadi entitas ekonomi kreatif yang adaptif dan kompetitif (Tidd & Bessant, 2018; Kotler, 2016).

Penelitian ini juga menemukan sejumlah hambatan. Terbatasnya akses terhadap teknologi canggih dan rendahnya keterampilan teknis dalam penggunaan perangkat lunak desain dan teknologi pemrosesan digital masih menjadi tantangan besar bagi UMKM gerabah di desa Kemuning. Selain itu, keterbatasan dalam pelatihan dan pendampingan membuat pengrajin kesulitan mengadopsi teknologi baru, baik dalam produksi maupun pemasaran produk. Dari hasil wawancara dengan pelaku kerajinan gerabah, dalam tiga tahun terakhir tidak ada bantuan dari pemerintah. Jadi UMKM gerabah berjuang sendiri dalam memproduksi barang hingga memasarkan produknya. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan lembaga pendidikan untuk memberikan dukungan berupa pelatihan dan pembinaan dalam hal teknologi, pemasaran digital, dan pengelolaan usaha.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan seni rupa tiga dimensi melalui media tanah liat terbukti mampu menjadi strategi yang efektif dalam pengembangan UMKM kerajinan gerabah di Desa Kemuning, Bondowoso. Eksplorasi desain modern, penggunaan teknik produksi yang inovatif, serta pemanfaatan media digital telah meningkatkan nilai estetis dan daya saing produk gerabah. Hal ini tercermin dari performa UMKM A (Kemuning Art Clay) yang unggul secara signifikan dalam aspek inovasi desain, pemasaran digital, dan efisiensi produksi, dengan potensi pengembangan tertinggi sebesar 45%. UMKM B (Gerabah Tani Lestari), meskipun masih mempertahankan teknik dan desain tradisional, memainkan peran penting dalam pelestarian nilai budaya. Namun, UMKM ini menghadapi tantangan besar dalam hal regenerasi pelaku usaha dan belum memanfaatkan teknologi modern. Dengan potensi pengembangan hanya 20%, UMKM B sangat membutuhkan pendampingan dalam aspek pemasaran digital, pengemasan produk, serta pelatihan teknis bagi generasi penerus agar dapat terus eksis di tengah persaingan global. UMKM C (Kriya Tanah Kemuning) menunjukkan daya tarik tersendiri dalam produk-produk dekoratif dan oleh-oleh yang unik secara visual, serta memiliki nilai artistik tinggi. Potensi pengembangannya yang mencapai 35% memperlihatkan bahwa dengan pelatihan dan peningkatan standar produksi, UMKM ini dapat berkembang pesat sebagai pelaku industri kreatif di sektor pariwisata dan ritel lokal.

Secara keseluruhan, integrasi seni rupa tiga dimensi dalam praktik kerajinan gerabah mampu menjembatani tradisi dan modernitas, serta membuka peluang baru dalam sektor ekonomi kreatif desa. Dukungan lintas sektor sangat dibutuhkan, terutama dari pemerintah dan lembaga pendidikan, untuk menciptakan ekosistem yang mendukung inovasi, regenerasi, dan keberlanjutan UMKM gerabah di Desa Kemuning.

Dengan pendekatan kolaboratif dan partisipatif, UMKM-UMKM ini dapat berkembang menjadi model pemberdayaan ekonomi berbasis budaya yang tangguh dan berdaya saing global.

DAFTAR PUSTAKA

- Adamson, G. (2013). *The Invention of Craft*. Bloomsbury Publishing.
- Borgdorff, H. (2011). *The Production of Knowledge in Artistic Research*. Routledge.
- Chilvers, I. (2004). *The Oxford Dictionary of Art and Artists*. Oxford University Press.
- Giebelhausen, M. (2003). *The Architecture of the Museum*. Manchester University Press.
- Heller, S. (2009). *The Design of Dissent*. Allworth Press.
- Hennessey, J. (2020). *Design: The Whole Story*. Thames & Hudson.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2022). *Data UMKM 2021–2022*.
- Kementerian Perindustrian RI. (2022). *Peta Jalan Industri Kreatif*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Mardiyanto, A. (2021). Regenerasi Industri Kreatif Tradisional. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 2(1), 35–42.
- Munro, T. (2013). *Art and Innovation: Creative Practices for the 21st Century*. Springer.
- Pusat Penelitian Arkeologi Nasional. (2020). *Sejarah Gerabah di Indonesia*.
- Rahardjo, A. (2021). *Pemasaran Digital Produk Kerajinan*. Jakarta: Gramedia.
- Rahmawati, D. (2020). Strategi Peningkatan UMKM Berbasis Budaya. *Jurnal Manajemen UMKM*, 5(2), 87–95.
- Scrivener, S. (2002). *The Art Object as a Focus for Enquiry*. MIT Press.
- Setyowati, R. (2021). *Digitalisasi UMKM Pasca Pandemi*. Kominfo.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing Innovation*. Wiley.
- UNCTAD. (2010). *Creative Economy Report 2010: A Feasible Development Option*.
- UNESCO. (2019). *Creativity and Culture in Local Development*.