

Pemberdayaan Kelompok Seni Laksana Manggala melalui Produksi Souvenir Jaranan sebagai Produk Ekonomi Kreatif di Tumpang

Endang Wara Suprihatin Dyah Pratamawati*¹, Robby Hidajat², Sumarwahyudi³, Yunanto Adi Prasetyo⁴

^{1,2}Program Studi Pendidikan seni Tari dan Musik, Departemen Seni dan Desain, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang, Indonesia

³Program Studi Pendidikan Seni Rupa, Departemen Seni dan Desain, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang, Indonesia

⁴Guru Seni Budaya SMP/SMA Plus Azzahro Malang, Indonesia

*e-mail: e.w.suprihatin.fs@um.ac.id¹

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan kelompok seni Laksana Manggala (LM) di Tumpang melalui pengembangan produk ekonomi kreatif berbasis budaya lokal. Kelompok ini beranggotakan generasi muda yang aktif melestarikan seni karawitan dan jaranan, namun masih menghadapi keterbatasan dalam hal kewirausahaan, inovasi produk, serta strategi pemasaran. Melalui pendekatan partisipatif, kegiatan dilakukan dalam bentuk pelatihan kewirausahaan, pendampingan teknis pembuatan souvenir bertema Jaranan khas Tumpang, dan pelatihan pemasaran serta dokumentasi digital. Seluruh anggota terlibat aktif dalam proses perencanaan desain, produksi, hingga promosi produk. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan kreatif, munculnya kesadaran berwirausaha, serta terciptanya produk souvenir yang memiliki nilai budaya dan ekonomi. Selain menghasilkan produk yang bernilai jual, kegiatan ini juga memperkuat jejaring sosial antaranggota dan menumbuhkan semangat kemandirian ekonomi dalam komunitas seni. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap penguatan ekonomi lokal serta keberlanjutan pelestarian seni tradisional Jaranan di Tumpang.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Jaranan, Laksana Manggala, Pemberdayaan Masyarakat, Souvenir Budaya

Abstract

This community service program aims to empower the Laksana Manggala (LM) art group in Tumpang through the development of creative economy products rooted in local cultural values. The group consists of young members who actively preserve traditional karawitan and jaranan arts but still face challenges in entrepreneurship, product innovation, and marketing. Using a participatory approach, the program involved entrepreneurship training, technical mentoring for producing Jaranan-themed souvenirs, and workshops on marketing and digital documentation. Members were actively involved in every stage, from design planning and production to product promotion. The program outcomes demonstrated improved creative and entrepreneurial skills, increased business awareness, and the creation of cultural souvenirs with both artistic and economic value. Beyond generating marketable products, the program also strengthened social networks and fostered economic independence within the art community. Overall, this initiative contributed to strengthening the local creative economy and supporting the sustainable preservation of traditional Jaranan art in Tumpang.

Keywords: Creative Economy, Community Empowerment, Cultural Souvenir, Jaranan, Laksana Manggala

1. PENDAHULUAN

Kelompok seni Laksana Manggala (LM) di Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang, merupakan komunitas generasi muda yang berperan aktif dalam pelestarian *karawitan* dan *Jaranan*. Kelompok ini berdiri atas inisiatif warga muda yang memiliki kepedulian terhadap keberlangsungan seni tradisional di tengah derasnya pengaruh budaya modern, ketua kelompok bernama Achmad Nur Fauzi, S.Pd (Ojik), merupakan alumni program studi Pendidikan Seni Tari dan Musik Universitas Negeri Malang. Hingga saat ini, LM memiliki sekitar 30 anggota aktif, dengan lima di antaranya menunjukkan minat untuk mengembangkan usaha kreatif berbasis seni kriya. Antusiasme dan semangat mereka menjadi modal sosial penting dalam menjaga keberlanjutan kesenian tradisional di wilayah Tumpang. Namun demikian, kelompok ini

menghadapi sejumlah kendala yang menghambat perkembangan dan kemandirian ekonomi komunitas.

Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa kelompok LM belum memiliki keterampilan produksi produk kreatif, kemampuan manajerial usaha, dan strategi pemasaran yang memadai. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital masih terbatas hanya untuk komunikasi internal, belum diarahkan untuk promosi karya dan pengelolaan ekonomi kreatif secara berkelanjutan (Wulandari & Subagio, 2025).

Seni tradisional seperti Jaranan memiliki nilai estetika, sosial, spiritual, dan ekonomi yang tinggi (Suprihatin et al., 2023). Ia bukan hanya menjadi sarana hiburan rakyat, tetapi juga wadah ekspresi budaya dan simbol identitas masyarakat pedesaan Jawa Timur. Namun, dalam konteks modernisasi dan globalisasi, kesenian tradisional menghadapi tantangan serius berupa penurunan minat generasi muda (Sofyan et al., 2021), berkurangnya ruang tampil, serta melemahnya sistem regenerasi seniman (H. Gumelar, 2024; Suprihatin & Hidajat, 2024). Pergeseran pola konsumsi budaya menuju budaya populer global menyebabkan kesenian lokal semakin tersisih dari ruang publik dan media digital. Kondisi ini memunculkan kebutuhan mendesak untuk melakukan pemberdayaan berbasis potensi lokal, agar kesenian tradisional tidak hanya bertahan, tetapi juga bertransformasi menjadi bagian dari ekosistem ekonomi kreatif (Pratikno & Hartatik, 2023).

Secara geografis, wilayah Tumpang memiliki potensi strategis karena terletak di jalur wisata menuju kawasan Bromo -Tengger – Semeru (BTS). Selain kaya akan sumber daya alam, Tumpang juga dikenal sebagai daerah yang memiliki kekayaan budaya dan tradisi rakyat, termasuk kesenian Jaranan, wayang, dan gamelan (WARA, 2021). Potensi budaya ini dapat menjadi dasar pengembangan ekonomi kreatif berbasis masyarakat (Talani & Tuli, 2023). Namun, potensi tersebut belum tergarap optimal karena keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya inovasi produk budaya, dan minimnya sinergi antara komunitas seni, pemerintah daerah, serta pelaku usaha (Darmawan et al., 2021).

Di sisi lain, perkembangan ekonomi kreatif telah menjadi salah satu strategi pembangunan nasional yang mendorong pemanfaatan kreativitas dan kearifan lokal untuk meningkatkan kesejahteraan Masyarakat (Talani & Tuli, 2023). Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, subsektor kerajinan dan seni pertunjukan merupakan bidang yang paling potensial untuk dikembangkan di tingkat komunitas. Dalam konteks ini, produksi souvenir bertema Jaranan khas Tumpang menjadi bentuk konkret hilirisasi budaya yang dapat menjembatani antara pelestarian tradisi dan pemberdayaan ekonomi masyarakat seni.

Beberapa penelitian mendukung relevansi kegiatan ini. Rahma Ayu (Rahma Ayu A, 2025) menyebutkan bahwa seni tradisional yang dikelola dengan pendekatan kewirausahaan dapat menjadi penggerak ekonomi kreatif lokal. Setiawati dan Pritalia (Setiawati & Pritalia, 2023) menegaskan bahwa pemanfaatan media sosial merupakan strategi efektif untuk promosi produk budaya berbiaya rendah. Sementara itu, Asnuryati (Asnuryati, 2023) menekankan pentingnya penguatan kapasitas organisasi komunitas seni sebagai fondasi keberlanjutan. Di sisi lain, Agustin (Agustin et al., 2024) menyoroti perlunya strategi *branding* berbasis budaya lokal agar produk kreatif memiliki daya saing di pasar modern. Hasil-hasil studi tersebut menunjukkan bahwa integrasi antara pelatihan, pendampingan, dan penguatan jaringan digital dapat menciptakan model pemberdayaan yang berkelanjutan.

Dalam konteks kelompok Laksana Manggala, permasalahan utama yang dihadapi mencakup:

- a. belum adanya keterampilan anggota dalam produksi produk ekonomi kreatif;
- b. rendahnya literasi kewirausahaan dan strategi pemasaran; serta
- c. belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital untuk promosi dan penjualan produk.

Kondisi ini membuat kelompok LM masih bergantung sepenuhnya pada panggilan pentas sebagai sumber pendapatan utama, tanpa adanya diversifikasi ekonomi yang menopang kegiatan seni mereka. Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada pemberdayaan kelompok seni Laksana Manggala melalui pelatihan dan pendampingan produksi souvenir bertema Jaranan khas Tumpang, berbentuk gantungan kunci. Kegiatan ini bertujuan untuk:

- a. meningkatkan kapasitas teknis anggota LM dalam memproduksi produk kreatif;
- b. menumbuhkan kesadaran kewirausahaan pada komunitas seni tradisional;
- c. mengembangkan strategi pemasaran sederhana berbasis digital; dan
- d. memperkuat kemandirian ekonomi kelompok seni melalui ekonomi kreatif berbasis budaya lokal.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu menjadi model pemberdayaan komunitas seni berbasis potensi lokal yang tidak hanya mendukung pelestarian budaya tradisional, tetapi juga menciptakan peluang ekonomi baru bagi generasi muda di Tumpang.

2. METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif (Djauhari et al., 2021), di mana anggota kelompok Laksana Manggala (LM) dilibatkan secara aktif dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Pendekatan ini menempatkan masyarakat sasaran sebagai subjek utama, bukan sekadar penerima manfaat. Dengan demikian, proses pengabdian bersifat kolaboratif, dialogis, dan berorientasi pada kebutuhan nyata komunitas.

Pada tahap perencanaan, tim dosen bersama perwakilan kelompok LM melakukan diskusi kelompok terarah (Focus Group Discussion/FGD) untuk mengidentifikasi potensi, permasalahan, dan kebutuhan pelatihan. Hasil FGD menunjukkan bahwa sebagian besar anggota belum memiliki keterampilan produksi dan pengetahuan kewirausahaan. Berdasarkan temuan tersebut, disusunlah rencana kegiatan yang mencakup pelatihan teknis pembuatan souvenir, pelatihan kewirausahaan sederhana, serta pendampingan pemasaran digital.

Tahap pelaksanaan meliputi beberapa kegiatan utama:

- a. Identifikasi potensi dan kebutuhan kelompok melalui observasi partisipatif dan wawancara terbuka.
- b. Pelatihan teknis pembuatan souvenir Jaranan khas Tumpang, dengan praktik langsung pembuatan gantungan kunci dan produk kecil lainnya.
- c. Pelatihan kewirausahaan, mencakup perencanaan produksi, penetapan harga, strategi promosi, serta manajemen keuangan sederhana.
- d. Pendampingan digital marketing, yaitu pelatihan penggunaan media sosial (Instagram, WhatsApp Business) untuk promosi dan dokumentasi produk.
- e. Evaluasi dan refleksi kegiatan, yang dilakukan secara bersama untuk menilai hasil, hambatan, serta rencana tindak lanjut.

Selama pelaksanaan, peran masyarakat lokal tidak terbatas sebagai peserta, tetapi juga sebagai fasilitator lokal. Beberapa anggota LM yang memiliki pengalaman desain turut menjadi mentor dalam sesi pembuatan produk, sementara dosen berperan sebagai pendamping teknis dan narasumber materi kewirausahaan. Mekanisme ini menciptakan hubungan dua arah antara akademisi dan komunitas, memperkuat rasa memiliki terhadap program, serta meningkatkan keberlanjutan hasil kegiatan.

Untuk menilai efektivitas kegiatan, digunakan metode campuran (mixed methods) — deskriptif kuantitatif dan kualitatif (Wayan Suwendra, 2018).

Table 1. hasil analisis efektifitas kegiatan pengabdian

Aspek yang Dinilai	Indikator Kuantitatif	Indikator Kualitatif
Partisipasi anggota	Jumlah peserta yang mengikuti tiap sesi pelatihan	Tingkat keaktifan dan kontribusi dalam diskusi
Keterampilan produksi	Jumlah dan kualitas produk souvenir yang dihasilkan	Peningkatan ketepatan dan kreativitas desain
Kesadaran kewirausahaan	Frekuensi ide usaha baru yang muncul	Sikap percaya diri dan motivasi berwirausaha
Pemasaran digital	Jumlah unggahan promosi di media sosial	Pemahaman terhadap strategi branding budaya

Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data kuantitatif (misalnya jumlah produk atau tingkat partisipasi) dianalisis secara deskriptif dengan menghitung persentase ketercapaian, sedangkan data kualitatif (hasil wawancara dan observasi) dianalisis melalui kategorisasi tematik untuk melihat perubahan sikap, keterampilan, dan kesadaran berwirausaha. Sebagai bagian dari model keberlanjutan (sustainability model), tim pengabdian membentuk grup komunikasi daring (WhatsApp Group) antara dosen pendamping dan anggota LM. Grup ini berfungsi sebagai wadah konsultasi pasca kegiatan, berbagi informasi peluang pasar, serta koordinasi produksi dan promosi. Selain itu, kelompok LM juga diarahkan untuk mengembangkan kerja sama dengan pelaku UMKM lokal dan pemerintah desa agar kegiatan ekonomi kreatif dapat terus berjalan secara mandiri.

Dengan pendekatan partisipatif, kolaborasi dua arah, dan sistem evaluasi berlapis, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu menghasilkan dampak sosial, ekonomi, dan budaya yang berkelanjutan, sekaligus memperkuat posisi seni tradisional Jaranan sebagai sumber daya budaya produktif di wilayah Tumpang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat merupakan upaya untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat luas serta memberikan nilai tambah nyata bagi bidang ekonomi, sosial, dan budaya. Kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana *transfer knowledge* dari perguruan tinggi kepada masyarakat, tetapi juga sebagai proses kolaboratif untuk mengidentifikasi permasalahan nyata dan mengembangkan solusi sesuai konteks lokal. Dalam kegiatan ini, kelompok seni Laksana Manggala (LM) diposisikan sebagai mitra aktif yang berperan penting dalam seluruh tahapan pelaksanaan, mulai dari perencanaan hingga evaluasi.

Kegiatan pengabdian memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kapasitas kewirausahaan dan kemampuan produksi souvenir bertema Jaranan khas Tumpang. Melalui pelatihan dan pendampingan intensif, anggota kelompok memperoleh keterampilan teknis dalam pembuatan produk kreatif, pemahaman dasar kewirausahaan, serta kemampuan menggunakan media digital untuk promosi. Dampak jangka pendek tampak dari meningkatnya partisipasi anggota dan lahirnya produk-produk souvenir (Shabina Deanova*, 2021) pertama, sedangkan dampak jangka panjangnya adalah tumbuhnya kesadaran berwirausaha, munculnya jejaring pemasaran baru, serta meningkatnya peran LM sebagai pelaku ekonomi kreatif berbasis budaya lokal.

3.1. Pelaksanaan Kegiatan dan Capaian Tujuan

Kegiatan dilaksanakan melalui lima tahapan utama, yaitu: (1) identifikasi kebutuhan kelompok; (2) pelatihan pembuatan souvenir bertema Jaranan; (3) pelatihan kewirausahaan dan strategi pemasaran sederhana; (4) pendampingan penggunaan media sosial; dan (5) evaluasi hasil kegiatan. Seluruh tahapan menerapkan pendekatan partisipatif, sehingga anggota kelompok aktif dalam proses pengambilan keputusan dan pelaksanaan kegiatan. Indikator ketercapaian tujuan dibagi menjadi kuantitatif dan kualitatif. Secara kuantitatif, keberhasilan ditunjukkan oleh:

- a. Dari 30 anggota LM, sebanyak 10 anggota berpartisipasi aktif dalam pelatihan, dan tingkat kehadiran mencapai 90%.
- b. Produk souvenir gantungan kunci Jaranan berhasil diproduksi sebanyak ± 40 buah dalam sesi pelatihan.

Secara kualitatif, kegiatan menunjukkan perubahan signifikan dalam motivasi dan sikap anggota. Mereka menjadi lebih percaya diri untuk berwirausaha dan mulai menyadari pentingnya mengelola kesenian secara produktif. Temuan ini sejalan dengan pandangan Rahma Ayu (Rahma Ayu A, 2025) bahwa seni tradisional memiliki potensi ekonomi tinggi jika dikembangkan melalui pendekatan kewirausahaan berbasis budaya.

3.1.1. Dampak dan Perubahan yang Terjadi

3.1.1.1. Aspek Perubahan Sikap

Peserta menunjukkan peningkatan minat dan keaktifan selama pelatihan. Beberapa anggota bahkan membentuk tim kecil untuk mengelola produksi dan pemasaran secara mandiri. Hal ini memperkuat temuan Erti et al. (Erti et al., 2024) bahwa minat tinggi pada kegiatan kreatif dapat menjadi faktor pendorong keberhasilan usaha komunitas. Sikap proaktif ini juga memperlihatkan pergeseran paradigma dari “pelaku seni tradisional” menjadi “pelaku ekonomi kreatif”, yang merupakan inti dari pemberdayaan masyarakat berbasis seni (Talani & Tuli, 2023). Bahkan beberapa anggota mulai membentuk tim kecil untuk mengelola produksi dan pemasaran produk

3.1.1.2. Aspek Sosial Budaya

Secara sosial-budaya, kegiatan ini tidak hanya memperkuat solidaritas internal kelompok, tetapi juga menjadi wadah pemberdayaan dan pelibatan Masyarakat (Ahmad Rizaldi1, 2024) secara aktif dalam proses pelestarian kesenian tradisional. Anggota kelompok Laksana Manggala (LM) tidak diposisikan sekadar sebagai penerima manfaat, melainkan sebagai subjek perubahan yang terlibat langsung dalam setiap tahapan kegiatan mulai dari perencanaan desain souvenir, pemilihan bahan lokal, hingga strategi promosi di media sosial.

Melalui proses kolaboratif ini, tumbuh kesadaran baru di kalangan anggota dan masyarakat sekitar bahwa pelestarian seni Jaranan tidak harus terbatas pada ruang pertunjukan, tetapi juga dapat diwujudkan melalui aktivitas ekonomi kreatif yang partisipatif. Keterlibatan warga desa di sekitar lokasi kegiatan, baik sebagai penyuplai bahan maupun sebagai konsumen awal produk, menciptakan hubungan sosial yang lebih inklusif dan memperluas rasa memiliki terhadap program.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini menjadi bentuk nyata pemberdayaan berbasis komunitas (Zahroh et al., 2025), di mana masyarakat bukan hanya diajak untuk melestarikan warisan budaya, tetapi juga didorong untuk menjadi pelaku aktif dalam mengubah nilai budaya menjadi sumber daya ekonomi. Pelibatan ini memperkuat jalinan sosial antaranggota, membangun kepercayaan diri generasi muda, serta menumbuhkan kebanggaan kolektif terhadap identitas budaya lokal Jaranan sebagai bagian dari kehidupan ekonomi kreatif di Tumpang.

Gantungan kunci Jaranan khas Tumpang menampilkan warna putih, merah, dan hitam masing-masing memiliki makna filosofi kehidupan manusia (Dp et al., 2022). Dengan demikian, produk tidak sekadar benda fungsional, tetapi sarat nilai simbolik yang memperkuat karakter budaya lokal.

Pendekatan ini sejalan dengan teori transformasi budaya kreatif (creative cultural transformation), di mana nilai-nilai tradisional diadaptasi menjadi bentuk baru yang relevan dengan kebutuhan pasar modern tanpa kehilangan esensi budaya (Agustin et al., 2024).

3.1.1.3. Aspek Ekonomi dan Kewirausahaan

Dari sisi ekonomi, kegiatan ini menghasilkan tambahan kas kelompok melalui penjualan produk perdana. Walaupun skala masih kecil, hasil ini menjadi titik awal menuju kemandirian ekonomi komunitas. Dalam jangka panjang, LM memiliki peluang memperluas produksi, mengikuti pameran, dan menjalin kerja sama dengan pelaku pariwisata di Malang Raya. Hal ini mendukung temuan Setiawati & Pritalia (Setiawati & Pritalia, 2023) bahwa pemanfaatan media sosial merupakan strategi promosi yang efektif untuk usaha kecil berbasis budaya.

Selain itu, souvenir yang dihasilkan telah didaftarkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dengan nomor pencatatan 000931485. Perlindungan HKI menjadi langkah strategis dalam memastikan keberlanjutan produk, memberikan legalitas, dan meningkatkan kredibilitas di pasar ekonomi kreatif (Belardo Prasetya Mega Jaya, 2022). Bagi LM, HKI bukan hanya bentuk perlindungan hukum, tetapi juga simbol pengakuan terhadap identitas budaya lokal yang mereka representasikan.

3.1.1.4. Keunggulan, Kelemahan, dan Peluang Pengembangan

Kegiatan ini memiliki keunggulan utama berupa kesesuaian tema kegiatan dengan potensi lokal yang ada. LM adalah kelompok seni aktif dengan anggota anak muda yang antusias, sehingga mudah menerima inovasi dan pelatihan (Suprihatin et al., 2023) Selain itu, jenis produk yang dikembangkan (souvenir gantungan kunci) relatif mudah dibuat dan memiliki daya tarik budaya khas Tumpang, apalagi bentuk souvenir tersebut belum ada di Malang. Gantungan kunci yang berhasil diproduksi memiliki karakteristik spesifik jaranan BTS (WARA, 2021). Dengan warna yang paten yaitu, putih, merah dan hitam. Ke tiga warna tersebut memiliki makna filosofi (Dp et al., 2022), yaitu: warna putih melambangkan kehidupan manusia yang masih suci saat dilahirkan, sedangkan warna merah melambangkan kehidupan manusia semasa kehidupannya di dunia yang penuh dengan liku-liku kehidupan, cobaan dan rintangan, sementara itu warna hitam melambangkan manusia saat menuju kematian. Jadi bentuk dan warna Jaranan khas Tumpang tidak dapat diubah karena sudah memiliki patokan yang baku.

Bentuk jaranan khas Tumpang yang dipakai oleh para penari Jaranan Tumpang, termasuk penari Jaranan LM sebagaimana gambar di bawah ini.



Gambar 1. Bentuk jaranan dengan beragam warna

Dari bentuk Jaranan tersebut atas bimbingan tim kegiatan pengabdian kepada masyarakat Universitas Negeri Malang tahun 2025, kemudian di kreasikan menjadi souvenir sebagaimana gambar berikut ini.



Gambar 2. Souvenir bentuk gantungan kunci khas Jaranan Tumpang

Souvenir gantungan kunci bertema Jaranan khas Tumpang yang dikembangkan dalam kegiatan pengabdian ini telah didaftarkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) oleh tim pengabdian. Pendaftaran HKI memberikan manfaat strategis baik bagi tim pengabdian maupun kelompok mitra, terutama dalam aspek perlindungan hukum (Belardo Prasetya Mega Jaya, 2022), pengakuan orisinalitas karya, dan peluang pengembangan usaha ke depan. Dengan adanya perlindungan HKI (Bayani & Santoso, 2024), desain dan konsep produk menjadi terlindungi secara legal, sehingga mencegah kemungkinan plagiasi atau penggunaan tanpa izin oleh pihak lain. Selain itu, status HKI (nomer pencatatan: 000931485) meningkatkan nilai tambah dan kredibilitas produk, yang dapat mendukung strategi pemasaran serta memperkuat posisi produk di pasar ekonomi kreatif.

Bagi kelompok Laksana Manggala (LM), kepemilikan HKI juga berfungsi sebagai bentuk penguatan identitas budaya lokal melalui produk kreatif (Bayani & Santoso, 2024) yang diakui secara resmi. Hal ini membuka peluang bagi kelompok untuk mengembangkan produk secara lebih luas, menjalin kerja sama dengan pihak eksternal, serta memperoleh potensi manfaat ekonomi jangka panjang dari hasil karya mereka sendiri. Dengan demikian, pendaftaran HKI bukan sekadar aspek administratif, tetapi juga bagian penting dari strategi keberlanjutan dan pemberdayaan komunitas seni tradisional. Peluang pengembangan ke depan cukup besar, dimana produk souvenir dapat diperluas jenisnya (misalnya pin, tote bag, kaos) serta dipasarkan melalui platform digital (Adha et al., 2025) untuk menjangkau pasar yang lebih luas,

termasuk wisatawan dan komunitas pecinta budaya. Selain itu, kolaborasi dengan pelaku ekonomi kreatif lain dan pemerintah daerah dapat memperkuat keberlanjutan usaha.

Namun, terdapat beberapa kelemahan yang masih dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan ini. Salah satunya adalah keterbatasan modal untuk melakukan produksi dalam skala massal. Saat ini, proses produksi souvenir masih dilakukan secara sederhana dengan peralatan terbatas, sehingga kapasitas produksi belum mampu memenuhi potensi permintaan pasar yang lebih luas. Selain itu, belum meratanya kemampuan desain kreatif di antara anggota kelompok juga menjadi tantangan tersendiri. Sebagian anggota telah mampu menghasilkan desain yang menarik dan representatif terhadap identitas budaya lokal, namun sebagian lainnya masih memerlukan bimbingan untuk mengembangkan ide kreatif dan menguasai teknik dasar desain

3.1.2. Refleksi dan Analisis Konseptual

Secara reflektif, kegiatan ini memperlihatkan bagaimana pendekatan partisipatif mampu mengubah dinamika komunitas seni menjadi lebih adaptif dan produktif. Partisipasi aktif anggota dalam merancang desain, menentukan harga, hingga memasarkan produk menunjukkan tercapainya prinsip "ownership of change" sebagaimana dikemukakan oleh Ife & Tesoriero (Ife, Jim; Tesoriero, 2008) dalam teori *community empowerment*.

Namun, dinamika lapangan juga menunjukkan beberapa kendala. Pertama, keterampilan anggota yang tidak merata menyebabkan kualitas produk belum sepenuhnya konsisten. Kedua, keterbatasan waktu pelatihan membuat beberapa tahap produksi (seperti finishing) belum sempurna. Ketiga, keterbatasan modal menjadi faktor utama yang membatasi skala produksi. Kondisi ini menegaskan pentingnya strategi keberlanjutan berbasis jejaring mitra agar hasil pengabdian tidak berhenti setelah kegiatan selesai. Keterlibatan dosen dan akademisi dalam peran pendamping membuka ruang bagi transfer teknologi sosial (*social technology transfer*), yakni proses di mana pengetahuan akademik diadaptasi menjadi praktik lokal yang berdaya guna. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Muntahanah et al. (Muntahanah et al., 2025) yang menekankan pentingnya sinergi antara universitas dan komunitas seni untuk menciptakan efek ekonomi berantai (*creative multiplier effect*).

3.2. Diskusi Lanjutan dan Rekomendasi

Untuk menjaga kesinambungan program, beberapa langkah strategis telah dirumuskan bersama mitra. Produk souvenir akan dikembangkan ke bentuk lain seperti pin, tote bag, dan kaos bertema Jaranan agar memiliki diversifikasi pasar. Promosi akan diperluas melalui platform digital, dengan bimbingan lanjutan dari dosen pendamping. Selain itu, tim pengabdian berencana membangun kolaborasi dengan pelaku UMKM lokal dan pemerintah desa sebagai dukungan dalam akses modal dan fasilitas produksi.

Tabel berikut menyajikan kelemahan yang ditemui selama kegiatan beserta rencana tindak lanjutnya:

Tabel 2. Kelemahan, Dampak, dan Rencana Tindak Lanjut Kegiatan

No	Kelemahan yang Ditemui	Dampak terhadap Kegiatan	Rencana Tindak Lanjut
1	Keterbatasan modal produksi massal	Kapasitas produksi belum memenuhi potensi permintaan	Pengajuan dukungan modal melalui pemerintah daerah/CSR
2	Kemampuan desain belum merata	Kualitas produk bervariasi	Pelatihan desain lanjutan dan mentoring kreatif
3	Peralatan produksi sederhana	Proses produksi lama dan hasil kurang konsisten	Pengadaan alat produksi baru melalui program mitra
4	Keterampilan finishing belum merata	Nilai jual produk belum maksimal	Pendampingan teknis lanjutan dan penetapan standar kualitas

Sumber: Tim Pengabdian (2025)

Refleksi dari temuan ini memperlihatkan bahwa keberhasilan pengabdian tidak hanya diukur dari jumlah produk yang dihasilkan, tetapi juga dari sejauh mana kegiatan mampu membangun kesadaran, kepercayaan diri, dan kapasitas kolektif komunitas seni untuk mengelola potensi budaya secara mandiri.

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan produk ekonomi kreatif, tetapi juga menjadi model pemberdayaan berbasis budaya lokal yang mengintegrasikan aspek sosial, ekonomi, dan spiritual seni tradisional. Pendekatan ini berpotensi direplikasi di wilayah lain dengan karakter budaya serupa, sebagai bentuk konkret dari upaya pelestarian dan pemberdayaan seni tradisional yang berkelanjutan.

3.3. Pelaksanaan Kegiatan dan Capaian Tujuan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan utama, yakni: (1) identifikasi kebutuhan kelompok; (2) pelatihan pembuatan souvenir bertema Jaranan; (3) pelatihan kewirausahaan dan strategi pemasaran sederhana; (4) pendampingan penggunaan media sosial; serta (5) evaluasi hasil kegiatan. Seluruh tahapan menerapkan pendekatan partisipatif untuk memastikan anggota kelompok aktif terlibat dalam proses.

Indikator ketercapaian tujuan pengabdian ditentukan melalui ukuran kuantitatif dan kualitatif. Secara kuantitatif, keberhasilan ditunjukkan oleh:

- a. Jumlah anggota LM 30 orang tetapi yang berminat mengikuti peserta pelatihan sebanyak 10 anggota, dengan tingkat kehadiran mencapai 90%.
- b. Produk souvenir berupa gantungan kunci bertema Jaranan berhasil diproduksi sebanyak ± 40 buah dalam sesi pelatihan.

Secara kualitatif, hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam motivasi anggota, peningkatan kepercayaan diri untuk berwirausaha, dan tumbuhnya kesadaran kolektif terhadap pentingnya pengelolaan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal.

3.4. Dampak dan Perubahan yang Terjadi

Dampak kegiatan dapat dikategorikan dalam tiga aspek:

- a. Aspek Perubahan Sikap
Peserta menunjukkan peningkatan minat dan keaktifan dalam mengikuti pelatihan serta keinginan untuk terus mengembangkan produk souvenir secara mandiri. Adanya minat yang tinggi akan mendukung produksi pembuatan souvenir, sehingga akan meningkatkan pendapatan anggota kelompok LM sebagaimana pernyataan Lili Erti (Erti et al., 2024)..
- b. Aspek Sosial Budaya
Dampak kegiatan ini memperkuat solidaritas internal kelompok (Kartika, 2016) dan meningkatkan apresiasi terhadap kesenian Jaranan sebagai identitas budaya lokal. Produk souvenir bertema Jaranan juga berfungsi sebagai media pelestarian budaya yang dapat dikenalkan ke khalayak lebih luas.
- c. Aspek Ekonomi
Dalam jangka pendek, penjualan souvenir mulai memberikan tambahan kas kelompok sebagaimana kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilakukan oleh lili Erti dkk (Erti et al., 2024). Dalam jangka panjang, peluang ekonomi kreatif terbuka melalui pengembangan produk yang lebih bervariasi dan penjualan dalam skala lebih luas, misalnya melalui event budaya dan platform daring.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan kelompok seni Laksana Manggala (LM) melalui produksi souvenir bertema Jaranan khas Tumpang telah memberikan capaian nyata dalam aspek teknis, sosial budaya, dan ekonomi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif mampu meningkatkan kapasitas kewirausahaan dan kreativitas komunitas seni lokal. Secara kuantitatif, dari 30 anggota LM, sebanyak 10 anggota aktif mengikuti pelatihan dengan tingkat kehadiran mencapai 90%, dan berhasil

memproduksi ±40 unit souvenir berbentuk gantungan kunci bertema Jaranan. Secara kualitatif, terjadi peningkatan keterampilan produksi, pemahaman dasar kewirausahaan, serta kemampuan promosi digital melalui media sosial kelompok.

Dari sisi sosial-budaya, kegiatan ini berdampak pada tumbuhnya solidaritas dan kesadaran kolektif anggota dalam menjaga keberlanjutan kesenian Jaranan sebagai identitas budaya lokal. Produk souvenir yang mereka hasilkan bukan hanya bernilai ekonomis, tetapi juga berfungsi sebagai media pelestarian budaya yang merepresentasikan nilai-nilai filosofis warna dan bentuk Jaranan khas Tumpang. Dengan demikian, kegiatan ini telah mengintegrasikan dua fungsi penting: pelestarian seni tradisional dan penguatan ekonomi kreatif komunitas.

Dari aspek ekonomi, kegiatan ini menjadi titik awal terbentuknya unit usaha kecil berbasis seni tradisional. Hasil penjualan produk memberikan tambahan kas kelompok dan menumbuhkan motivasi anggota untuk terus berinovasi. Pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) No. 000931485 terhadap desain souvenir menjadi langkah strategis dalam perlindungan hukum, pengakuan orisinalitas karya, dan peningkatan nilai tambah produk di pasar ekonomi kreatif.

Secara reflektif, kegiatan ini memberikan lesson learned penting bahwa pemberdayaan komunitas seni akan efektif jika dilakukan melalui pendekatan partisipatif yang menumbuhkan rasa kepemilikan, kolaborasi, dan keberlanjutan. Tantangan yang dihadapi seperti keterbatasan modal produksi massal, variasi desain yang masih terbatas, dan keterampilan finishing yang belum merata menjadi dasar pembelajaran bagi perencanaan program lanjutan.

Ke depan, kegiatan ini memiliki rencana keberlanjutan yang terarah. Tim pengabdian bersama LM akan mengembangkan diversifikasi produk (seperti pin, tote bag, dan kaos bertema Jaranan), memperluas pasar digital melalui pelatihan *branding* dan *content creation*, serta menjalin kerja sama dengan pemerintah daerah dan pelaku industri kreatif lokal. Upaya ini diharapkan dapat memperkuat kemandirian ekonomi kelompok seni sekaligus memperluas dampak sosial budaya program.

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan produk ekonomi kreatif, tetapi juga menciptakan model pemberdayaan komunitas seni tradisional yang berkelanjutan, adaptif, dan berakar pada nilai budaya lokal. Model ini dapat direplikasi di wilayah lain yang memiliki karakter budaya serupa, sebagai contoh praktik baik (*best practice*) pengabdian berbasis seni dan ekonomi kreatif di tingkat komunitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada tim pengabdian kepada masyarakat tahun 2025 ini semuanya saja (pak Yudi, pak Roby, pak Pras, mbak Silvy, mas Ridho), dalam judul: Membangun Kewirausahaan Seni Budaya Melalui Inovasi Seni Jaranan Laksamana Manggala Tumpang: Penguatan Kelompok Seni Tradisional Untuk Keberlanjutan. Juga pada LPPM Universitas Negeri Malang yang telah memberi dukungan financial terhadap pengabdian ini sehingga kegiatan ini dapat dilaksanakan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Agustin, S., Nurhayati, R., Wulan, S., Nur, M. J., & Is, S. S. (2024). Strategi Pengembangan Branding Identitas Lokal Sebagai Pendorong Peningkatan Penjualan Produk UMKM. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 321–326. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i2.1429>
- Ahmad Rizaldi. (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>
- Asnuryati. (2023). Strategi Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan di Desa: Mendorong Pemberdayaan Komunitas dan Kemandirian Ekonomi Lokal. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 2175-2183. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative%0Astrategi>
- Bayani, K. N., & Santoso, B. (2024). Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Bagi Produk Kreatif UMKM di Jawa Timur. *Jurnal UNES Law Review*, 6(3), 9519-9526. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Belardo Prasetya Mega Jaya. (2022). KEBIJAKAN PEMERINTAH TENTANG MEREK DALAM MEMBERIKAN PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP UMKM. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, 10(02). <https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/advokasi/article/view/2333>
- Darmawan, P., Zainal Rahmat, A., & Pradikto, B. (2021). Strategi Sanggar Tari Gentar Alam Dalam Pelestarian Tari Tradisional Kota Bengkulu. *Jurnal Obor Penmas: Pendidikan Luar Sekolah*, 4(2), 79-86. <https://doi.org/10.32832/oborpenmas.v4i2.5964>
- 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>
- Erti, L., Charoline, S., & Nisa, P. H. (2024). PENINGKATAN PENDAPATAN MELALUI USAHA EKONOMI KREATIF MELALUI PEMBUATAN SOUVENIR DI DESA PANDAU JAYA KECAMATAN SIAK HULU KABUPATEN KAMPAR. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Pelatihan*, 8(1). <http://www.ejournal.kompetif.com/index.php/diklatreview/article/view/1639>
- Ife, Jim; Tesoriero, F. (2008). *Community development: Community-based alternatives in an age of globalisation* (3 rd). Pearson Education Australia.
- Kartika, T. (2016). Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Aspek Ekonomi, Sosial Budaya Dan Lingkungan Fisik Di Desa Panjalu. *Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 3, 1-113. <https://www.bing.com/ck/a?!&&p=670103580xN2FILTZmNjMtMjAwMy02ODQ4MTZmODZlZjEmaW5zaWQ9NTE5Ng&pptn=3&ver=2&hsh=3&fclid=3c397c08-17ae-6f63-2003-684816f86ef1&psq=Manfaat+Ekonomi%2C+Sosial%2C+dan+Budaya+dari+Pengembangan+Pariwisata+Lokal&u=a1aHR0cHM6Ly9qdXJuYWw>
- Muntahanah, S., Ningrum, E., & Maulidina, C. (2025). *Penguatan Kelembagaan untuk Meningkatkan Kemandirian dan Daya Saing pada Kelompok Wanita Tani Sekar Wangi Desa Krajan*. 5(2). <https://doi.org/10.20895/ijcosin.v5i2.9793>
- Pratikno, A. S., & Hartatik, A. (2023). Pudarnya Eksistensi Kesenian Tradisional Ludruk Akibat Globalisasi Budaya. *Civis: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 12(2), 56-70. <https://doi.org/10.26877/civis.v12i2.10623>
- Rahma Ayu A. (2025). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Lokal Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat. *Pengabdian Kepada Masyarakat Respinaria*, 1(2), 80-86. <https://ejournal.katersipublisher.com/index.php/RESPINARIA/article/view/91>
- Setiawati, R., & Pritalia, G. L. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Sektor Pariwisata. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(2), 278-285. <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v3i2.7255>
- Shabina Deanova*. (2021). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA (UKM) UNTUK MENINGKATKAN CITRA KOTA MALANG DI WISATA KULINER DAN TEMPAT PARIWISATA. *Cross-Borde*, 6(1), 167-186.
- Sofyan, A. N., Sofianto, K., Sutirman, M., & Suganda, D. (2021). Regenerasi Kearifan Lokal Kesenian Lebon Sebagai Budaya Leluhur Pangandaran, Jawa Barat. *Sosiohumaniora*, 23(2), 158. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v23i2.24855>
- Suprihatin, E. W., Sumarwahyudi, S., Hidajat, R., Yatim, H., & Yuliaty, 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>
- 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.
- Wulandari, D., & Subagio, N. A. (2025). *Urgensi Digitalisasi Manajemen Event Untuk*. 4(1), 255–264. <https://jpma.jurnal.unej.ac.id/index.php/JPMA/article/view/53688/15716>
- Zahroh, U. M., Damayanti, R., Melanie, D. P., Fajariansyah, M. H., & Oktavia, R. D. (2025). Pemberdayaan UMKM Berbasis Partisipasi Dalam Meningkatkan Ekonomi Warga Desa Kalianyar , Kecamatan Tamanan , Kabupaten Bondowoso. *Menulis*, 1, 543–547. <https://padangjurnal.web.id/index.php/menulis/article/view/621/598>

Halaman Ini Dikосongkan