

Program Pengembangan Kewirausahaan Jaranan Laksamana Manggala Tumpang (Kini Menjadi Laksana Manggala)

Entrepreneurship Development Program of Jaranan Laksamana Manggala Tumpang (Now Laksana Manggala)

E. Wara Suprihatin¹, Sumarwahyudi², Robby Hidajat³, Yunanto Adi Prasetyo⁴

^{1, 2, 3, 4} Lecturer of the Department of Art and Design, Universitas Negeri Malang, Indonesia

e-mail: : e.w.suprihatin.fs@um.ac.id;

Abstrak

Kelompok Jaranan Laksamana Manggala yang kini berubah nama menjadi Laksana Manggala (LM) merupakan salah satu kelompok seni tradisional yang tumbuh dan berkembang di wilayah Tumpang, Kabupaten Malang. Kelompok ini beranggotakan generasi muda yang memiliki semangat tinggi dalam melestarikan seni karawitan dan jaranan. Namun, di tengah pesatnya pertumbuhan kelompok sejenis di wilayah tersebut, LM dituntut untuk semakin inovatif dan kreatif agar tetap eksis serta mampu bersaing. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah memperkuat kewirausahaan melalui pengembangan kapasitas kelompok, khususnya peningkatan keterampilan teknis anggota baik sebagai penari maupun pemusik. Selain itu, kegiatan juga difokuskan pada pelatihan pembuatan souvenir bertema jaranan berupa gantungan kunci khas Tumpang yang dapat menjadi sumber pendapatan alternatif. Metode kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif dengan melibatkan pelatihan kewirausahaan, pendampingan manajemen kelompok, serta pemanfaatan teknologi digital untuk promosi dan dokumentasi pertunjukan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kapasitas kelompok dalam menyajikan pertunjukan secara profesional, memperluas jejaring promosi, menghasilkan produk souvenir tematik, serta memperkuat posisi LM sebagai bagian penting dari ekosistem seni tradisional berbasis ekonomi kreatif. Saran ke depan, kegiatan serupa dapat lebih diperluas dengan dukungan kolaborasi lintas sektor.

Kata Kunci: Pengembangan, Kewirausahaan, Laksana Manggala;

Abstract

The Jaranan Laksamana Manggala group, now renamed Laksana Manggala (LM), is a traditional arts group that has grown in the Tumpang area, Malang Regency. Comprised of young members who are passionate about preserving karawitan and jaranan, LM faces increasing challenges as the number of similar groups in the region continues to rise. To remain relevant and competitive, LM is required to be more innovative and creative in both artistic expression and organizational development. This community service program aims to strengthen entrepreneurship through capacity development. The focus includes improving members' technical skills as dancers and musicians, while also providing training in producing jaranan-themed souvenirs such as Tumpang key chains that offer alternative income opportunities. The program applied a participatory approach through entrepreneurship workshops, group management mentoring, and the use of digital technology for promotion and performance documentation.

Keywords: Development, Entrepreneurship, Laksana Manggala

PENDAHULUAN

Seni tradisional merupakan bagian penting dari warisan budaya bangsa (Fadhil Nugroho Adi, 2012) yang tidak hanya mengandung nilai-nilai estetika, spiritual, dan sosial, tetapi juga memiliki potensi ekonomi yang signifikan (Pratamawati et al., 2023). Di tengah dinamika perkembangan masyarakat dan meningkatnya minat terhadap industri kreatif berbasis budaya, kelompok-kelompok seni lokal menjadi ujung tombak (Suprihatin et al., 2023) dalam mempertahankan sekaligus mengembangkan kekayaan budaya daerah. Salah satu kelompok seni

yang aktif menjaga kelestarian seni tradisional di wilayah Kabupaten Malang adalah Kelompok Laksana Manggala (LM), yang sebelumnya dikenal dengan nama Jaranan Laksamana Manggala. Kelompok LM tumbuh dan berkembang di wilayah Tumpang dan dikenal sebagai komunitas seni yang digerakkan sepenuhnya oleh kawula muda. Dengan semangat dan antusiasme tinggi, para anggotanya aktif mengembangkan kesenian tradisional, khususnya karawitan dan seni pertunjukan Jaranan, yang merupakan warisan budaya masyarakat Jawa Timur. Di tengah gempuran budaya populer dan kemunculan hampir 50 kelompok seni sejenis di kawasan tersebut, LM tetap mampu menunjukkan eksistensinya yang kuat di tengah masyarakat. Namun demikian, tantangan persaingan dan tuntutan zaman menjadikan inovasi dan kreativitas sebagai kebutuhan utama agar kelompok ini tetap diminati dan relevan.

Dalam konteks tersebut, penguatan kewirausahaan seni menjadi sangat penting sebagai strategi untuk mempertahankan keberlangsungan kelompok seni (Saryani, 2022). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas anggota kelompok LM dalam aspek kewirausahaan, manajemen kelompok, dan pemanfaatan teknologi digital. Pengembangan kapasitas yang dimaksud mencakup peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan sikap profesional para anggota agar lebih mandiri, efektif, dan berdaya saing dalam menjalankan aktivitas seni budaya. Salah satu inovasi penting yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah pengembangan produk souvenir tematik (Ahmad Rizaldi1, 2024) sebagai bagian dari diversifikasi ekonomi kelompok. Souvenir berupa merchandise bertema Jaranan, seperti gantungan kunci khas Tumpang, tidak hanya menjadi media promosi budaya tetapi juga potensi sumber penghasilan yang mendukung keberlanjutan kelompok.

Melalui pendekatan partisipatif dan berbasis potensi lokal, program ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan komunitas seni tradisional yang dapat direplikasi di berbagai daerah lain.

Laksana Manggala (LM) merupakan salah satu kelompok seni tradisi budaya lokal yang beranggotakan para pemuda (WARA, 2021) yang aktif berjuang ditengah arus modernisasi. Namun saat ini kelompok tersebut mengalami berbagai tantangan dalam mempertahankan eksistensinya (Suprihatin et al., 2023). Tantangan tersebut adalah: 1). Tantangan Internal. Kelemahan dari sisi regenerasi seniman dan para pelaku rata-rata hanya belajar secara otodidak dan tidak berlatar belakang akademik seni secara profesional. Sehingga mereka kurang mengenal adanya pola-pola komposisi tari, aransemen music tradisi. Keterbatasan inovasi dan masih mengikuti pola kontruksi tradisional dari sisi gerak dan waktu penyajian. Sehingga kurang relevan dengan preferensi audience masa kini. Hampir semua anggota belajar secara otodidak, menjadi penari dan pemusik dengan cara pengamatan langsung saat ada pertunjukan Jaranan (Suprihatin, Hidajat, and Zandra 2024) ; 2). Tantangan eksternal. Maraknya seni Banthengan Mberot saat ini menjadi pesaing signifikan karena dianggap lebih menarik bagi masyarakat. Di Tumpang sendiri, kesenian Banthengan mulai tren kembali pada tahun 2021, hal ini dibuktikan dengan wawancara terhadap salah satu paguyuban Kesenian Bantengan yaitu Bapak Afif, beliau mengatakan bahwasannya paguyuban bantengan di desa tumpang mencapai 20-25 paguyuban di Desa Tumpang (Pratama et al., 2023). Dimana para penonton dapat melakukan partisipasi dan kolaborasi dengan para penari Banthengan dengan cara memberikan *saweran* di awal pertunjukan, dan ini membuat terciptanya komunikasi yang akrab dan intens diantara pemain dan penonton. Sedangkan kegiatan *saweran* ini tidak dijumpai di pertunjukan Jaranan di Tumpang. Selain itu minimnya dukungan finansial dari instansi terkait menjadi faktor kesulitan mendapatkan pendanaan pengembangan inovasi seni.

Berdasarkan observasi awal dan wawancara dengan anggota kelompok serta tokoh masyarakat, ditemukan bahwa LM merupakan salah satu dari puluhan kelompok seni tradisional yang aktif di wilayah tersebut. Lebih lanjut didapatkan temuan data bahwa dalam dua tahun terakhir, terjadi peningkatan minat masyarakat terhadap kesenian Jaranan, baik sebagai hiburan maupun sebagai ekspresi budaya local. Dari informasi ketua kelompok (ojik) rata-rata dalam satu bulan mereka melaksanakan pertunjukan (diundang) sebanyak 4 (empat) kali atau bisa lebih sedikit. Meskipun hampir tiap hari selalu ada hajatan warga tetapi setiap warga memiliki minat beda terhadap kelompok yang diundangnya. Sehingga secara tidak langsung keberadaan banyaknya kelompok seni juga menimbulkan tantangan tersendiri bagi LM. Persaingan dalam mendapatkan

panggilan pertunjukan, keterbatasan dukungan dana, serta rendahnya keterampilan manajerial dan kewirausahaan menjadi hambatan dalam upaya kelompok untuk berkembang secara mandiri dan berkelanjutan.

Selain itu, kelompok LM belum memiliki strategi promosi yang kuat, baik secara offline maupun digital, hal ini menurut ketua LM (ojik) bahwa jumlah anggota tergolong masih minim literasi digital, sehingga belum mampu menjalankan promosi secara daring sehingga belum terfasilitasi secara teknologi. Hal tersebut menyebabkan potensi mereka dalam mengembangkan seni tradisional sebagai bagian dari ekonomi kreatif masih belum tergarap optimal (Putri & Buana, 2025). Oleh karena itu, diperlukan intervensi yang terencana untuk meningkatkan kapasitas individu dan kelembagaan kelompok dalam mengelola, memasarkan, dan mengembangkan kegiatan seni mereka secara berkelanjutan.

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah: 1) memperkuat kewirausahaan melalui pengembangan kapasitas kelompok, khususnya peningkatan keterampilan teknis anggota baik sebagai penari maupun pemusik; 2) Pelatihan pembuatan souvenir bertema jaranan dalam bentuk gantungan kunci khas Tumpang yang dapat menjadi sumber pendapatan alternatif.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk: 1) peningkatan keterampilan teknis anggota baik sebagai penari maupun pemusik (Irawati & Dewi Astini, 2022) melalui metode koreografi (Hadi, 2003) 2) pelatihan pembuatan produk kreatif souvenir gantungan kunci tema Jaranan untuk mendukung ekonomi masyarakat Tumpang (Ernawati et al., 2024). Adapun langkah-langkahnya adalah: 1).melakukan koordinasi dengan pimpinan kelompok Jaranan kreasi dan karawitan Laksana Manggala (LM), sekaligus menandatangani kesepakatan teknis kegiatan, 2) menetapkan metode kolaborasi antara tim UM dengan kelompok mitra, 3) mendampingi mitra merekonstruksi gerak dan musik khas Jaranan dengan menerapkan elemen dasar komposisi tari meliputi pola lantai, level, arah hadap, dinamika, design dramatic, 4) mendampingi mitra melakukan latihan menggabungkan instrumen musik tradisional dengan alat musik modern untuk menciptakan harmoni baru yang lebih menarik. 6) bersama merancang desain souvenir berciri khas Jaranan Tumpang dengan warna patent yaitu putih, merah dan hitam.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory approach*) (Sustaningrum et al., 2024), yang menekankan keterlibatan aktif seluruh anggota kelompok seni dalam setiap tahapan kegiatan. Metode ini dipilih agar proses pemberdayaan dapat berjalan secara dialogis, kolaboratif, dan berkelanjutan. Adapun tahapan kegiatan yang dilaksanakan adalah sebagai berikut: 1). Identifikasi masalah dan potensi (Damayanti & Rusdianto, 2023), dengan cara melakukan observasi langsung ke lokasi latihan dan pertunjukan kelompok LM.hal tersebut dimaksudkan untuk mengetahui strategi apa yang paling tepat diterapkan; 2). Wawancara dengan anggota kelompok, pengurus, dan tokoh masyarakat setempat; 3). Pemetaan potensi kelompok dalam aspek seni, SDM, serta peluang pasar, sangat perlu dilakukan untuk dapatnya merancang paket wisata berkelanjutan (Patricia Devika Liu, 2025) sekaligus mendata potensi sumber daya manusia pendukung di LM; 3). Perencanaan program Bersama; 4) Penetapan bentuk produk kreatif yang akan dikembangkan (merchandise/souvenir bertema Jaranan); 5). Pendampingan proses desain dan produksi souvenir tematik; 6). Evaluasi dan tindak lanjut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Capaian hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat terhadap kelompok LM dapat dijabarkan dalam beberapa bagian yakni:

Peningkatan Kapasitas Manajerial dan Organisasi.

Pendampingan dalam manajemen kelompok memberikan pemahaman dasar tentang struktur organisasi, pembagian tugas, dan pentingnya pencatatan kegiatan serta laporan keuangan sederhana sesuai rekomendasi (Achsan permas, 2003). Pengetahuan mendasar tentang manajerial sangat perlu dipahami, apalagi pimpinan LM adalah alumni mahasiswa prodi Pendidikan Seni Tari dan Musik Universitas Negeri Malang sehingga harapannya dapat mengelola secara lebih

professional untuk pengembangan pariwisata berkelanjutan. Sebelumnya, kelompok belum memiliki sistem dokumentasi yang tertata.

Setelah pelatihan, LM mulai menyusun jadwal pertunjukan, mendata keuangan masuk dan keluar, serta membentuk tim kerja yang lebih terorganisir. Hal ini sesuai dengan pandangan Sulastri & Wibowo (2021) yang menyebutkan bahwa penguatan kapasitas organisasi lokal merupakan kunci utama keberlanjutan kelompok berbasis komunitas. Meningkatnya pertunjukan kerjasama dengan kelompok Jaranan lain juga dilakukan oleh kelompok LM. Berikut ini adalah pementasan kolaborasi yang dilaksanakan pada tanggal 15 juni 2025, dimana kelompok Jaranan LM melaksanakan pertunjukan berkolaborasi dengan kelompok Jaranan Asrigati dan Anusopati.



Gambar 1: dokumentasi pertunjukan tanggal 15 juni 2025

Transformasi Strategi Promosi melalui Media Digital.

Dari hasil wawancara dengan pimpinan LM (Ojik), selama ini promosi belum dilakukan secara intes, bahkan bisa dikatakan tidak melakukan promosi melalui media apapun, baik secara manual maupun digital. Padahal sebuah organisasi pertunjukan perlu aktif melakukan promosi Strategi promosi melalui media sosial sangat penting dilakukan di era digital untuk meningkatkan keterlibatan konsumen (Sugiyanti et al., 2023). Salah satu hasil penting dari kegiatan ini adalah peningkatan kemampuan promosi kelompok melalui media sosial. Sebelumnya, anggota kelompok belum memiliki strategi pemasaran secara digital, mereka melakukan pemasaran manual berbasis informasi dai mulut ke mulut saja. Hal itu disebabkan karena anggota kelompok LM tidak memiliki kompetensi dalam digital marketing dan tergolong minim literasi digital.

Dengan adanya pendampingan dan motivasi kelompok LM mulai berkeinginan dan berencana untuk mengaktifkan akun instagram untuk membagikan dokumentasi pertunjukan, informasi jadwal tampil, serta menampilkan merchandise mereka. Peningkatan ini menunjukkan adanya transfer keterampilan yang strategis dalam menghadapi era digital, sebagaimana ditegaskan oleh Damayanti & Yuwono (2022) bahwa media sosial menjadi alat promosi yang efektif dan murah dalam pengembangan usaha berbasis budaya lokal.

Diversifikasi Produk: Souvenir Bertema Jaranan

Pendampingan oleh tim pengabdian juga melahirkan inovasi yang dilakukan kelompok LM yaitu memproduksi merchandise berupa gantungan kunci bertema Jaranan khas Tumpang. Jaranan khas Tumpang memiliki bentuk yang sangat khas, khususnya terkait dengan warna. Ada 3 warna khas yaitu putih, merah dan hitam (Suprihatin & Hidajat, 2024). Setiap warna memiliki makna filosofi sendiri2, putih melambangkan kesucian dan awal . merah melambangkan semangat hidup dan perjuangan dan hitam melambangkan fase akhir atau kematian sebagai bagian dari siklus hidup. Hal tersebut sebagaimana gambar di bawah ini .



Warna putih



Warna merah



Warna hitam

Gambar 2: gantungan kunci bentuk Jaranan Khas Tumpang

Produk ini sengaja di rancang oleh tim pengabdian, untuk membantu mempromosikan kekhasan dari Jaranan Tumpang yang sangat unik. Sekaligus sebagai salah satu cara untuk menarik konsumen, sebagai strategi promosi brand yang menjadi pembeda dengan pesaing di pasaran sejenis (Pahira et al., 2022). Meskipun sampai saat ini belum ada produk yang menyaingi karena merchandise berbentuk gantungan kunci tema jaranan khas Tumpang belum pernah ada di pasaran. Hasilnya, produk tidak hanya mencerminkan identitas budaya lokal tetapi juga berpotensi memberikan nilai ekonomi tambahan saat dijual dalam pertunjukan. Diversifikasi produk souvenir berbasis budaya lokal dapat meningkatkan daya saing kelompok seni di tengah pasar ekonomi kreatif yang kompetitif sebagaimana kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan oleh N Talani dkk (Talani & Tuli, 2023). Selain juga dapat meningkatkan ekonomi masyarakat di desa Tumpang kabupaten Malang.

Dampak Sosial dan Ekonomi

Dampak dari kegiatan ini tidak hanya dirasakan oleh kelompok LM tetapi juga oleh lingkungan sosial di sekitarnya. Meningkatnya frekuensi pertunjukan dan kualitas penyajian berdampak pada peningkatan permintaan tampil, baik di acara desa, hajatan, maupun festival budaya. Secara ekonomi, hasil dari penjualan souvenir dan honor pertunjukan mulai dikelola sebagai kas kelompok, yang kemudian digunakan untuk mendukung keberlangsungan kegiatan mereka. Menurut Handayani & Susilo (2020), penguatan ekonomi berbasis komunitas seni dapat mendorong kemandirian dan menciptakan efek ekonomi berantai dalam komunitas lokal.

Secara keseluruhan, kegiatan ini sejalan dengan tujuan pengabdian masyarakat yaitu membangun kapasitas komunitas dalam menjawab tantangan nyata yang mereka hadapi. Proses kolaboratif, pendekatan partisipatif, dan berbasis potensi lokal menjadi fondasi yang memperkuat hasil-hasil yang dicapai. Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa seni tradisional memiliki potensi besar tidak hanya sebagai alat ekspresi budaya, tetapi juga sebagai wahana pemberdayaan ekonomi masyarakat sebagaimana disampaikan oleh Suprihatin (Dp et al., 2022).

Beberapa tantangan yang masih dihadapi antara lain: 1) Kurangnya keberlanjutan pelatihan digital marketing (Adha et al., 2025). Diperlukan pelatihan lanjutan atau kaderisasi anggota yang fokus dalam bidang ini; 2) Keterbatasan modal untuk memproduksi souvenir dalam jumlah besar; 3) Minimnya akses terhadap jejaring pemasaran luar daerah; 4) Rekomendasi yang diajukan adalah membangun kemitraan lebih luas dengan komunitas pelaku ekonomi kreatif dan pemerintah daerah.

Selain itu, penting dilakukan pelatihan lanjutan dan penyusunan strategi branding jangka panjang yang mencakup narasi budaya lokal secara visual dan verbal (Mustika, 2021).

SIMPULAN

Program penguatan kewirausahaan seni tradisional melalui pengembangan kapasitas kelompok Jaranan Laksana Manggala (LM) di Tumpang, Kabupaten Malang, menunjukkan hasil yang signifikan dan berdampak nyata bagi komunitas seni lokal. Melalui pendekatan partisipatif, kegiatan ini berhasil meningkatkan keterampilan manajerial, serta membuka wawasan baru dalam pemanfaatan media digital untuk promosi dan dokumentasi pertunjukan dan pengembangan souvenir bertema Jaranan Khas Tumpang.

Dari sisi sosial dan ekonomi, kegiatan ini mendorong kemandirian kelompok seni dalam mengelola pertunjukan, menciptakan peluang kerja, dan meningkatkan kesejahteraan komunitas. Kendati demikian, masih terdapat beberapa tantangan, seperti keberlanjutan pelatihan, keterbatasan

modal, dan akses pasar yang perlu ditindaklanjuti melalui kemitraan dan strategi jangka panjang. Secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan bahwa seni tradisional memiliki potensi besar sebagai motor penggerak ekonomi kreatif berbasis budaya. Program ini juga memberikan model pemberdayaan komunitas seni yang dapat direplikasi di wilayah lain, dengan tetap menekankan pada prinsip kemandirian, inovasi, dan keberlanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada seluruh tim PKM Universitas Negeri Malang atas partisipasinya dalam kegiatan PKM tahun ini. Terimakasih juga kepada Ojik selaku pimpinan Laksana Manggala yang telah bersedia menjadi mitra pengabdian sehingga tim PKM dapat memberikan ilmu dan diterima dengan baik oleh LM.

DAFTAR PUSTAKA

- Achsan permas. (2003). *Manajemen Organisasi Seni Pertunjukan* (pertama). PPM.
- Adha, R., Permatasari, N. T., Anwar, S., Rizal, D., & Kusuma, A. (2025). *Digitalisasi UMKM : Pelatihan Penggunaan Aplikasi Penjualan Online dan Strategi Promosi di Media Sosial Desa Sindangmandi*. 4(4), 999–1002. <https://jmedika.com/index.php/medika/article/view/168/223>
- Ahmad Rizaldi1. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan UMKM Berbasis Souvenir Desawisata Batu Kumbung Lingsar Lombokbarat. *Pengabdian Mandiri*, 3(Table 10), 4–6. <https://www.bajangjournal.com/index.php/JPM/article/view/7611>
- Damayanti, A. L., & Rusdianto, R. Y. (2023). Identifikasi Masalah Dan Potensi Desa Jarak Dalam Upaya Menjadikan Desa Jarak Sebagai Desa Wisata di Kabupaten Jombang. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 52–60. <https://doi.org/10.47233/jpmitc.v2i2.1046>
- Dp, E. W. S., Widyawati, I. W., & Hidajat, R. (2022). Kalapan Sebagai Unsur Ekonomi Kreatif Pada Jaranan Bromo-Tengger-Semeru (Bts): Tumpang. *Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 78–90. <https://doi.org/10.30739/istiqlro.v8i1.1269>
- Ernawati, W. D., Afandi, A., Zahro, F., Oktavia, F., & Haris, Z. A. (2024). *Penggunaan Social Commerce untuk Meningkatkan Penjualan UMKM di Desa Wisata Tulusbesar*. 255–261. <http://jurnal.polinema.ac.id/index.php/abdimas/article/view/6369>
- Fadhil Nugroho Adi. (2012). *Tangible dan Intangible Warisan Budaya Indonesia*. Fadhil-Nugroho.Blogspot.Com.
- Hadi, Y. S. (2003). *Aspek-Aspek Dasar Koreografi Kelompok*. Elkaphi.
- Irawati, E., & Dewi Astini, N. K. R. (2022). Implementasi Kreasi Komposisi Pada Iringan dan Tari Jathilan Kuda Prawira di Kalurahan Patalan Kapanewon Jetis Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian Seni*, 3(2), 91–101. <https://doi.org/10.24821/jps.v3i2.7771>
- Pahira, G., Kusuma, R. P., & Suhendar, H. (2022). Perancangan Desain Merchandise Menggunakan Metode Kreatif Sebagai Promosi Brand Produk (Studi Kasus : Gifa Group). *Jurnal Digit*, 12(1), 103. <https://doi.org/10.51920/jd.v12i1.221>
- Patricia Devika Liu, D. (2025). Pendekatan Pemetaan Potensi Wisata Untuk Pengembangan Paket Wisata Berkelanjutan dan SDM Pariwisata Kompeten. *Jurnal Ilmiah Hospitality* 537, 14(1), 537–546. <https://ejournal.stpmataram.ac.id/JIH/article/view/3839>
- Pratama, A. A., Ahmadi, I. W., Puspitasari, C., & Qomarudin, A. (2023). *The Influence Of Bantengan On Gender Roles , Social Inclusion , And The Formation Of Children ' S Identities In Tumpang District*. 02, 37–45. <https://doi.org/10.58518/equality>
- Pratamawati, E., Hidajat, R., & ... (2023). Packaging Jaranan Traditional Arts in the Form of Creative Industry To Strengthen Community Potentials in the Global Era. ... *Conference on Art ...*, 63–68. <http://conference.um.ac.id/index.php/icadecs/article/view/8441>
- Putri, M. S., & Buana, U. M. (2025). *Penguatan Literasi Digital Dan Kesadaran Hak Cipta Bagi Komunitas*. 5(2), 496–503. <https://doi.org/10.53363/bw.v5i2.389>
- Saryani, S. (2022). Strategi Pelestarian Dan Pengembangan Kesenian Tari Dolalak Sebagai Daya Tarik Wisata Dalam Upaya Mewujudkan Ketahanan Budaya Di Kabupaten Purworejo.

- Jurnal Ketahanan Nasional*, 28(2), 185. <https://doi.org/10.22146/jkn.77285>
- Sugiyanti, L., Arwani, A., Dewi, R. S., & Fadhillah, M. D. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Pemasangan Iklan Di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Pemasaran Internasional*, 2(1), 215–225. <https://www.jurnalbima.id/index.php/masarin/article/view/207>
- Suprihatin, E. W., & Hidajat, R. (2024). *Proses Regenerasi Penari Jaranan Kelompok Anak di Grup Satrio Bokor Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang Regeneration Process of Children ' s Group Jaranan Dancers in the Satrio Bokor Group , Tumpang District , Malang R. 4(2), 75–82. https://journal.mahesacenter.org/index.php/jipsi/article/view/676/pdf*
- Suprihatin, E. W., Sumarwahyudi, S., Hidajat, R., Yatim, H., & Yuliati, Y. (2023). Rekonstruksi Gerak Kembangan Pada Jaranan Kreasi BTS Berbasis Estetika Elemen Dasar Untuk Sajian Tari Wisata. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 6(1), 276–290. <https://doi.org/10.34007/jehss.v6i1.1854>
- Sustaningrum, R., Laksmidewi, D., & Winarno, S. C. (2024). Pelatihan Pemahaman Konsep Bisnis bagi Siswa Menengah Atas dengan Metode Pendekatan Partisipatif dan Tindakan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(2), 781–789. <https://doi.org/10.33379/icom.v4i2.4337>
- Talani, N. S., & Tuli, M. (2023). Pengembangan Potensi Ekonomi Kreatif Desa Pesisir Melalui Pelatihan Pembuatan Cinderamata. *Abdimas*, 5(1). <https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/SULUH/article/view/4348>
- WARA. (2021). *Jaranan BTS* (Dr Nuning Ed (ed.); pertama). Singgasana Budaya Nusantara.