



Eksistensi Sentra Kerajinan Tembaga Desa Tumang: Strategi Bertahan dalam Dinamika Zaman

Ariq Dwi Yulian Nugroho¹ dan Atika Wijaya²

^{1,2}Program Studi Pendidikan Sosiologi dan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

*Corresponding author, e-mail: ariqdwiyo@students.unnes.ac.id

Abstrak

Kerajinan tembaga dan kuningan di Desa Tumang, Kecamatan Cepogo, Kabupaten Boyolali, hingga kini tetap menjadi penopang utama ekonomi masyarakat. Berbeda dengan banyak sentra kerajinan tradisional lain yang mengalami kemunduran karena tidak mampu beradaptasi, Tumang justru terus berkembang hingga dikenal sebagai sentra kerajinan logam terbesar di Indonesia. Penelitian ini menjelaskan strategi bertahan industri kerajinan tembaga dan kuningan di Desa Tumang. Permasalahan utama yang dihadapi pengrajin adalah persaingan global, keterbatasan regenerasi tenaga kerja, serta kebutuhan beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli–Agustus 2025 dengan menggunakan metode kualitatif, yaitu suatu pendekatan penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial berdasarkan perspektif subjek penelitian. Subjek penelitian meliputi para pengusaha, pengrajin karyawan, tokoh masyarakat, serta pemerintah desa yang memiliki keterkaitan langsung dengan keberlangsungan industri kerajinan Tumang. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bertahan di Tumang mencakup inovasi desain produk, penjaminan kualitas handmade, modernisasi sistem pemasaran berbasis digital, pembagian peran antara pengusaha dan karyawan, integrasi dengan sektor pariwisata, serta regenerasi tenaga kerja melalui magang, kerja sama pendidikan, dan kegiatan ekstrakurikuler. Temuan ini memperlihatkan bahwa keberlanjutan kerajinan Tumang bukan semata bertumpu pada warisan budaya masa lalu, melainkan juga pada kemampuan adaptasi terhadap perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi. Implikasi penelitian ini memberikan kontribusi pada penguatan literatur mengenai strategi keberlanjutan industri kerajinan tradisional di Indonesia sekaligus menawarkan perspektif praktis bagi pengembangan kebijakan daerah dan pemberdayaan masyarakat berbasis kearifan lokal.

Kata Kunci: *Strategi Bertahan, Keberlanjutan Industri, Kerajinan Tembaga dan Kuningan, Desa Tumang, Ekonomi Kreatif*

Received October 7, 2025

Revised November 7, 2025

December 1, 2025



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2018 by author.

Pendahuluan

Industri kreatif telah berkembang menjadi salah satu pilar penting dalam mendorong kemajuan perekonomian Indonesia selama beberapa tahun belakangan ini. Cakupan sektor ini meliputi berbagai subsektor seperti industri fashion, kuliner, kerajinan tangan, musik, film, hingga teknologi digital (Shelawati et al., 2024). Menyadari potensi strategis tersebut, pemerintah Indonesia melalui Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 dan Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009–2025 menetapkan 14 subsektor prioritas, termasuk sektor kriya, yang memiliki posisi sentral dalam pengembangan ekonomi berbasis budaya lokal (Manuhuttu & Agung, 2023). yang kemudian

ditindaklanjuti dengan pembentukan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) sebagai lembaga khusus untuk mengelola dan mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis kreativitas, dengan salah satu fokus utamanya adalah bidang kriya (Vuspitasari & Siahaan, 2022).

Perkembangan zaman yang ditandai dengan modernisasi teknologi, digitalisasi pemasaran, globalisasi budaya, serta pergeseran gaya hidup masyarakat turut memberikan pengaruh besar terhadap dinamika industri kreatif. Teknologi memudahkan produksi dan distribusi, digitalisasi membuka akses pasar melalui media sosial dan e-commerce, globalisasi mendorong terciptanya tren desain baru, sementara perubahan gaya hidup masyarakat menuntut produk kriya tidak hanya bernilai seni, tetapi juga memiliki fungsi praktis dan relevan dengan kebutuhan modern. Sektor kriya menjadi salah satu fokus utama Badan Ekonomi Kreatif, dimana kriya merupakan kegiatan seni yang menekankan keterampilan mengolah bahan baku lokal menjadi produk yang memiliki nilai fungsi sekaligus nilai estetis (Aysa, 2020). Salah satu daerah yang menonjol dalam pengembangan subsektor ini adalah Desa Tumang, Kecamatan Cepogo, Kabupaten Boyolali. Desa ini dikenal luas sebagai sentra kerajinan logam tembaga dan kuningan, dengan sejarah panjang yang berakar pada tradisi budaya dan adaptasi terhadap perkembangan zaman.

Industri kerajinan di Desa Tumang memiliki karakteristik khas yang menjadikannya unik dan bernilai tinggi. Keunggulan produk-produk dari desa ini tidak hanya terletak pada keterampilan teknis, tetapi juga pada nilai seni dan historis yang melekat di dalamnya. Dalam konteks ekonomi lokal, industri kerajinan ini telah menjadi sumber penghidupan utama bagi lebih dari 90% masyarakat Desa Tumang, dengan pola produksi berbasis keluarga dan komunitas. Setiap unit IKM di desa ini umumnya mempekerjakan antara 4 hingga 10 orang, bahkan beberapa mampu menyerap hingga 40 tenaga kerja (Rayhand et al., 2024). Kerajinan logam yang berkembang di Desa Tumang merupakan salah satu kekayaan budaya bangsa yang tetap bertahan hingga kini, berkat adanya inovasi yang terus dilakukan oleh para perajinnya. Keberlanjutan kerajinan ini tidak lepas dari peran penting warisan budaya yang telah diwariskan secara turun-temurun oleh para leluhur sejak ratusan tahun silam (Sudarwanto & Darmojo, 2018). Inovasi menjadi kunci utama yang mendorong keberlanjutan industri ini. Kerajinan tradisional yang mampu bertahan dan tumbuh di tengah dominasi industri modern adalah kerajinan yang dapat menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi serta responsif terhadap perubahan selera Masyarakat (Sudana & Sumardika, 2020).

Dalam konteks ini, *Dynamic Capabilities Theory* (Teece, Pisano & Shuen, 1997) dapat menjadi kerangka analisis untuk memahami strategi para pengrajin Tumang. Teori ini menekankan tiga kemampuan utama yang penting bagi keberlangsungan usaha, yaitu *sensing* atau kemampuan membaca peluang dan ancaman dari lingkungan, *seizing* atau kemampuan menangkap peluang dengan strategi nyata, serta *transforming* atau kemampuan menyesuaikan sumber daya dan proses internal agar tetap relevan menghadapi perubahan. Dengan kerangka ini, strategi bertahan para pengrajin Tumang dapat dilihat bukan sekadar tindakan spontan atau kreativitas sesaat, melainkan sebuah proses adaptasi yang dinamis dan berkesinambungan.

Modernisasi membawa dampak ganda bagi industri kerajinan tembaga di Tumang, Boyolali. Industri ini menghadapi tantangan dalam menjaga keberlanjutan nilai seni dan teknik handmade yang menjadi ciri khas lokal. Meski efisiensi meningkat melalui penggunaan mesin, banyak pengrajin tetap mempertahankan metode manual demi menjaga kualitas tradisional. Di sisi lain, regenerasi tenaga kerja menjadi masalah serius karena rendahnya minat generasi muda terhadap proses produksi, minimnya pelatihan, dan proses belajar yang memakan waktu cukup lama. Upaya pemerintah dan berbagai pihak luar seperti pelatihan, pameran, serta integrasi kurikulum kerajinan sudah mulai dilakukan, namun belum menjangkau seluruh pelaku secara merata. Hal ini menegaskan perlunya strategi bersama untuk menjaga eksistensi industri dalam menghadapi dinamika zaman.

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pelaku usaha kerajinan tembaga di Desa Tumang mempertahankan keberlangsungan industrinya di tengah dinamika zaman, termasuk tantangan modernisasi dan regenerasi tenaga kerja, dengan menyoroti berbagai strategi yang mereka terapkan—baik dalam menjaga kualitas produksi tradisional, berinovasi secara kreatif, maupun membangun jaringan pemasaran dan kolaborasi lintas sektor sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi.

Tinjauan Kepustakaan

Perkembangan Kriya di Indonesia

Industri kriya sebagai bagian dari sektor ekonomi kreatif Indonesia menunjukkan dinamika yang kompleks. Di satu sisi, industri ini mampu menjadi penggerak ekonomi lokal dan pelestari budaya. Namun, di sisi lain, berbagai tantangan masih menghambat keberlanjutan industri kriya di beberapa daerah, terutama yang berkaitan dengan aspek pemasaran, pendapatan, dan dukungan infrastruktur produksi.

Sejumlah penelitian mengungkapkan dampak negatif dari ketidakstabilan sektor kriya terhadap kesejahteraan para pelakunya. Keterbatasan dalam strategi pemasaran menjadi faktor utama yang menghambat keberlanjutan usaha. Sunyata (2019) menjelaskan bahwa kerajinan Bidai, meskipun memiliki nilai seni tinggi, belum mampu memberikan penghasilan memadai bagi para pengrajinnya akibat belum menjangkau pasar yang luas. Fenomena serupa juga terjadi pada kerajinan suling bambu di Kelurahan Gayam, Kecamatan Mojojoto, Kota Kediri, yang mengalami penurunan signifikan dalam jumlah perajin akibat menurunnya permintaan pasar dan ketatnya persaingan industri sejenis (Mafula, 2018).

Kondisi kerentanan ekonomi juga dirasakan oleh pengrajin gerabah di Desa Purwoasri, Kabupaten Pacitan, para pengrajin mengalami ketidakpastian penghasilan karena pekerjaan hanya dilakukan saat ada permintaan, dan upah yang diterima pun masih tergolong rendah (Ula, 2024). Hal serupa terjadi di Dusun Krajan, Ponorogo, di mana pengrajin anyaman plastik menghadapi penurunan penghasilan akibat belum adanya kepastian pembeli tetap (Mukalimin, 2022). Sementara itu, di Kampung Pepas Eheng, Kalimantan Timur, hambatan seperti keterbatasan alat produksi, tenaga kerja tradisional, serta tuntutan konsumen yang dinamis menambah tekanan terhadap keberlangsungan usaha kriya (Sanjaya & Purwanti, 2024). Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa meskipun bernilai budaya tinggi, keberadaan industri kriya belum sepenuhnya terintegrasi dalam sistem ekonomi yang stabil dan berkelanjutan.

Namun demikian, terdapat pula banyak studi yang menunjukkan sisi positif dari eksistensi industri kriya di berbagai daerah. Salah satu contohnya adalah industri gerabah di Desa Banyumulek, yang mampu berkembang berkat lokasi geografisnya yang strategis di pusat kota dan dekat dengan kawasan pariwisata (Aminah & Reza, 2024). Di Samarinda, hasil penelitian Paladan et al. (2024) menunjukkan bahwa perkembangan industri tenun tradisional tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga memperkuat identitas budaya lokal melalui produk-produk bernilai ekonomi tinggi. Hal ini memperlihatkan bahwa integrasi budaya dan ekonomi menjadi kunci keberhasilan sektor kriya.

Dampak ekonomi yang positif juga terlihat pada industri anyaman bambu di Desa Banjarwaru, Cilacap industri ini mampu menopang kebutuhan hidup dan biaya pendidikan anak-anak pengrajin (Imronah & Fatmawati, 2021). Kerajinan gerabah di Desa Masbagik Timur pun menunjukkan potensi ekspor yang tinggi berkat kualitas dan keunikan motifnya, sehingga berkontribusi terhadap peningkatan taraf hidup masyarakat (SAGITA, 2020). Dalam konteks yang berbeda, Khulaidah (2020) menyebutkan bahwa usaha kerajinan anyaman plastik di Lombok Barat juga menunjukkan prospek cerah karena jumlah pengrajin yang masih terbatas membuka peluang pasar yang luas. Di sisi lain, kerajinan ukir Jepara menjadi contoh sukses diversifikasi produk dan adaptasi motif ke berbagai media, memperluas pasar global sambil memperkuat identitas budaya lokal (Prasiska & Wati, 2024).

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa keberadaan industri kriya di Indonesia tidak hanya menghadapi tantangan struktural dan pemasaran, tetapi juga menyimpan potensi ekonomi dan sosial yang besar. Keberhasilan industri ini sangat ditentukan oleh kemampuan pelaku untuk beradaptasi terhadap pasar, dukungan infrastruktur, serta sinergi antara pelestarian budaya dan pengembangan ekonomi kreatif lokal.

Strategi Bertahan Industri Kerajinan di Indonesia

Strategi bertahan menjadi faktor penting dalam menjaga eksistensi industri kerajinan di Indonesia. Keberlanjutan sebuah kerajinan tidak hanya ditentukan oleh nilai seni atau budaya yang terkandung di dalamnya, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan diri dengan perubahan pasar, teknologi, dan kebutuhan konsumen. Berbagai penelitian

menunjukkan bahwa setiap sentra kerajinan memiliki strategi khas dalam mempertahankan keberlangsungan industrinya. Suhaeni (2018) menunjukkan bahwa kerajinan tangan di Kota Bandung mampu bertahan melalui penerapan strategi inovasi yang berkelanjutan. Inovasi tersebut mencakup pembaruan desain, pemanfaatan bahan alternatif, pengembangan teknik produksi, hingga strategi pemasaran kreatif. Upaya ini memperkuat keunggulan bersaing UMKM kerajinan tangan Bandung di tengah kompetisi industri kreatif. Strategi inovasi ini menjadikan produk lebih mudah diterima di pasar. Pengrajin juga dapat menyesuaikan dengan selera konsumen yang terus berubah. Penerapan inovasi mendorong terciptanya variasi produk yang lebih beragam. Hal ini membuat kerajinan Bandung mampu bersaing dengan produk daerah lain.

Berbeda dengan itu, faktor modal dan pemasaran terbukti menjadi penentu utama dalam mempertahankan usaha kerajinan manik-manik di Desa Plumbon Gambang, Jombang. Modal berperan menjaga kelangsungan produksi, sementara pemasaran memperluas jangkauan konsumen sehingga usaha tetap eksis meski menghadapi persaingan. Ketersediaan modal memungkinkan pengrajin menjaga kontinuitas produksi. Pemasaran yang baik membantu memperkenalkan produk ke berbagai wilayah. Hal ini membuat produk manik-manik tetap diminati meskipun banyak pesaing. Peran modal dan pemasaran saling melengkapi dalam menjaga usaha tetap berjalan. Dengan demikian, kerajinan manik-manik dapat terus bertahan di tengah tantangan pasar (Hermawan & Murtedjo, 2018). Selanjutnya, Suseno (2021) menemukan bahwa pengrajin onix dan marmer di Kecamatan Campurdarat, Tulungagung, mempertahankan industrinya melalui pengembangan produk. Produk kerajinan terus diperbarui dan disesuaikan dengan tren pasar agar tetap diminati konsumen. Dengan cara ini, keberlangsungan industri lokal dapat terus terjaga. Pengembangan produk dilakukan agar konsumen tidak merasa bosan dengan model yang sama. Penyesuaian produk dengan kebutuhan pasar menjadi kunci utama. Dengan strategi ini, produk onix dan marmer tetap relevan dalam jangka panjang. Hal tersebut membuat industri lokal tetap mendapat tempat di hati konsumen. Upaya pengembangan produk akhirnya mampu memperkuat daya saing industri kerajinan. Lendombela et al. (2018) mengungkapkan bahwa kerajinan Bambu Batik di Manado menerapkan strategi agresif (SO), yaitu mempertahankan kualitas produk, berinovasi dalam desain, serta menjalin kerja sama dengan pemerintah. Melalui pelatihan dan pameran, jaringan pemasaran tidak hanya meluas di tingkat lokal tetapi juga menembus pasar mancanegara. Strategi ini membantu pengrajin meningkatkan keterampilan secara berkelanjutan. Pameran juga menjadi sarana efektif untuk memperkenalkan produk secara lebih luas. Kerja sama dengan pemerintah memberi dukungan dalam bentuk promosi dan fasilitas. Inovasi desain menjadikan produk bambu batik lebih menarik di mata konsumen.

Selain inovasi, modal, dan pengembangan produk, regenerasi pengrajin juga terbukti berperan besar. Di Kecamatan Baiturrahman, Banda Aceh, keterampilan membuat gerabah diwariskan dari orang tua kepada anak-anaknya. Proses ini tidak hanya memastikan keberlanjutan usaha, tetapi juga memperkuat identitas budaya lokal. Pewarisan keterampilan dilakukan melalui proses belajar langsung dari orang tua. Dengan cara itu, anak-anak dapat menguasai teknik pembuatan gerabah sejak dini. Proses regenerasi membuat tradisi kerajinan tetap terjaga. Identitas budaya yang melekat pada gerabah terus diwariskan antar generasi. Regenerasi ini menjadi kunci untuk menjaga kesinambungan usaha dan budaya lokal (Mariyam et al., 2019).

Merujuk pada beragam kajian yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi bertahan industri kerajinan di Indonesia itu bersifat multidimensional dan berbeda-beda sesuai dengan konteks sosial, ekonomi, serta budaya masing-masing daerah. Inovasi produk menjadi salah satu strategi utama untuk menyesuaikan diri dengan perubahan tren pasar, sementara dukungan modal dan pemasaran berperan penting dalam menjaga kelangsungan usaha di tengah persaingan. Di sisi lain, pengembangan produk berbasis selera konsumen dan kerja sama kelembagaan dengan pemerintah melalui pelatihan maupun pameran terbukti mampu memperluas jaringan pemasaran, bahkan hingga ke tingkat internasional. Tidak kalah penting, proses regenerasi pengrajin juga menjadi penopang utama bagi kelestarian kerajinan tradisional karena memastikan keterampilan dapat diwariskan kepada generasi berikutnya. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa keberlangsungan industri kerajinan tidak hanya ditentukan oleh kreativitas individu pengrajin, tetapi juga sangat

dipengaruhi oleh dukungan pasar, komunitas, dan kebijakan pemerintah yang berpihak pada pelestarian budaya lokal.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Menurut (Hardani et al. (2020), penelitian deskriptif kualitatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menjabarkan secara rinci dan sistematis fakta, gejala, atau fenomena yang terjadi pada waktu tertentu tanpa melakukan manipulasi atau pengujian hipotesis. Penelitian ini fokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial yang terjadi secara alami, dengan menggunakan data berupa narasi, kata-kata, dan deskripsi, bukan dalam bentuk angka atau statistik. Lokasi penelitian ditetapkan di Desa Tumang, Kecamatan Cepogo, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah. Desa ini dipilih karena dikenal sebagai sentra kerajinan tembaga dan kuningan yang telah berkembang secara turun-temurun dan memiliki kontribusi signifikan dalam sektor industri kreatif berbasis kerajinan. Selain itu, Desa Tumang juga menjadi representasi menarik untuk diteliti karena menghadapi dinamika regenerasi pengrajin di tengah perubahan sosial dan ekonomi masyarakat, yang secara langsung berpengaruh terhadap keberlanjutan industri kerajinan di wilayah tersebut.

Subjek dalam penelitian ini adalah individu-individu yang memiliki keterlibatan langsung dalam industri kerajinan tembaga dan kuningan di Desa Tumang. Penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria memiliki pengalaman praktis dalam industri, memahami proses produksi dan pemasaran, serta aktif dalam upaya mempertahankan dan mengembangkan keberlanjutan usaha. Pengumpulan data dilakukan sejak tanggal 15 Januari hingga 15 Maret 2024 melalui tiga metode utama yaitu: wawancara mendalam selama 45–60 menit per informan, observasi partisipatif selama 2–3 jam per kunjungan di bengkel dan galeri kerajinan, serta dokumentasi visual dan naratif terhadap proses produksi, produk, serta suasana kerja. Hal-hal yang diamati meliputi aktivitas kerja pengrajin, interaksi antara pemilik usaha dan pekerja, alat yang digunakan, desain produk, serta keterlibatan generasi muda dalam proses produksi. Observasi juga dilakukan di galeri penjualan dan kantor desa untuk melengkapi konteks sosial dan administratif. Wawancara dilakukan kepada 5 orang informan dengan deskripsi sebagai berikut:

Tabel 1. Data Informan

No.	Inisial Informan	Kategori Informan	Usia	Informan Penelitian
1.	Fa	Pemilik Usaha	23	Utama
2.	Da	Pemilik Usaha	31	Utama
3.	An	Pemilik Usaha	35	Utama
4.	A	Pengrajin Muda	24	Pendukung
5.	M	Pengrajin Senior	45	Pendukung
6.	Mw	Kepala Desa Tumang	40	Pendukung

Untuk menjamin validitas data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode, yakni membandingkan hasil wawancara dengan observasi langsung dan dokumentasi lapangan dari berbagai informan yang berbeda latar belakang. Analisis data dilakukan dengan pendekatan kualitatif tematik yang mencakup tahap reduksi data, klasifikasi ke dalam tema utama seperti keberlanjutan industri, strategi adaptasi, dan regenerasi pengrajin, kemudian penyajian data deskriptif naratif disertai kutipan langsung dari narasumber, serta penarikan kesimpulan. Dalam proses pelaksanaan di lapangan, peneliti menghadapi sejumlah kendala, di antaranya adalah terbatasnya waktu luang para pengrajin untuk diwawancarai, karena sebagian besar dari mereka bekerja sejak pagi hingga sore hari dan menggunakan malam untuk beristirahat. Selain itu, sebagian pekerja cenderung enggan atau malu diwawancarai, terutama pengrajin muda atau pekerja lepas yang belum terbiasa menjelaskan pengalaman mereka kepada pihak luar. Untuk mengatasi hal tersebut, peneliti melakukan pendekatan informal dan membangun kepercayaan secara bertahap sebelum memulai wawancara formal.

Hasil dan Pembahasan

Profil Sentra Kerajinan Tembaga dan Kuningan Desa Tumang

Desa Tumang di Kecamatan Cepogo, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah, dikenal luas sebagai pusat kerajinan logam tembaga dan kuningan terbesar di Indonesia. Hampir setiap rumah di desa ini memiliki bengkel produksi, baik dalam skala rumahan maupun usaha menengah, sehingga aktivitas kriya logam menjadi denyut utama perekonomian masyarakat. Desa Tumang sejak dulu dikenal di Indonesia maupun di mancanegara sebagai sentra industri kecil dan menengah (IKM) kerajinan logam tembaga dan kuningan. Identitas budaya, keterampilan turun-temurun, dan ketahanan dalam menghadapi perubahan zaman menjadikan Tumang bukan sekadar pusat produksi, tetapi juga simbol kreativitas desa yang mampu menggabungkan tradisi dengan modernitas.

Sejarah panjang kerajinan logam di Tumang berakar sejak masa Kerajaan Mataram Islam pada abad ke-16. Tradisi lokal menyebutkan bahwa cikal bakalnya bermula dari kehadiran Kyai Ageng Rogosasi, seorang bangsawan keraton Mataram yang diasingkan ke Tumang, bersama empat pengikutnya, yakni Empu Supodriyo, Empu Yudhi, Nyai Embo Tebu Ireng, dan Empu Bendrek Kemasari. Mereka mengajarkan masyarakat setempat cara mengolah logam untuk dijadikan senjata, perlengkapan upacara keraton, dan alat rumah tangga. Pada tahap awal, kerajinan yang dihasilkan masih sederhana dan terbatas pada kebutuhan dasar rumah tangga, seperti kuali, wajan, dan panci, yang umumnya dibuat dari peleburan limbah tembaga. Seorang pengrajin senior mengisahkan:

...awalnya itu mereka melebur dari bekas limbah tembaga jadi peralatan rumah tangga, tapi karena kalah dengan produk pabrikan, akhirnya dialihkan menjadi produk dekorasi dan seni. Dari situlah kreativitas warga keluar, menjawab tantangan zaman dan tetap eksis sampai sekarang. (Mw, 40 tahun).

Dari sinilah tradisi kriya logam mulai mengakar kuat dan diwariskan lintas generasi hingga menjadi bagian dari identitas kolektif masyarakat Tumang. Memasuki abad ke-20, produk logam rumah tangga dari Tumang mulai kalah bersaing dengan barang pabrikan yang lebih murah dan diproduksi secara massal. Kondisi ini menjadi titik balik bagi pengrajin, karena mereka kemudian beralih membuat karya bernilai seni tinggi berupa lampu hias, kaligrafi, relief, ornamen monumental, hingga patung dekoratif. Sejak era 1980-an, diversifikasi produk semakin berkembang, dengan desain yang memadukan unsur tradisional dan modern sehingga mampu menembus pasar yang lebih luas, termasuk hotel, restoran, rumah ibadah, dan proyek pemerintah.

Transformasi besar terjadi pada awal tahun 2000-an ketika Tumang diakui secara resmi oleh Kementerian Perindustrian sebagai Sentra Industri Kecil dan Menengah (IKM). Data Kementerian Perindustrian pada tahun 2017 mencatat bahwa lebih dari 53% produk kerajinan tembaga dan kuningan dari Cepogo telah diekspor ke mancanegara, dan hampir 60% dari seluruh produksi Tumang masuk ke pasar global, termasuk ke Jepang, Malaysia, Australia, Amerika Serikat, serta berbagai negara Eropa. Selebihnya dipasarkan ke dalam negeri, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bali, Yogyakarta, Bandung, dan Semarang. Pada tahap inilah Tumang memasuki era globalisasi, dengan para pengrajin mulai aktif mengikuti pameran internasional dan memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar.

Hingga kini (2025), Tumang memiliki sekitar empat puluh hingga lima puluh *showroom* besar yang sekaligus difungsikan sebagai bengkel produksi dan ruang pameran. Lebih dari empat ratus unit usaha aktif beroperasi, melibatkan ribuan pengrajin yang sebagian besar merupakan warga lokal. Pemerintah Kabupaten Boyolali menempatkan Tumang sebagai ikon ekonomi kreatif sekaligus destinasi wisata budaya, dengan produk unggulannya kerap dipromosikan dalam berbagai ajang nasional maupun internasional. Dukungan pemerintah juga diwujudkan melalui pelatihan desain, peningkatan teknik produksi, fasilitasi pameran, serta penguatan kelembagaan paguyuban pengrajin. Kolaborasi dengan akademisi turut dilakukan melalui kegiatan pengabdian masyarakat, pelatihan manajemen, serta kerja sama dengan sekolah-sekolah kejuruan melalui program magang. Bahkan di tingkat pendidikan dasar, SD Muhammadiyah Tumang telah memprakarsai program ekstrakurikuler memahat sebagai bentuk regenerasi pengrajin sejak dini. Hal ini berkontribusi pada peningkatan

kualitas hidup penduduk Tumang, di mana tradisi kerajinan ini telah diwariskan dari generasi ke generasi (Sulaiman et al., 2021).

Selain sebagai pusat produksi, Tumang kini juga berkembang menjadi destinasi wisata edukasi yang semakin diminati. Wisatawan tidak hanya datang untuk membeli produk, tetapi juga ingin menyaksikan bahkan mencoba secara langsung proses pembuatan kerajinan logam. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Kabupaten Boyolali, jumlah kunjungan wisata pada tahun 2024 tercatat lebih dari 1,5 juta orang, dan Tumang menjadi salah satu tujuan unggulan dalam arus wisata tersebut. Meskipun data resmi kunjungan khusus ke Tumang belum tersedia, Bukti lapangan berdasarkan keterangan pemilik *showroom* menunjukkan bahwa setiap tahunnya puluhan ribu pengunjung datang melalui rombongan sekolah, universitas, maupun wisatawan umum yang tertarik pada pengalaman edukasi kerajinan. Hal ini juga didukung dengan keberadaan sekitar 40 hingga 50 *showroom* yang hampir selalu ramai dikunjungi dan masuk dalam paket wisata resmi Pemkab Boyolali. Peningkatan kunjungan tersebut tidak hanya memperkuat posisi Tumang sebagai desa wisata, tetapi juga memberi dampak positif terhadap pertumbuhan UMKM lokal, mulai dari kuliner khas, penginapan sederhana, hingga jasa transportasi yang ikut berkembang seiring semakin dikenalnya Tumang sebagai ikon wisata kriya logam.

Dalam hal pemasaran, pengrajin Tumang kini semakin adaptif dengan perkembangan zaman. Jika dahulu penjualan lebih mengandalkan *showroom* dan jaringan konvensional, saat ini pemasaran digital melalui *marketplace*, media sosial, dan website menjadi kunci untuk memperluas jangkauan pasar. Digitalisasi tidak hanya mempermudah akses konsumen domestik, tetapi juga membuka peluang bagi buyer mancanegara untuk melakukan transaksi langsung dengan pengrajin. Seorang pengusaha mengungkapkan hal ini dengan lugas:

...yang menjadi faktor bertahan itu karena marketing dan produksi mengikuti perkembangan zaman, desain kita bisa diterima pasar, dan digitalisasi jadi kunci pemasaran sekarang. (An, 35 tahun).

Pasar kerajinan Tumang kini telah menjangkau Asia, Eropa, hingga Amerika Serikat. Produk-produk seperti lampu hias, kaligrafi, hingga ornamen interior diekspor secara rutin ke Jepang, Malaysia, Singapura, Prancis, Belanda, Jerman, Amerika Serikat, dan Australia. Para pengusaha Tumang secara aktif mengikuti pameran internasional di Amerika, Eropa, dan Asia, dengan membawa slogan “Tumang Mendunia” sebagai identitas kolektif yang menegaskan kualitas dan keunikan produk mereka. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa Tumang tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga beradaptasi dan menegaskan eksistensinya dalam peta industri kerajinan global.

Dengan demikian, profil Desa Tumang memperlihatkan perjalanan panjang sebuah tradisi yang berawal dari keterampilan sederhana para empu pada masa Mataram Islam, yang kemudian tumbuh melalui berbagai fase. Yakni dari produksi alat rumah tangga, kemudian bertransformasi ke produk seni dekoratif, diversifikasi desain, hingga menembus pasar global. Perpaduan antara warisan budaya, nilai ekonomi, inovasi produk, serta strategi adaptasi teknologi yang menjadikan Tumang sebagai model ketahanan industri kerajinan tradisional tetap eksis dan relevan meskipun berada di tengah arus globalisasi serta modernisasi ekonomi kreatif.

Strategi Bertahan Kerajinan Tembaga dan Kuningan Desa Tumang

Di masa sekarang, industri kerajinan menghadapi tantangan yang semakin kompleks. Modernisasi teknologi dan digitalisasi pemasaran membuat pola konsumsi masyarakat berubah dengan cepat, sementara globalisasi memperketat persaingan dengan produk impor yang lebih murah dan massal. Banyak sentra kerajinan tradisional harus berjuang agar tidak kehilangan identitas budaya, sekaligus tetap relevan dengan kebutuhan pasar modern yang menuntut kepraktisan, estetika, dan harga bersaing. Di sisi lain, regenerasi tenaga kerja juga menjadi masalah serius karena generasi muda cenderung kurang tertarik melanjutkan usaha kerajinan yang dianggap membutuhkan proses panjang dan melelahkan. Kondisi ini menegaskan bahwa keberlangsungan industri kerajinan tidak lagi cukup hanya mengandalkan tradisi, tetapi juga menuntut adanya strategi adaptif yang mampu menjawab dinamika zaman. Strategi bertahan para pengrajin kerajinan tembaga di Desa Tumang tidak dapat dipahami hanya sebagai rutinitas mempertahankan usaha

semata, melainkan sebagai respon yang terus berkembang terhadap dinamika sosial, ekonomi, dan teknologi.

Pertama, strategi dalam mempertahankan eksistensi kerajinan Tumang dapat dilihat dari perkembangan sistem pemasaran sejak era sebelum internet hingga masa digital sekarang. Pada tahun 1980–1990-an, pemasaran hanya mengandalkan relasi personal, pameran fisik, dan proyek pemerintah. Pesanan datang karena nama baik Tumang yang tersebar dari mulut ke mulut, bukan melalui media promosi modern. Namun, sejak awal 2000-an, generasi pengrajin berikutnya mulai memanfaatkan website sederhana dan email untuk menjangkau konsumen, meskipun penggunaannya masih terbatas. Transformasi besar kemudian terjadi ketika media sosial dan *marketplace* menjadi bagian penting dari strategi pemasaran. Hal ini ditegaskan oleh seorang pengusaha:

....yang menjadi faktor bertahan itu karena marketing dan produksi mengikuti perkembangan zaman. Desain kita harus bisa diterima pasar, dan sekarang digitalisasi itu kunci. Dari Instagram, Facebook, sampai marketplace, semua bisa dipakai. Bahkan ada konsumen luar negeri yang tahu produk Tumang karena lihat postingan di media sosial. (An, 35 tahun).

Para pengrajin tidak lagi hanya mengandalkan showroom atau pameran, tetapi aktif memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk menampilkan proses produksi hingga hasil karya mereka. Konten visual berupa foto dan video pengerjaan handmade menjadi daya tarik utama karena memberi kesan autentik sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen. Strategi ini terbukti efektif, sebab banyak pembeli pertama kali mengenal produk Tumang melalui unggahan media sosial yang kemudian berlanjut pada pemesanan langsung. Selain promosi di media sosial, pemasaran juga dilakukan melalui *marketplace* nasional seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak, serta platform internasional seperti Alibaba dan Etsy. Beberapa pengusaha bahkan sudah memiliki website resmi dengan katalog digital, sistem pembayaran online, dan layanan pengiriman ke luar negeri. Hal ini membuat kerajinan Tumang lebih mudah diakses konsumen global, tanpa harus datang langsung ke desa. Dengan kombinasi promosi kreatif di media sosial dan transaksi melalui platform digital, pemasaran Tumang kini bergerak cepat, efisien, dan menjangkau pasar yang jauh lebih luas dibanding era sebelumnya. Perkembangan ini menunjukkan adanya pergeseran mendasar dari pemasaran berbasis jaringan lokal menuju pemasaran berbasis teknologi digital. Digitalisasi bukan hanya membuka akses ke konsumen baru, tetapi juga memperluas cakupan pasar hingga ke luar negeri. Pengrajin mampu membaca peluang dari tren digitalisasi, lalu menangkapnya dengan memanfaatkan berbagai platform daring untuk promosi dan transaksi.

Kedua, sistem usaha di Tumang juga berkembang menjadi struktur yang lebih kompleks, terdiri atas pengusaha dan karyawan yang saling menopang. Pengusaha biasanya memiliki showroom sekaligus bengkel besar yang mampu mempekerjakan puluhan karyawan. Mereka bertanggung jawab terhadap manajemen usaha, hubungan dengan pembeli, serta pengembangan desain produk. Sementara itu, karyawan yang sebagian besar merupakan warga lokal bertugas sebagai pengrajin inti, mengerjakan proses teknis mulai dari memahat, menatah, pewarnaan, hingga *finishing*. Selain itu, terdapat pula karyawan yang berfokus pada pemasaran. Pembagian peran ini memperlihatkan adanya simbiosis antara manajemen modern yang dijalankan pengusaha dengan keterampilan tradisional yang diwariskan para karyawan. Pengusaha berperan sebagai pengambil keputusan strategis, sementara pengrajin menjaga kualitas produksi handmade yang menjadi ciri khas Tumang. Kombinasi ini menjadikan sistem usaha di Tumang tidak hanya tangguh dalam skala lokal, tetapi juga mampu beradaptasi menghadapi persaingan global. Pada titik ini, terlihat jelas bahwa strategi bertahan di Tumang tidak hanya berbentuk inovasi individual, melainkan hasil dari kolaborasi kolektif antara modal manajemen, keterampilan teknis, dan dukungan teknologi digital.

Ketiga, strategi bertahan juga diwujudkan melalui inovasi desain produk yang menyesuaikan dengan tren pasar. Jika dulu kerajinan hanya berfokus pada kebutuhan rumah tangga, kini berkembang menjadi dekorasi rumah, interior kafe dan hotel, hingga patung monumental berskala besar. Seorang pengrajin menuturkan:

....kalau tidak ada inovasi, bisnis pasti stagnan mas. Kami mulai dari hiasan rumah klasik sampai desain simpel dan modern untuk cafe, hotel, sampai masjid. Itu penting karena pasar sekarang lebih suka yang simpel, elegan, dan fungsional. Jadi, kalau kita tidak ikut arus perkembangan desain, ya ditinggal konsumen. (Da, 31 tahun).

Dari pernyataan tersebut dapat menggambarkan bahwa inovasi desain adalah kunci keberlangsungan industri agar tidak kehilangan relevansi. Inovasi tidak hanya dilakukan dengan memperbarui motif atau bentuk, tetapi juga dengan menyesuaikan fungsi produk agar sesuai dengan gaya hidup modern. Misalnya, ornamen tembaga yang dahulu identik dengan ukiran klasik, kini dibuat dengan model minimalis agar selaras dengan desain interior kontemporer. Bahkan, beberapa pengrajin mampu menghadirkan produk monumental seperti kubah masjid, relief besar, hingga patung dekoratif berskala internasional yang tidak dapat ditiru oleh produksi pabrikaan. Pengrajin tidak berhenti pada pola produksi lama, tetapi mampu merekonfigurasi keterampilan tradisional menjadi karya baru yang relevan dengan tuntutan pasar. Inovasi desain juga memberi peluang diversifikasi konsumen, mulai dari rumah tangga, tempat ibadah, sektor pariwisata, hingga proyek pemerintah. Hal ini menegaskan bahwa keberlanjutan kerajinan Tumang ditopang oleh keluwesan para pengrajin dalam menghubungkan warisan budaya dengan tren modern.

Transformasi Produk



Gambar 2. Perabot Rumah tangga (Tradisional)



Gambar 2. Dekorasi Rumah (Modern)

Lebih jauh, inovasi desain juga didukung oleh kolaborasi lintas sektor. Beberapa pengrajin bekerja sama dengan arsitek, desainer interior, bahkan akademisi untuk menghasilkan produk yang tidak hanya indah, tetapi juga fungsional dan sesuai dengan kebutuhan konsumen global. Dengan cara ini, kerajinan Tumang tidak hanya dipandang sebagai produk seni, melainkan juga sebagai solusi desain ruang modern. Sinergi inilah yang membuat industri kerajinan Tumang mampu menempatkan diri di pasar premium sekaligus memperkuat citra sebagai sentra kerajinan logam yang adaptif dan inovatif.

Keempat, strategi bertahan juga diwujudkan melalui penjaminan kualitas *handmade* sebagai ciri khas utama yang membedakan produk Tumang dari produk pabrikaan. Pengerjaan manual yang penuh ketelitian menjadi daya tarik tersendiri. Hal ini ditegaskan oleh seorang pemilik usaha:

....desa Tumang itu satu-satunya supplier produksi tembaga dan kuningan, apalagi handmade itu tidak semua orang bisa. Pengerjaannya butuh waktu lama, butuh kesabaran, dan hasilnya beda sekali dibanding buatan mesin. Justru karena handmade itulah orderan tetap ada, karena konsumen percaya kualitas dan nilai seninya lebih tinggi. (Fa, 23 tahun).

Dari pernyataan tersebut dapat terlihat bahwa kualitas bukanlah sekedar strategi untuk bertahan, melainkan juga terdapat nilai budaya yang memperkuat posisi Tumang di pasar global. Produk

handmade dianggap memiliki *value* yang lebih tinggi karena mengandung unsur keterampilan, kesabaran, dan keunikan yang tidak dapat direplikasi oleh mesin. Hal ini sekaligus menjadi alasan mengapa Tumang mampu menempati segmen pasar menengah ke atas, meskipun produk pabrikan menawarkan harga lebih murah. Di tengah gempuran produk massal berharga rendah, Tumang justru memposisikan diri di pasar premium yang menghargai detail, keaslian, dan keunikan. Strategi diferensiasi ini terbukti efektif, karena konsumen tidak hanya membeli barang fungsional, tetapi juga karya seni dengan nilai estetis dan historis. Lebih jauh, kualitas *handmade* juga menjadi simbol identitas kolektif masyarakat Tumang. Para pengrajin memandang proses manual bukan sekadar teknik produksi, melainkan warisan budaya yang harus dijaga. Dengan demikian, mempertahankan kualitas bukan hanya urusan bisnis, melainkan juga bagian dari tanggung jawab sosial dan budaya. Pada titik ini, dapat dilihat bahwa keberlanjutan industri kerajinan Tumang tidak hanya ditopang oleh inovasi desain, tetapi juga oleh komitmen menjaga kualitas yang telah membentuk reputasi global.

Kelima, strategi bertahan juga diwujudkan melalui regenerasi keterampilan dan pengetahuan kriya logam di Desa Tumang. Regenerasi di sini bukan hanya dimaknai sebagai pergantian tenaga kerja, tetapi sebagai proses pewarisan nilai, keterampilan, dan etos kerja yang telah menjadi identitas kolektif masyarakat Tumang. Para pengrajin senior berperan sebagai mentor yang secara rutin membimbing generasi muda dalam teknik memahat, menatah, maupun mengolah logam, sehingga proses belajar tidak hanya terjadi secara formal, tetapi juga melalui interaksi keseharian di bengkel dan rumah produksi.

Untuk memperkuat regenerasi ini, beberapa langkah konkret telah ditempuh. Program magang di bengkel membuka ruang bagi generasi muda untuk belajar langsung dari pengrajin senior mengenai alur produksi, mulai dari tahap dasar hingga finishing. Kerja sama dengan SMK memberi kesempatan bagi siswa untuk mengintegrasikan teori yang mereka pelajari di kelas dengan praktik nyata di lapangan. Sementara itu, kegiatan ekstrakurikuler memahat di SD Muhammadiyah Tumang menanamkan kecintaan terhadap kriya logam sejak dini, sehingga anak-anak tumbuh dengan kesadaran bahwa kerajinan adalah bagian dari identitas budaya sekaligus peluang ekonomi yang menjanjikan. Regenerasi juga dijalankan melalui jalur komunitas, misalnya dengan pelatihan internal dan forum berbagi pengalaman yang difasilitasi paguyuban pengrajin.

Dalam forum tersebut, para generasi muda tidak hanya mempelajari teknik produksi saja, namun juga dibekali dengan wawasan terhadap manajemen usaha, pemasaran digital, hingga tren desain terbaru. Dengan cara inilah regenerasi dapat tercipta sehingga tidak sekadar menjaga kesinambungan tradisi saja, melainkan juga dapat membuka ruang bagi inovasi kreatif yang dipelopori oleh para generasi penerus berikutnya. Dengan adanya regenerasi yang dapat berjalan antar lintas jenjang dan lintas sektor ini, kerajinan Tumang tidak hanya dipertahankan, tetapi juga diarahkan untuk tumbuh relevan dengan perkembangan zaman. Pewarisan keterampilan, penguatan kapasitas untuk para generasi muda, serta keterlibatan komunitas menjadikan regenerasi sebagai salah satu kunci pilar utama untuk keberlangsungan ketahanan industri kerajinan di Desa Tumang.

Temuan penelitian ini memiliki sejumlah kesesuaian dengan hasil kajian terdahulu mengenai strategi bertahan industri kerajinan di berbagai daerah. Suhaeni (2018) misalnya, menunjukkan bahwa kerajinan tangan di Kota Bandung, Jawa Barat mampu bertahan melalui inovasi desain dan pemanfaatan bahan alternatif. Hal ini selaras dengan strategi inovasi desain yang dilakukan oleh pengrajin Tumang, yang memperbarui produk dari peralatan rumah tangga klasik menjadi dekorasi modern hingga karya monumental berskala besar. Demikian pula, Hermawan (2018) menemukan bahwa kerajinan manik-manik yang ada di Desa Plumbon Gombang, Jawa Timur dapat bertahan berkat kekuatan modal dan strategi pemasaran, sebuah temuan yang juga tampak pada kerajinan Tumang melalui penerapan pemasaran digital di media sosial dan *marketplace*. Suseno (2021) dalam penelitiannya tentang kerajinan onix dan marmer di Campurdarat, Tulungagung, Jawa Timur juga menekankan pentingnya pembaruan produk agar sesuai dengan selera konsumen. Temuan ini sejalan dengan cara pengrajin Tumang menyesuaikan desain produknya agar tetap diminati pasar global.

Namun, penelitian ini juga menghadirkan beberapa temuan yang lebih khas dibandingkan studi-studi sebelumnya. Mariyam, Musfiana, & Nazaruddin (2019) dalam kajian kerajinan gerabah di Baiturrahman, Banda Aceh menjelaskan bahwa regenerasi pengrajin hanya berlangsung secara alami dari orang tua kepada anak. Berbeda dengan itu, di Desa Tumang regenerasi dilakukan secara sistematis melalui program magang di bengkel, kerja sama dengan SMK, hingga kegiatan ekstrakurikuler memahat di sekolah dasar. Selain itu, temuan unik lain adalah pemanfaatan platform digital global seperti TikTok, Instagram, Alibaba, dan Etsy, yang belum banyak disentuh dalam penelitian terdahulu. Strategi diferensiasi berupa produk monumental seperti kubah masjid tembaga dan patung dekoratif juga menunjukkan keunikan Tumang, karena jenis produk ini sulit ditemukan pada kerajinan di daerah lain. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya memperkuat temuan terdahulu, tetapi juga memperkaya literatur dengan menghadirkan strategi-strategi baru yang menegaskan daya adaptasi dan keberlanjutan industri kerajinan di Desa Tumang.

Dengan melihat berbagai strategi yang dijalankan oleh para pengrajin Tumang, dimulai dari pemanfaatan digitalisasi pemasaran, pembentukan struktur usaha yang kompleks, serta inovasi desain yang disesuaikan dengan tren pasar yang ada, penjagaan kualitas dari kerajinan *handmade*, hingga pembekalan untuk regenerasi selanjutnya. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa keberlangsungan industri ini merupakan hasil dari proses adaptasi yang berlapis. Strategi-strategi tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan saling melengkapi untuk menjawab tantangan modernisasi, globalisasi, dan perubahan selera konsumen.

Kerangka *Dynamic Capabilities Theory* (Teece, Pisano & Shuen, 1997) dapat digunakan untuk membaca pola ini secara lebih komprehensif. Pertama, kemampuan *sensing* tampak dalam cara pengrajin Tumang membaca peluang dari tren digitalisasi, kebutuhan desain modern, serta potensi pasar global. Kedua, kemampuan *seizing* terlihat dari langkah konkret mereka dalam memanfaatkan media sosial, *marketplace*, kolaborasi lintas sektor, serta diferensiasi produk monumental untuk menangkap peluang tersebut. Ketiga, kemampuan *transforming* tercermin pada upaya merekonfigurasi sumber daya dan proses internal, misalnya dengan memadukan sistem manajemen modern dan keterampilan tradisional, menjaga kualitas *handmade* sebagai identitas, serta melaksanakan regenerasi melalui pendidikan dan pelatihan. Dengan demikian, strategi bertahan industri kerajinan Tumang tidak dapat dipahami sebagai tindakan spontan atau sekadar rutinitas mempertahankan usaha, melainkan sebagai sebuah proses adaptasi dinamis dan berkesinambungan. Teori ini membantu menegaskan bahwa keberhasilan Tumang terletak pada kemampuannya mengelola perubahan secara kreatif dan kolektif, sehingga tetap relevan di tengah tekanan zaman sekaligus mampu memperkuat identitas budaya lokal.

Permasalahan yang Dihadapi Industri Kerajinan Tembaga dan Kuningan Desa Tumang

Industri kerajinan tembaga dan kuningan di Desa Tumang, Boyolali, selama puluhan tahun dikenal sebagai salah satu sentra kriya logam terbesar di Indonesia. Produk-produk yang dihasilkan bukan hanya memenuhi pasar domestik, tetapi juga merambah pasar internasional, sekaligus menjadi identitas kultural masyarakat setempat. Di balik reputasi dan nilai ekonominya yang tinggi, keberlangsungan industri ini tidak sepenuhnya berjalan mulus. Sebagaimana sektor usaha tradisional pada umumnya, kerajinan Tumang menghadapi berbagai persoalan struktural yang mengancam daya saing dan keberlanjutannya.

Permasalahan paling mendesak adalah regenerasi tenaga kerja. Tradisi kriya logam di Tumang memang diwariskan turun-temurun, tetapi minat generasi muda untuk melanjutkan usaha ini kian menurun. Banyak para generasi muda lebih memilih untuk bekerja di pabrik, sektor perdagangan, atau merantau ke kota karena dianggap lebih cepat menghasilkan pendapatan. Proses belajar kriya logam yang panjang hingga memakan waktu bertahun-tahun untuk mahir inilah yang menjadi salah satu penyebab terjadinya ketimpangan yang tidak sebanding antara proses dan hasil yang di dapat. Seorang pengrajin senior mengungkapkan:

... anak-anak sekarang itu lebih suka kerja di kota. Kalau nggak ada yang nerusin, ya bisa punah ini kerajinan. Padahal dari kecil kita terbiasa, tapi sekarang beda, mereka lebih milih yang gampang. (M, 45 tahun).

Untuk mengatasi masalah ini, beberapa solusi telah dilakukan, antara lain dengan membuka program magang di bengkel, menjalin kerja sama dengan SMK untuk praktik lapangan, hingga memasukkan keterampilan memahat dalam ekstrakurikuler di SD Muhammadiyah Tumang.

Kendala berikutnya adalah modal dan bahan baku. Harga tembaga dan kuningan sangat fluktuatif mengikuti pasar global. Ketika harga melonjak, biaya produksi otomatis naik, sementara harga jual produk tidak selalu bisa menyesuaikan. Margin keuntungan pun menjadi tipis, terutama bagi pengrajin kecil. Meski pemerintah menyediakan fasilitas Kredit Usaha Rakyat (KUR), tidak semua pengrajin dapat mengaksesnya karena keterbatasan informasi, syarat administrasi, maupun jaminan. Akibatnya, banyak yang masih mengandalkan modal pribadi atau pinjaman kerabat. Beberapa pengusaha menyiasatinya dengan membeli bahan baku dalam jumlah besar saat harga rendah, serta melakukan kerja sama kolektif melalui paguyuban agar kebutuhan bahan baku bisa dibeli lebih murah dengan sistem gabungan.

Tantangan besar lain datang dari persaingan pasar. Produk pabrikan, baik lokal maupun impor, mampu menawarkan harga jauh lebih murah karena diproduksi massal dengan mesin. Sementara itu, produk handmade Tumang berada pada segmen harga menengah ke atas. Kondisi ini menimbulkan dilema: pengrajin harus tetap menjaga kualitas dan nilai seni, tetapi juga dituntut bersaing dengan produk yang lebih murah. Seorang pengrajin menjelaskan:

... kalau bersaing sama pabrikan memang berat, harganya jauh lebih murah. Tapi yang bikin kita tetap bisa jalan ya karena produk handmade punya nilai lebih. Cuma, kalau pasar bawah, banyak yang lari ke produk pabrikan karena harga lebih terjangkau. (Fa, 23 tahun).

Solusi yang ditempuh adalah memperkuat diferensiasi produk, misalnya dengan desain khusus, pengerjaan detail yang rumit, atau produk monumental yang tidak bisa ditiru mesin. Produk-produk monumental seperti kaligrafi berukuran besar, kubah masjid tembaga, hingga patung dekoratif untuk hotel berbintang menjadi contoh karya yang hanya dapat dibuat melalui keterampilan tangan terampil, bukan mesin. Selain itu, pengrajin juga mengembangkan layanan custom order sesuai permintaan konsumen, sehingga setiap produk memiliki nilai personalisasi yang tinggi. Dengan strategi ini, kerajinan Tumang tidak lagi bersaing di pasar massal, tetapi menempatkan diri pada segmen premium yang menekankan keunikan, kualitas, dan nilai seni, sehingga mampu bertahan menghadapi gempuran produk pabrikan murah.

Selain itu, keterbatasan manajemen usaha dan pemasaran juga menjadi kendala nyata. Sebagian besar pengrajin lebih fokus pada produksi daripada pengelolaan usaha. Perhitungan biaya, perencanaan keuangan, serta manajemen SDM masih sering dilakukan secara sederhana. Di bidang pemasaran, memang generasi muda mulai memanfaatkan media sosial dan marketplace, namun banyak pengrajin senior masih bergantung pada jaringan tradisional. Hal ini menyebabkan produk berkualitas tinggi kadang tidak mencapai pasar optimal. Seorang pengusaha muda menegaskan:

... yang menjadi faktor bertahan itu karena marketing dan produksi mengikuti perkembangan zaman. Desain kita harus bisa diterima pasar, dan sekarang digitalisasi itu kunci. Dari Instagram, Facebook, TikTok sampai marketplace, semua bisa dipakai. (An, 35 tahun).

Dengan adanya peran generasi muda yang lebih melek digital, pemasaran kerajinan Tumang kini mulai bergeser ke arah modern, bahkan mampu menjangkau konsumen luar negeri. Kendala tambahan juga terkait kelembagaan dan perlindungan desain. Tidak semua pengrajin aktif dalam paguyuban, sehingga koordinasi belum optimal. Kesenjangan pun muncul antara pengrajin besar yang sudah mapan dengan akses pasar internasional, dan pengrajin kecil yang hanya bergantung pada pesanan lokal. Perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI) juga masih lemah. Beberapa desain khas Tumang pernah ditiru dan dijual dengan harga murah oleh pihak luar, merugikan pengrajin asli. Solusinya, pemerintah daerah bersama asosiasi pengrajin mulai mendorong pendaftaran HKI untuk desain-desain unggulan, sekaligus memperkuat peran paguyuban sebagai lembaga kolektif yang melindungi kepentingan pengrajin.

Dengan melihat masalah yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa eksistensi kerajinan di Desa Tumang tidak lepas dari tantangan berat. Namun, melalui langkah-langkah adaptif yang dilakukan seperti; pembinaan regenerasi, kerja sama kolektif dalam pengadaan bahan, diferensiasi desain, pemanfaatan digitalisasi, hingga penguatan kelembagaan. Hal tersebutlah yang membuat industri ini mampu menunjukkan resiliensinya. Tantangan yang ada justru menjadi momentum bagi Tumang untuk terus berinovasi, memperbaiki manajemen, dan mempertegas posisinya sebagai sentra kerajinan logam yang tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga berakar pada warisan budaya yang harus dijaga.

Penutup

Penelitian ini membuktikan bahwa keberlangsungan industri kerajinan tembaga dan kuningan di Desa Tumang merupakan hasil dari kemampuan masyarakat lokal mengelola perubahan secara kreatif dan adaptif. Eksistensi yang terjaga menunjukkan keberhasilan strategi para pengrajin dalam menyeimbangkan nilai budaya dengan tuntutan ekonomi modern melalui inovasi, digitalisasi, dan regenerasi yang berkelanjutan. Dari penelitian ini, dapat dipelajari bahwa kekuatan utama industri tradisional tidak hanya terletak pada warisan keterampilan, tetapi juga pada kesadaran kolektif untuk bertransformasi tanpa kehilangan identitas budaya. Temuan ini menegaskan bahwa kemandirian lokal dapat menjadi basis penguatan ekonomi kreatif daerah. Ke depan, diperlukan penguatan kolaborasi antara pengrajin, pemerintah, dan lembaga pendidikan melalui dukungan permodalan, perlindungan karya, serta pengembangan wisata kreatif agar Tumang tidak sekadar bertahan, tetapi terus tumbuh sebagai model ketahanan budaya dan ekonomi yang berkelanjutan.

Referensi

- Aminah, S., & Reza, M. H. (2024). Menelusuri eksistensi industri kreatif kerajinan gerabah di desa banyumulek. *Jurnal Jurusan Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial*, 15(2).
- Aysa, I. R. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 2(2), 121–138. <https://doi.org/10.33367/at.v2i2.1337>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguistica Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Hermawan, W., & Dr. H. Murtedjo, M. S. (2018). *Strategi penghidupan pengrajin dalam mempertahankan kerajinan manik-manik kaca*. V, 216–221.
- Imronah, A., & Fatmawati, N. (2021). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat melalui Home Industry Kerajinan. *Islamic Economics Journal*, 1, 88.
- Khulaidah, M. (2020). *Prospek Pengembangan Usaha Kerajinan Tangan Anyaman Plastik Dalam Upaya Mengurangi Tingkat Kemiskinan Pengrajin*.
- Lendombela, J., Memah, M. Y., & Loho, A. E. (2018). Salah satu sektor dari industri kecil dan menengah (IKM) adalah industri kerajinan . *Industri kerajinan merupakan salah satu industri yang diminati oleh pelaku usaha karena pengerjaanya yang sederhana dan produk yang dihasilkan memiliki nilai seni yang* . 14 (September), 79–88.
- Mafula, R. R. E. (2018). Strategi bertahan hidup perajin suling bambu kelurahan gayam kecamatan mojoroto kota kediri. *Swara Bhumi*, 5 (No 5), 77–87.
- Manuhuttu, F. Y., & Agung, A. S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi. *Musamus Journal of Economics Development*, 6(01), 31–37. <https://doi.org/10.35724/feb.v6i01.6102>
- Mariyam, S., Musfiana, M. (2019). Eksistensi Pengrajin Gerabah Di Kecamatan Baiturrahman Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* <http://www.jim.unsyiah.ac.id/pendidikan-ekonomi/article/view/14920>
- Muhammad Ahmal Rayhand ; Fauzi Mizan Prabowo Aji, S.Ars., M. A., & Program. (2024). Pusat kerajinan tembaga desa tumang berbasis creative tourism di boyolali. 1–12.
- Mukalimin, S. (2022). Upaya Pengembangan Usaha Kerajinan Tas Anyaman Di Desa Maguwan Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo. *Journal of Community Development and Disaster Management*, 4(2), 71–80. <https://doi.org/10.37680/jcd.v4i2.2039>

- Paladan, J., Rahayu, V. putri, & Sutrisno. (2024). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PENGRAJIN SARUNG TENUN DI SAMARINDA Jeniati. *Jurnal Prospek: Pendidikan Ilmu Sosial Dan Ekonomi*, 6, 2721–0855.
- Prasiska, S. A., & Wati, R. (2024). Seni Ukir Jepara sebagai Bentuk Identitas Budaya. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 26(1), 42–46. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v26i1.9463>
- SAGITA, L. (2020). Analisis faktor penghambat perkembangan usaha industri kerajinan gerabah dan dampaknya terhadap perekonomian masyarakat di desa masbagik timur, kecamatan masbagaik. *Block Caving – A Viable Alternative?*, 21(1). <https://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/>
- Sanjaya, A. P., & Purwanti, S. (2024). *Kerajinan Tangan Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus Di Kampung Pepas Eheng Kecamatan Barong Tongkok Kabupaten Kutai Barat)*. 10(4), 524–533.
- Shelawati, A., Laily Nisa, F., Pembangunan Nasional, U., Timur Jl Raya Rungkut Madya No, J., Gunung Anyar, K., Timur, J., Kunci, K., & Kreatif, E. (2024). Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia mengembangkan potensi ekonomi kreatif subsektor kriya: sebuah tantangan dan peluang. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 2(3), 170–177. <https://journal.tangrasula.com/index.php/jeki>
- Sudana, I. W., & Sumardika, S. P. (2020). Kebertahanan seni kerajinan anyaman bambu di Desa Tri Rukun Kabupaten Boalemo Provinsi Gorontalo. *Jambura: Jurnal Seni Dan Desain*, 1 (1), 1–13. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jjssd>
- Sudarwanto, A., & Darmojo, K. W. (2018). Strategi Pengembangan Industri Kriya Logam Di Desa Tumang Cepogo Boyolali. *Corak*, 7(1), 61–68. <https://doi.org/10.24821/corak.v7i1.2647>
- Suhaeni, T. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4 (1), 57. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i1.992>
- Sulaiman, A. M., Setiawan, A., & Program. (2021). *Pengembangan desain web senitembaga.com sebagai sarana promosi sentra kerajinan tembaga tumang boyolali*.
- Sunyata, L. (2019). Faktor-Faktor Penghambat Pengembangan Strategi Pemasaran Bidai Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Pengrajin Bidai Di Wilayah Perbatasan Jagoi Babang-Sirikin. *Proyeksi*, 24(1). <https://doi.org/10.26418/proyeksi.v24i1.2453>
- Suseno, W. R. A. (2021). *Upaya Pertahanan Keberlangsungan Industri Kerajinan*. 8(2), 137–150.
- Ula, F. N. (2024). *Strategi Bertahan Hidup Pengrajin Gerabah Di Desa Purwoasri Kecamatan Kebonagung Pacitan*.
- Vuspitasari, B. K., & Siahaan, S. V. B. (2022). Hambatan Kearifan Lokal Anyaman Bambu Sebagai Potensi Ekonomi Kreatif Bagi Perempuan Di Desa Suka Maju. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1237–1244. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2266>