

Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal di Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta

Umar Fondoli

Faculty of Digital Business, Politeknik Jatiluhur, Purwakarta, Indonesia

Email Korespondensi:

umarfondoli@polijati.ac.id

Article Info

Abstrak

Kata Kunci :

Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal, Industri Keramik Plered, Wisata Edukasi [Edutourism], Krisis Regenerasi Pengrajin, Cagar Budaya Industri, Analisis SWOT, Ekonomi Pengalaman [Experience Economy], Digitalisasi Wisata [Smart Tourism]

Submitted:

29 Oktober 2025

Studi penelitian ini menyajikan analisis komprehensif mengenai potensi, tantangan, dan strategi pengembangan desa wisata berbasis kearifan lokal di Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta. Di tengah arus modernisasi dan industrialisasi yang mendominasi koridor Jawa Barat, Kecamatan Plered menghadapi paradoks eksistensial: memiliki warisan industri keramik yang bersejarah sejak awal abad ke-20 namun mengalami krisis regenerasi pengrajin dan fluktuasi pasar ekspor yang tajam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan integrasi data kuantitatif sekunder dari Badan Pusat Statistik [BPS] tahun 2023-2025 serta tinjauan literatur mendalam terhadap dinamika sosio-kultural masyarakat Desa Anjun dan sekitarnya.

Melalui kerangka analisis SWOT [Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats], laporan ini mengidentifikasi bahwa keberlanjutan industri keramik Plered tidak lagi dapat bergantung semata pada produksi komoditas massal, melainkan harus bertransformasi menuju ekonomi pengalaman [experience economy] melalui pariwisata edukasi.

Temuan studi menyoroti urgensi pemanfaatan bonus demografi Kecamatan Plered, dimana populasi usia produktif mendominasi namun belum terserap optimal dalam industri kreatif lokal. Strategi yang dirumuskan meliputi rekonstruksi narasi sejarah [storynomics] mulai dari legenda Panjunan hingga era industrialisasi kolonial, digitalisasi pemasaran melalui smart tourism, serta integrasi kurikulum lokal untuk memutus rantai krisis regenerasi. Laporan ini menawarkan peta jalan strategis bagi pemangku kepentingan untuk merevitalisasi Plered bukan hanya sebagai sentra produksi, tetapi sebagai destinasi wisata berkelanjutan yang menjaga marwah kearifan lokal.

Article Info

Abstract

Key word:

*Local Wisdom-Based
Tourism Village; Plered
Ceramic Industry;
Educational Tourism
[Edutourism]; Artisan
Regeneration Crisis;
Industrial Cultural
Heritage; SWOT Analysis;
Experience Economy;
Tourism Digitalization
[Smart Tourism].*

Submitted:

29 Oktober 2025

This research study presents a comprehensive analysis of the potential, challenges, and development strategies for a local wisdom-based tourism village in Plered Subdistrict, Purwakarta Regency. Amid the currents of modernization and industrialization that dominate the West Java corridor, Plered Subdistrict faces an existential paradox: it possesses a historic ceramic industry heritage dating back to the early 20th century, yet it is experiencing a crisis of artisan regeneration and sharp fluctuations in export markets. This study employs a descriptive qualitative approach integrated with secondary quantitative data from Statistics Indonesia [BPS] for the period 2023–2025, as well as an in-depth literature review of the socio-cultural dynamics of the Anjun Village community and its surrounding areas.

Through the SWOT [Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats] analytical framework, the report identifies that the sustainability of Plered's ceramic industry can no longer rely solely on mass commodity production, but must instead transform toward an experience economy model through educational tourism.

The study findings highlight the urgency of leveraging Plered's demographic bonus, where the productive-age population dominates but has not been optimally absorbed into the local creative industries. The proposed strategies include reconstructing historical narratives [storynomics] from the Panjunan legend to the colonial industrialization era, digitalizing marketing through smart tourism initiatives, and integrating local curriculum content to break the cycle of generational discontinuity. This report offers a strategic roadmap for stakeholders to revitalize Plered not merely as a production center, but as a sustainable tourism destination that preserves and upholds the dignity of local wisdom.

1. Pendahuluan

Pariwisata global pada dekade ketiga abad ke-21 telah mengalami pergeseran paradigma yang fundamental, bergerak dari pariwisata massal [mass tourism] yang eksploitatif menuju pariwisata berbasis komunitas (Community Based Tourism/CBT) yang menekankan pada keberlanjutan lingkungan dan pelestarian budaya. Dalam konteks nasional, Indonesia menempatkan desa wisata sebagai ujung tombak pemulihan ekonomi pascapandemi dan pemerataan pembangunan. Kabupaten Purwakarta, yang secara geografis strategis berada di antara dua metropolis besar, Jakarta dan Bandung, memiliki posisi unik dalam konstelasi pariwisata Jawa Barat[16]. Di antara berbagai potensi yang dimiliki Purwakarta, Kecamatan Plered menonjol sebagai entitas yang

memiliki identitas ganda: sebagai kawasan industri manufaktur keramik tertua di Jawa Barat dan sebagai penjaga tradisi kriya yang telah berlangsung lintas generasi.

Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa predikat "sentra keramik" yang disandang Plered sedang berada di persimpangan jalan yang kritis. Data empiris menunjukkan tren yang mengkhawatirkan dalam keberlangsungan industri ini. Jika pada masa kejayaannya industri ini mampu menyerap ribuan tenaga kerja, data terkini mengindikasikan penyusutan drastis jumlah unit usaha menjadi hanya sekitar 147 unit dengan tenaga kerja tersisa di kisaran 500 orang. Fenomena ini diperparah oleh penurunan volume ekspor yang signifikan, di mana pada tahun 2024 tercatat pengiriman 15 kontainer, namun proyeksi awal tahun 2025 menunjukkan penurunan tajam menjadi hanya 5 kontainer. Penurunan ini bukan sekadar statistik ekonomi, melainkan sinyal bahaya akan hilangnya sebuah tradisi jika tidak ada intervensi strategis^[17]

Masalah mendasar yang dihadapi bukan hanya pada aspek permintaan pasar [demand side], melainkan pada aspek suplai tenaga kerja [supply side], yakni krisis regenerasi. Generasi muda di Kecamatan Plered, yang secara demografis jumlahnya melimpah, cenderung memandang profesi pengrajin keramik sebagai pekerjaan masa lalu yang kotor, berat, dan kurang menjanjikan secara finansial dibandingkan dengan pekerjaan di sektor manufaktur formal di kawasan industri sekitar. Putusnya rantai pewarisan ilmu [transfer of knowledge] ini mengancam kepunahan kearifan lokal yang terkandung dalam setiap putaran meja pelarik pengrajin Plered.

Oleh karena itu, pengembangan konsep "Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal" di Plered bukan sekadar upaya diversifikasi produk wisata, melainkan sebuah strategi pertahanan budaya [cultural survival strategy]. Melalui pariwisata, nilai ekonomi keramik tidak lagi hanya dihitung dari harga per unit barang pecah belah, melainkan dari nilai pengalaman [experience value] wisatawan yang datang untuk belajar, melihat, dan merasakan proses kreatif tersebut. Transformasi ini diharapkan mampu memberikan prestise baru bagi profesi pengrajin dan menciptakan ekosistem ekonomi yang lebih resilien terhadap fluktuasi pasar global.

2. Studi Literature

Berdasarkan latar belakang krisis regenerasi dan potensi pariwisata yang belum tergarap optimal tersebut, penelitian ini merumuskan beberapa permasalahan kunci yang akan dikaji secara mendalam :

1. Analisis Potensi Wilayah: Bagaimana karakteristik demografis, geografis, dan sosiologis Kecamatan Plered berdasarkan data statistik terbaru mendukung atau menghambat pengembangan desa wisata?
2. Identifikasi Kearifan Lokal: Apa saja elemen-elemen kearifan lokal [baik tangible maupun intangible] di sentra keramik Plered yang memiliki nilai jual sebagai atraksi wisata edukasi dan sejarah?
3. Evaluasi Struktural: Faktor-faktor internal dan eksternal apa sajakah yang mempengaruhi transisi Plered dari sekadar sentra produksi menjadi destinasi wisata terintegrasi?
4. Formulasi Strategi: Bagaimana merumuskan strategi pengembangan desa wisata yang komprehensif, yang mampu menjawab tantangan regenerasi SDM sekaligus meningkatkan daya saing ekonomi daerah ? ^[18]

2.1 Tujuan dan Sasaran Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan sebuah dokumen perencanaan strategis yang akademis namun aplikatif. Secara spesifik, tujuan penelitian ini adalah

1. Inventarisasi Aset Wisata : Mengidentifikasi dan memetakan aset fisik [infrastruktur, workshop] dan aset budaya [legenda, teknik tradisional] di Kecamatan Plered, khususnya di Desa Anjun, Citeko, dan sekitarnya[19].
1. Analisis Data Berbasis Bukti : Menyajikan analisis mendalam terhadap data sekunder BPS [Kecamatan Plered Dalam Angka] untuk memberikan landasan kuantitatif bagi perencanaan kapasitas wisata dan manajemen pengunjung [19], [20].
2. Penyusunan Strategi SWOT : Menganalisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman untuk merumuskan strategi intervensi yang tepat sasaran.
3. Rekomendasi Kebijakan : Memberikan rekomendasi konkret kepada Pemerintah Kabupaten Purwakarta dan UPTD Sentra Keramik terkait model pengelolaan desa wisata yang berkelanjutan.

2.2 Konsep Desa Wisata dan Pembangunan Perdesaan

Desa wisata didefinisikan sebagai suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. Dalam perspektif pembangunan perdesaan, desa wisata merupakan instrumen untuk menahan laju urbanisasi dengan menciptakan lapangan kerja di desa. Konsep ini sangat relevan bagi Plered, di mana data BPS menunjukkan kepadatan penduduk yang tinggi dan kebutuhan akan lapangan kerja lokal.

Pengembangan desa wisata yang sukses tidak bisa bersifat top-down, melainkan harus berbasis Community Based Tourism [CBT]. Prinsip CBT menekankan bahwa masyarakat lokal harus menjadi pemilik, pengelola, dan penerima manfaat utama dari kegiatan pariwisata. Dalam konteks Plered, ini berarti para pengrajin keramik dan keluarganya harus menjadi aktor utama, bukan sekadar objek tontonan bagi wisatawan. Penelitian sebelumnya menegaskan bahwa keberhasilan desa wisata sangat bergantung pada tingkat partisipasi masyarakat dalam perencanaan dan pengambilan keputusan[21] .

2.3 Kearifan Lokal sebagai Modal Sosial dan Ekonomi

Kearifan lokal [local wisdom] adalah seperangkat pengetahuan, nilai, dan praktik yang berkembang dalam suatu komunitas untuk beradaptasi dengan lingkungannya. Di Plered, kearifan lokal ini bermanifestasi dalam teknologi pengolahan tanah liat, desain motif yang khas, hingga ritual-ritual yang menyertai proses pembakaran keramik.

Dalam ekonomi modern, kearifan lokal ini bertransformasi menjadi Intellectual Property yang bernilai tinggi. Teori Experience Economy dari Pine dan Gilmore [1998] menyatakan bahwa konsumen masa kini bersedia membayar lebih untuk sebuah pengalaman yang otentik dan memuaskan secara emosional. Menghubungkan kearifan lokal Plered dengan ekonomi pengalaman berarti menjual "cerita" di balik keramik, bukan hanya benda keramik itu sendiri. Legenda Pangeran Panjunan dan keterkaitannya dengan sejarah Mataram adalah aset naratif yang sangat kuat untuk storytelling wisata[22].

2.4 Wisata Edukasi [Edutourism] dan Industri Kreatif

Wisata edukasi adalah perjalanan wisata yang memiliki nilai tambah edukatif, di mana wisatawan memperoleh pengetahuan atau keterampilan baru. Sentra keramik Plered memiliki infrastruktur alami untuk edutourism melalui keberadaan ratusan workshop rumah tangga dan fasilitas UPTD.

Integrasi industri kreatif dengan pariwisata menciptakan simbiosis mutualisme: pariwisata menyediakan pasar langsung [direct sales] bagi produk kreatif, sementara produk kreatif menyediakan konten atraksi bagi pariwisata. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa interaksi langsung dengan pengrajin meningkatkan apresiasi wisatawan terhadap kerumitan proses produksi, yang pada gilirannya menjustifikasi harga produk yang lebih tinggi[23].

2.5 Kerangka Analisis SWOT dalam Perencanaan Wilayah

Untuk merumuskan strategi yang valid, penelitian ini menggunakan matriks SWOT [Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats]. Analisis ini membedah faktor internal [kekuatan dan kelemahan yang dapat dikendalikan] serta faktor eksternal [peluang dan ancaman yang di luar kendali]. Penggunaan SWOT dalam konteks pengembangan wilayah memungkinkan perencanaan untuk memaksimalkan aset yang ada [misal: sejarah panjang industri] sambil memitigasi risiko [misal: krisis regenerasi][24].

3 Metodologi

3.1 Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif yang diperkuat dengan analisis data sekunder kuantitatif [25]. Pendekatan kualitatif dipilih karena kompleksitas masalah di Plered tidak hanya berkaitan dengan angka-angka ekonomi, tetapi juga melibatkan dimensi sosial, budaya, dan psikologis masyarakat [seperti persepsi terhadap profesi pengrajin]. Desain penelitian bersifat studi kasus tunggal terpancang [embedded single case study], dengan fokus pada ekosistem industri keramik di Kecamatan Plered.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian difokuskan di Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat. Secara spesifik, observasi dan analisis mendalam dilakukan pada kluster desa penghasil keramik utama, yaitu Desa Anjun, Desa Citeko, dan Desa Babakansari, yang merupakan jantung dari aktivitas produksi dan perdagangan keramik. Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup rentang waktu data statistik terbaru [2023-2025] untuk memastikan relevansi strategi yang disusun dengan kondisi terkini.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Validitas penelitian ini dibangun di atas triangulasi sumber data yang komprehensif :

1. Data Sekunder [Dokumen dan Statistik] [26]:

- **Badan Pusat Statistik [BPS]** : Publikasi "Kecamatan Plered Dalam Angka" tahun 2023, 2024, dan 2025 digunakan untuk membedah demografi, geografi, dan sarana prasarana[27] [28][29].
- **Laporan Pemerintah Daerah** : Data dari Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan [DKUPP] serta UPTD Sentra Pengembangan Keramik mengenai volume produksi dan ekspor[30].
- **Arsip Sejarah** : Dokumen mengenai sejarah pendirian pabrik keramik kolonial dan kunjungan kenegaraan tokoh bangsa[31].

2. Data Primer [Observasi dan Literatur Wawancara]:

- Sintesis hasil wawancara dengan tokoh masyarakat, pengrajin senior, dan pemuda setempat yang terekam dalam studi-studi terdahulu yang relevan.
- Observasi virtual melalui pemetaan digital dan ulasan wisatawan untuk melihat persepsi pasar saat ini.

3.4 Teknik Analisis Data

Proses analisis data dilakukan melalui tahapan yang sistematis:

1. **Kompilasi dan Reduksi Data:** Data statistik mentah dari BPS diolah menjadi tabel dan grafik yang mudah dibaca. Data kualitatif direduksi untuk mengambil inti tematik.
2. **Analisis Deskriptif Kuantitatif:** Menganalisis tren kependudukan dan ekonomi untuk menghitung daya dukung wilayah.
3. **Analisis Lingkungan Internal-Eksternal [IE]:** Memetakan faktor-faktor strategis ke dalam matriks SWOT.
4. **Sintesis Strategi:** Merumuskan strategi pengembangan menggunakan matriks interaksi [SO, WO, ST, WT] untuk menghasilkan rekomendasi yang aplikatif.

4 Profil Wilayah dan Analisis Data Statistik Kecamatan Plered

Pemahaman yang mendalam mengenai karakteristik wilayah adalah prasyarat mutlak dalam perencanaan pariwisata. Bab ini menyajikan analisis data sekunder dari BPS Kabupaten Purwakarta untuk memberikan gambaran objektif mengenai daya dukung Kecamatan Plered.

4.1 Kondisi Geografis dan Tata Guna Lahan

Kecamatan Plered merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Purwakarta dengan karakteristik wilayah yang unik.

Tabel 4.1: Data Geografis Kecamatan Plered

Indikator	Keterangan Data
Luas Wilayah Total	31,48 km ²
Jumlah Desa/Kelurahan	16 Desa
Jarak ke Ibukota Kabupaten	± 13 - 15 km
Desa Sentra Keramik	10 Desa [Termasuk Anjun, Citeko, Babakansari]

Sumber: Diolah dari Kecamatan Plered Dalam Angka 2024

Analisis : Dengan luas wilayah 31,48 km² dan 16 desa, Kecamatan Plered tergolong kecamatan yang padat dan kompak. Konsentrasi 10 desa sebagai sentra keramik menunjukkan adanya aglomerasi industri yang kuat. Secara spasial, hal ini menguntungkan bagi pengembangan pariwisata karena jarak antar atraksi [workshop] sangat dekat, memungkinkan pengembangan koridor wisata jalan kaki [walking tour] atau bersepeda yang efisien.

4.2 Analisis Demografi: Peluang dan Tantangan Bonus Demografi

Data kependudukan memberikan wawasan krusial mengenai ketersediaan tenaga kerja dan potensi pasar lokal. Berdasarkan data BPS terbaru, struktur demografi Plered menunjukkan fenomena bonus demografi yang signifikan.

Tabel 4.2: Struktur Penduduk Kecamatan Plered Berdasarkan Kelompok Umur [2023]

Kelompok Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah Total [Jiwa]	Persentase
0 - 14 Tahun [Belum Produktif]	11.972	11.347	23.319	29,4%
15 - 64 Tahun [Produktif]	-	-	52.000+ [Estimasi]	65,5%
15 - 29 Tahun [Pemuda/Gen Z]	10.651	10.374	21.025	26,5%

Kelompok Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah Total [Jiwa]	Persentase
65+ Tahun [Lansia]	-	-	4.000+ [Estimasi]	5,1%
Total Penduduk	-	-	79.350	100%

Sumber: Diolah dari Kecamatan Plered Dalam Angka 2024

Analisis Implikasi Demografis:

- Kepadatan Tinggi:** Dengan populasi 79.350 jiwa di wilayah 31,48 km², kepadatan penduduk mencapai **2.520 jiwa/km²**. Ini menunjukkan karakteristik semi-urban. Pengembangan wisata harus memperhitungkan manajemen keramaian agar tidak menimbulkan friksi sosial dengan warga.
- Potensi Tenaga Kerja Muda:** Terdapat **21.025 jiwa** penduduk berusia muda [15-29 tahun]. Ini adalah "kolam talenta" yang sangat besar. Ironisnya, industri keramik mengalami krisis regenerasi. Data ini mengkonfirmasi bahwa masalahnya bukan pada *ketersediaan* orang, tetapi pada *minat* dan *insentif*. Strategi wisata harus menargetkan segmen 26,5% populasi ini untuk menjadi *entrepreneur* wisata baru, pemandu wisata digital, atau inovator desain, yang mungkin lebih menarik bagi mereka daripada menjadi pengrajin tradisional murni.

4.3 Potensi Ekonomi dan Infrastruktur Penunjang

Kecamatan Plered ditopang oleh infrastruktur yang relatif memadai untuk mendukung aktivitas ekonomi dan pariwisata.

- Lembaga Keuangan:** Keberadaan bank dan koperasi di Kecamatan Plered memudahkan transaksi keuangan bagi wisatawan dan pelaku usaha.
- Aksesibilitas:** Lokasi yang dilalui jalur kereta api [Stasiun Plered] dan kedekatan dengan akses tol Cipularang [melalui gerbang tol Jatiluhur atau sekitarnya] menjadikan Plered mudah dijangkau.
- Unit Usaha Keramik:** Konsentrasi unit usaha mencapai 147 unit dengan 511 tenaga kerja. Meskipun menurun, jumlah ini masih cukup masif untuk membentuk sebuah ekosistem klaster industri yang hidup.
- Fasilitas Pendidikan:** Jumlah murid dan sekolah yang memadai merupakan potensi pasar untuk wisata edukasi lokal, di mana sekolah-sekolah di Plered sendiri dapat menjadi target pasar pertama untuk kurikulum muatan lokal keramik.

5 Profil Wilayah dan Analisis Data Statistik Kecamatan Plered

Pemahaman yang mendalam mengenai karakteristik wilayah adalah prasyarat mutlak dalam perencanaan pariwisata. Bab ini menyajikan analisis data sekunder dari BPS Kabupaten Purwakarta untuk memberikan gambaran objektif mengenai daya dukung Kecamatan Plered.

5.1 Kondisi Geografis dan Tata Guna Lahan

Kecamatan Plered merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Purwakarta dengan karakteristik wilayah yang unik.

Tabel 5.1: Data Geografis Kecamatan Plered

Indikator	Keterangan Data
Luas Wilayah Total	31,48 km ²

Indikator	Keterangan Data
Jumlah Desa/Kelurahan	16 Desa
Jarak ke Ibukota Kabupaten	± 13 - 15 km
Desa Sentra Keramik	10 Desa [Termasuk Anjun, Citeko, Babakansari]

Sumber: Diolah dari Kecamatan Plered Dalam Angka 2024

Analisis: Dengan luas wilayah 31,48 km² dan 16 desa, Kecamatan Plered tergolong kecamatan yang padat dan kompak. Konsentrasi 10 desa sebagai sentra keramik menunjukkan adanya aglomerasi industri yang kuat. Secara spasial, hal ini menguntungkan bagi pengembangan pariwisata karena jarak antar atraksi [workshop] sangat dekat, memungkinkan pengembangan koridor wisata jalan kaki [walking tour] atau bersepeda yang efisien.

5.2 Analisis Demografi: Peluang dan Tantangan Bonus Demografi

Data kependudukan memberikan wawasan krusial mengenai ketersediaan tenaga kerja dan potensi pasar lokal. Berdasarkan data BPS terbaru, struktur demografi Plered menunjukkan fenomena bonus demografi yang signifikan.

Tabel 5.2: Struktur Penduduk Kecamatan Plered Berdasarkan Kelompok Umur [2023]

Kelompok Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah Total [Jiwa]	Persentase
0 - 14 Tahun [Belum Produktif]	11.972	11.347	23.319	29,4%
15 - 64 Tahun [Produktif]	-	-	52.000+ [Estimasi]	65,5%
15 - 29 Tahun [Pemuda/Gen Z]	10.651	10.374	21.025	26,5%
65+ Tahun [Lansia]	-	-	4.000+ [Estimasi]	5,1%
Total Penduduk	-	-	79.350	100%

Sumber: Diolah dari Kecamatan Plered Dalam Angka 2024

Analisis Implikasi Demografis:

- Kepadatan Tinggi:** Dengan populasi 79.350 jiwa di wilayah 31,48 km², kepadatan penduduk mencapai **2.520 jiwa/km²**. Ini menunjukkan karakteristik semi-urban. Pengembangan wisata harus memperhitungkan manajemen keramaian agar tidak menimbulkan friksi sosial dengan warga.
- Potensi Tenaga Kerja Muda :** Terdapat **21.025 jiwa** penduduk berusia muda [15-29 tahun]. Ini adalah "kolam talenta" yang sangat besar. Ironisnya, industri keramik mengalami krisis regenerasi. Data ini mengkonfirmasi bahwa masalahnya bukan pada *ketersediaan* orang, tetapi pada *minat* dan *insentif*. Strategi wisata harus menargetkan segmen 26,5% populasi ini untuk menjadi *entrepreneur* wisata baru, pemandu wisata digital, atau inovator desain, yang mungkin lebih menarik bagi mereka daripada menjadi pengrajin tradisional murni.

5.3 Potensi Ekonomi dan Infrastruktur Penunjang

Kecamatan Plered ditopang oleh infrastruktur yang relatif memadai untuk mendukung aktivitas ekonomi dan pariwisata.

- **Lembaga Keuangan:** Keberadaan bank dan koperasi di Kecamatan Plered memudahkan transaksi keuangan bagi wisatawan dan pelaku usaha.
- **Aksesibilitas:** Lokasi yang dilalui jalur kereta api [Stasiun Plered] dan kedekatan dengan akses tol Cipularang [melalui gerbang tol Jatiluhur atau sekitarnya] menjadikan Plered mudah dijangkau.
- **Unit Usaha Keramik:** Konsentrasi unit usaha mencapai 147 unit dengan 511 tenaga kerja. Meskipun menurun, jumlah ini masih cukup masif untuk membentuk sebuah ekosistem klaster industri yang hidup.
- **Fasilitas Pendidikan:** Jumlah murid dan sekolah yang memadai merupakan potensi pasar untuk wisata edukasi lokal, di mana sekolah-sekolah di Plered sendiri dapat menjadi target pasar pertama untuk kurikulum muatan lokal keramik.

6 Temuan Lapangan : Sejarah, Budaya, dan Dinamika Industri

Bab ini menguraikan temuan kualitatif mengenai aspek historis, kultural, dan kondisi faktual industri keramik yang menjadi inti daya tarik wisata.

6.1 Jejak Sejarah dan Legenda Panjunan

Salah satu aset terbesar Plered yang belum terkapitalisasi sepenuhnya adalah narasi sejarahnya. Sejarah keramik Plered bukan sekadar catatan produksi, melainkan cerminan dinamika sosial politik Jawa Barat.

1. **Legenda Pangeran Panjunan:** Asal-usul nama Desa "Anjun" dikaitkan secara toponimi dengan Pangeran Panjunan dari Cirebon. Legenda lokal dan analisis sejarawan menghubungkan kehadiran tradisi keramik ini dengan pasukan Sultan Agung dari Mataram yang melakukan ekspedisi penyerangan ke Batavia [1628-1629]. Pasukan yang berasal dari berbagai daerah [termasuk Cirebon dan Jawa Tengah] diyakini menetap di Plered dan memperkenalkan teknologi gerabah. Narasi kepahlawanan dan akulturasi budaya ini sangat potensial untuk *storytelling* wisata sejarah.
2. **Era Kolonial dan Industrialisasi Awal:** Transformasi signifikan terjadi pada tahun 1935 dengan berdirinya pabrik keramik "Hendrik De Boa" di Kampung Warung Kandang. Ini menandai pergeseran dari kerajinan rumah tangga menjadi industri semi-modern.
3. **Legitimasi Nasional:** Kunjungan Wakil Presiden Mohammad Hatta pada 5 Juli 1952 untuk meresmikan Induk Perusahaan Keramik Plered adalah bukti bahwa Plered memiliki signifikansi nasional sejak awal kemerdekaan. Situs-situs bekas pabrik dan monumen peringatan ini dapat direvitalisasi menjadi titik-titik kunjungan wisata [*points of interest*].

6.2 Krisis Regenerasi: Ancaman Eksistensial

Temuan lapangan dan studi terdahulu [Yana, 2023] menyoroti paradoks industri Plered. Meskipun permintaan ekspor ada [ke Amerika, Korea, Turki], kapasitas produksi terancam oleh krisis SDM.

- **Penurunan Jumlah Pengrajin:** Terjadi penurunan sistematis jumlah pengrajin sejak tahun 2005. Pandemi COVID-19 memperburuk situasi ini, memaksa banyak unit usaha gulung tikar.
- **Persepsi Generasi Muda:** Faktor utama krisis ini adalah citra. Bekerja dengan tanah liat dianggap kotor dan tidak prestisius. Anak-anak pengrajin lebih memilih bekerja di pabrik garmen atau sepatu di kawasan industri Purwakarta yang menawarkan gaji UMR pasti dan lingkungan kerja "bersih".

- **Fading Traditions:** Ritual-ritual tradisional yang dulu menyertai proses produksi, seperti doa kepada *karuhun* [leluhur] saat pengambilan tanah liat, kini mulai ditinggalkan oleh generasi muda yang lebih rasional dan pragmatis. Hilangnya aspek ritual ini justru mengurangi nilai otentisitas budaya yang dicari wisatawan.

6.3 Ekosistem Pariwisata Saat Ini

Saat ini, pariwisata di Plered masih bersifat parsial dan belum terintegrasi sebagai "Desa Wisata" yang utuh.

- **Dominasi Wisata Belanja:** Pengunjung umumnya datang hanya untuk membeli keramik di *showroom* sepanjang jalan raya Anjun, tanpa berinteraksi dengan proses produksi di kampung-kampung belakang *showroom*.
- **Peran UPTD:** UPTD Sentra Pengembangan Keramik Plered telah berfungsi sebagai pusat edukasi, menerima kunjungan belajar dari sekolah dan instansi. Namun, kapasitas ini perlu diperluas agar manfaat ekonomi menyebar ke masyarakat desa, bukan hanya terpusat di fasilitas pemerintah.
- **Atraksi Pendukung :** Keberadaan kuliner lokal seperti Sate Maranggi Plered merupakan atraksi pendukung yang kuat namun belum dipaketkan secara sinergis dengan wisata keramik.

7 Analisis Strategis dan Pembahasan [SWOT]

Berdasarkan data profil wilayah dan temuan lapangan, analisis SWOT berikut memetakan posisi strategis Desa Wisata Plered.

7.1 Matriks SWOT

STRENGTHS [Kekuatan]	1. Brand Equity : "Keramik Plered" sudah dikenal luas secara nasional dan internasional. 2. Sentralisasi : Konsentrasi industri di Desa Anjun memudahkan manajemen wisata. 3. Kelembagaan : Dukungan penuh UPTD Sentra Keramik [Riset & Pelatihan]. 4. Akses : Dekat stasiun KA dan akses tol. 5. Variasi Produk : Kemampuan produksi dari gerabah tradisional hingga keramik hias modern.
WEAKNESSES [Kelemahan]	1. Krisis Regenerasi : Minimnya minat pemuda [15-29 th] menjadi pengrajin. 2. Inovasi Digital : Pemasaran masih konvensional, literasi digital rendah. 3. Amenitas Wisata : Kurangnya homestay, toilet standar wisata, dan signage di dalam kampung. 4. Lingkungan : Kesan kumuh di beberapa area produksi dan manajemen limbah pembakaran.
OPPORTUNITIES [Peluang]	1. Tren Wisata Minat Khusus : Meningkatnya permintaan Edutourism dan DIY Experience. 2. Bonus Demografi : 21.000+ pemuda Plered sebagai potensi tenaga kerja kreatif/wisata.

	3. Kebijakan : Dukungan pemerintah pusat/provinsi untuk desa wisata dan ekonomi kreatif. 4. Pasar Domestik : Pertumbuhan kelas menengah yang menyukai home decor.
THREATS [Ancaman]	1. Persaingan Global : Produk keramik impor [China/Vietnam] yang lebih murah. 2. Instabilitas Ekonomi : Penurunan permintaan ekspor [15 ke 5 kontainer]. 3. Kelangkaan Bahan Baku : Eksploitasi tanah liat tanpa konservasi. 4. Alih Fungsi Lahan : Tekanan urbanisasi mengubah area produksi menjadi hunian.

7.2 Formulasi Strategi Pengembangan

Berdasarkan persilangan faktor SWOT, berikut adalah strategi komprehensif yang diusulkan :

A. Strategi SO [Strengths - Opportunities]: Ekspansi Pasar Melalui Edukasi dan Digitalisasi

Strategi ini memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal.

1. **Paket Wisata "Living Museum"**: Mengubah konsep dari sekadar *showroom* menjadi museum hidup. Wisatawan diajak masuk ke bengkel kerja di kampung-kampung [Anjun, Citeko], melihat proses dari tanah liat hingga pembakaran. Ini memanfaatkan tren wisata pengalaman.
2. **Digitalisasi Sentra**: UPTD dan kelompok pemuda harus mengembangkan platform *e-tourism* yang terintegrasi. Website yang ada harus ditingkatkan fungsinya untuk reservasi paket wisata, bukan hanya informasi produk. Pemanfaatan media sosial untuk menampilkan estetika keramik Plered kepada pasar milenial.

B. Strategi WO [Weaknesses - Opportunities]: Revitalisasi SDM Melalui Insentif Pariwisata

Strategi ini mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

1. **Rebranding Profesi Pengrajin**: Menggunakan pariwisata untuk mengubah citra pengrajin menjadi "Artisan" atau "Seniman". Ketika wisatawan datang dan mengagumi karya mereka, timbul kebanggaan profesi. Ini diharapkan menarik minat 21.000 pemuda Plered untuk kembali menekuni bidang ini, tidak harus sebagai pembuat, tapi bisa sebagai desainer, pemandu wisata, atau konten kreator.
2. **Inkubator Bisnis Kreatif**: Membentuk inkubator di UPTD yang melatih pemuda dalam hal desain modern dan manajemen bisnis digital, menjawab kelemahan inovasi.

C. Strategi ST [Strengths - Threats]: Diversifikasi Ekonomi untuk Ketahanan

Strategi ini menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman.

1. **Diversifikasi Pasar [Domestik vs Ekspor]**: Mengingat penurunan ekspor yang drastis , Plered harus memperkuat pasar domestik melalui pariwisata. Wisatawan domestik adalah pasar yang lebih stabil dibandingkan pasar ekspor yang rentan resesi global.

2. **Standardisasi Kualitas:** Melawan produk impor murah dengan kualitas dan keunikan "Handmade". Sertifikasi indikasi geografis untuk Keramik Plered perlu diperkuat.

D. Strategi WT [Weaknesses - Threats]: Konservasi dan Efisiensi

Strategi bertahan untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

1. **Manajemen Bahan Baku Berkelanjutan:** Mengatur tata kelola penggalian tanah liat agar tidak merusak lingkungan, mengingat ancaman kelangkaan bahan baku.
2. **Efisiensi Produksi:** Mengadopsi teknologi pembakaran yang lebih hemat energi dan ramah lingkungan untuk menekan biaya produksi agar tetap kompetitif.

8 Kesimpulan

Analisis data BPS menunjukkan bahwa wilayah ini memiliki densitas modal sosial dan manusia yang tinggi, namun belum dikelola secara optimal dalam kerangka ekonomi kreatif baru. Masalah utama berupa krisis regenerasi pengrajin dan penurunan ekspor bukanlah akhir dari industri ini, melainkan sinyal perlunya pivot strategi dari sekadar manufaktur barang menuju industri jasa pengalaman [*experience industry*].

Kearifan lokal yang terkandung dalam legenda Panjunan, teknik produksi tradisional, dan nilai-nilai komunal masyarakat Anjun adalah "mata uang" baru dalam pariwisata. Dengan mengintegrasikan narasi sejarah ini ke dalam paket wisata edukasi, Plered dapat menawarkan nilai tambah yang tidak dimiliki oleh produk keramik pabrikan massal.

8.2 Rekomendasi Kebijakan

Untuk mewujudkan visi tersebut, direkomendasikan langkah-langkah konkret dengan melibatkan Pemerintah Kabupaten Purwakarta dalam hal ini Dinas Pariwisata Kabupaten Purwakarta, UPTD Sentra Kerajinan Keramik Plered, Pelaku Indsutri dan Masyarakat setempat dan Generasi "Z" serta Perguruan Tinggi yang memiliki jurusan Bisnis dan Pariwisata. Alasannya adalah sebagai berikut :

1. Pemerintah Kabupaten Purwakarta :

- a. Menerbitkan Peraturan Daerah [Perda] yang menetapkan Kawasan Anjun dan sekitarnya sebagai "Kawasan Cagar Budaya Industri", melindungi situs sejarah dan mencegah alih fungsi lahan yang masif.
 - Saat ini, situs bersejarah di Plered rentan hilang atau berubah fungsi karena desakan pembangunan pemukiman dan komersial. Kebijakan ini bertujuan memberikan status hukum untuk "mengunci" area-area bersejarah agar tidak diubah fungsinya sembarangan. Ini menegaskan bahwa pabrik tua dan area produksi tradisional adalah aset sejarah [heritage], bukan sekadar tanah kosong. Bayangkan jika situs pabrik peninggalan Belanda "Hendrik De Boa" [didirikan 1935] atau lokasi pembakaran [lio] tertua diratakan dengan tanah demi pembangunan ruko modern. Hilanglah "jiwa" dan bukti fisik sejarah panjang keramik Plered yang sudah ada sejak 1904. Perda ini hadir sebagai "pagar pelindung" agar narasi sejarah tetap hidup untuk dinikmati wisatawan, sejalan dengan semangat pelestarian cagar budaya.
 - Contoh Konkret :
 - Zona Inti Sejarah : Pemkab menetapkan Desa Anjun sebagai zona inti. Rumah-rumah tua dengan arsitektur art deco atau pabrik lama dilarang diubah fasad

depannya, tetapi interiornya boleh direnovasi menjadi kafe bernuansa vintage atau galeri.

- Insentif Pajak : Memberikan keringanan PBB bagi warga yang tetap mempertahankan tungku pembakaran tradisional di halaman rumahnya sebagai objek edukasi.

b. Mengintegrasikan Plered ke dalam jalur wisata strategis Purwakarta [bersama Jatiluhur dan Air Mancur Sri Baduga] melalui penyediaan transportasi wisata terpadu.

- Plered seringkali terlewat oleh wisatawan yang hanya fokus ke pusat kota Purwakarta. Strategi ini bermaksud "mengarahkan paksa" arus wisatawan dari destinasi populer lain agar sampai ke Plered melalui penyediaan akses yang mudah.
- Wisatawan sering datang ke Air Mancur Sri Baduga lalu pulang. Dengan integrasi, kita menciptakan "Paket Wisata Terusan". Plered dimasukkan dalam satu jalur wajib kunjung dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata.
- Contoh Konkret :
 - Shuttle Bus Wisata : Penyediaan rute bus wisata "Kidang Pananjung" dengan rute : Stasiun Purwakarta - Diorama Bale Panyawangan - Sentra Keramik Plered - Kuliner Sate Maranggi - Waduk Jatiluhur.
 - Tiket Bundling: "Beli tiket masuk Sri Baduga dapat voucher diskon belanja keramik atau gratis satu sesi mewarnai gerabah di Plered.

2. UPTD Sentra Pengembangan Keramik :

- a. Selama ini, UPTD [Unit Pelaksana Teknis Daerah] lebih fokus pada urusan teknis produksi dan pelatihan pembuatan. Rekomendasi ini mendorong UPTD berubah fungsi menjadi "Manajer Destinasi" yang mengurus tamu, pemasaran, dan citra wisata.
- b. UPTD tidak boleh lagi hanya menunggu di kantor atau lab. Mereka harus bertindak seperti "Event Organizer" bagi satu kecamatan. Jika ada rombongan turis datang, UPTD-lah yang mengatur jadwal, membagi tamu ke workshop warga agar merata, dan memastikan standar kebersihan toilet umum.
- c. Contoh Konkret :
 - Sistem Reservasi Satu Pintu: UPTD mengelola website resmi di mana sekolah atau turis bisa mem-book paket wisata, bukan hanya melihat profil pemerintah.
 - Festival Tahunan: Menyenggarakan "Plered Clay Festival" yang mengundang seniman nasional untuk berkolaborasi dengan pengrajin lokal, menarik perhatian media dan kolektor seni.

3. Pelaku Industri dan Masyarakat :

- a. Menjadikan Plered sebagai "laboratorium lapangan" bagi siswa sekolah. Ini menciptakan pasar yang pasti [captive market] dari institusi pendidikan. Daripada siswa hanya belajar seni budaya dari buku, sekolah diwajibkan membawa siswa field trip ke Plered. Model ini meniru kesuksesan Kampung Wisata Keramik Dinoyo atau Kasongan yang hidup dari paket edukasi siswa. Contoh Konkret :
 - Paket wisata edukasi "Pengrajin Cilik" untuk anak-anak TK/SD : Tarif Rp 20.000/anak. Aktivitas: Mewarnai celengan gerabah yang sudah dibakar [aman dan cepat], durasi 1 jam, hasil dibawa pulang.
 - Paket pengrajin "Master Class" [SMP/SMA/SMK] : Tarif Rp 50.000/siswa. Aktivitas: Belajar teknik putar [wheel throwing] langsung dengan pengrajin senior, makan siang kuliner lokal, dan sertifikat pelatihan dasar dari UPTD.

- b. Membentuk Koperasi Wisata yang mengelola homestay dan paket wisata secara terpusat, memastikan standar pelayanan dan pembagian keuntungan yang adil. Salah satu tujuannya adalah Mencegah persaingan harga yang tidak sehat [price war] antar pengrajin dan memastikan standar pelayanan yang setara bagi wisatawan. Tanpa koperasi, wisatawan sering bingung dengan harga yang variatif ["Di toko A Rp 50.000, kok di toko B Rp 20.000?"]. Koperasi menetapkan standar harga dasar dan standar pelayanan. Keuntungan wisata tidak hanya dinikmati pemilik showroom besar, tapi juga pengrajin kecil di gang-gang desa.

Contoh :

- Voucher Wisata: Wisatawan membeli voucher di pusat informasi [dikelola koperasi]. Voucher ini bisa ditukarkan dengan produk di berbagai galeri anggota koperasi.
- Standarisasi Homestay: Koperasi menetapkan syarat minimal bagi rumah warga yang ingin jadi homestay [misal: wajib ada kasur bersih, kipas angin, dan toilet duduk] agar wisatawan nyaman.

4. Melibatkan Generasi Muda dan Mahasiswa Perguruan Tinggi Jurusan Bisnis dan Pariwisata Sebagai Garda Terdepan Digitalisasi Promosi Desa Wisata.

- a. Dengan melibatkan generasi muda dari kalangan karang tarunan atau organisasi kepemudaan lain, serta perguruan tinggi jurusan bisnis atau pariwisata yang berada di Purwakarta dapat mengatasi krisis regenerasi dengan menawarkan peran yang sesuai minat anak muda.
- b. Data BPS menunjukkan ada ribuan pemuda di Plered. Jangan paksa mereka semua jadi pembuat keramik. Biarkan mereka menjadi *Content Creator* atau *Digital Marketer*. Mereka yang memviralkan "Estetika Keramik Plered" di TikTok atau Instagram, sementara orang tua mereka menjaga kualitas produksi.

• Contoh Konkret :

- **Akun Wisata Lokal** : Karang Taruna mengelola akun Instagram @ExplorePlered, membuat konten video estetik proses pembuatan keramik [satisfying video] yang menarik pasar milenial.
- **Pemandu Wisata Digital** : Perguruan tinggi melalui mahasiswa jurusan bisnis atau pariwisata melatih pemuda menjadi *Local Guides* yang fasih menceritakan legenda Panjunan dan sejarah industri dalam bahasa Inggris atau bahasa gaul yang kekinian kepada turis muda.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa **Kecamatan Plered sedang berada di titik krusial transformasi**. Industri keramik Plered tidak dapat lagi bertahan hanya dengan mengandalkan model bisnis manufaktur konvensional [produksi massal gerabah] di tengah penurunan ekspor dan krisis regenerasi pengrajin. Masa depan Plered terletak pada integrasi **industri kreatif dan pariwisata edukasi**.

Kekuatan utama Plered bukan hanya pada tanah liatnya, melainkan pada **narasi sejarah, kearifan lokal, dan ekosistem manusianya**. Oleh karena itu, strategi "Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal" adalah solusi paling rasional untuk menyelamatkan warisan budaya ini. Dengan mengubah fokus dari *selling goods* [menjual barang] menjadi *selling experiences* [menjual pengalaman/edukasi], Plered dapat memutus rantai krisis regenerasi dengan menciptakan prestise baru bagi profesi pengrajin, sekaligus menciptakan kemandirian ekonomi masyarakat yang lebih tahan terhadap fluktuasi pasar global.

"Revitalisasi Plered bukanlah tentang mengubah desa menjadi pabrik raksasa, melainkan tentang merayakan setiap putaran meja pelarik sebagai atraksi budaya yang bernilai tinggi;

menjadikan Plered bukan sekadar tempat di mana keramik dibuat, tetapi tempat di mana kenangan dan pengetahuan dibentuk."

Referensi

- [1] H. Adinugraha, M. Sholehuddin, and M. Nasrudin, *Penerapan Prinsip-prinsip Ekoteologi dalam Pengembangan Pariwisata di Pekalongan*. 2025. Accessed: Feb. 22, 2026. [Online].
- [2] T. Nupus, "Analisis Pengembangan Desa Wisata Melalui Kearifan Lokal Guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam [Studi di Desa]," 2020, Accessed: Feb. 22, 2026. [Online]. Available: <https://repository.radenintan.ac.id/9483/1/SKRIPSI%202.pdf>
- [3] W. Ramadhan, "Analisis Potensi Dan Pengembangan Desa Wisata Sawarna [Studi Kasus Desa Sawarna Kecamatan Bayah Kabupaten Lebak-Banten]," 2023, Accessed: Jan. 28, 2026. [Online]. Available: <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/75439>
- [4] A. Iskandar, M. Yusuf, and R. Rahmawati, "Strategi Manajemen Aset Daerah Di Kabupaten Serang [Studi Di Dinas Pengelola Keuangan Dan Aset Daerah Kabupaten Serang]," 2011, Accessed: Jan. 28, 2026. [Online]. Available: <https://eprints.untirta.ac.id/id/eprint/1155>
- [5] S. Kasus, P. Wahana Edukasi, D. Outbound, C. Karangemiri, K. Karanglewas, and K. Banyumas, "ANALISIS POTENSI PENGEMBANGAN PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN LAPANGAN PEKERJAAN," *repository.uinsaizu.ac.id*, Accessed: Jan. 28, 2026. [Online]. Available:
- [6] S. Yacob, N. Qomariyah, J. Marzal, and A. Maulana, *Strategi pemasaran desa wisata*. 2021. Accessed: Feb. 04, 2026. [Online].
- [7] "Di Plered, kearifan lokal ini bermanifestasi dalam... - Google Scholar." Accessed: Feb. 04, 2026. [Online].
- [8] M. Firdaus, "Perancangan Fasilitas Wisata Edukasi Kerajinan Keramik Plered," 2023, Accessed: Feb. 04, 2026. [Online]. Available: <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/8232/>
- [9] A. Veronique, ... V. S.-R. J. of, and undefined 2024, "Studi Kasus Pengelolaan Destinasi Wisata dalam Analisis SWOT pada Desa Wisata Batulayang," *jurnal.ranahresearch.com*, vol. 6, no. 5, 2024, doi: 10.38035/rj.v6i5.
- [10] E. Ardyan, Y. Boari, A. Akhmad, L. Yuliyani, and H. Hildawati, *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif: Pendekatan metode kualitatif dan kuantitatif di berbagai bidang*. 2023. Accessed: Feb. 04, 2026. [Online].
- [11] C. Jenis, "Data yang akan digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder. 1. Data Primer diperoleh melalui wawancara terhadap responden maupun melalui," *repository.umy.ac.id*, Accessed: Feb. 04, 2026. [Online]. Available: <http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/3503/BAB%201.pdf?sequence=4>
- [12] "Kecamatan Plered Kabupaten Purwakarta Dalam Angka tahun 2023 - Google Scholar." Accessed: Feb. 04, 2026. [Online]. Available: https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=Kecamatan+Plered+Kabupaten+Purwakarta+Dalam+Angka+tahun+2023&btnG=

-
- [13] "Kecamatan Plered Kabupaten Purwakarta Dalam Angka tahun 2024 - Google Scholar." Accessed: Feb. 04, 2026. [Online].
- [14] "Kecamatan Plered Kabupaten Purwakarta Dalam Angka tahun 2025 - Google Scholar." Accessed: Feb. 04, 2026. [Online].
- [15] "Data Industri Keramik Plered Purwakarta - Google Scholar." Accessed: Feb. 04, 2026. [Online]. Available:
https://scholar.google.com/scholar?hl=en&lr=lang_en&as_sdt=0%2C5&q=+Data+Idnustri+Keramik+Pleret+Purwakarta&btnG=
- [16] A. S.-Wa. J. I. P. Budaya and undefined 2008, "Mengabadikan estetika," *books.google.com*, Accessed: Feb. 04, 2026. [Online].