

Strategi Pemasaran Kerajinan Topeng Ganongan Untuk Melestarikan Budaya Lokal

Adelia Arda Fitrarizqiany¹, Arik Dwijayanto²

¹ Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia

² Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia

Abstract

Ganongan crafts, which are one of the traditional cultural icons of Ponorogo, play an important role in maintaining and preserving local cultural heritage. However, technological developments and changes in consumer preferences threaten the sustainability of this craft. This article aims to explore various marketing strategies that can be used to maintain and develop ganongan crafts, so that they can continue to exist amidst modern product competition. This research was carried out using a qualitative descriptive method, using a case study approach on several craftsmen in Dukuh Mirah, Nambang Rejo village, Sukorejo, Ponorogo. This research found that the success of preserving Ganongan crafts was greatly influenced by the craftsmen's ability to adopt innovative and adaptive marketing strategies. Several strategies that have proven effective include strengthening brand identity through distinctive cultural stories, using social media to increase public awareness, and collaborating with various parties such as the government, the arts community and academics to expand marketing networks. Apart from that, product diversification by combining traditional and contemporary elements is also key in attracting the interest of the younger generation.

Keywords

Craft; Marketing; Strategy

Corresponding Author

Adelia Arda Fitrarizqiany

Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia; Adeliaarda17@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Reog Ponorogo adalah salah satu warisan budaya Indonesia yang patut disyukuri. Seni ini bukan hanya sekadar hiburan tetapi juga mencerminkan identitas dan kekayaan budaya masyarakat Ponorogo (Kristiyana & Rapini, 2017). Di tengah arus globalisasi dan modernisasi budaya Reog Ponorogo dihadapkan pada tantangan untuk tetap relevan dan lestari. Salah satu tokoh utama dalam seni ini adalah Ganongan. Ganongan merupakan sosok patih yang cerdik dan humoris yang sering menjadi daya tarik utama dalam pertunjukan. Keterampilan Ganongan dalam membuat topeng dan atribut lainnya memiliki peranan penting dalam menjaga kelestarian seni Reog Ponorogo.

Kerajinan Ganongan memiliki potensi ekonomi yang besar, baik di pasar lokal maupun internasional. Topeng Ganongan yang unik dan berwarna-warni diminati oleh para kolektor dan penggemar seni (Nurfaidah et al., 2024). Barang-barang lain seperti pakaian dan aksesoris Ganongan



juga memiliki nilai jual yang tinggi. Pengembangan kerajinan Ganongan tidak hanya berkontribusi pada pelestarian budaya, tetapi juga dapat meningkatkan kesejahteraan para pengrajin dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Meskipun memiliki potensi yang besar, para pengrajin Ganongan menghadapi berbagai tantangan dalam memasarkan barang dagangan mereka. Kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan akses pasar terutama di era digital. Banyak pengrajin masih menggunakan cara-cara konvensional untuk memasarkan produk mereka seperti menjual langsung di sekitar tempat pertunjukan Reog atau mengandalkan pesanan dari mulut ke mulut (Fitriana et al., 2020). Selain itu, kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran modern dan branding membuat produk-produk mereka sulit bersaing dengan barang-barang impor yang diperkenalkan secara gencar.

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi adalah kaum pengrajin yang mengalami penurunan generasi. Banyak dari generasi muda yang tidak tertarik untuk mempelajari dan melanjutkan proses produksi kerajinan. Hal tersebut terjadi karena beberapa faktor, antara lain kurangnya apresiasi terhadap budaya lokal, jumlah pelatihan dan pendampingan yang diberikan kepada calon pengrajin masih sangat minim, dan rendahnya penghasilan yang diperoleh dari penjualan kerajinan Ganongan.

Para pengrajin Ganongan khususnya yang berada di daerah pedesaan seringkali mengalami kesulitan dalam memperoleh akses pasar yang lebih luas. Mereka harus menjual barang dengan cara dipajang di pasar setempat atau harus menunggu permintaan dari kelompok Reog. Oleh karena itu, ekspansi bisnis mereka terbatas dan mereka juga tidak mampu menghadapi fluktuasi pasar. Di era digital, di mana transaksi jual beli semakin banyak dilakukan secara online, pengrajin Ganongan perlu beradaptasi dan memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar mereka.

Pasar kerajinan Ganongan juga menghadapi persaingan dengan produk impor sejenis terutama dari negara tetangga dan pada umumnya produk impor dijual dengan harga lebih murah meskipun kualitas produknya tidak sebaik produk lokal. Hal ini menyebabkan pelanggan terutama pelanggan yang sensitif terhadap harga lebih memilih produk impor dibandingkan produk lokal. Itu sebabnya, pengrajin Ganongan harus meningkatkan daya saing dari segi kualitas, desain dan harga dalam menghadapi pasar yang semakin kompetitif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran kerajinan topeng Ganongan sebagai salah satu upaya untuk melestarikan budaya lokal bagi para pengusaha kerajinan tersebut. Penelitian ini juga diharapkan mampu mengatasi permasalahan pelestarian budaya sehingga terlalu bersifat komersial.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam tentang strategi pemasaran kerajinan topeng Ganongan dalam melestarikan budaya lokal Dukuh Mirah, Desa Nambangrejo, Sukorejo, Ponorogo. Penelitian kualitatif melibatkan beberapa langkah, termasuk pemilihan topik dan fokus penelitian, penentuan metode pengumpulan data, pengumpulan data melalui wawancara atau observasi, analisis data untuk mengidentifikasi tema atau pola, serta penulisan laporan yang menginterpretasikan hasil penelitian.

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian terdiri dari pengrajin Ganongan Di Dukuh Mirah, Desa Nambangrejo, Sukorejo, Ponorogo

b. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi.

- Wawancara mendalam dilakukan dengan pengrajin Ganongan secara mendalam guna mengetahui permasalahan yang ada dalam pemasaran produk Ganongan. (Matthew B. Miles and A. Michael Huberman, 1994).
- Observasi partisipatif: melibatkan pengamatan langsung terhadap aktivitas pemasaran kerajinan Ganongan. Peneliti mengamati respon pembeli, interaksi antara pengrajin dan pembeli, serta hambatan dan tantangan yang dimiliki pengrajin.
- Dokumentasi mencakup pengumpulan data berupa foto pelatihan, foto sebelum dan sesudah pelatihan. Data ini digunakan untuk membandingkan efektivitas pelatihan yang berlangsung (Lexy J. Moleong, 2017)

c. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif dengan pendekatan tematik. Langkah pertama dalam analisis ini adalah transkripsi wawancara dan catatan observasi. Selanjutnya, data dikodekan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan strategi pemasaran kerajinan topeng Ganongan dalam melestarikan budaya lokal. (Yvonna S. Lincoln and Egon G. Guba, 1985).

d. Validitas Data

Untuk memastikan validitas dan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu menggabungkan berbagai sumber data (wawancara, observasi, dan dokumentasi) untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang fenomena yang diteliti (Uwe Flick, 2015).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Nambangrejo merupakan salah satu desa yang memiliki kekayaan budaya yang sangat

berharga, salah satunya adalah kerajinan Topeng Ganongan yang merupakan bagian dari kesenian Reog Ponorogo. Topeng Ganongan ini tidak hanya berfungsi sebagai hasil kerajinan tangan yang indah, tetapi juga sebagai simbol identitas budaya lokal yang sarat dengan nilai-nilai historis dan tradisional. Keberadaan Topeng Ganongan di Desa Nambangrejo mencerminkan kekayaan warisan nenek moyang yang telah terjaga selama berabad-abad dan menjadi bagian integral dari kehidupan sosial dan budaya masyarakat setempat. Namun, tantangan utama yang dihadapi oleh para pengrajin di desa ini adalah bagaimana memastikan bahwa kerajinan tersebut tidak hanya dikenal di tingkat lokal, tetapi juga dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa kehilangan esensi budayanya.

Topeng Ganongan memiliki nilai budaya yang tinggi, menggambarkan sosok Bujang Ganong, seorang patih muda yang penuh semangat dalam cerita Reog Ponorogo (Setiyaji & Hanif, 2018). Ciri khas dari Topeng Ganongan ini terletak pada ekspresi wajah yang menyeramkan, dengan hidung panjang, mata yang melotot tajam, dan mulut terbuka lebar, serta rambut yang lebat dan terurai. Ekspresi ini bukan hanya sekadar hiasan, tetapi memiliki makna simbolis yang kuat, menggambarkan keberanian dan kekuatan. Selain menjadi simbol budaya yang kaya akan nilai-nilai tradisional, topeng ini juga menjadi daya tarik utama dalam setiap pertunjukan seni Reog Ponorogo. Penari yang mengenakan Topeng Ganongan selalu menarik perhatian penonton dengan gerakan akrobatik yang energik dan memukau, menciptakan suasana yang penuh semangat dan kegembiraan. Melalui penampilan yang dinamis dan penuh kekuatan ini, Topeng Ganongan tidak hanya berhasil mempertahankan posisinya sebagai ikon budaya, tetapi juga terus menarik minat penonton dari berbagai kalangan, baik lokal maupun mancanegara.

Meskipun Topeng Ganongan memiliki nilai budaya yang kuat dan mendalam, pemasaran produk ini menghadapi berbagai tantangan signifikan, terutama dalam upaya mempertahankan relevansi di tengah perubahan preferensi konsumen modern. Saat ini, generasi muda cenderung lebih tertarik pada produk-produk yang praktis, modern, dan mudah diakses, yang sering kali membuat produk tradisional seperti topeng ini harus bersaing keras untuk mendapatkan perhatian. Tantangan ini semakin terasa ketika nilai-nilai budaya yang terkandung dalam Topeng Ganongan, yang merupakan simbol dari kekayaan tradisi Reog Ponorogo, tidak sepenuhnya dipahami atau diapresiasi oleh audiens muda. Untuk mengatasi hambatan ini, diperlukan strategi pemasaran yang lebih kreatif dan adaptif, yang tidak hanya mempromosikan produk, tetapi juga menghidupkan kembali minat dan penghargaan terhadap seni tradisional ini. Salah satu pendekatan yang dapat diambil adalah melalui pembuatan konten digital yang menarik dan inovatif, seperti video yang menampilkan keunikan dan keindahan Topeng Ganongan. Konten-konten ini harus dirancang sedemikian rupa agar mampu menarik perhatian audiens muda dengan cara yang relevan bagi mereka, misalnya dengan menggabungkan elemen-elemen visual yang kuat, cerita yang inspiratif, dan penggunaan platform

media sosial yang mereka gunakan sehari-hari. Dengan demikian, Topeng Ganongan tidak hanya dapat mempertahankan posisinya sebagai produk budaya yang berharga, tetapi juga menemukan kembali relevansinya di era digital, sehingga mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam.

Keterbatasan dalam branding dan diferensiasi produk menjadi tantangan besar dalam pemasaran kerajinan Ganongan. Untuk menarik perhatian pasar yang lebih luas, Topeng Ganongan perlu dibedakan dari produk lain agar memiliki daya tarik yang unik dan khas. Dalam hal ini, pengembangan merek yang kuat menjadi sangat penting, di mana penciptaan logo, tagline, dan materi promosi yang menarik dapat memainkan peran kunci dalam memperkuat identitas budaya Topeng Ganongan di pasar. Dengan branding yang tepat, Topeng Ganongan tidak hanya akan dikenal sebagai produk budaya, tetapi juga sebagai simbol tradisi yang memiliki nilai estetika dan historis yang tinggi, sehingga mampu menarik minat konsumen baik di tingkat lokal maupun internasional (Keller, 2009).

Pelestarian budaya Topeng Ganongan dapat diwujudkan melalui penerapan berbagai strategi pemasaran digital yang efektif dan inovatif. Strategi digital marketing yang efektif memerlukan pemahaman yang mendalam tentang perilaku konsumen online dan mengoptimalkan konten digital. (Chaffey & Ellis. 2019). Dalam era digital saat ini, platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube menjadi alat yang sangat ampuh untuk mempromosikan produk budaya ini kepada audiens yang lebih luas, tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga global. Media Sosial memberikan kesempatan bagi bisnis kecil untuk memasarkan produk mereka dengan biaya yang relative rendah namun dengan potensi jangkauan yang lebih luas. (Keplan & Haenlein. 2010). Untuk menarik minat konsumen, terutama generasi muda yang lebih aktif di dunia maya, konten yang dihasilkan harus menonjolkan keunikan dan keindahan kerajinan Ganongan. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan foto dan video berkualitas tinggi yang mampu memvisualisasikan detail artistik dan nilai historis dari Topeng Ganongan. Video yang menampilkan proses pembuatan topeng, serta pertunjukan Reog Ponorogo di mana topeng ini digunakan, dapat memberikan daya tarik visual yang kuat. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi sarana pemasaran, tetapi juga alat edukasi yang memperkenalkan dan mempertahankan warisan budaya lokal kepada generasi muda, sekaligus memperkuat identitas budaya di era modern.

Selain strategi pemasaran, edukasi dan peningkatan kesadaran mengenai nilai budaya dari kerajinan Ganongan juga harus menjadi prioritas utama. Melalui program-program edukatif seperti workshop, seminar, dan pameran, masyarakat dapat lebih memahami pentingnya melestarikan produk budaya lokal seperti Topeng Ganongan. Workshop dapat memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam proses pembuatan topeng, sehingga mereka tidak hanya mengenal, tetapi juga merasakan sendiri kompleksitas dan seni di balik kerajinan ini. Seminar dapat menghadirkan para ahli budaya dan praktisi seni yang membahas sejarah, makna simbolis, dan relevansi Topeng Ganongan

dalam konteks budaya modern. Pameran yang menampilkan koleksi topeng Ganongan, beserta penjelasan mengenai perannya dalam kesenian Reog Ponorogo, dapat menarik minat masyarakat luas dan memperdalam apresiasi mereka terhadap warisan budaya ini. Dengan demikian, program-program edukatif ini tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan kesadaran, tetapi juga sebagai upaya untuk menanamkan rasa bangga dan tanggung jawab dalam melestarikan budaya lokal. Melalui kolaborasi dengan sekolah, komunitas, dan institusi budaya, program-program ini dapat mencapai audiens yang lebih luas dan beragam, sehingga membantu mengukuhkan Topeng Ganongan sebagai bagian integral dari identitas budaya Indonesia.

Keterlibatan komunitas, terutama para pengrajin Ganongan dan pemuda-pemudi di Desa Nambangrejo, merupakan kunci utama dalam upaya pelestarian budaya dan pengembangan ekonomi lokal. Dengan melibatkan mereka secara aktif dalam pelatihan dan workshop tentang strategi pemasaran digital, para pengrajin dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru yang diperlukan untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Pelatihan ini bisa mencakup cara mengoptimalkan penggunaan platform online seperti WhatsApp Business dan Marketplace Facebook, di mana mereka bisa mempromosikan dan menjual produk mereka kepada konsumen yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada pasar lokal tetapi juga nasional bahkan internasional. Pengrajin yang sebelumnya mungkin terbatas pada metode pemasaran tradisional, melalui pelatihan ini akan mampu memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk mereka di era globalisasi.

Keterlibatan pemuda-pemudi desa dalam inisiatif ini sangat penting, mengingat mereka lebih akrab dengan teknologi dan memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan dalam pelestarian dan promosi budaya lokal. Mereka dapat memainkan peran penting dalam menciptakan konten digital yang menarik, seperti foto, video, dan cerita yang mempromosikan keunikan Topeng Ganongan. Dengan demikian, para pemuda dapat berkontribusi tidak hanya dalam menjaga warisan budaya mereka tetapi juga dalam membangun perekonomian desa melalui pemasaran digital yang efektif. Kerja sama antara generasi muda dan para pengrajin senior ini akan menciptakan sinergi yang kuat, di mana inovasi bertemu dengan tradisi, memungkinkan budaya Topeng Ganongan untuk terus hidup dan berkembang di tengah tantangan zaman yang terus berubah.

Keterlibatan aktif masyarakat dalam proses pelestarian budaya Topeng Ganongan membawa dampak yang signifikan tidak hanya dalam peningkatan omset penjualan tetapi juga dalam memperkuat rasa memiliki terhadap budaya lokal. Ketika masyarakat, termasuk para pengrajin, pemuda, dan komunitas luas, terlibat secara langsung dalam berbagai kegiatan pelestarian seperti produksi, promosi, dan pemasaran, mereka merasa menjadi bagian dari upaya bersama untuk menjaga warisan budaya mereka tetap hidup. Partisipasi ini menciptakan rasa kebanggaan dan tanggung jawab

bersama yang pada akhirnya memperkuat identitas budaya Desa Nambangrejo. Dengan meningkatkan omset penjualan melalui promosi yang efektif, masyarakat dapat melihat hasil nyata dari usaha mereka, yang pada gilirannya akan mendorong keterlibatan lebih lanjut dan kesinambungan dalam melestarikan budaya ini.

Keterlibatan masyarakat juga memiliki dampak jangka panjang dalam membangun kesadaran dan apresiasi di kalangan generasi muda terhadap pentingnya warisan budaya mereka. Ketika generasi muda melihat nilai ekonomi dan sosial dari pelestarian budaya, mereka akan lebih terdorong untuk menghargai dan melestarikan warisan nenek moyang mereka. Mereka tidak hanya melihat Topeng Ganongan sebagai produk kerajinan, tetapi juga sebagai simbol identitas yang harus dilestarikan dan dibanggakan. Dengan demikian, keterlibatan masyarakat tidak hanya berfungsi untuk mempertahankan warisan budaya, tetapi juga untuk menanamkan nilai-nilai penting dalam diri generasi muda, yang akan menjadi penerus dalam menjaga dan mempromosikan kekayaan budaya lokal di masa depan.

Melalui penerapan strategi pemasaran digital yang tepat, kerajinan Topeng Ganongan memiliki potensi untuk dikenal lebih luas dan tetap lestari sebagai simbol budaya lokal yang penting. Strategi pemasaran digital yang melibatkan penggunaan platform online seperti Instagram, Facebook, dan YouTube dapat menjangkau audiens yang lebih besar, baik di tingkat nasional maupun internasional. Dengan memanfaatkan konten berkualitas tinggi dan teknik pemasaran yang inovatif, Topeng Ganongan dapat diperkenalkan kepada generasi muda dan masyarakat luas sebagai bagian dari kekayaan budaya Indonesia yang unik dan menarik. Ini memungkinkan kerajinan tersebut untuk mendapatkan perhatian dan penghargaan yang layak, serta meningkatkan visibilitasnya di pasar global.

Upaya pemasaran digital ini bukan hanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk, tetapi juga untuk memberikan penghargaan dan pelestarian terhadap seni tradisional yang kaya akan nilai-nilai budaya. Dengan memperkenalkan Topeng Ganongan melalui berbagai saluran digital, masyarakat tidak hanya dapat merasakan keindahan dan keunikan kerajinan ini, tetapi juga memahami makna dan nilai yang terkandung di dalamnya. Ini membantu menciptakan kesadaran akan pentingnya melestarikan tradisi dan budaya lokal, serta menanamkan rasa bangga terhadap warisan budaya di kalangan masyarakat. Pemasaran digital yang efektif juga berperan dalam menjaga relevansi seni tradisional di tengah perubahan zaman dan preferensi konsumen.

Dengan demikian, Topeng Ganongan tidak hanya akan terus hidup dan berkembang sebagai bagian integral dari identitas budaya masyarakat Ponorogo dan Indonesia secara umum, tetapi juga akan berkontribusi pada pelestarian warisan budaya yang lebih luas. Keberhasilan strategi pemasaran digital dapat menjadi model bagi usaha pelestarian budaya lainnya, menunjukkan bagaimana teknologi

modern dapat berfungsi sebagai alat yang kuat dalam menjaga dan mempromosikan tradisi yang berharga. Sebagai hasilnya, Topeng Ganongan akan terus menjadi simbol budaya yang dihargai dan dirayakan, menjaga koneksi antara generasi masa lalu, sekarang, dan mendatang dalam konteks identitas budaya yang berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Topeng Ganongan ini tidak hanya berfungsi sebagai hasil kerajinan tangan yang indah, tetapi juga sebagai simbol identitas budaya lokal yang sarat dengan nilai-nilai historis dan tradisional. Namun, tantangan utama yang dihadapi oleh para pengrajin di desa ini adalah bagaimana memastikan bahwa kerajinan tersebut tidak hanya dikenal di tingkat lokal, tetapi juga dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa kehilangan esensi budayanya. Penari Topeng Ganongan yang menarik perhatian penonton dengan gerakan akrobatik yang energik dan memukau serta menciptakan suasana yang penuh semangat dan kegembiraan, dengan penampilan yang dinamis dan penuh kekuatan ini, Topeng Ganongan tidak hanya berhasil mempertahankan posisinya sebagai ikon budaya, tetapi juga terus menarik minat penonton dari berbagai kalangan, baik lokal maupun mancanegara. Meskipun Topeng Ganongan memiliki nilai budaya yang kuat dan mendalam, pemasaran produk ini menghadapi berbagai tantangan signifikan, terutama dalam upaya mempertahankan relevansi di tengah perubahan preferensi konsumen modern. Topeng Ganongan tidak hanya dapat mempertahankan posisinya sebagai produk budaya yang berharga, tetapi juga menemukan kembali relevansinya di era digital, sehingga mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam. Untuk menarik perhatian pasar yang lebih luas, Topeng Ganongan perlu dibedakan dari produk lain agar memiliki daya tarik yang unik dan khas. Dengan branding yang tepat, Topeng Ganongan tidak hanya akan dikenal sebagai produk budaya, tetapi juga sebagai simbol tradisi yang memiliki nilai estetika dan historis yang tinggi, sehingga mampu menarik minat konsumen baik di tingkat lokal maupun internasional. Dalam era digital saat ini, platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube menjadi alat yang sangat ampuh untuk mempromosikan produk budaya ini kepada audiens yang lebih luas, tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga global. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi sarana pemasaran, tetapi juga alat edukasi yang memperkenalkan dan mempertahankan warisan budaya lokal kepada generasi muda, sekaligus memperkuat identitas budaya di era modern. Pameran yang menampilkan koleksi topeng Ganongan, beserta penjelasan mengenai perannya dalam kesenian Reog Ponorogo, dapat menarik minat masyarakat luas dan memperdalam apresiasi mereka terhadap warisan budaya ini.

REFERENSI

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: Free Press.
- Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson.
- Fitriana, F., Hilman, Y. A., & Triono, B. (2020). Peran dinas pariwisata dan kebudayaan dalam upaya pelestarian kesenian budaya lokal. *Jurnal Inovasi Ilmu Sosial Dan Politik (JISoP)*, 2(1), 1–10.
- Hess.T. Matt, C. Benlian, A. & Wiesböck, F. (2016). Options for Formulating a Digital Transformation Strategy. *MIS Quarterly Executive*, 15(2), 123-139.
- Hirschman, E. C. (1983). Aesthetics, Ideologies and the Limits of the Marketing Concept. *Journal of Marketing*, 47(3), 45-55.
- Keller, K. L. (2009). Building Strong Brands in a Modern Marketing Communications Environment. *Journal of Marketing Communications*, 15(2-3), 139-155.
- Kristiyana, N., & Rapini, T. (2017). Dinamika Usaha Pengrajin Reog Ponorogo. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga Vol. 2. No. 1* (2017), 2(1), 149–164.
- Lexy J. Moleong (2017) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Matthew B. Miles and A. Michael Huberman. (1994) *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*, 2nd ed. Thousand Oaks, CA: : Sage Publications.
- Nurfaidah, G. D. S., Nasution, R. D., Hilman, Y. A., & Ridho, I. N. (2024). Upaya Dinas Pariwisata dalam Meningkatkan Resiliensi Pengrajin Reyog di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 14(1).
- Pine, B. J. & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business Review Press.
- Sari, A. P., & Sembiring, J.* (2021). Strategi Pemasaran Kerajinan Lokal dalam Meningkatkan Daya Saing di Pasar Global. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 13(3), 45-60.
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson.
- Setiyanto, A. (2017). Reog Ponorogo: Seni Tradisi, Simbol Budaya, dan Identitas Kolektif. *Jurnal Kebudayaan*, 15(2), 102-114
- Simone, A. & Broega, A. C. (2017). The Impact of Culture on the Buying Process of Traditional Products. In *Advances in Fashion and Design Research* (pp. 65-72). CRC Press.
- Yuliana, E.* (2019). Pemasaran Produk Kreatif Berbasis Budaya: Studi Kasus Kerajinan Tangan di Bali. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 8(1), 77-89.
- Yvonna S. Lincoln and Egon G. Guba (1985) *Naturalistic Inquiry*. Newbury Park, CA: Sage Publications.

