

PERAN DAN DAMPAK INDUSTRI KERAJINAN GERABAH TERHADAP SOSIOLOGI SENI DI TANJUNG MORAWA

Relita Dwi Lestari¹, Rizky Ananda², Wahyu Tri Atmojo³

^{1,2,3}Universitas Negeri Medan

dwiaja6451@gmail.com¹, rizkyart1706@gmail.com², wahyutriatmojo@unimed.ac.id³

ABSTRACT; *This study discusses the role and impact of the pottery industry on the sociology of art in the Tanjung Morawa area, North Sumatra. The pottery industry is part of a cultural heritage that has aesthetic value and social function in people's lives. In the context of the sociology of art, this industry reflects the interaction between artists and the wider community. However, since the COVID-19 pandemic, this industry has experienced a significant decline due to various factors, such as economic downturn, competition with modern ceramic products, and changes in consumer trends. This research was conducted through a descriptive qualitative approach with a case study of local pottery entrepreneurs. The results of the study show that the sustainability of the pottery industry is greatly influenced by adaptation to market trends and support from various parties, including the government and academics. Therefore, innovative and collaborative strategies are key to maintaining the existence of the pottery industry as an important part of local culture.*

Keywords: *Pottery Industry, Sociology Of Art, Entrepreneurship, Changing Trends, Marketing Strategies.*

ABSTRAK; Penelitian ini membahas peran dan dampak industri kerajinan gerabah terhadap sosiologi seni di daerah Tanjung Morawa, Sumatera Utara. Industri gerabah merupakan bagian dari warisan budaya yang memiliki nilai estetika dan fungsi sosial dalam kehidupan masyarakat. Dalam konteks sosiologi seni, industri ini mencerminkan interaksi antara pelaku seni dengan masyarakat secara luas. Namun, sejak pandemi COVID-19, industri ini mengalami penurunan signifikan akibat berbagai faktor, seperti kelesuan ekonomi, persaingan dengan produk keramik modern, serta perubahan tren konsumen. Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus pada pengusaha gerabah lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberlanjutan industri gerabah sangat dipengaruhi oleh adaptasi terhadap tren pasar dan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan akademisi. Oleh karena itu, strategi inovatif dan kolaboratif menjadi kunci dalam mempertahankan eksistensi industri gerabah sebagai bagian penting dari budaya lokal.

Kata Kunci: Industri Gerabah, Sosiologi Seni, Kewirausahaan, Perubahan Tren, Strategi Pemasaran.

PENDAHULUAN

Kerajinan gerabah merupakan salah satu bentuk seni tradisional yang memiliki akar budaya yang kuat dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Sebagai hasil seni yang berasal dari proses pembentukan dan pembakaran tanah liat, gerabah tidak hanya memiliki nilai fungsional, tetapi juga memuat nilai estetika dan simbolik yang mencerminkan identitas lokal. Di Tanjung Morawa, industri gerabah telah berkembang dari skala rumah tangga menjadi industri kecil menengah yang memiliki kontribusi terhadap ekonomi lokal serta menjadi bagian dari warisan budaya daerah.

Namun, dalam beberapa tahun terakhir, terutama sejak pandemi COVID-19 melanda, industri gerabah di Tanjung Morawa menghadapi tantangan yang cukup kompleks. Ketidakstabilan ekonomi nasional menyebabkan turunnya daya beli masyarakat, yang berdampak langsung terhadap permintaan produk kerajinan. Banyak pelaku industri terpaksa mengurangi produksi bahkan menutup usahanya karena tidak mampu bertahan dalam kondisi krisis.

Selain faktor ekonomi, munculnya produk keramik modern dengan desain minimalis dan harga yang lebih kompetitif turut mempersempit ruang gerak gerabah tradisional. Produk keramik tersebut lebih mudah diakses melalui platform digital dan sering kali dianggap lebih relevan dengan selera masyarakat urban, khususnya generasi muda. Hal ini menyebabkan terjadinya pergeseran preferensi konsumen dari produk gerabah tradisional ke produk keramik kontemporer.

Tidak hanya itu, perubahan tren desain interior dan gaya hidup konsumen yang semakin modern membuat produk gerabah yang sarat ornamen dianggap kurang sesuai dengan kebutuhan pasar saat ini. Kurangnya inovasi desain serta keterbatasan akses terhadap informasi dan pelatihan menjadi hambatan tersendiri bagi pengrajin dalam melakukan adaptasi.

Permasalahan ini bukan hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga pada pelestarian nilai-nilai seni dan budaya lokal. Jika dibiarkan, maka bukan tidak mungkin industri gerabah tradisional akan mengalami kemunduran yang sulit dipulihkan. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang menyeluruh untuk memahami faktor-faktor penyebab kemunduran industri ini dan merumuskan strategi yang dapat membantu pelaku industri beradaptasi dan bertahan di tengah dinamika sosial dan pasar yang terus berubah.

Tujuan

Tujuan dari Artikel ini adalah untuk memahami secara mendalam bagaimana dinamika industri kerajinan gerabah di Tanjung Morawa memengaruhi dan dipengaruhi oleh konteks sosial serta perkembangan seni dalam masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang menyebabkan terjadinya penurunan permintaan terhadap produk gerabah, khususnya sejak pandemi COVID-19 melanda. Selain itu, penelitian ini juga ditujukan untuk mengeksplorasi strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh pelaku industri dalam rangka meningkatkan kembali daya saing produk gerabah di tengah gempuran produk-produk keramik modern dengan desain yang lebih minimalis dan kontemporer.

Tidak hanya berhenti pada aspek pemasaran, penelitian ini juga diarahkan untuk merumuskan pendekatan desain produk yang sesuai dengan tren pasar masa kini, namun tetap mempertahankan nilai-nilai budaya lokal yang melekat pada kerajinan gerabah tradisional. Dengan demikian, melalui penelitian ini diharapkan dapat ditemukan solusi yang integratif dan aplikatif guna mempertahankan keberlangsungan industri gerabah sebagai bagian dari ekspresi seni dan identitas sosial masyarakat Tanjung Morawa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pelaku industri gerabah di Tanjung Morawa, khususnya Bapak Irwan Sembiring sebagai narasumber utama. Selain itu, dilakukan observasi langsung di lokasi produksi dan dokumentasi visual sebagai data pendukung. Data dianalisis dengan pendekatan induktif untuk memperoleh pemahaman kontekstual yang menyeluruh mengenai kondisi industri gerabah saat ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri kerajinan gerabah di Tanjung Morawa merupakan salah satu contoh konkret dari bagaimana seni, budaya, dan dinamika sosial masyarakat saling terjalin dalam sebuah aktivitas ekonomi. Dalam perspektif sosiologi seni, kerajinan gerabah bukan sekadar produk benda pakai, melainkan sebuah ekspresi budaya dan bagian dari sistem sosial yang mencerminkan nilai, tradisi, dan perubahan sosial. Kehidupan para pengrajin seperti Bapak Irwan Sembiring dan keluarganya memperlihatkan keterhubungan antara

keterampilan artistik yang diwariskan secara turun-temurun dan transformasi sosial yang dipengaruhi oleh kondisi ekonomi dan perkembangan zaman.

Kewirausahaan seni yang dijalankan oleh Bapak Irwan menunjukkan bahwa modal utama dalam membangun usaha seni bukanlah pendidikan formal, tetapi kombinasi antara pengalaman praktis, kecintaan terhadap seni, serta keberanian untuk mengambil risiko ekonomi. Meskipun hanya berpendidikan formal hingga tingkat SMA, beliau berhasil mentransformasi warisan keluarga menjadi usaha mandiri yang memiliki cakupan pasar luas dan mampu bersaing secara regional maupun internasional. Proses kreatif dalam pembuatan gerabah, seperti pemilihan bentuk, teknik, dan desain, menjadi daya tarik estetika produk sekaligus elemen pembeda di pasar kerajinan.

Namun, kewirausahaan seni tidak hanya berkutat pada produksi artistik. Pengelolaan bisnis, inovasi produk, serta kemampuan membaca pasar juga menjadi komponen penting. Dalam kasus ini, kehadiran Bapak Irwan sebagai pelaku usaha seni menunjukkan kemampuan adaptasi yang cukup signifikan, seperti memanfaatkan platform pameran seni dan bekerjasama dengan lembaga pendidikan serta pemerintah untuk memperluas jaringan dan pasar. Ia bahkan turut menjadi pelatih dan pengajar desain, memperkuat posisinya tidak hanya sebagai pengrajin tetapi juga sebagai aktor edukatif dalam ekosistem seni.

Di sisi lain, dinamika kewirausahaan seni juga menghadapi tantangan struktural, terutama dalam hal kemampuan adaptasi terhadap tren dan selera pasar. Produk gerabah yang sarat nilai tradisional seringkali tidak fleksibel terhadap pergeseran gaya hidup konsumen modern. Di sinilah pentingnya peran inovasi dalam kewirausahaan seni. Inovasi tidak harus berarti meninggalkan nilai lokal, tetapi justru mengekspresikannya dalam bentuk yang lebih relevan secara visual dan fungsional. Misalnya, produk gerabah yang dikembangkan untuk interior modern atau digunakan sebagai elemen desain yang minimalis namun tetap menyimpan jejak budaya lokal.

Praktik kewirausahaan seni juga menuntut pemahaman lintas bidang, seperti desain produk, komunikasi visual, pemasaran digital, hingga pemanfaatan teknologi informasi. Dalam dunia yang semakin digital, pelaku seni dituntut tidak hanya kreatif secara artistik, tetapi juga cakap dalam membangun merek, mengelola relasi pelanggan, dan memanfaatkan media sosial sebagai kanal promosi. Sayangnya, hal ini sering kali menjadi kendala bagi banyak pengrajin tradisional yang tidak memiliki akses terhadap

pendidikan kewirausahaan, pelatihan teknologi, atau jaringan pasar digital. Oleh karena itu, pendekatan kewirausahaan seni seharusnya didukung oleh ekosistem yang terintegrasi, yang mencakup kolaborasi antara pengrajin, institusi pendidikan seni, pemerintah, dan sektor swasta.

Dalam kerangka ini, pendekatan kewirausahaan seni menjadi sangat relevan untuk menjawab tantangan masa depan industri budaya lokal. Gerabah sebagai produk seni tradisional bisa memiliki nilai ekonomi tinggi apabila dibingkai dalam strategi wirausaha yang cerdas, responsif, dan berorientasi pada pasar global. Pengetahuan akan segmentasi pasar, pengembangan brand yang kuat, dan pembingkai narasi budaya yang menarik akan sangat membantu meningkatkan nilai tambah produk di mata konsumen.

Usaha gerabah yang dikelola Bapak Irwan bermula dari warisan keluarga, yang kemudian dikembangkan menjadi bisnis yang mandiri dan berkembang pesat hingga mencapai puncak kejayaannya pada sekitar tahun 2013–2019. Dalam periode tersebut, gerabah yang dihasilkan tidak hanya dipasarkan secara lokal, tetapi juga menjangkau konsumen nasional dan bahkan internasional. Partisipasi dalam pameran-pameran besar seperti INACRAFT, serta ekspor ke negara-negara seperti Jepang, Malaysia, dan Australia, menunjukkan adanya pengakuan terhadap kualitas estetika dan nilai budaya dari produk gerabah Tanjung Morawa.

Namun, seperti banyak sektor ekonomi kreatif lainnya, industri ini tidak luput dari tantangan besar yang ditimbulkan oleh pandemi COVID-19. Ketika krisis kesehatan global ini terjadi, efek dominonya sangat dirasakan oleh industri gerabah. Salah satu dampak utamanya adalah penurunan daya beli masyarakat secara drastis. Gerabah, yang dalam banyak konteks dianggap sebagai produk pelengkap (bukan kebutuhan primer), mengalami penurunan permintaan karena konsumen lebih memprioritaskan kebutuhan pokok. Ini menyebabkan pemasukan usaha menurun, produksi berkurang, dan banyak cabang usaha terpaksa ditutup. Yang awalnya memiliki 24 cabang dengan lima karyawan di tiap cabang, kini hanya tersisa tujuh cabang yang masing-masing hanya memiliki satu orang tenaga kerja.

Penurunan ini juga tidak lepas dari faktor persaingan. Dalam beberapa tahun terakhir, pasar kerajinan lokal dihadapkan dengan munculnya produk-produk keramik bergaya minimalis yang cenderung diproduksi secara massal dan dijual dengan harga lebih murah. Produk semacam ini memenuhi selera konsumen modern yang lebih

menyukai desain yang simpel, fungsional, dan mudah dipadupadankan dengan interior rumah yang bergaya kontemporer. Di sisi lain, gerabah tradisional yang lebih dekoratif, berat secara estetis, dan menggunakan teknik pengerjaan manual, mulai dianggap tidak praktis dan tidak relevan oleh sebagian besar konsumen muda.

Perubahan selera konsumen ini memiliki akar yang lebih dalam dari sekadar persoalan mode. Dalam dunia sosiologi seni, ini mencerminkan bagaimana selera estetika dibentuk oleh struktur sosial, media, dan ideologi zaman. Kecenderungan global menuju kesederhanaan visual dan efisiensi fungsional bukan hanya pengaruh desain, tetapi juga merupakan bagian dari transformasi gaya hidup, nilai konsumsi, dan simbol identitas kelas menengah urban. Oleh karena itu, tidak mengherankan apabila produk-produk kerajinan tradisional yang belum beradaptasi terhadap perubahan ini mengalami kesulitan dalam mempertahankan daya saingnya.

Kondisi tersebut menimbulkan ketimpangan dalam kemampuan pengrajin untuk bertahan dan berkembang. Tidak semua pengrajin memiliki akses terhadap informasi tren pasar, teknologi produksi baru, atau strategi pemasaran digital. Hal ini menunjukkan pentingnya dukungan dari pihak luar, seperti pemerintah, akademisi, dan komunitas kreatif. Dalam kasus ini, kehadiran Universitas Negeri Medan melalui pelatihan desain yang diberikan oleh dosen seni rupa, serta peran pemerintah daerah dan provinsi dalam memfasilitasi pameran dan memberikan bantuan alat produksi, menjadi bagian dari strategi kolektif yang membantu mempertahankan eksistensi usaha gerabah di tengah keterbatasan.

Namun demikian, keberlangsungan industri ini tidak bisa hanya bergantung pada bantuan eksternal. Diperlukan transformasi internal yang berkelanjutan. Salah satu strategi adaptif yang perlu dikembangkan adalah mengintegrasikan unsur desain kontemporer dalam produk gerabah tanpa meninggalkan akar tradisionalnya. Inovasi seperti penggunaan kombinasi bahan (misalnya gerabah dengan elemen kayu atau logam), eksplorasi bentuk-bentuk baru yang tetap mempertahankan teknik tradisional, serta pemilihan warna-warna netral yang lebih disukai pasar urban modern merupakan langkah-langkah strategis yang dapat ditempuh.

Selain itu, strategi pemasaran juga perlu dimodernisasi. Saat ini, media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga medium promosi, branding, dan interaksi langsung dengan konsumen. Penggunaan platform seperti Instagram, TikTok, dan marketplace

digital dapat memberikan visibilitas yang jauh lebih luas bagi produk gerabah Tanjung Morawa. Konten-konten edukatif yang mengangkat proses pembuatan gerabah, sejarahnya, serta nilai seni dan budaya yang terkandung di dalamnya dapat menciptakan ikatan emosional dengan konsumen dan meningkatkan nilai jual produk.

Dari sudut pandang sosiologi seni, proses adaptasi ini merupakan bentuk interaksi dialektis antara nilai budaya lokal dan dinamika global. Kesenian, dalam hal ini seni kerajinan, tidak bersifat statis tetapi terus berubah mengikuti struktur sosial yang melingkupinya. Oleh karena itu, transformasi desain, pemasaran, dan pola konsumsi terhadap gerabah adalah bagian dari fenomena yang lebih besar, yaitu negosiasi antara tradisi dan modernitas dalam masyarakat kontemporer.

Dengan kata lain, tantangan yang dihadapi industri gerabah Tanjung Morawa saat ini bukanlah akhir dari eksistensi seni tradisional, melainkan momentum untuk melakukan refleksi dan inovasi. Jika dilakukan dengan tepat, gerabah tidak hanya akan bertahan, tetapi juga menemukan bentuk baru yang relevan dengan zaman dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas, sekaligus tetap membawa serta nilai-nilai budaya yang telah diwariskan selama generasi.

Kutipan dan Acuan

“Menurut Menger (2006), kewirausahaan seni merupakan proses bagaimana seniman mengorganisir, mendistribusikan, dan memonetisasi karyanya di tengah struktur pasar yang dinamis.”

“Throsby (2001), bentuk-bentuk kewirausahaan dalam seni cenderung berkembang melalui pembelajaran kontekstual, keterlibatan personal, dan jaringan komunitas.”

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian mengenai industri kerajinan gerabah di Tanjung Morawa menunjukkan bahwa praktik seni tradisional tidak hanya memiliki nilai estetika dan budaya, tetapi juga memegang peran penting dalam konteks ekonomi dan sosial masyarakat. Usaha yang dirintis oleh Bapak Irwan Sembiring menjadi representasi nyata dari kewirausahaan seni, di mana keterampilan artistik, pengalaman turun-temurun, dan inovasi berperan dalam membangun usaha yang produktif dan berkelanjutan. Eksistensi industri ini juga tidak

lepas dari dukungan berbagai pihak, mulai dari institusi pendidikan hingga pemerintah daerah.

Saran

- Pelaku industri kerajinan gerabah di Tanjung Morawa disarankan untuk memperkuat strategi desain produk yang responsif terhadap selera pasar modern tanpa meninggalkan nilai-nilai budaya lokal. Sentuhan desain minimalis yang dikombinasikan dengan teknik tradisional dapat menjadi kekuatan baru dalam menarik konsumen dari generasi muda.
- Perlu adanya peningkatan kapasitas pelaku usaha dalam hal pemanfaatan teknologi digital. Pelatihan intensif terkait pemasaran online, branding visual, serta penggunaan media sosial sebagai kanal promosi dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk secara signifikan.
- Disarankan agar pemerintah dan institusi pendidikan memperluas peran dalam penguatan ekosistem kewirausahaan seni. Ini dapat dilakukan melalui program inkubasi usaha, fasilitasi pameran, pemberian insentif produksi, dan pengembangan kurikulum kewirausahaan berbasis seni di lingkungan akademik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfa, M., Haryono, H., & Fatimatuzzahra, F. (2023). Kerajinan Gerabah untuk Mengangkat Citra Produk di Masa Transisi COVID 19 dengan Pendekatan SWOT. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 12(2), 431-436.
- Hadiwijaya, H., Prasetya, D., & Syahrul, Y. (2022). Perbaikan Manajemen Usaha dan Peningkatan Kualitas Porduk Pada Pengrajin Gerabah di Kabupaten Banyuasin. *Abdimas Mandalika*, 2(1), 58-65.
- Mubarat, H., Iswandi, H., Pambudi, D. R., & Nurcahyo, A. R. R. (2023). Workshop Teknik Finishing Gerabah Bagi Usaha Kerajinan Gerabah Lorong Keramik Kecamatan Kalidoni Kota Palembang. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 4(1), 59-72.
- Hidayat, I. (2023). Kerajinan Gerabah di Desa Melikan Kecamatan Wedi Klaten Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(2), 215-226.

- Sukmana, I., & Safitri, P. (2022). Struktur Tata Kelola Ekonomi Lokal Dalam Sektor Kerajinan Gerabah. *POLITEA*, 5(2).
- Hijri, V. W., & Atmaja, H. E. (2022). Analisis pentingnya inovasi dan kreativitas dalam meningkatkan daya saing UMKM kerajinan gerabah dusun klipoh, Borobudur. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 6(2), 459-463.
- Lestari, I. D. L. (2021). *Pendidikan kewirausahaan sosial di kampung gerabah desa pagelaran kabupaten malang/Ita Dwi Lestari* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Malang).
- Karebungu, F. (2022). Pkm Pada Usaha Kerajinan Gerabah Desa Pulutan Kecamatan Remboken Kabupaten Minahasa. *ABDIMAS: JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 14(3).
- Soputan, G. J., Mamuaya, N. C., & Krisnanda, M. (2021). MEMBENTUK MAHASISWA WIRAUSAHA MELALUI PROGRAM PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 4, 1337-1341.
- Dessyarti, R. S., Safitri, A. A., & Mahatiana, N. C. (2023). Pengelolaan Manajemen dalam Berwirausaha Bersama UMKM Gerabah Rukinem Desa Nguri Magetan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Patikala*, 2(3), 736-741.