

## Perkembangan Kegiatan *Pottery Class* Sebagai Wisata Minat Khusus Di Ubud, Gianyar, Bali

Azra Zetti <sup>a,1</sup>, I Made Adikampana <sup>2</sup>

<sup>1</sup> azrazetti33@student.unud.ac.id, <sup>2</sup> adikampana@unud.ac.id

<sup>a</sup> Program Studi Pariwisata Program Sarjana, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Jl. Sri Ratu Mahendradatta Bukit Jimbaran, Bali 80361 Indonesia

### Abstract

*"Bali, as one of the most popular tourist destinations, offers a wide array of activities and attractions that cater to travelers' preferences. Pottery classes have emerged as a particularly sought-after niche activity among tourists. The tourism potential in the Ubud region of Bali is notable for its variety of specialized interest activities such as craft classes. As specialized interest tourism evolves, efforts are needed to ensure its sustainability, including understanding tourists' interests in these activities, especially pottery classes in Ubud. This research aims to explore tourists' interest in participating in pottery class tourism activities and to identify the development of pottery classes as a specialized interest tourism attraction in Ubud, Gianyar. Utilizing qualitative methodology, the study employs observation, semi-structured interviews, and literature review to collect data. The findings reveal that tourists interested in ceramic craft activities are often drawn by their passion for arts, particularly ceramics, and view such activities as opportunities to unwind from daily pressures. The growing interest among tourists in pottery classes has contributed significantly to the development of these activities, particularly in Ubud, Gianyar. The high demand for pottery classes has led to numerous businesses offering such activities, underscoring the need to monitor their development to ensure sustained growth. This not only supports the local economy in Ubud, Gianyar but also enhances the tourism experience by promoting cultural engagement and creative pursuits. Understanding and fostering the growth of pottery classes in Ubud, Gianyar is crucial for their continued success as sustainable tourism activities that contribute positively to the local community."*

**Keywords:** *Development of Pottery Class in Ubud, Special Interest Tourism, Tourist Interests.*

### I. PENDAHULUAN

Sebagai salah satu destinasi pariwisata yang sudah dikunjungi banyak wisatawan di seluruh dunia, Bali menawarkan banyak kegiatan wisata maupun daya tarik wisata yang bisa dilakukan dan dikunjungi oleh wisatawan. Banyak kegiatan wisata dapat dilakukan mulai dari kegiatan wisata alam seperti melakukan olahraga air (*watersport*) sambil menikmati keindahan *sunset* di pantai atau mengejar *sunrise* sekaligus *hiking* di bukit atau gunung. Selain itu, budaya yang masih sangat kental juga menjadi daya tarik wisatawan berkunjung ke Pulau Dewata ini. Kegiatan wisata minat khusus lainnya juga dapat menjadi pilihan wisatawan untuk mengisi waktu luangnya seperti mengunjungi desa wisata atau melakukan kegiatan edukasi dengan tujuan memperoleh pengetahuan yang ada pada suatu daya tarik wisata. Kegiatan wisata berupa pelatihan sendiri memiliki banyak pilihan kegiatan mulai dari pembuatan aksesoris dari silver (*silver making*), belajar memasak masakan lokal (*cooking class*), atau membuat kerajinan gerabah (*pottery class*).

Wisata minat khusus yang saat ini cukup diminati salah satunya adalah kegiatan wisata berupa pelatihan seperti kelas pembuatan kerajinan gerabah (*pottery class*). Kerajinan gerabah sendiri merupakan produk kerajinan yang sudah dikenal sejak lama. Adapun pemanfaatannya sendiri adalah sebagai perkakas atau wadah. Meskipun sudah lama dikenal,

minat produk ini masih tinggi sehingga menciptakan peluang usaha yang cukup besar. Oleh karena itu, penawaran kelas pembuatan kerajinan gerabah (*pottery class*) muncul sebagai wadah edukasi sekaligus sebagai kegiatan wisata yang dapat dilakukan wisatawan. Menparekraf (Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) sendiri berharap kerajinan gerabah dapat membangkitkan ekonomi serta dapat membuka peluang usaha secara luas. Adapun salah satu lokasi yang dapat dikunjungi untuk melakukan kegiatan *pottery class* di Bali adalah di kawasan Ubud, Gianyar.

Potensi yang dimiliki kawasan Ubud, Gianyar, dengan menawarkan tren kelas pelatihan dapat menjadi salah satu kegiatan wisata yang mendorong jumlah kunjungan wisata serta pendapatan daerah Ubud jika perkembangannya didukung dengan baik. Sehingga, penelitian ini ditujukan guna memahami bagaimana perkembangan kegiatan kelas pelatihan kerajinan gerabah (*pottery class*) sebagai wisata minat khusus di Ubud, Gianyar.

### II. TINJAUAN PUSTAKA Perkembangan Pariwisata

Perkembangan merupakan rangkaian transformasi yang terjadi mulai dari kegiatan pariwisata berlangsung yang menjadikan atau memberikan sesuatu yang baru dari biasanya. (Moh. Surya dalam Gunarsa, 2016) menyatakan perkembangan merupakan sebuah proses perubahan bertahap

dalam organisme yang menghasilkan pola-pola baru yang memungkinkan munculnya fungsi-fungsi baru. Pernyataan lain tentang konsep perkembangan menyebutkan bahwa perkembangan adalah proses transformasi permanen yang tidak dapat diubah dan tidak berulang (Warner dalam Gunarsa, 2011)

### Wisata

Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata Bab 1 Pasal 1 mengungkapkan bahwasanya wisata merupakan "tindakan bepergian ke lokasi tertentu dalam rangka pengembangan pribadi, tujuan rekreasi, ataupun meneliti ciri khas tempat wisata yang dikunjungi, semuanya pada periode waktu terbatas".

Sesuai pernyataan tersebut, definisi pariwisata terdiri dari empat komponen utama, yakni perjalanan, yang dilakukan dengan sukarela, untuk jangka waktu sementara, dan dengan tujuan untuk menjelajahi tujuan dan daya tarik wisata. Adapun, sesuai perspektif (Yoeti, 1985), konsep kegiatan wisata bisa diartikan melalui tiga faktor, yakni harus terdapat; (a) *something to buy* (sesuatu yang bisa dibeli); (b) *something to do* (aktivitas wisata yang bisa dijalankan); (c) *something to see* (daya tarik yang bisa dilihat).

### Wisata Minat Khusus

Douglas, dkk (2001) mendefinisikan wisata minat khusus sebagai bentuk pariwisata di mana tujuan utama wisatawan adalah mencari kepuasan pribadi melalui pencapaian tujuan dan pengalaman tertentu. Hacıoglu dan Avcıkurt (2011) menggambarkan pariwisata minat khusus sebagai jenis pariwisata yang berfokus pada subjek tertentu dan menawarkan tur eksklusif yang dirancang untuk individu atau kelompok yang ingin mengembangkan minat tertentu. Wisata minat khusus mencakup berbagai aktivitas seperti wisata perahu, kapal pesiar, wisata kereta api, trekking, hiking, golf, tenis, memancing, arung jeram, dan pengamatan burung. Wisata ini memiliki beberapa komponen yang memenuhi preferensi dan minat khusus wisatawan berdasarkan hobi mereka.

Fandeli dalam Sudana (2013) menguraikan beberapa kriteria untuk mengidentifikasi wisata minat khusus, antara lain: (a) *Learning*; (b) *Rewarding*; (c) *Enriching*; (d) *Adventuring*.

### Konsep Minat Wisatawan

Minat wisatawan merujuk pada kecenderungan individu yang melakukan perjalanan wisata untuk tertarik pada objek wisata tertentu, sehingga memotivasi mereka untuk mengunjungi tempat rekreasi tersebut. Minat wisatawan dapat diukur melalui berbagai indikator yang memberikan wawasan atau data mengenai kecenderungan mereka dalam melakukan perjalanan atau mengunjungi destinasi tertentu.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016), minat dalam wisatawan mempunyai keterkaitan pada teori AIDA yang mencakup *attention* (perhatian), *interest* (ketertarikan), *desire* (keinginan), serta *action* (tindakan).

Adapun berbagai faktor yang memengaruhi minat wisatawan mengunjungi objek wisata menurut Andina dan Aliyah (2021) yaitu daya tarik dan aksesibilitas objek wisata, ketersediaan informasi, pilihan transportasi yang nyaman, infrastruktur pariwisata yang baik, serta harga yang terjangkau. Lalu Kumala (2018) menyampaikan, berbagai faktor yang memengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi daerah wisata diantaranya yakni faktor akses, faktor budaya, faktor promo, faktor alam, faktor sejarah, faktor psikologis, faktor *amenity*, faktor lingkungan, serta faktor sosial. Menurut Suwena & Widyatmaja (2017), tidak terdapatnya minat seorang wisatawan akan mengakibatkan wisatawan tersebut untuk tidak melakukan kegiatan wisata. Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat wisatawan sangat penting untuk diketahui bagi para pelaku pariwisata.

### III. METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian pada penelitian ini dijalankan berlokasi di Ubud Kabupaten Gianyar, Bali. Mengingat Ubud telah menjadi wisata terkenal di kalangan wisatawan lokal serta mancanegara. Selain itu, Ubud menawarkan kegiatan wisata budaya. Hal ini yang menyebabkan wisatawan dapat menikmati Ubud sekaligus belajar mengenai budaya lokal itu sendiri.

Teknik penentuan informan menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun pihak-pihak terkait yang dijadikan informan pada penelitian ini yakni pengusaha kerajinan gerabah dan masyarakat lokal Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Bali, serta wisatawan.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi, wawancara, serta studi pustaka.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, objek penelitian yang diambil adalah kegiatan pembuatan kerajinan keramik (*pottery class*) di SerayuPot, Ubud, Gianyar. SerayuPot beralamat di Jl. Gn. Sari No. 3, Peliatan, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Bali. kerajinan keramik, tujuan kegiatan kelas kerajinan keramik, serta manfaat dari kegiatan kelas pembuatan keramik. Berdasarkan kutipan dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Proses pembuatan keramik dapat dilakukan dalam 5 tahap pengerjaan, antara lain: (a) Pengolahan bahan; (b) Pembentukan tanah; (c) Pengeringan keramik; (d) Pembakaran keramik; (e) Pengglasiran

Selain tahapan pembuatan keramik, terdapat teknik-teknik pembuatan keramik yang perlu diketahui, yakni: (a) Teknik *Coiling* (Lilit Pilin); (b)

Teknik Tatap Batu (Pijit Jari); (c) Teknik Putar; (d) Teknik Lempengan; (e) Teknik Tuang

Gerabah atau keramik adalah karya atau produk kerajinan tertua pada aspek hidup manusia. Seiring perkembangan, keramik yang awalnya digunakan sebagai alat dalam membantuk kehidupan manusia sehari-hari, saat ini telah menjadi benda industri. Saat ini, keramik pun telah dianggap sebagai media seni dan keterampilan yang bisa dipergunakan menjadi sarana tumbuh kembang kreativitas.

Kelas kerajinan keramik dalam pariwisata yang termasuk kedalam jenis wisata minat khusus bertujuan untuk menghindari pariwisata massal dimana wisata minat khusus ini menjadi salah satu alternatif pariwisata. Disamping itu, kegiatan ini juga memberikan edukasi sekaligus pengalaman berbeda bagi peminatnya khususnya pada bidang kesenian.

Kelas kerajinan keramik memiliki banyak manfaat baik dari segi usaha penawaran kelas kerajinan keramik maupun peminatnya. Kedua hal tersebut memberikan manfaat baik untuk pertumbuhan ekonomi. Selain itu, kelas kerajinan keramik dapat memberikan pengalaman belajar bagi wisatawan agar dapat berinteraksi langsung dengan kebudayaan lokal.

Minat Wisatawan dalam Melakukan Kegiatan *Pottery Class* (a) *Attention*, Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, diketahui bahwa kegiatan ini muncul karena tingginya minat masyarakat terhadap hasil kerajinan keramik yang kemudian memunculkan keinginan wisatawan untuk ikut langsung merasakan proses kegiatan pembuatan kerajinan keramik ini. Selain itu, wisatawan yang ingin melakukan kegiatan wisata yang berbeda juga memunculkan kesadaran wisatawan terhadap kegiatan wisata minat khusus salah satunya *pottery class*. (b) *Interest*, Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, diketahui wisatawan yang memiliki ketertarikan dalam bidang kesenian khususnya kerajinan keramik adalah salah satu karakteristik wisatawan yang melakukan kegiatan ini. Karakteristik wisatawan yang mengikuti kegiatan ini adalah wisatawan yang memiliki keinginan untuk mengukur kreatifitas serta jiwa seni yang ada pada dirinya. Keikutsertaan wisatawan pada *pottery class*, membuat mereka dapat menuangkan jiwa kreatifitas sekaligus mendapatkan wadah edukasi khususnya pada kerajinan keramik. Diketahui juga, dengan ilmu yang didapatkan dalam melakukan *pottery class* ini, wisatawan dapat mempraktekannya kembali secara mandiri sehingga kegiatan ini dapat dikatakan menjadi salah satu kegiatan yang berkelanjutan dikarenakan sifatnya yang bertujuan untuk mengedukasi sehingga ilmu yang diberikan dapat melekat pada diri seseorang. (c) *Desire*, Peran sosial media terhadap keberlangsungan kegiatan ini adalah sebagai media pengenalan kepada wisatawan domestik ataupun wisatawan mancanegara. Adapun strategi yang dijalankan adalah dengan mem-*posting*

dokumentasi kegiatan kelas, baik kelas mewarnai maupun kelas kerajinan keramik. Hal ini menyebabkan orang yang melihatnya tertarik untuk melakukan kegiatan ini. Selain itu, pengusaha kegiatan kelas kerajinan keramik ini juga ikut serta dalam kegiatan *event* seperti menerima panggilan *outing*. (d) *Action*, Ketertarikan wisatawan terhadap hasil kerajinan keramik memunculkan tahapan-tahapan selanjutnya seperti pencarian informasi terkait kegiatan *pottery class*, rekomendasi lokasi, keinginan dalam mempelajari kerajinan keramik, dan sebagainya. Berdasarkan hal tersebut, kemudian muncul penawaran kegiatan ini yang diberikan oleh pelaku usaha kerajinan keramik. Diketahui, minat wisatawan sendiri dalam melakukan kegiatan ini umumnya adalah bertujuan untuk *healing* atau melepaskan rasa jenuh selama melakukan kegiatan sehari-harinya. Adapun jenis wisatawan yang melakukan kegiatan ini adalah anak-anak dengan jenis kegiatan menggambar keramik, sedangkan orang dewasa cenderung melakukan jenis kegiatan *pottery class* yang merupakan kegiatan pembuatan keramik dari awal proses pembuatan.

(a) Alasan mendasar yang mendorong wisata minat khusus mencakup keinginan untuk mencari pengalaman baru dan kepuasan yang didapat dari melakukan aktivitas yang belum pernah dilakukan oleh orang lain. Jika dikaitkan dengan kegiatan *pottery class*, kegiatan ini mengandung prinsip-prinsip tersebut dikarenakan wisatawan yang mengikuti kegiatan ini dapat memperoleh kepuasan tersendiri. Hal ini dikarenakan wisatawan dapat berkreasi dalam pembuatan kerajinan keramik yang dilakukan mulai dari pengolahan bahan hingga tahap dekorasi lalu hasilnya dapat digunakan sekaligus sebagai kenang-kenangan. Seperti yang sebelumnya juga telah disampaikan oleh Made Indah Jayanthi, bahwa kegiatan ini ditujukan juga sebagai kegiatan penyembuhan diri (*healing*). (b) Potensi Wisata Minat Khusus di Ubud, Gianyar, sesuai hasil observasi penelitian yang sudah dijalankan, diketahui bahwa penawaran kegiatan kelas kerajinan keramik di Ubud sendiri sudah banyak. Namun, masih didominasi dengan pengusaha-pengusaha luar negeri atau pengusaha pendatang dari luar bali, sedangkan untuk pengusaha lokalnya masih sangat sedikit. Adapun, diketahui karakteristik hasil dari kerajinan keramik cukup beragam. Kegiatan kelas kerajinan keramik sendiri disetiap tempat sama saja dimana memberikan edukasi tentang pembuatan keramik mulai dari pengolahan bahan yakni tanah liat hingga pembentukan dan dekorasi. seperti yang disampaikan oleh Made Indah Jayanthi. (c) Dalam perkembangannya, kelas kerajinan keramik di Ubud diketahui pengusaha kegiatan kelas ini mengawali usahanya dengan menjual hasil kerajinan keramik yang ada, seperti gelas, mangkuk, guci, pot, dan sebagainya. Ketertarikan masyarakat terhadap kerajinan keramik kemudian memberikan inovasi

kepada pelaku usaha kerajinan keramik untuk membuka usaha pelatihan pembuatan kerajinan keramik berupa *drawing class* dimana peminatnya dapat berkreasi dengan menggambar pada kerajinan keramik serta *pottery class* yakni kegiatan pembuatan kerajinan keramik mulai dari pengolahan bahan hingga tahap dekorasi.

Diketahui, peminat kegiatan ini meningkat setiap tahunnya karena kegiatan ini dapat menjadi salah satu pilihan aktivitas alternatif di Ubud selain *nongkrong* atau hanya sekedar berfoto-foto terlebih kegiatan ini juga dapat dilakukan oleh anak-anak. Peran sosial media terhadap keberlangsungan kegiatan ini adalah sebagai media pengenalan kepada wisatawan baik wisatawan domestik ataupun wisatawan mancanegara. Ada pun strategi yang dijalankan adalah dengan mem-*posting* dokumentasi kegiatan kelas baik kelas mewarnai maupun kelas kerajinan keramik sehingga orang yang melihatnya tertarik untuk melakukan kegiatan ini. Selain itu, pengusaha kegiatan kelas kerajinan keramik ini juga ikut serta dalam kegiatan *event* seperti menerima panggilan *outing*. Adapun hambatan yang muncul dalam berkembangnya kegiatan ini yang disampaikan oleh Made Indah Jayanthi antara lain adalah persaingan yang diakibatkan banyaknya penawaran kegiatan *pottery class* yang muncul di daerah Ubud, Gianyar. Kelas kerajinan keramik juga saat ini dapat dikatakan sebagai *lifestyle* untuk melihatkan kreatifitas dan jiwa seni yang ada pada diri seseorang. Namun, melihat kegiatan *workshop* di Ubud yang cukup beragam seperti pembuatan silver dan *cooking class*, Made Indah Jayanthi menyampaikan bahwa kegiatan *workshop* tersebut tidak menjadi suatu persaingan karena pasar nya yang berbeda sehingga minat wisatawan dalam melakukan kegiatan tersebut juga tentu berbeda.

Berdasarkan perkembangan yang terjadi pada kegiatan wisata pelatihan kerajinan keramik, disampaikan harapan oleh salah satu pelaku usaha kerajinan keramik di Ubud, Gianyar, terhadap perkembangan kegiatan ini antara lain diharapkan kegiatan ini dapat terus berkembang dengan baik meskipun persaingan tetap muncul sehingga keberadaan kerajinan keramik tetap dapat dilestarikan melihat kerajinan keramik juga mengandung unsur budaya didalamnya. Selain itu, diharapkan juga peristiwa seperti pandemi tidak muncul kembali karena hal itu cukup menghambat kegiatan usaha kerajinan keramik ini khususnya pada kelas *pottery class*. Harapan tersebut disampaikan langsung oleh Made Indah Jayanthi selaku salah satu pelaku usaha kegiatan kerajinan keramik.

## V. SIMPULAN DAN SARAN

Sesuai hasil penelitian yang sudah dijalankan, maka dapat ditarik simpulan, yakni: Pada tahapan pengambilan keputusan dalam melakukan kegiatan *pottery class*, diawali dengan ketertarikan wisatawan terhadap hasil kerajinan keramik yang

kemudian memunculkan keinginan untuk dapat merasakan langsung proses pembuatan kerajinan keramik melalui *pottery class*. Dalam ketertarikannya, terdapat beberapa karakteristik wisatawan yang mengikuti kegiatan *pottery class* ini, antara lain adalah wisatawan yang memiliki ketertarikan pada seni kerajinan keramik, selain itu adalah wisatawan yang memiliki keinginan untuk mengukur kreatifitas dan jiwa seni yang ada pada diri serta sebagai wadah edukasi. Adanya keinginan wisatawan dalam melakukan kegiatan *pottery class* memunculkan penawaran yang diberikan oleh pelaku usaha berupa kelas pembuatan kerajinan keramik. Adapun kegiatan ini didukung dengan pengaruh sosial media dalam menarik wisatawan. Ketertarikan wisatawan terhadap seni kerajinan keramik memunculkan keputusan wisatawan untuk mengikuti kegiatan ini. Adapun minat wisatawan dalam melakukan kegiatan ini umumnya bertujuan untuk *healing* atau melepaskan rasa jenuh atau tekanan yang dilakukan selama kegiatan sehari-harinya. Perkembangan kegiatan kerajinan keramik di Ubud, Gianyar, dapat dikatakan cukup pesat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya penawaran usaha kelas kerajinan keramik itu sendiri. Meskipun pada awalnya usaha pada bidang ini masih didominasi oleh pengusaha luar, baik pengusaha luar negeri maupun pendatang. Namun, saat ini telah banyak pengusaha lokal yang juga menawarkan kelas kerajinan keramik ini karena adanya kesadaran akan tingginya peminat wisatawan dalam melakukan kegiatan kelas kerajinan keramik ini. Adapun faktor pendukung perkembangan kegiatan ini berasal dari penggunaan sosial media dimana sosial media berperan dalam memperkenalkan kegiatan ini ke masyarakat luas sehingga mereka tertarik untuk ikut serta dalam melakukan kegiatan kerajinan keramik. Sedangkan hambatan yang muncul adalah adanya persaingan antar pengusaha pada jenis usaha serupa karena tingginya minat wisatawan yang ada.

Saran yang bisa peneliti sampaikan pada penelitian ini yaitu mencakup: (1) Diharapkan pengelola dapat memperhatikan akan pentingnya pemasaran digital di era sekarang. Dapat dilakukan dengan cara mempunyai target dalam pemasaran digital, mengikuti *tren*, membuat konten dan *tagline* yang menarik, menggunakan *influencer* atau iklan berbayar, serta senantiasa berinteraksi dengan pengikut di media sosial. (2) Diharapkan dalam penelitian ini wisatawan dapat memberikan ulasan yang positif dan kritik yang membangun bagi para pelaku usaha, serta mendukung usaha kuliner lokal dengan cara mempromosikannya kepada kerabat atau keluarga.

## DAFTAR PUSTAKA

Creswell, & W., J. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif*

- dan campuran, Edisi Keempat (Cetakan Kesatu). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Desiantari, N. K., & Jusuf, W. S. (2023, Juni 16). *Mengintip Keindahan Karya Seni di Serayu Pot dan Terracotta-Ubud*. Retrieved from Antara Bali: <https://bali.antaranews.com/berita/318564/mengintip-keindahan-karya-seni-di-serayu-pot-dan-terracotta-ubud>
- Dewi, I. G., Putra, I. N., & Wicaksana, G. B. (2022). Perencanaan dan Perancangan Pusat Industri dan Workshop Gerabah di Desa Kapal, Kecamatan Mengwi. *Jurnal Ilmiah Arsitektur Universitas Warmadewa*, 94-104.
- Garini, K. A., & Ir. M. Santoso, M. (2017). Perancangan Bangunan Produksi Kerajinan Gerabah dengan Penekanan Integrasi Antara Produksi dan Workshop Kasongan. *Jurnal Arsitek Universitas Gadjah Mada*, 1-98.
- Hendratno, Prihatin, P., & Akbar, T. (2022). Pengenalan Pembuatan Keramik Teknik Cetak pada Siswa Disabilitas Sekolah Luar Biasa (SLB) Mutiara Bunda Kota Padangpanjang. *Jurnal Abdidas*, 399-404.
- Hong, L. P., Ngo, H. T., & Phom, L. T. (2021). Community-based tourism: Opportunities and challenges a case study in Thanh Ha pottery village, Hoi An city, Vietnam. *Cogent Social Sciences*, 1-12.
- Irwan, L. A. (2022, Juli 13). *Revitalisasi Kampung Pengrajin Tembikar Berkonsep Wisata (Kasus di Desa Pa'Batangan, Kabupaten Takalar)*. Retrieved from repository.unhas: [https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/23512/2/D51115512\\_skripsi\\_09-08-2022%201-2.pdf](https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/23512/2/D51115512_skripsi_09-08-2022%201-2.pdf)
- L.J., M. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mahdania, H. (2023, Januari 10). *Healing ke Ganara Art: Menikmati Seni, Mengasah Kreativitas*. Retrieved from Kumparan: <https://kumparan.com/haekal-mahdania-1663918442972114996/healing-ke-ganara-art-menikmati-seni-mengasah-kreativitas-1zbucXoPR5n>
- Moleong, & Lexxy. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, S., Arismayanti, N. K., & Arida, I. N. (2017). *Tren Pariwisata Milenium Diskursus dengan Alam, Bahasa, Sejarah, dan Pasar*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Obinna, E., Eze-Uzumaka, & I, P. (2018). Native Craft and Tourism: A Study of Ushafa Pottery. *International Journal of Rural Development, Environment and Health Research (IJREH)*, 1-9.
- Putri, V. K. (2021, Maret 19). *Kerajinan Keramik: Pengertian dan Teknik Pembuatannya*. Retrieved from Kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2021/03/19/120857069/kerajinan-keramik-pengertian-dan-teknik-pembuatannya?page=all>
- S., A. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- S., M. R., Sendra, I. M., & Mahadewi, N. P. (2015). Cooking Class Sebagai Paket Wisata di Restoran Laka Leke Ubud Bali. *Jurnal IPTA*, 29-33.
- Seliari, T. (2018). Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Berdasarkan Rantai Nilai Industri Kreatif Destinasi Pariwisata. *Jurnal Arsitektur dan Perkotaan "KORIDOR"*, 151-159.
- Suarka, F. M., Sulistyawati, A. S., & Sari, N. P. (2017). Pengembangan "Leisure and Recreation for Later Life" (Wisatawan Lanjut Usia) di Kawasan Wisata Sanur Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 109-115.