



Revitalisasi Kampung Wayang Manyaran melalui Inovasi Tumbler Bermotif sebagai Produk Edukasi Budaya

(Studi Pengabdian pada Sanggar Asto Kenyo Art, Desa Kepuhsari)

Revitalizing Manyaran's Wayang Village through Innovative Patterned Tumblers as a Cultural Education Product.

(A Community Engagement Study at Asto Kenyo Art Studio, Kepuhsari Village)

Anggi Diah Astuti^{1*}, Nabila Elza Safitri², Nadia Reka Alvinda³, Cinta Fadilla Rosyta⁴, Herlin Vima Puspita⁵, Ardian Prima Putra⁶

¹⁻⁶Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Veteran Bangun Nusantara, Indonesia
e-mail: gigianggi283@gmail.com¹, nbilaelzaaa@gmail.com², nadiarekaalvinda@gmail.com³, cintarosyta4@gmail.com⁴, vimapuspita05@gmail.com⁵, ardian.putura@gmail.com⁶

*Penulis Korespondensi: gigianggi283@gmail.com

Riwayat artikel:

Naskah Masuk: 27 Januari 2026;

Revisi: 16 Januari 2026;

Diterima: 27 Februari 2026;

Terbit: 03 Maret 2026;

Keywords: Community

Empowerment; Creative Economy;

Product Innovation; Tourist

Village; Wayang.

Abstract: *Kepuhsari Village, Manyaran Subdistrict, Wonogiri Regency is famous as the home of tatar sungging wayang craftsmen who have strong historical and cultural values. However, changes in economic conditions and the way people buy goods have forced us to develop strategies that can be adapted so that traditional crafts remain relevant and can continue to thrive. This activity aims to analyze the actual state of puppet craft production and marketing and to create culturally-based product innovations as part of efforts to revitalize the puppet village. The approach used is descriptive qualitative with a participatory model, involving observation, semi-structured interviews, and collaborative discussions with the Asto Kenyo Art Studio. The results show that the innovation of wayang-patterned tumblers not only helps expand the types of products offered but also provides a new way of interpreting cultural symbols within the current creative economy space. The integration of digital marketing expands the scope of promotion while helping to build an authentic narrative about the identity of the wayang village. The discussion shows that renewing culture requires a balance between preserving symbolic values, creating innovative products, actively involving the community, and strengthening management to avoid the risk of culture becoming a commodity and ensuring sustainable development in the long term. In this way, local culture can actively develop while maintaining its distinctive characteristics as the foundation of a resilient village economy.*

Abstrak

Desa Kepuhsari, Kecamatan Manyaran, Kabupaten Wonogiri terkenal sebagai tempat tinggal para pengrajin tatar sungging wayang yang memiliki nilai sejarah dan budaya yang sangat kuat. Namun, perubahan dalam kondisi ekonomi dan cara masyarakat membeli barang memaksa kita untuk memiliki strategi yang bisa berubah agar kerajinan tradisional tetap sesuai dengan kebutuhan dan bisa terus berjalan. Kegiatan ini bertujuan untuk menganalisis keadaan nyata produksi dan pemasaran kerajinan wayang serta menciptakan inovasi produk yang berdasarkan budaya sebagai bagian dari upaya merevitalisasi kampung wayang. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan model partisipatif, yang melibatkan observasi, wawancara semi-terstruktur, serta diskusi kolaboratif bersama Sanggar Asto Kenyo Art. Hasil menunjukkan bahwa inovasi tumbler bermotif wayang tidak hanya membantu memperluas jenis produk yang ditawarkan, tetapi juga menjadi cara baru dalam mengartikan simbol budaya dalam ruang ekonomi kreatif yang ada saat ini. Penggabungan pemasaran digital memperluas cakupan promosi sekaligus membantu membangun cerita yang asli mengenai identitas kampung wayang. Diskusi menunjukkan bahwa memperbaiki budaya perlu adanya keseimbangan antara menjaga nilai-nilai simbolik, menciptakan produk yang inovatif, melibatkan masyarakat secara aktif, serta memperkuat manajemen agar menghindari risiko budaya menjadi komoditas dan memastikan perkembangan yang berkelanjutan dalam jangka waktu yang lama. Dengan demikian, budaya lokal bisa berkembang secara aktif dan

tetap mempertahankan ciri khasnya sebagai dasar ekonomi desa yang tangguh.

Kata kunci: Desa Wisata; Ekonomi Kreatif; Inovasi Produk; Pemberdayaan Masyarakat; Wayang.

1. PENDAHULUAN

Membangun desa dengan memanfaatkan potensi yang ada di sekitar merupakan pendekatan penting untuk mencapai kemandirian ekonomi dan menjaga keberlanjutan sosial di kalangan masyarakat desa. Desa kini tidak hanya dianggap sebagai wilayah administratif biasa, tetapi juga diakui sebagai bagian sosial-budaya yang memiliki ciri khas dan sumber daya khas yang bisa dikembangkan lebih lanjut. Pengembangan desa wisata berbasis budaya merupakan salah satu strategi pembangunan yang diarahkan untuk memperkuat ekonomi lokal melalui optimalisasi potensi kearifan lokal. Pendekatan ini menekankan partisipasi masyarakat sebagai aktor utama dalam pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya budaya (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2021). Dalam konteks tersebut, desa wisata tidak hanya menjadi ruang promosi budaya, tetapi juga menjadi instrumen pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas. Dalam situasi itu, Desa Kepuhsari di Kecamatan Manyaran, Kabupaten Wonogiri, memiliki keunggulan karena memiliki seni tatah sungging wayang yang telah dilestarikan secara turun-temurun dan membentuk identitas bersama masyarakat setempat.

Seni tatah sungging adalah gabungan dari teknik mengukir kulit dan proses menggambar detail yang memerlukan ketelitian tinggi serta pemahaman yang dalam tentang karakter wayang. Aktivitas ini tidak hanya menciptakan produk kerajinan yang menarik secara estetika, tetapi juga mewakili nilai-nilai filosofis dan moral yang ada dalam budaya Jawa. Kampung wayang di Desa Kepuhsari membuat desa ini terkenal sebagai pusat pengrajin wayang kulit, serta menjadi tempat wisata budaya yang menarik bagi banyak orang.

Konsep desa wisata yang berlandaskan budaya menekankan pentingnya menggabungkan pelestarian tradisi dengan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Menurut Suansri (2003), pariwisata berbasis komunitas (CBT) memerlukan masyarakat setempat sebagai pihak utama yang bertanggung jawab dalam merencanakan, mengelola, serta menikmati manfaat dari kegiatan pariwisata tersebut. Dari sudut pandang ini, para pengrajin wayang di Desa Kepuhsari berperan sebagai tokoh utama yang mempertahankan kebudayaan setempat sekaligus mendorong perkembangan ekonomi kreatif di desa tersebut.

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan Desa Kepuhsari menunjukkan adanya berbagai jenis sektor yang berkembang, termasuk memperkuat potensi wisata alam dan sektor ekonomi lainnya. Ini menunjukkan cara desa beradaptasi dengan memperluas sumber

pemasukan dan meningkatkan kesejahteraan warga. Namun, kondisi tersebut juga memaksa sektor wisata budaya terus berinovasi agar tetap relevan dan bisa bersaing dalam pembangunan desa secara keseluruhan. Kondisi ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Widodo dan Prasetyo (2020) di mana pengembangan potensi budaya lokal sering kali menghadapi tantangan dalam hal inovasi produk dan adaptasi terhadap perubahan pasar.

Pengrajin wayang menghadapi beberapa tantangan, tidak hanya soal modal dan pasar, tetapi juga soal penggantian generasi dan perubahan selera pembeli. Dalam konteks ekonomi kreatif, keberlanjutan produk budaya sangat ditentukan oleh kemampuannya beradaptasi dengan selera dan pola konsumsi generasi kontemporer (Rahmawati & Nugroho, 2018). Oleh karena itu, membuat inovasi produk yang didasarkan pada budaya menjadi penting secara strategis agar tradisi tetap terjaga dan bisa memenuhi kebutuhan pasar saat ini. Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk menciptakan inovasi produk kreatif yang berbasis budaya bersama UMKM Sanggar Asto Kenyo Art sebagai cara untuk memperbarui dan mengembangkan kampung wayang Manyaran.

2. METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan model partisipatif. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk memahami kondisi aktual aktivitas produksi dan pemasaran berbasis budaya di Desa Kepuhsari melalui pengumpulan data naratif berupa observasi dan wawancara. Sementara itu, model partisipatif diterapkan dalam proses perumusan dan implementasi solusi bersama mitra, sehingga masyarakat tidak hanya menjadi objek kegiatan, tetapi berperan aktif sebagai subjek dalam setiap tahapan pelaksanaan (Widodo & Prasetyo, 2020).

Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan. Tahap awal berupa observasi partisipatif yang dilakukan secara langsung di lingkungan produksi perajin wayang dan aktivitas sanggar seni. Observasi difokuskan pada pola produksi, variasi produk yang tersedia, sistem distribusi, serta bentuk promosi yang selama ini digunakan. Selain itu, tim juga mengamati keterlibatan generasi muda dalam aktivitas budaya serta bentuk adaptasi yang telah dilakukan terhadap perkembangan teknologi dan media digital. Data hasil observasi dicatat secara sistematis untuk menggambarkan posisi sektor budaya dalam struktur ekonomi desa.

Tahap berikutnya adalah wawancara semi-terstruktur dengan perajin wayang dan pengelola sanggar seni sebagai informan utama. Wawancara dilakukan secara langsung dengan panduan pertanyaan terbuka yang memungkinkan penggalian informasi secara mendalam

mengenai kendala produksi, pola permintaan pasar, minat konsumen, serta peluang pengembangan inovasi produk. Teknik ini dipilih agar informasi yang diperoleh tidak terbatas pada jawaban normatif, tetapi mencerminkan pengalaman dan perspektif mitra secara autentik. Hasil wawancara kemudian dianalisis secara deskriptif melalui proses reduksi data, pengelompokan tema, dan penarikan kesimpulan sementara.

Berdasarkan temuan awal tersebut, dilaksanakan diskusi partisipatif untuk merumuskan alternatif solusi yang realistis dan sesuai dengan kebutuhan mitra. Diskusi ini menekankan pada prinsip mempertahankan identitas visual wayang sebagai ciri khas Desa Kepuhsari, namun dikemas dalam bentuk produk yang lebih fungsional dan adaptif terhadap selera pasar kontemporer. Dari proses ini muncul gagasan pengembangan produk tumbler bertema wayang sebagai bentuk diversifikasi produk kreatif yang relatif mudah diproduksi, memiliki nilai guna tinggi, dan berpotensi menjangkau segmen konsumen yang lebih luas.

Tahap implementasi dilakukan melalui perancangan desain visual, produksi awal, serta uji coba promosi menggunakan media sosial sebagai sarana digital marketing. Pemanfaatan platform digital bertujuan memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan eksposur produk budaya, sejalan dengan strategi pengembangan desa wisata berbasis ekonomi kreatif yang mendorong integrasi teknologi dalam pemasaran (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2022). Evaluasi kegiatan dilakukan secara deskriptif dengan memantau respons audiens terhadap konten promosi, termasuk tingkat interaksi dan minat terhadap produk. Hasil evaluasi ini menjadi dasar refleksi untuk pengembangan lanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa inovasi produk tumbler bertema wayang membuka ruang baru bagi ekspresi budaya Desa Kepuhsari dalam bentuk yang lebih fungsional dan kontekstual. Selama ini, wayang lebih dikenal sebagai produk seni pertunjukan dan kerajinan tradisional yang bernilai simbolik tinggi, namun cenderung terbatas pada segmen pasar tertentu. Melalui pengembangan produk tumbler, unsur visual wayang ditransformasikan ke dalam medium yang lebih dekat dengan kebutuhan sehari-hari masyarakat, khususnya generasi muda. Transformasi ini tidak dimaksudkan untuk menggantikan wayang sebagai produk utama, melainkan sebagai pelengkap yang memperluas cara representasi budaya dalam kehidupan modern.

Dalam perspektif ekonomi kreatif, langkah tersebut mencerminkan upaya memanfaatkan kreativitas sebagai sumber nilai tambah, bukan sekadar menjual produk berbasis bahan baku (Suryana & Bayu, 2019). Nilai produk tidak hanya terletak pada fungsi

tumbler sebagai wadah minum, tetapi pada makna simbolik visual wayang yang melekat di dalamnya. Dengan demikian, inovasi yang dilakukan bukan sekadar diversifikasi barang, melainkan transformasi ide budaya ke dalam bentuk konsumsi yang lebih fleksibel dan adaptif terhadap gaya hidup kontemporer. Pendekatan ini menunjukkan bahwa budaya lokal dapat beradaptasi dengan perubahan tanpa kehilangan identitas dasarnya.

Diversifikasi produk juga memperlihatkan bahwa budaya tidak bersifat statis, melainkan dinamis dan terbuka terhadap reinterpretasi. Visual wayang tetap dipertahankan sebagai elemen utama desain, baik melalui karakter tokoh maupun ornamen khususnya, sehingga fungsi simboliknya sebagai penanda identitas desa tidak hilang. Inovasi dilakukan pada medium dan kemasan, bukan pada substansi nilai budaya itu sendiri. Hal ini sejalan dengan pandangan Zahra dan Lestari (2022) bahwa pengembangan desa wisata berbasis kearifan lokal memerlukan keseimbangan antara inovasi ekonomi dan pelestarian nilai tradisional. Tanpa inovasi, budaya berisiko kehilangan daya tarik pasar; namun tanpa pelestarian, inovasi berpotensi mengaburkan identitas.

Dari sisi pemasaran, penggunaan media sosial memberikan dampak yang cukup signifikan dalam memperluas eksposur produk. Sebelum kegiatan ini, promosi lebih banyak dilakukan secara konvensional dan berbasis jaringan terbatas. Melalui unggahan konten visual yang menampilkan proses produksi, desain tumbler, serta narasi mengenai Kampung Wayang, jangkauan audiens menjadi lebih luas dan beragam. Respons yang muncul berupa komentar, tanda suka, dan permintaan informasi menunjukkan adanya ketertarikan terhadap produk yang memadukan unsur tradisional dengan desain modern. Kondisi ini menguatkan temuan Rahmawati dan Nugroho (2018) bahwa inovasi produk berbasis budaya perlu diiringi strategi promosi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi agar mampu menjangkau pasar yang lebih kompetitif.

Selain memperluas pasar, digital marketing juga berperan dalam membangun citra ulang kampung wayang sebagai ruang kreatif yang tidak hanya mempertahankan tradisi, tetapi juga mampu berinovasi. Representasi visual di media sosial membantu memperkuat identitas desa sebagai entitas budaya yang relevan dengan perkembangan zaman. Strategi ini sejalan dengan arah kebijakan pengembangan desa wisata yang mendorong integrasi teknologi dalam penguatan ekonomi lokal (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2022). Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi sebagai sarana reposisi identitas budaya di ruang publik yang lebih luas.

Secara sosial-ekonomi, budaya wayang tetap menjadi fondasi identitas dan daya tarik utama Desa Kepuhsari. Keberadaannya tidak hanya memiliki nilai simbolik, tetapi juga

berkontribusi dalam membentuk citra desa sebagai kampung berbasis seni dan tradisi. Dalam dinamika perkembangan ekonomi desa yang semakin beragam, sektor budaya dihadapkan pada kebutuhan untuk terus beradaptasi agar kontribusinya tetap optimal dan berkelanjutan. Oleh karena itu, revitalisasi melalui inovasi produk dan penguatan digital marketing menjadi salah satu alternatif strategis untuk memperluas jangkauan ekonomi sektor budaya tanpa menggeser nilai tradisional yang melekat di dalamnya. Pendekatan ini menegaskan bahwa pengembangan ekonomi desa tidak harus meninggalkan akar budaya, melainkan dapat dilakukan dengan memperluas bentuk representasi serta strategi distribusinya secara adaptif dan kolaboratif.



Gambar 1. Proses diskusi bersama Sanggar.



Gambar 2. Proses menatah wayang.



Gambar 3. Eksekusi.



Gambar 4. Hasil.



Gambar 5. Respons Positif.

Diskusi

Secara konseptual, inovasi produk tumbler berdesain wayang yang dikembangkan bersama Sanggar Asto Kenyo Art tidak bisa dipahami hanya sebagai usaha memperluas produk dalam kerangka ekonomi kreatif, melainkan juga sebagai upaya memaknai kembali budaya dalam konteks ekonomi masa kini. Ekonomi kreatif menganggap kreativitas sebagai sumber utama dalam menciptakan nilai tambah (Suryana & Bayu, 2019), tetapi dalam konteks budaya lokal, kreativitas tidak bisa berjalan sendiri. Ia berunding dengan sistem nilai, simbol, dan makna yang sudah terakar dalam struktur sosial masyarakat. Oleh karena itu, proses inovasi di Desa Kepuhsari bisa dipahami sebagai proses yang saling memengaruhi antara menjaga nilai-nilai tradisional dan kebutuhan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar modern.

Temuan di lapangan menunjukkan bahwa para perajin itu memahami dengan baik pentingnya mempertahankan nilai-nilai tradisional wayang, mulai dari bentuk, karakter, hingga makna filosofisnya. Namun di sisi lain, mereka juga menyadari bahwa mengandalkan pasar

konvensional membuat peluang ekonomi menjadi terbatas. Dalam konteks ini, inovasi tumbler berfungsi sebagai sarana kompromi yang memungkinkan simbol wayang tetap terlihat secara visual tanpa menghilangkan identitas aslinya. Ini sesuai dengan pendapat bahwa revitalisasi budaya bukan berarti hanya menjaga budaya dalam bentuk yang sama sepanjang waktu, melainkan proses yang bisa beradaptasi, sehingga budaya tetap hidup dengan mengalami perubahan bentuknya (Zahra & Lestari, 2022).

Dilihat dari sudut pandang wisata desa yang berbasis budaya, keberhasilan sebuah inovasi tidak hanya dicocokkan dengan aspek ekonomi, tetapi juga tergantung pada seberapa besar inovasi tersebut mampu memperkuat sistem sosial di masyarakat setempat. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2021) menyatakan bahwa wisata desa yang berkelanjutan harus melibatkan kerja sama antara produk yang dihasilkan, masyarakat setempat, dan cara pengelolaannya. Dalam model pariwisata berbasis komunitas (CBT), masyarakat setempat harus menjadi bagian aktif dalam proses pembangunan (Suansri, 2003). Mitra terlibat sejak awal mengidentifikasi masalah sampai tahap evaluasi dalam kegiatan ini, menunjukkan adanya kerja sama yang cukup konsisten dengan prinsip tersebut. Partisipasi ini penting karena berbagai penelitian menunjukkan bahwa program pengembangan desa wisata biasanya tidak bertahan lama jika masyarakat hanya bekerja sebagai pelaksana, bukan sebagai orang yang membuat keputusan (Widodo & Prasetyo, 2020).

Selain itu, inovasi tumbler dengan motif wayang juga memiliki aspek sosial dan edukatif yang penting dan tidak boleh dipandang remeh. Wayang bukan hanya benda yang dilihat, tetapi juga alat untuk menyampaikan nilai-nilai moral, kepemimpinan, kepercayaan spiritual, serta norma kehidupan sosial masyarakat Jawa. Ketika simbol wayang digunakan dalam media seperti tumbler, terjadi proses mengubah konteks budaya kembali. Generasi muda yang sekarang mungkin tidak lagi biasa menonton pertunjukan wayang tetap bisa berhubungan dengan symbol-symbol tersebut dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dalam konteks ini, inovasi berperan sebagai jembatan antar generasi yang membantu menyelesaikan tantangan dalam proses regenerasi para perajin sekaligus menjembatani ruang untuk menghargai budaya (Rahmawati & Nugroho, 2018).

Dari segi pemasaran, penggunaan media sosial sebagai alat promosi menunjukkan perubahan cara berkomunikasi dalam bidang ekonomi kreatif. Digital marketing memungkinkan usaha UMKM mencapai pasar yang lebih luas tanpa harus bergantung pada sistem distribusi tradisional seperti sebelumnya (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Respons audiens terhadap konten proses produksi, cerita tentang filosofi tokoh wayang, serta dokumentasi aktivitas sanggar menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya membeli produk,

tetapi juga membeli makna. Dalam pemasaran saat ini, cerita dan perasaan yang terlibat penting untuk membuat pelanggan tetap setia (Kotler & Keller, 2016). Ini menunjukkan bahwa suksesnya inovasi budaya tidak hanya tergantung pada tampilan desain, namun juga pada kemampuan dalam menciptakan cerita yang autentik yang mencerminkan identitas lokal.

Namun, dalam diskusi ini juga perlu dilakukan kritik terhadap risiko-risiko yang mungkin muncul dari proses komersialisasi budaya tersebut. Bendix (2009) mengingatkan bahwa proses komodifikasi budaya bisa menyebabkan hilangnya makna asli ketika simbol-simbol tradisional diproduksi secara besar-besaran tanpa memperhatikan konteks tempat simbol tersebut berasal. Dalam kegiatan ini, kontrol desain dan konsultasi langsung dengan perajin sangat penting untuk memastikan simbolik tetap akurat. Namun, untuk menjaga keberlanjutan kontrol tersebut, diperlukan sistem standar kualitas yang konsisten agar inovasi tidak hanya berujung pada produksi saja, tetapi tetap mencerminkan nilai-nilai yang ada.

Tantangan lainnya terdapat pada bagian manajemen dan kemampuan menjaga produksi secara berkelanjutan. Inovasi produk yang bagus secara konsep mungkin tidak bertahan jika tidak didukung oleh strategi diferensiasi dan keunggulan kompetitif yang jelas (Porter, 1990). Kualitas yang konsisten, pengelolaan stok yang baik, serta kemampuan memahami tren pasar merupakan hal penting untuk tetap menjaga posisi produk di tengah persaingan industri kreatif. Oleh karena itu, meningkatkan kemampuan manajemen usaha harus dianggap sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari proses revitalisasi, bukan sekadar tambahan.

Revitalisasi kampung wayang juga sangat bergantung pada sistem kebijakan dan kerja sama dari berbagai pihak. Dukungan pemerintah melalui bantuan pelatihan, akses pinjaman, serta promosi yang terpadu menjadi hal yang sangat penting dalam menjaga kelanjutan inisiatif (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2022). Di tingkat global, UNWTO (2018) menekankan pentingnya kerja sama dari berbagai pihak dalam pengembangan destinasi wisata yang berbasis budaya, agar dapat menciptakan model yang mampu beradaptasi dan tahan terhadap perubahan. Dalam konteks Desa Kepuhsari, kerja sama antara para pengrajin, pemerintah desa, akademisi, dan komunitas kreatif bisa membentuk lingkungan yang lebih solid dibandingkan jika pengembangan dilakukan secara pribadi oleh seseorang saja.

Oleh karena itu, inovasi tumbler bermotif wayang tidak bisa dianggap sebagai solusi yang langsung bisa diterapkan, melainkan sebagai langkah pertama dalam proses revitalisasi yang berkelanjutan. Ia merupakan bagian dari strategi bertahap yang menggabungkan pelestarian budaya, pengembangan produk baru, keterlibatan masyarakat, serta penerapan teknologi secara bersamaan. Diskusi ini menunjukkan bahwa budaya lokal tidak perlu dijaga

dalam bentuk yang kaku dan tertutup, melainkan bisa terus berkembang secara alami selama proses penyesuaian tetap menjaga nilai-nilai dan identitas yang menjadi dasarnya. Dalam kerangka ini, revitalisasi kampung wayang di Desa Kepuhsari bukan sekadar proyek untuk meningkatkan ekonomi, tetapi juga menjadi cara belajar sosial tentang bagaimana tradisi dan kehidupan modern bisa saling berkomunikasi secara bermanfaat.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan semua kegiatan dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa revitalisasi kampung wayang di Desa Kepuhsari bukan hanya sekadar pengembangan produk, tetapi lebih dari itu, merupakan proses perubahan sosial dan budaya yang fleksibel serta menyesuaikan dengan kondisi sekitarnya. Inovasi tumbler berdesain wayang menjadi contoh nyata upaya menghubungkan tradisi dengan dunia modern melalui pendekatan ekonomi kreatif yang sesuai dengan konteks lokal.

Kegiatan ini menunjukkan bahwa masalah utama yang dihadapi para pengrajin bukan karena kurangnya nilai budaya, melainkan karena terbatasnya variasi produk, pemilah pasar, dan penggunaan teknologi digital. Oleh karena itu, pendekatan yang melibatkan partisipasi menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa inovasi yang dihasilkan tetap bersumber dari nilai-nilai lokal sekaligus mampu memenuhi kebutuhan pasar saat ini.

Secara konsep, inovasi ini menunjukkan bahwa pelestarian budaya tidak selalu harus dilakukan dengan cara mengawetkan bentuk yang kaku. Budaya bisa tetap hidup dengan cara diartikan ulang selama makna simbolik dan filosofisnya tetap dijaga. Namun begitu, proses menjual produk tetap harus hati-hati menghadapi risiko hilangnya makna produk dan pentingnya menjaga kualitas yang tetap sama.

Dari segi keberlanjutan, proses revitalisasi kampung wayang membutuhkan penggabungan antara inovasi produk, peningkatan kemampuan pengelolaan, penerapan teknologi digital, serta bantuan dari kebijakan pemerintah dan kerja sama antar berbagai pihak. Tanpa sistem pendukung yang cukup, inovasi yang ada bisa berhenti hanya jadi proyek sementara. Namun, jika strategi ini diterapkan secara terus menerus, Desa Kepuhsari memiliki kesempatan untuk menjadi contoh desa wisata yang berbasis budaya, fleksibel, melibatkan masyarakat, dan memiliki kemampuan untuk bersaing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sangat tulus kepada Sekretariat Kampung Wayang Desa Kepuhsari, khususnya kepada Ibu Retno Lawiyani, beserta seluruh para

pengrajin wayang dan warga Desa Kepuhsari yang telah berpartisipasi aktif serta mendukung penuh dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Keterbukaan, kerja sama, dan partisipasi yang diberikan sangat berpengaruh dalam kelancaran seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari tahap persiapan hingga pelaksanaannya di lapangan.

Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih dan apresiasi kepada pihak kampus yang telah memberikan dukungan dan fasilitas sehingga kegiatan pengabdian ini dapat berjalan dengan baik. Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang berguna selama proses perencanaan, pelaksanaan, hingga penyusunan laporan kegiatan pengabdian ini.

Penulis harap kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan Kampung Wayang Desa Kepuhsari, terutama dalam upaya melestarikan seni tatah sungging wayang, memperkuat ekonomi kreatif berbasis budaya, serta meningkatkan peran generasi muda dalam menjaga dan mengembangkan warisan budaya lokal.

REFERENSI

- Bendix, R. (2009). Heritage between economy and politics: An assessment from the perspective of cultural anthropology. In *Handbook of material culture* (pp. 253–269).
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice*. Pearson.
- Hadi, S. (2017). Pelestarian budaya lokal dalam konteks globalisasi. *Jurnal Kebudayaan Nusantara*, 5(2), 89–102.
- Howkins, J. (2013). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Pedoman pengembangan desa wisata berkelanjutan*. Kemenparekraf RI.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2022). *Strategi penguatan ekonomi kreatif nasional*. Kemenparekraf RI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press. <https://doi.org/10.1007/978-1-349-11336-1>
- Rahmawati, D., & Nugroho, S. (2018). Regenerasi perajin dalam industri kerajinan tradisional. *Jurnal Sosial Humaniora*, 11(2), 145–158.
- Suansri, P. (2003). *Community-based tourism handbook*. Responsible Ecological Social Tours Project.
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2019). *Kewirausahaan: Pendekatan karakteristik wirausahawan sukses*. Kencana.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan dan tantangan*. Ghalia Indonesia.

- UNWTO. (2018). *Tourism and culture synergies*. World Tourism Organization.
- Widodo, A., & Prasetyo, B. (2020). Partisipasi masyarakat dalam pengembangan desa wisata berbasis budaya. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 16(1), 45–58.
- Zahra, A., & Lestari, R. (2022). Inovasi produk berbasis budaya dalam ekonomi kreatif lokal. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 7(1), 23–37.