

PELATIHAN PEMBUATAN ENAMEL KULINER BERMOTIF BATIK BELANDA (1840-1940) BAGI MASYARAKAT KAMPOENG HERITAGE KAJOETANGAN

Lisa Sidyawati¹, Agus Purnomo², Abdul Rahman Prasetyo³
^{1,3}Jurusan Seni dan Desain, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang
²Jurusan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Malang
e-mail: lisa.sidyawati.fs@um.ac.id

Abstrak

Kampoeng Heritage Kajoetangan terletak di dalam sebuah gang di Jalan Jend. Basuki Rachmat Gg. VI dan ini dikelola oleh Pokdarwis dalam manajemen wisata maupun perawatan spot-spot heritaganya, terdapat 32 spot di dalam kampung yang bisa dikunjungi wisatawan, diantara spot-spot tersebut terdapat spot andalan kuliner lawasan yang termasuk dalam sajian perjalanan Susur Kampung, spot ini sering disinggahi wisatawan ketika melepas lelah berjalan. Terdapat 3 spot kuliner yaitu: Rumah Mbah Ndut, Omah Dawet Ireng, dan Rumah Jamu. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah spot kuliner ini belum ter-branding dengan baik untuk menjadi suasana Indische karena keterbatasan kemampuan dan keterampilan warga dalam membuat branding, masyarakat masih menggunakan alat seadanya yang dimiliki, padahal dalam sebuah kuliner hal ini menjadi sangat berarti dan utama. Tujuan pengabdian ini adalah pelatihan pembuatan perlengkapan spot-spot kuliner dengan teknik batik lukis motif Belanda (1840-1940) berbahan enamel sebagai penguatan identitas indische. Metode pengabdian yang dilakukan adalah Participatory Rural Appraisal (PRA) atau Pemahaman Partisipatif Kondisi di Pedesaan (PRA) dengan tahapan Pelaksanaan program dibagi menjadi tiga bagian yaitu: (1) Tahap identifikasi produk serta sosialisasi, (2) Tahap praktek serta pendampingan; (3) Tahap monitoring serta evaluasi. Produk yang dihasilkan dalam pengabdian ini adalah cangkir, mug, teko, wakul nasi, piring dan nampan yang dibatik lukis dengan motif Batik Belanda.

Kata kunci: Kuliner, Enamel, Batik, Motif Belanda

Abstract

Kampoeng Heritage Kajoetangan is located in an alley on Jalan Jend. Basuki Rachmat Gg. VI and this is managed by Pokdarwis in tourism management and maintenance of heritage spots, there are 32 spots in the village that can be visited by tourists, among these spots, there are old culinary mainstay spots which are included in the Susur Kampung trip, this spot is often visited by tourists when you are tired of walking. There are 3 culinary spots, namely: Mbah Ndut's House, Omah Dawet Ireng, and the Herbal House. The problem faced by partners is that this culinary spot has not been branded properly to become an Indische atmosphere because of the limited ability and skills of citizens in making branding, people still use the tools they have, even though in a culinary this is very meaningful and important. The purpose of this service is training in making equipment for culinary spots with the Dutch motif painting batik technique (1840-1940) made of enamel as a reinforcement of Indische identity. The service method carried out is Participatory Rural Appraisal (PRA) or Participatory Understanding of Conditions in Rural (PRA) with the program implementation stages divided into three parts, namely: (1) Product identification and socialization stages; (2) Practice and mentoring stages; (3) The monitoring and evaluation stages. The products produced in this service are cups, mugs, teapots, rice bowls, plates, and trays that are painted with Dutch Batik motifs.

Keywords: Culinary, Enamel, Batik, Dutch Motif

PENDAHULUAN

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Malang (<https://malangkota.bps.go.id/>), angka kunjungan turis asing ke Kota Malang per akhir 2019 (sebelum pandemi) meningkat sampai lebih dari 100 % tidak seperti tahun 2018 (BPS, 2020). Terdapat 16.286 turis asing di tahun 2019 sedangkan tahun-tahun sebelumnya dimana jumlah turis asing yang hanya sekitar 15 ribuan turis. Angka tersebut lebih tinggi dari target yang telah diproyeksikan Pemerintah Kota Malang. Angka ini membuat Kota Malang dinobatkan sebagai salah satu kota yang dengan urutan tertinggi

kunjungan dibandingkan Bali, DIY, dan Bandung, begitu juga turis lokal yang datang ke Kota Malang juga mengalami peningkatan pesat di tahun tersebut.

Jika Kabupaten Malang memiliki ikon Topeng Panji, maka Kota Malang terkenal dengan kawasan bangunan heritage yang masih terjaga keasliannya. Aset tersebut yang membedakan Kota Malang dengan Kabupaten Malang dan Kota Batu. Dilansir dari media massa daring Malang Times, Kepala DISPORAPAR Kota Malang juga menjelaskan bahwa yang membuat turis asing sengaja berkunjung adalah daya tarik kenangan dan bangunan heritage kepunyaan Kota Malang. Selain itu menurut survei tim pengabdian, wisatawan lokal dan asing yang datang sering berkunjung ke kawasan Ijen dan sekitarnya yang notabene terdapat bangunan heritage tersebut (Anggraeni, 2020).

Selain di kawasan Ijen, di wilayah Kayutangan juga banyak bangunan heritage yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan. Sejarah wilayah Malang tidak bisa dipisahkan dari keberadaan wilayah Kayutangan. Pada masa kolonial Belanda, wilayah ini menjadi pusat bisnis yang bahkan bisa bertahan sampai sekarang. Letaknya tepat di jantung Kota Malang karena dekat dengan alun-alun. Banyak bangunan-bangunan yang didirikan oleh Belanda yang tetap dipertahankan bentuk sesuai aslinya.

Diantara bangunan heritage tersebut, terdapat sebuah kampung yang terletak di dalam gang di Jalan Jend. Basuki Rachmat, Kauman, Kec. Klojen, Kota Malang. Kampung ini merupakan satu diantara destinasi wisata oleh wisatawan lokal maupun mancanegara yang bernama Kampoeng Heritage Kajoetangan. Didalam kampung ini, budaya Indische eksistensinya masih dapat dirasakan dan dipelajari, artefaknya yang berbentuk rumah turun temurun dari generasi ke generasi juga masih dijaga keasliannya. Informasi mengenai bangunan heritage dapat dilihat pada plakat yang dipasang di depan rumah. Rumah tertua yang bisa diidentifikasi tercatat dibangun pada 1870, yang sampai sekarang juga tetap dinamai dengan nama Rumah 1870. Selain itu, banyak juga bangunan yang dibuat dalam kurun 1920-1940 dengan model atap pelana yang merupakan salah satu ciri khas model indische.

Kampoeng Heritage Kajoetangan dikelola oleh Pokdarwis KJT dalam manajemen wisata maupun perawatan spot-spot heritaganya, terdapat 32 spot di dalam kampung yang bisa dikunjungi wisatawan, spot tersebut sudah disusun petanya serta terdapat papan petunjuk jalan sehingga wisatawan dapat dengan mudah mengikuti alur dari spot satu ke spot yang lain, spot-spot itu adalah: (1). Rumah Namsin, (2). Rumah Penghulu, (3). Rumah Jengki, (4). Rumah 1870, (5). Rumah Rindu, (6). Rumah Cerobong, (7). Rumah Nyik Aisyah, (8). Rumah Mbah Ndut, (9). Rumah Kartini, (10). Omah Dawet Ireng dan Jajanan Lawas, (11). Rumah Pak Tik, (12). Rumah Pak Sakirman, (13). Rumah Tua, (14). Tangga Seribu, (15). Gubuk Ningrat, (16). Rumah Jacobeb, (17). Galerin Nya' Abbas Akup, (18). Rumah Punden, (19). Rumah Pak Udin, (20). Galeri Pak Eko, (21). Rumah Ranuatmodjo, (22). Langgar Tua, (23). Rumah Jamu, (24). AEO Fotografi dan Galeri Antik, (25). Makam Eyang Honggokusumo, (26). Kuburan Tandak, (27). Pasar Krempyeng, (28). Griya Moeziek, (29). Kali Sukun, (30). Terowongan Semeru, (31). Pintu Rolak, (32). Kali Krangkeng.

Dari paparan spot diatas, dapat kita lihat bahwa bentuk wisata yang ditawarkan adalah wisata edukasi sejarah dan arsitektur Indische, sehingga kampung ini disebut juga Museum on Location. Wisatawan melakukan perjalanan rumah ke rumah atau dikenal dengan Susur Kampung. Wisatawan juga dapat masuk ke dalam rumah untuk merekonstruksi masa lalu, berselfie di spot-spot foto yang disediakan dengan latar belakang barang-barang jadoel, serta menikmati kuliner lawasan.



Gambar 1. Suasana Kampoeng Heritage Kajoetangan

Di Kampoeng Heritage Kajoetangan terdapat spot-spot andalan kuliner lawasan yang termasuk dalam sajian spot wisata perjalanan Susur Kampung, spot ini sering disinggahi wisatawan ketika melepas lelah berjalan. Dilihat dari daftar yang pengabdian jabarkan diatas,

terdapat 3 spot kuliner yang dapat dikunjungi oleh wisatawan yaitu: Rumah Mbah Ndut, Omah Dawet Ireng, dan Rumah Jamu. Di 3 lokasi spot kuliner ini, selain membeli makanan dan minuman, wisatawan juga dapat menikmati suasana kampung sambil beristirahat. Tetapi, terdapat permasalahan yang dihadapi oleh mitra dan dari hasil observasi serta wawancara pengabdian dengan pokdarwis, permasalahan tersebut adalah spot kuliner ini belum ter-branding dengan baik untuk menjadi suasana Indische karena keterbatasan kemampuan dan keterampilan warga dalam membuat branding, sehingga sering terjadi banyak masukan dari wisatawan ketika berkunjung di spot kuliner ini, permasalahan paling signifikan adalah peralatan makan dan minum yang digunakan tidak sesuai dengan konsep Indische, masyarakat masih menggunakan alat seadanya yang dimiliki, padahal dalam sebuah kuliner hal ini menjadi sangat berarti dan utama, seharusnya pengelola menggunakan pilihan alat makan dan minum sesuai dengan konsep yang diusung, sehingga suasana (ambience) yang direncanakan dapat terbangun.



Gambar 2. Spot-spot Kuliner di Kampong Heritage Kajoetangan

Branding dalam hal ini bukan sekedar nama dan logo, *brand* merupakan janji kepada pelanggan untuk memberikan apa yang menjadi identitas dan konsep yang diusung. Bukan hanya manfaat secara fungsional, melainkan juga manfaat secara emosional, ekspresi diri dan sosial. *Brand* adalah sebuah proses tak sebentar yang berkembang melalui persepsi dan pengalaman, penilaian, kepuasan customer terhadap pelayanan yang berhubungan dengan *brand* tersebut. Menurut Kotler (2000), *brand* adalah sebuah nama, istilah, tanda, symbol, rancangan atau kombinasi semua unsur yang digunakan untuk mengenali produk atau jasa individu atau kelompok penjual dari pesaingnya.

Brand berfungsi sebagai sarana ikatan emosional yang kuat antara pelanggan menuju konsumen, tingkatan dalam opsi-opsi strategis dan kekuatan yang memberi dampak terhadap finansial. Sebuah *brand* yang kualitasnya bagus tidak hanya memiliki kekuatan penggambaran produk kepada pelanggan, akan tetapi juga dibuat dan dikembangkan secara konsisten terhadap hal yang menonjol dan unggul dari produk tersebut. Nilai dalam suatu produk biasanya dipahami dengan cara sederhana namun tetap merepresentasikan keseluruhan identitas produk tertentu.

Dari permasalahan di atas dan pentingnya sebuah branding yang dapat menciptakan suasana (ambience) konsep identitas Indische, maka pengabdian membuat sebuah pelatihan untuk meningkatkan ketrampilan warga membuat peralatan makanan dan minuman untuk membranding spot-spot kuliner tersebut agar lebih dikenal wisatawan dan dapat menarik wisatawan lebih banyak lagi untuk datang ke Kampong Heritage Kajoetangan dan membeli kuliner lawasan serta bersantai menikmati spot kuliner tersebut, selain itu wisatawan dapat berfoto-foto di dalam spot kuliner tersebut karena identitas Indische semakin kuat terbangun.

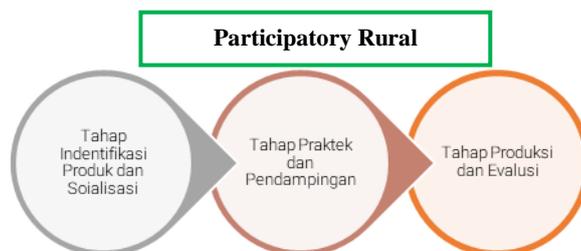
Pengabdian tertarik untuk mengadakan kegiatan pelatihan pembuatan enamel yang mempunyai motif Batik Belanda. Produk yang dihasilkan dalam pelatihan ini terbuat dari bahan enamel yaitu logam yang dilapisi oleh keramik tipis (kaleng kerupuk, cangkir dan tatakannya, teko, termos, wakul nasi, piring dan nampan), selanjutnya peralatan makan ini difinishing dengan motif Batik Belanda.

Batik Belanda adalah salah satu jenis batik dengan motif manusia yang sedang beraktivitas, bahkan ada yang digambarkan dengan motif dongeng (fairy tale) seperti Gadis Berkerudung Merah, Putri Salju, dan lain-lain. Motif ini pertama kali diperkenalkan oleh wanita Belanda di Jawa tahun 1840-1940 bernama Von Franquemont. Batik Belanda karya Von Franquemont, banyak ditiru oleh pencipta dan pengusaha batik lainnya. Von Franquemont mengambil tokoh-tokoh dari berbagai dongeng Eropa. Di Jawa, ia menggantikannya dengan suatu figur mitologis dalam cerita wayang purwa dan cerita hantu ala Indonesia, Batik Belanda adalah salah satu aset perjalanan sejarah

perbatikan di Indonesia yang merupakan akulturasi antara budaya Eropa dan Indonesia, terlihat dari warna yang digunakan diambil dari warna Batik Pesisir (Veldhuisen, 2007).

Produk pelatihan ini memiliki 2 muatan yaitu muatan edukasi dan muatan branding, yang pertama muatan edukasinya adalah pengenalan Batik Belanda kepada generasi muda sebagai salah satu aset sejarah perbatikan di Indonesia yang sekarang disimpan di Museum Dinar Hadi, Surakarta, yang kedua muatan branding yaitu spot-spot wisata kuliner dapat menciptakan identitas dan suasana Indische untuk melengkapi konsep besar Kampong Heritage Kajoetangan agar lebih dinikmati oleh wisatawan dan lebih banyak pengunjung.

METODE



Bagan 1. Pendekatan Participatory Rural Appraisal (PRA)

Langkah-langkah kegiatan pengabdian ini menggunakan prinsip Participatory Rural Appraisal (PRA), yaitu suatu prosedur yang memungkinkan masyarakat secara bersama-sama mencari permasalahan kehidupan dalam rangka merumuskan perencanaan dan kebijakan secara nyata. Jadi PRA ini adalah sekelompok pendekatan yang mengutamakan masyarakat sebagai komponen utama untuk saling berbagi, mengembangkan, dan melakukan analisis terhadap pengetahuan mereka tentang keadaan dan kehidupannya serta menyusun perencanaan dan aktivitas nyata (Chambers, 1994; Ghorbani et al., 2011; Ridwan et al., 2019).

Dalam pengabdian ini, tim pengabdian dengan ketua RW, ketua RT, Pokdarwis dan masyarakat Kampong Heritage Kajoetangan bersama-sama untuk mendiskusikan dan mengerucutkan masalah untuk dicari solusinya, hal ini dilakukan karena pengabdian harus mengetahui keadaan yang sebenarnya di lapangan. Terdapat prinsip dasar yang perlu ada dalam PRA, yaitu: saling bertukar pengalaman, terlibatnya seluruh anggota kelompok dan informasi, fasilitator berasal dari orang luar, konsep triangulasi, serta maksimalisasi hasil (Rochdyanto, 2000).

Perencanaan partisipatif yang akan diterapkan saat pelatihan dapat dilihat dari adanya peran serta masyarakat. Perencanaan partisipatif yang akan dilakukan antara lain sebagai berikut:

- Adanya hubungan yang baik antara ketua RW, Ketua RT, masyarakat Kampong Heritage Kajoetangan, Pokdarwis dengan tim pengabdian.
- Warga masyarakat Kampong Heritage Kajoetangan berkesempatan memaparkan permasalahan yang tengah dihadapi dan berbagai masukan berharga berupa gagasan-gagasan.
- Warga masyarakat Kampong Heritage Kajoetangan memiliki peran penting di setiap pengambilan keputusan.
- Warga masyarakat Kampong Heritage Kajoetangan menerima manfaat sebagai output dari pelatihan yang dilaksanakan.

Program dilaksanakan dengan tiga bagian yaitu: tahap mengidentifikasi produk dan mensosialisasi kepada warga sasaran pelatihan, tahap pembuatan produk dan pendampingan, terakhir tahap monitoring dan evaluasi hasil pelatihan (Adimihardja & Hikmat, 2003).

Tahap pertama adalah mengidentifikasi produk dan mensosialisasi kegiatan. Tahap dimana pengabdian melaksanakan observasi untuk melihat keadaan di lapangan guna menggali permasalahan di sana ada dan alternatif solusi yang diberikan. Selanjutnya, diskusi dilakukan untuk melakukan screening awal terhadap keterampilan dan potensi warga Kampong Heritage Kajoetangan dalam partisipasi pelatihan nantinya.

Tahap kedua adalah praktik dan mendampingi dalam pembuatan produk. Dalam tahapan proses pembuatan produk tim pengabdian melakukan pengawasan terhadap setiap proses dan step-step pembuatan produk dan memberikan masukan untuk setiap langkahnya.

Tahap terakhir adalah tahap monitoring dan evaluasi. Tahap di mana pengabdian mengamati keterampilan peserta dengan melakukan diskusi dan observasi. Tahap ini pula bertujuan untuk

mengamati perkembangan keterampilan warga dalam membuat produk baik secara kualitas maupun kuantitas dan mengevaluasi permasalahan yang ada serta pencarian solusi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan ini dimulai dengan praktek dengan beberapa langkah. Hal pertama yang dilakukan adalah menyiapkan stiker decal bergambar logo dan batik Belanda. Kemudian, pengabdian memberikan instruksi kepada warga Kampong Heritage Kajoetangan untuk menggunting stiker Decal bergambar logo dan batik Belanda yang akan ditempelkan ke Enamel tersebut.



Gambar 3. Menggunting Stiker Decal Bergambar Logo dan Batik Belanda yang akan ditempelkan ke Enamel

Selanjutnya, warga diminta untuk membasahi stiker decal bergambar logo dan batik Belanda tersebut ke dalam wadah air.



Gambar 4. Membasahi Stiker Decal Bergambar Logo dan Batik Belanda ke dalam Wadah Air

Setelah stiker tersebut basah, langkah selanjutnya adalah mengoleskan air ke permukaan enamel yang akan dipasang stiker tadi.



Gambar 5. Mengoleskan air ke permukaan enamel

Setelah permukaan enamel basah merata, kemudian stiker yang sudah dibasahi tersebut ditempelkan ke permukaan enamel yang telah dioles air.



Gambar 6. Menempelkan stiker yang sudah dibasahi

Setelah proses penempelan stiker, proses pengeringan dilakukan dengan menggunakan bantuan hairdryer. Hal ini dilakukan agar mempersingkat waktu pengeringan stiker pada permukaan enamel tersebut.



Gambar 7. Meringkan dengan Hairdryer

Produk yang dihasilkan dalam pengabdian ini adalah cangkir, mug, teko, waku nasi, piring dan nampan yang dibatik lukis dengan motif Batik Belanda.



Gambar 8. Hasil Akhir

Hasil akhir produk yang telah dibuat tim pengabdian dan warga Kampoeng Heritage Kajoetangan merupakan hollow ware berbahan enamel dengan batik Lukis dengan motif batik Belanda yang mampu memenuhi suasana Indische untuk melengkapi konsep besar Kampoeng Heritage Kajoetangan agar dapat lebih dinikmati oleh wisatawan dan lebih banyak mengundang minat pengunjung. Muatan branding yang menjadi permasalahan spot-spot kuliner di Kampoeng Heritage Kajoetangan pun dapat terjawab dan terselesaikan dengan produk yang telah dibuat tim pengabdian dan warga Kampoeng Heritage Kajoetangan.

Selain muatan branding, pembuatan produk cangkir, mug, teko, waku nasi, piring dan nampan yang dibatik lukis dengan motif Batik Belanda juga memiliki muatan edukasi yaitu pengenalan Batik Belanda kepada generasi muda yang merupakan salah satu aset sejarah perbatikan di Indonesia yang saat ini disimpan di Museum Dinar Hadi, Surakarta. Muatan edukasi sejalan dengan minat generasi muda terhadap batik motif Belanda sama seperti produk yang telah dibuat sehingga dapat menarik pengunjung dari kalangan muda (Darmansa et al., 2019).

Terlaksananya pelatihan ini juga menyelesaikan keterbatasan kemampuan dan keterampilan warga dalam membuat branding dengan meningkatkan keterampilan membuat enamel dengan finishing motif Batik Belanda yang sejalan dengan konsep besar Kampoeng Heritage Kajoetangan. Hal ini juga meningkatkan peran warga Kampoeng Heritage Kajoetangan dalam upaya branding spot-spot kuliner di mana peralatan makan yang telah disulap dengan batik Lukis motif Belanda berbahan enamel menjadi peralatan makan yang bersuasana Indische, di mana hal ini merupakan hal yang harus dikembangkan dan perlu disadari sebagai sebuah hal yang sangat berarti dan utama dalam sebuah spot kuliner (Pramono et al., 2021).

SIMPULAN

Pelatihan pembuatan perlengkapan spot-spot kuliner dengan teknik batik lukis motif Belanda berbahan enamel berjalan dengan baik dan sangat bermanfaat bagi warga, dibuktikan dengan antusiasme warga mengikuti pelatihan dan menghasilkan produk sampai akhir. Pengabdian berhasil memberikan pengetahuan keterampilan pembuatan perlengkapan kuliner berbahan enamel dengan finishing motif Batik Belanda berbahan enamel. Hal ini memberikan pengetahuan baru bagi warga untuk meningkatkan branding dengan suasana Indische yang dapat mendukung branding untuk spot-spot kuliner tersebut.

Kedepannya diharapkan dapat dilakukan pelatihan serupa karena banyak warga lain di Kampung Heritage Kajoetangan yang masih belum mendapatkan kesempatan mengikuti pelatihan teknik batik lukis motif Belanda berbahan enamel ini. Hal ini dilakukan agar warga Kampung Heritage Kajoetangan dapat memiliki alternatif pengetahuan tentang keterampilan untuk menciptakan suasana dan penguatan identitas Indische untuk spot-spot kuliner ke depannya.

SARAN

Saran dari pelatihan ini diantaranya: Kegiatan pelatihan pembuatan enamel kuliner ini semoga dapat dilanjutkan dengan harapan peserta semakin terampil dalam pembuatan motif batik sehingga dapat dijadikan kegiatan kewirausahaan bagi pribadi masing-masing peserta.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian Masyarakat ini mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Negeri Malang yang telah memberi dukungan moral dan dana untuk pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adimihardja, K., & Hikmat, H. (2003). *Participatory Research Appraisal: dalam Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat*. Humaniora.
<https://books.google.co.id/books?id=39a8DwAAQBAJ>
- Anggraeni, P. (2020). Libatkan Pokdarwis, Wisata Kayutangan Heritage Paling Diminati Buyer Table Top. *Malang Times*.
<https://www.malangtimes.com/baca/60965/20201203/162000/libatkan-pokdarwis-wisata-kayutangan-heritage-paling-diminati-buyer-table-top>
- BPS. (2020). *Berita Resmi Statistik*. <https://malangkota.bps.go.id/>
- Chambers, R. (1994). The origins and practice of participatory rural appraisal. *World Development*, 22(7), 953–969. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0305-750X\(94\)90141-4](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90141-4)
- Darmansa, J., Haldani, A., & Tresnadi, C. (2019). Identifikasi Minat Generasi Z Terhadap Ragam Hias Batik Belanda. *Jurnal Sosioteknologi*, 18, 232.
<https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2019.18.2.7>
- Ghorbani, E., Khodamoradi, M., & Bozorgmanesh, M. (2011). Comparing Participatory Rural Appraisal (PRA) and Rapid Rural Appraisal (RRA) methods in rural research. *Life Science Journal*, 8, 1–6.
- Khakim, M. N. L., Putri, M. U. U., Suktianto, W., & Budi, N. A. (2019). Urgensi Pengelolaan Pariwisata Kampung Heritage Kajoetangan Malang. *Jurnal Teori Dan Praksis Pembelajaran IPS*, 4(1), 15–22. <https://doi.org/10.17977/um022v4i12019p015>
- Kotler, P. (2000). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*. Prenhalindo.
- Pramono, W. T., Anggriani, S. D., Meiji, N. H. P., Ujang, N., & Sayono, J. (2021). Awakening Local Tourism Based On Indische Architecture In Indonesia. Case Study Kajoetangan Kampong Heritage Of Malang. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 35(2), 437–444.
<https://doi.org/10.30892/gtg.35223-670>
- Ridwan, I., Dollo, A., & Andriyani, A. (2019). Implementasi Pendekatan Participatory Rural Appraisal pada Program Pelatihan. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 3(2), 88–94. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/pls.v3i2.34913>
- Rochdyanto, S. (2000). Langkah-langkah Pelaksanaan Metode PRA. In *Makalah ToT PKPI*. Yogyakarta.
- Veldhuisen, H. C. (2007). *Batik Belanda 1840-1940 : pengaruh Belanda pada batik dari Jawa sejarah dan kisah-kisah di sekitarnya* (H. Marahimin (ed.)). Gaya Favorit Press.