PENGEMBANGAN PRODUK KERAJINAN BAMBU DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN OLEH DINAS KOPERASI DAN USAHA MIKRO KABUPATEN TANGERANG

MUHAMMAD RAIHAN
NPP. 33.0601
Asdaf Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten
Program Studi Pembangunan Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat

Email : mhmdrhan06@gmail.com

ABSTRACK

Problem Statement/Background (GAP): *This research is motivated by the great potential of Tangerang Regency as a center for traditional bamboo crafts, but MSMEs still face obstacles in the form of limited capital, manual production technology, low design innovation, and suboptimal digital marketing access.* ***Purpose:*** *This study aims to describe the efforts to develop bamboo craft products carried out by the Tangerang.* ***Method:*** *This study uses a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques are carried out through observation, documentation, and interviews with informants selected through purposive sampling. Data analysis uses the Miles and Huberman model which includes data reduction, data presentation, and drawing conclusions.* ***Result:*** *The results of the study indicate that the Cooperatives and Micro Enterprises Office has carried out product development through five stages based on Kotler & Keller's theory: identifying consumer needs, developing concepts through design workshops, product testing, determining final specifications, and planning digital-based production and marketing. The main driving factors are the availability of local bamboo raw materials and support from local government regulations. While inhibiting factors include low digital literacy among senior artisans and dependence on middlemen, which reduces bargaining power.* ***Conclusion:*** *The development of bamboo craft products by the Tangerang Regency Cooperatives and Micro Enterprises Office has been carried out in a structured manner through systematic marketing management stages. To increase the program's effectiveness, ongoing digital literacy assistance for artisans and the dismantling of supply chains dependent on middlemen are recommended to strengthen the bargaining position of MSMEs in the broader market.*

Keywords*: Product Development; Bamboo Crafts; MSMEs; Community Economy*

ABSTRAK

Permasalahan (GAP): Penulis berfokus pada permasalahan potensi besar Kabupaten Tangerang sebagai sentra kerajinan bambu tradisional yang belum tergarap optimal karena kendala keterbatasan modal, teknologi produksi yang manual, rendahnya inovasi desain, serta akses pemasaran digital yang belum memadai bagi pelaku UMKM. **Tujuan:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan upaya pengembangan produk kerajinan bambu oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tangerang. **Metode:** Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan informan (pejabat dinas dan pelaku usaha mikro) yang dipilih secara *purposive sampling*. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. **Hasil/Temuan:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Koperasi dan Usaha Mikro telah melakukan pengembangan produk melalui lima tahapan (Teori Kotler & Keller), yaitu identifikasi kebutuhan konsumen, pengembangan konsep, pengujian produk, spesifikasi produk akhir, dan perencanaan pemasaran berbasis digital. Faktor pendorong utama adalah melimpahnya bahan baku bambu lokal dan dukungan regulasi pemerintah, sedangkan faktor penghambat meliputi rendahnya literasi digital perajin senior dan ketergantungan pada sistem tengkulak yang menyebabkan posisi tawar rendah. **Kesimpulan:** Upaya pengembangan produk kerajinan bambu di Kabupaten Tangerang telah berjalan secara sistematis melalui dukungan pemerintah daerah. Guna meningkatkan efektivitas program dan kesejahteraan perajin, disarankan untuk melakukan pelatihan literasi digital secara intensif bagi perajin senior serta memfasilitasi akses pemasaran langsung untuk mengurangi ketergantungan terhadap tengkulak.

Kata kunci: Pengembangan Produk; Kerajinan Bambu; UMKM; Perekonomian Masyarakat

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, pemerintah daerah memiliki kewenangan dan kewajiban untuk mengatur serta mengurus urusan pemerintahan secara mandiri, termasuk dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pembangunan ekonomi daerah. Dalam konteks ini, Pemerintah Daerah Kabupaten Tangerang melalui Dinas Koperasi dan Usaha Mikro (Diskum) mengambil peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Perekonomian Kabupaten Tangerang sendiri menunjukkan tren positif pasca-pandemi dengan laju pertumbuhan mencapai 5,18 persen pada tahun 2023. Pertumbuhan ini didukung oleh pengembangan sektor unggulan, salah satunya adalah industri kreatif kerajinan bambu yang memiliki akar budaya dan tradisi menganyam yang kuat di masyarakat pedesaan. Potensi ini sangat besar, didukung oleh ketersediaan bahan baku lokal

yang melimpah serta adanya budidaya bambu seluas 5.800 meter persegi di wilayah seperti Kecamatan Cisoka, dengan jumlah pengrajin mencapai 386 orang yang tersebar di enam kecamatan.

Meskipun memiliki potensi ekologis dan historis yang tinggi, pengembangan kerajinan bambu di Kabupaten Tangerang dihadapkan pada realitas lapangan yang kompleks. Para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih terkendala oleh keterbatasan modal, penggunaan teknologi produksi yang masih sangat manual, serta rendahnya kemampuan inovasi desain produk. Permasalahan ini semakin diperberat oleh kondisi demografis pelaku usaha yang didominasi oleh kelompok usia senior (rata-rata di atas 40 hingga 45 tahun) dengan tingkat pendidikan formal yang terbatas. Kondisi ini menyebabkan rendahnya literasi digital di kalangan pengrajin, sehingga mereka kesulitan beradaptasi dengan tren pemasaran modern dan *e-commerce*. Akibatnya, rantai distribusi produk menjadi stagnan dan sangat bergantung pada sistem pengepul atau tengkulak. Ketergantungan ini membuat posisi tawar (*bargaining power*) pengrajin menjadi sangat rendah, sehingga nilai tambah ekonomi yang mereka terima tidak maksimal.

Pemerintah Kabupaten Tangerang sebenarnya tidak tinggal diam; Diskum bersinergi dengan Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) telah meluncurkan berbagai inisiatif seperti pelatihan desain, fasilitasi pemasaran digital, peluncuran *Bamboo Creative Hub*, hingga mengikutsertakan UMKM dalam ajang pameran nasional seperti INACRAFT. Namun, intervensi ini memerlukan evaluasi komprehensif agar benar-benar mampu menyentuh akar permasalahan struktural yang dihadapi pengrajin.

1.2 Kesenjangan Masalah (*Research Gap*)

Terdapat kesenjangan masalah (*research gap*) yang mendasar baik secara empiris maupun konseptual dalam kajian pengembangan UMKM kerajinan bambu ini. Secara empiris, sebagian besar penelitian terdahulu umumnya hanya menitikberatkan pada analisis SWOT, strategi pemasaran secara umum, inovasi desain produk, atau pemberdayaan komunitas tanpa melihat peran spesifik intervensi pemerintah daerah secara terstruktur. Penelitian sebelumnya belum secara mendalam mengkaji keterkaitan antara efektivitas kebijakan pemasaran digital dari pemerintah dengan kemampuan nyata pelaku usaha dalam meningkatkan kapasitas produksi dan melepaskan diri dari sistem tengkulak.

Secara konseptual, penelitian terdahulu belum banyak yang menganalisis proses pengembangan produk UMKM menggunakan pendekatan manajemen pemasaran modern yang komprehensif, seperti lima tahapan pengembangan produk menurut Kotler dan Keller (2016)—yang meliputi identifikasi kebutuhan konsumen, pengembangan konsep produk, pengujian produk, spesifikasi produk akhir, hingga perencanaan produksi dan pemasaran. Selain itu, terdapat kesenjangan antara program pembinaan ideal yang diluncurkan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dengan realitas di lapangan, di mana program tersebut belum sepenuhnya mampu mengatasi tantangan adaptasi teknologi akibat faktor usia pengrajin. Kekosongan analisis mengenai dinamika struktural (sistem tengkulak) dan kendala

demografis (literasi digital rendah) inilah yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

1.3 Urgensi Penelitian

Penelitian ini memiliki urgensi yang sangat krusial baik dari sisi akademis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini mendesak dilakukan untuk memberikan kontribusi dan memperkaya literatur ilmu pemerintahan serta manajemen pemasaran, khususnya terkait strategi pemberdayaan UMKM berbasis kearifan lokal di era digital.

Secara praktis, penelitian ini sangat mendesak sebagai bahan evaluasi kebijakan bagi Pemerintah Daerah, khususnya Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tangerang. Apabila penelitian ini tidak dilakukan, pemerintah daerah akan kehilangan gambaran nyata mengenai efektivitas program yang telah berjalan. Dampak jangka panjangnya, program pelatihan dan pendampingan berisiko salah sasaran karena tidak menyesuaikan dengan kapasitas demografis pengrajin yang didominasi usia lanjut. Jika tidak segera diatasi, potensi besar kerajinan bambu Kabupaten Tangerang akan kalah bersaing dengan produk modern berbahan sintetis, dan para pengrajin akan terus terbelenggu dalam sistem tengkulak yang merugikan perekonomian mereka.

1.4 Penelitian Terdahulu

Kajian mengenai pengembangan UMKM dan inovasi produk kerajinan telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu dengan berbagai pendekatan, di antaranya:

a. Setiawan (2016) mengkaji strategi pengembangan usaha kerajinan bambu di daerah pedesaan menggunakan Analisis SWOT dan QSPM, dengan temuan bahwa strategi pengembangan produk utama sangat penting untuk meningkatkan daya saing.
b. Fatkul Janah (2022) melakukan penelitian serupa dengan Analisis SWOT & QSPM pada UMKM kerajinan bambu di Jambukulon, yang menyimpulkan bahwa inovasi produk, pelatihan, dan penguatan pemasaran adalah kunci keberhasilan.
c. Firdaos (2021) meneliti peran Komunitas Topi Bambu melalui pendekatan studi kasus, menemukan bahwa fasilitasi inovasi produk dan promosi berbasis komunitas secara signifikan meningkatkan kemandirian ekonomi pengrajin.
d. Rizki (2023) melakukan studi eksperimental mengenai dampak pelatihan inovasi produk dan pemasaran *online*, yang membuktikan bahwa intervensi tersebut secara signifikan mampu meningkatkan nilai ekonomi produk bambu.
e. Amalia (2023) menggunakan metode kualitatif untuk mengkaji pemberdayaan masyarakat, dengan temuan bahwa dukungan pemerintah berupa pelatihan, modal, dan promosi sangat esensial dalam membantu pengrajin mengatasi hambatan usaha.

Meskipun penelitian-penelitian di atas telah membahas kerajinan bambu, sebagian besar masih berfokus pada strategi pemasaran umum atau pemberdayaan

komunitas, dan belum ada yang secara komprehensif mengukur tahapan pengembangan produk oleh dinas terkait dengan menggunakan kerangka teori manajemen pemasaran modern secara spesifik di wilayah Kabupaten Tangerang.

1.5 Pernyataan Kebaharuan Ilmiah (*Novelty*)

Penelitian ini menawarkan beberapa kebaharuan ilmiah (novelty) yang membedakannya secara jelas dari berbagai penelitian terdahulu. Kebaharuan tersebut dapat dibuktikan melalui perbandingan teoritis, metodologis, serta fokus kajian yang digunakan dalam penelitian ini dengan lima penelitian sebelumnya yang relevan.

Jika dibandingkan dengan penelitian Setiawan (2016), terdapat perbedaan yang cukup mendasar baik dari sisi teori maupun metode penelitian. Setiawan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan alat analisis SWOT dan QSPM untuk merumuskan strategi pengembangan usaha. Sebaliknya, penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan model analisis interaktif Miles dan Huberman. Selain itu, penelitian ini mengintegrasikan Teori Manajemen Pemasaran Modern yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller ke dalam kajian kebijakan publik. Dari sisi objek dan fokus penelitian, Setiawan hanya menitikberatkan pada strategi pengembangan usaha secara umum, sedangkan penelitian ini secara spesifik mengevaluasi intervensi kebijakan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tangerang dalam pengembangan produk kerajinan bambu.

Perbedaan juga terlihat pada penelitian Fatkul Janah (2022). Sama seperti Setiawan, penelitian tersebut menggunakan analisis SWOT dan QSPM sebagai pendekatan utama. Berbeda dengan itu, penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif eksploratif untuk menggali fenomena secara lebih mendalam. Dari sisi objek penelitian, Janah berfokus pada pengrajin bambu di tingkat desa, yaitu Desa Jambukulon. Adapun penelitian ini memiliki cakupan yang lebih luas pada ekosistem pengrajin bambu di Kabupaten Tangerang. Selain itu, penelitian ini mengangkat persoalan yang belum banyak dikaji sebelumnya, yaitu tingginya ketergantungan pengrajin terhadap sistem tengkulak yang menjadi hambatan dalam pengembangan usaha.

Dibandingkan dengan penelitian Firdaos (2021), terdapat perbedaan dalam aspek metodologi dan fokus kajian. Firdaos menggunakan desain studi kasus dengan teknik observasi sebagai metode utama pengumpulan data. Penelitian ini memperkaya pendekatan metodologis melalui penggunaan teknik purposive sampling yang memungkinkan diperolehnya data dari berbagai pihak, baik birokrat atau pejabat dinas maupun pelaku usaha sebagai bentuk triangulasi sumber data. Dari sisi fokus kajian, Firdaos lebih menekankan peran komunitas pengrajin dalam memberdayakan anggotanya secara bottom-up. Sementara itu, penelitian ini menelaah efektivitas program fasilitasi yang dijalankan pemerintah daerah secara top-down kepada para pelaku UMKM.

Perbedaan berikutnya terdapat pada penelitian Rizki (2023). Penelitian tersebut menggunakan metode studi eksperimental untuk mengukur dampak pelatihan terhadap pemasaran online. Sebaliknya, penelitian ini tidak melakukan manipulasi terhadap variabel penelitian, melainkan memotret kondisi alamiah yang

terjadi di lapangan melalui pendekatan kualitatif. Selain itu, kajian Rizki hanya berfokus pada satu aspek kebijakan, yaitu pemasaran digital. Penelitian ini memiliki ruang lingkup yang lebih komprehensif karena mengevaluasi keseluruhan tahapan pengembangan produk yang meliputi identifikasi kebutuhan konsumen, pengembangan konsep produk, pengujian konsep, pengembangan spesifikasi produk, hingga pemasaran digital.

Selanjutnya, jika dibandingkan dengan penelitian Amalia (2023), terdapat perbedaan pada landasan teori dan fokus analisis. Meskipun sama-sama menggunakan metode kualitatif, Amalia mendasarkan penelitiannya pada teori pemberdayaan masyarakat secara umum. Penelitian ini menggunakan perspektif manajemen pemasaran modern untuk menganalisis kebijakan pemerintah. Selain itu, Amalia lebih menyoroti dukungan pemerintah berupa bantuan modal dan promosi tanpa mempertimbangkan karakteristik demografis pengrajin. Sebaliknya, penelitian ini secara kritis mengkaji hubungan antara kebijakan digitalisasi yang dijalankan pemerintah dengan kondisi nyata para pengrajin yang didominasi oleh kelompok usia lanjut sehingga memiliki tingkat literasi digital yang relatif rendah.

Berdasarkan perbandingan dengan berbagai penelitian terdahulu tersebut, kebaharuan ilmiah penelitian ini dapat dirumuskan ke dalam tiga pilar utama. Pertama, penelitian ini mengintegrasikan Teori Manajemen Pemasaran Modern yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller ke dalam kajian kebijakan publik. Pendekatan ini memungkinkan evaluasi yang lebih terstruktur terhadap program pemerintah melalui lima dimensi pengembangan produk, yaitu identifikasi kebutuhan konsumen, pengembangan konsep, pengujian konsep, pengembangan spesifikasi produk, dan pemasaran digital.

Kedua, penelitian ini mengkontekstualisasikan hambatan demografis dan struktural yang dihadapi pengrajin bambu. Penelitian ini tidak hanya menyoroti rendahnya literasi digital akibat dominasi pengrajin berusia lanjut, tetapi juga menganalisis kuatnya pengaruh sistem distribusi tradisional berbasis tengkulak yang memengaruhi keberhasilan program pengembangan usaha. Kedua faktor tersebut dikaji secara bersamaan sehingga memberikan perspektif yang lebih komprehensif dibandingkan penelitian sebelumnya.

Ketiga, penelitian ini memiliki lokus yang spesifik pada intervensi birokrasi pemerintah daerah, khususnya Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tangerang. Fokus tersebut memungkinkan penelitian ini menghasilkan pemetaan yang komprehensif mengenai efektivitas kebijakan pemerintah dalam mendukung pengembangan produk kerajinan bambu sekaligus mengidentifikasi berbagai hambatan yang masih dihadapi oleh para pelaku usaha di lapangan.

1.6 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memperoleh gambaran yang jelas mengenai upaya pengembangan produk kerajinan bambu oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tangerang.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan induktif, yaitu metode penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam mengenai fenomena sosial secara kontekstual dengan mendeskripsikan kondisi riil di lapangan (Sugiyono, 2019). Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada kebutuhan penelitian untuk tidak hanya mendeskripsikan fenomena secara umum, melainkan menganalisis secara mendalam mengenai proses, dinamika, dan upaya nyata dalam pengembangan produk kerajinan bambu dalam meningkatkan perekonomian masyarakat oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tangerang. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti mampu mengurai kompleksitas hambatan yang dialami di lapangan secara mendalam, seperti keterbatasan modal, teknologi produksi yang masih manual, rendahnya literasi digital pelaku usaha akibat faktor usia lanjut, hingga ketergantungan pada sistem tengkulak (Creswell, 2015). Oleh karena itu, pendekatan kualitatif-induktif dinilai paling tepat untuk menangkap fenomena riil di lapangan yang tidak dapat dijelaskan secara utuh jika hanya bertumpu pada data numerik atau kuantitatif.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terstruktur, observasi langsung, dan dokumentasi (Sugiyono, 2019). Penentuan narasumber dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memastikan bahwa informan yang dipilih memiliki kriteria relevansi, pengetahuan mendalam, serta keterlibatan langsung dengan objek penelitian (Arikunto, 2010). Informan dalam penelitian ini melibatkan pihak-pihak yang berkompeten, yang terdiri dari Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tangerang sebagai informan kunci (*key informant*) karena memegang otoritas kebijakan tertinggi, regulasi, serta pengambil keputusan utama terkait pemberdayaan usaha mikro di daerah. Selain itu, informan pelaksana lainnya melibatkan Kepala Bidang Usaha Mikro selaku penanggung jawab teknis program pembinaan dan pelatihan pengembangan produk, Ketua Komunitas Pengrajin Bambu (khususnya di Kecamatan Sukamulya) sebagai jembatan aspirasi pengrajin di lapangan, serta para pelaku usaha mikro kerajinan bambu di Kabupaten Tangerang sebagai subjek utama sasaran kebijakan. Kombinasi seluruh informan ini dipilih secara sengaja untuk menghasilkan gambaran informasi yang utuh dan berimbang dari sudut pandang pembuat kebijakan (regulator), pelaksana dan komunitas (fasilitator), hingga pelaku usaha itu sendiri (penerima manfaat).

Teknik pengujian keabsahan data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan melalui pengujian kredibilitas (derajat kepercayaan), transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas untuk menjamin validitas hasil studi (Moleong, 2017). Kredibilitas data dijaga melalui teknik triangulasi sumber (membandingkan data hasil wawancara antara pihak Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, ketua komunitas, dan pelaku usaha), triangulasi teknik (membandingkan hasil wawancara terstruktur dengan hasil observasi langsung dan dokumen/arsip daerah), serta pelaksanaan *member check* kepada para informan untuk memvalidasi kesesuaian transkrip wawancara dengan pernyataan asli mereka di lapangan (Sugiyono, 2019). Sementara itu, uji dependabilitas dan konfirmabilitas dilakukan melalui penyusunan *audit trail* berupa pencatatan kronologis dan sistematis terhadap

seluruh rangkaian penelitian, mulai dari pengumpulan data mentah hingga catatan lapangan, sehingga seluruh proses analisis data bersifat objektif, dapat ditelusuri kembali keabsahannya, dan terhindar dari bias subjektif peneliti (Moleong, 2017).

Analisis data dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan mengikuti model analisis kualitatif yang mencakup tahapan reduksi data, penyajian data (*data display*), serta penarikan kesimpulan atau verifikasi (Miles & Huberman, 1994). Pada tahap reduksi, data mentah hasil wawancara terstruktur dikelompokkan, dirangkum, dan difokuskan pada poin-poin utama yang relevan dengan upaya pengembangan produk kerajinan bambu. Selanjutnya, data disajikan secara naratif dan terstruktur dalam bentuk *data display* agar benang merah fenomena mudah dipahami (Miles & Huberman, 1994). Hasil analisis tersebut kemudian dikaji secara mendalam menggunakan pisau analisis Manajemen Pemasaran melalui lima dimensi tahapan pengembangan produk menurut Kotler dan Keller (2016), yaitu: identifikasi kebutuhan konsumen, pengembangan konsep produk, pengujian produk, spesifikasi produk akhir, hingga perencanaan produksi dan pemasaran, dalam kaitannya dengan intervensi struktural yang dilakukan pemerintah daerah (Kotler & Keller, 2016).

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten, dengan memusatkan pengamatan dan wawancara pada instansi dinas terkait serta sentra kerajinan seperti di Kecamatan Sukamulya yang merupakan wilayah potensial bagi produksi kerajinan bambu. Pengumpulan data di lapangan dilaksanakan pada tanggal 6 Januari 2026 sampai dengan 24 Januari 2026, yang mencakup tahapan observasi awal, pelaksanaan wawancara terstruktur bersama jajaran dinas dan pelaku UMKM, hingga pengumpulan dokumen pendukung. Dengan rentang waktu pelaksanaan tersebut, penelitian ini mampu menyajikan potret yang aktual dan kontekstual mengenai dinamika hambatan struktural masyarakat lokal serta efektivitas program fasilitasi pengembangan produk bambu yang tengah berjalan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis menganalisis pengembangan produk kerajinan bambu dalam meningkatkan perekonomian oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tangerang menggunakan teori pengembangan produk dari Kotler dan Keller (2016). Teori ini menilai bahwa suatu proses pengembangan produk dapat diukur melalui lima dimensi pokok, yaitu identifikasi kebutuhan konsumen, pengembangan konsep produk, pengujian produk, spesifikasi produk akhir, serta perencanaan produksi dan pemasaran. Adapun pembahasan hasil penelitian di lapangan dijabarkan secara mendalam pada subbab-subbab berikut.

3.1 Dimensi Identifikasi Kebutuhan Konsumen

Dimensi identifikasi kebutuhan konsumen merupakan tahapan awal yang sangat penting dalam proses pengembangan produk kerajinan bambu. Menurut Kotler dan Keller (2016), identifikasi kebutuhan konsumen dilakukan untuk memahami keinginan, preferensi, serta perubahan perilaku pasar sehingga produk yang dihasilkan mampu memiliki nilai guna dan daya saing. Dalam konteks penelitian ini, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tangerang berupaya

mengarahkan para pengrajin agar tidak hanya memproduksi kerajinan tradisional yang bersifat konvensional, tetapi juga mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar modern.

Berdasarkan hasil observasi lapangan, diketahui bahwa sebagian besar pengrajin bambu di Kabupaten Tangerang pada awalnya hanya memproduksi barang kebutuhan tradisional seperti besek, tampah, dan alat rumah tangga sederhana. Akan tetapi, perkembangan tren pasar menunjukkan bahwa konsumen modern lebih tertarik pada produk bambu yang memiliki unsur estetika, ramah lingkungan, dan dapat digunakan sebagai dekorasi interior maupun produk gaya hidup (*lifestyle product*). Kondisi tersebut mendorong pemerintah daerah melalui Dinas Koperasi dan Usaha Mikro untuk memberikan pembinaan terkait pemetaan kebutuhan pasar melalui pelatihan, pameran UMKM, serta pendampingan pemasaran digital.

Hasil wawancara dengan Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tangerang menunjukkan bahwa identifikasi kebutuhan konsumen menjadi langkah penting sebelum produk dipasarkan. Dinas menilai bahwa pengembangan produk tidak dapat dilakukan hanya berdasarkan kebiasaan produksi lama, melainkan harus mempertimbangkan permintaan dan selera pasar agar produk memiliki peluang penjualan yang lebih tinggi. Oleh karena itu, pemerintah daerah berupaya mempertemukan pengrajin dengan konsumen melalui kegiatan pameran, bazar UMKM, hingga promosi digital agar pengrajin memperoleh gambaran mengenai produk yang diminati pasar.

Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi identifikasi kebutuhan konsumen belum berjalan secara optimal. Hambatan utama terletak pada keterbatasan kemampuan sebagian pengrajin senior dalam mengikuti perkembangan tren pasar modern, terutama melalui media digital. Mayoritas pengrajin yang berusia lanjut masih mempertahankan pola produksi tradisional dengan prinsip “buat lalu jual” tanpa melakukan riset pasar terlebih dahulu. Akibatnya, beberapa produk yang dihasilkan kurang mampu bersaing dari sisi desain, fungsi, maupun estetika.

Kondisi tersebut memperlihatkan adanya kesenjangan antara potensi sumber daya lokal dengan kemampuan adaptasi teknologi dan informasi para pengrajin. Temuan ini sejalan dengan permasalahan penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, yaitu rendahnya literasi digital dan keterbatasan inovasi desain yang masih menjadi hambatan utama dalam pengembangan produk kerajinan bambu di Kabupaten Tangerang.

3.2 Dimensi Pengembangan Konsep Produk

Dimensi pengembangan konsep produk merupakan tahapan lanjutan setelah kebutuhan konsumen berhasil diidentifikasi. Pada tahap ini, ide dan gagasan produk diterjemahkan ke dalam bentuk desain atau purwarupa yang memiliki nilai jual. Menurut Kotler dan Keller (2016), pengembangan konsep produk dilakukan untuk menciptakan inovasi yang mampu memberikan pembeda dibandingkan produk sejenis di pasar.

Berdasarkan hasil penelitian, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tangerang telah melakukan berbagai upaya untuk mendorong pengembangan

konsep produk melalui pelaksanaan pelatihan keterampilan, workshop desain, serta pendampingan inovasi produk. Dalam kegiatan tersebut, pemerintah menghadirkan praktisi desain dan pelaku industri kreatif guna memberikan wawasan kepada pengrajin mengenai desain produk modern yang sesuai dengan tren pasar.

Hasil observasi menunjukkan bahwa pengembangan konsep produk di Kabupaten Tangerang cukup terbantu oleh ketersediaan bahan baku bambu yang melimpah. Potensi tersebut memungkinkan pengrajin untuk melakukan diversifikasi produk menjadi berbagai bentuk kerajinan seperti kap lampu, partisi ruangan, dekorasi interior, tempat penyimpanan, hingga produk souvenir bernilai estetika tinggi. Selain itu, penggunaan bambu sebagai bahan ramah lingkungan juga menjadi nilai tambah tersendiri karena selaras dengan tren produk *eco-friendly* yang semakin diminati masyarakat.

Berdasarkan wawancara dengan salah satu pelaku usaha kerajinan bambu, diketahui bahwa proses pengembangan konsep produk dilakukan melalui pembuatan contoh produk terlebih dahulu sebelum diproduksi secara massal. Purwarupa tersebut kemudian diperlihatkan kepada pelanggan tetap maupun dipromosikan melalui media sosial untuk memperoleh tanggapan dan masukan terkait desain, ukuran, warna, maupun fungsi produk. Dengan adanya umpan balik tersebut, pengrajin dapat melakukan perbaikan sebelum produk dipasarkan secara luas.

Meskipun demikian, proses pengembangan konsep produk masih menghadapi berbagai kendala. Salah satu hambatan utama adalah minimnya regenerasi pengrajin muda di sentra kerajinan bambu Kabupaten Tangerang. Generasi muda cenderung lebih memilih bekerja di sektor industri manufaktur atau pabrik dibandingkan melanjutkan usaha kerajinan keluarga. Kondisi ini menyebabkan proses inovasi produk masih bertumpu pada pengrajin usia paruh baya yang memiliki keterbatasan modal dan kemampuan teknologi untuk melakukan eksperimen desain secara berkelanjutan.

Selain itu, keterbatasan peralatan produksi modern juga menjadi faktor penghambat inovasi. Sebagian besar proses produksi masih dilakukan secara manual sehingga pengembangan desain dalam jumlah besar membutuhkan waktu yang cukup lama. Akibatnya, pengrajin kesulitan memenuhi permintaan pasar modern yang mengutamakan kecepatan produksi dan konsistensi kualitas.

3.3 Dimensi Pengujian Produk

Dimensi pengujian produk bertujuan untuk memastikan bahwa produk yang telah dikembangkan memiliki kualitas, kekuatan, dan daya tahan yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Menurut Kotler dan Keller (2016), pengujian produk penting dilakukan guna meminimalkan risiko kegagalan produk ketika dipasarkan kepada konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tangerang memberikan perhatian khusus terhadap tahap pengujian produk karena kualitas produk sangat memengaruhi kepercayaan konsumen. Pengujian dilakukan melalui evaluasi terhadap kekuatan anyaman, ketahanan bambu terhadap kelembapan, kualitas finishing, hingga aspek estetika produk. Dalam beberapa

kegiatan pembinaan, pemerintah juga melibatkan praktisi desain dan ahli material bambu untuk memberikan penilaian teknis terhadap kualitas produk pengrajin.

Hasil wawancara dengan pelaku usaha menunjukkan bahwa tahap pengujian produk memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas kerajinan bambu. Sebelum adanya pendampingan dari pemerintah, banyak produk mengalami kerusakan seperti bambu mudah pecah, warna cepat pudar, dan produk mudah terserang rayap. Setelah dilakukan evaluasi dan pelatihan mengenai teknik pengawetan bambu, pengrajin mulai memahami cara pengolahan bahan baku yang lebih baik sehingga kualitas produk menjadi lebih tahan lama.

Namun demikian, hasil penelitian menemukan bahwa teknologi pengolahan pasca-panen bambu masih menjadi kelemahan utama dalam pengembangan produk kerajinan bambu di Kabupaten Tangerang. Sebagian besar pengrajin masih menggunakan metode pengawetan tradisional seperti perendaman air dan penjemuran alami yang belum mampu menjamin kualitas bahan baku secara konsisten. Kondisi tersebut menyebabkan kualitas produk terkadang tidak stabil, terutama ketika menerima pesanan dalam jumlah besar.

Keterbatasan teknologi pengawetan ini juga menjadi tantangan serius bagi pengrajin untuk memasuki pasar ritel modern maupun pasar ekspor yang menuntut standar kualitas tinggi. Dengan demikian, penguatan teknologi pengolahan bambu menjadi kebutuhan penting agar pengembangan produk dapat berjalan secara optimal dan berkelanjutan.

3.4 Dimensi Spesifikasi Produk Akhir

Dimensi spesifikasi produk akhir berkaitan dengan penetapan standar mutu produk yang meliputi ukuran, bahan, desain, warna, hingga kualitas finishing. Menurut Kotler dan Keller (2016), spesifikasi produk akhir diperlukan agar produk memiliki konsistensi mutu sehingga mampu memenuhi kebutuhan pasar dalam skala yang lebih luas.

Berdasarkan hasil penelitian, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tangerang telah memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM kerajinan bambu dalam menyusun standar operasional produksi (*Standard Operating Procedure/SOP*) dan kartu spesifikasi produk. Langkah ini dilakukan agar produk yang dihasilkan memiliki standar kualitas yang seragam, terutama ketika pengrajin menerima pesanan dalam jumlah besar dari toko ritel maupun kegiatan pameran.

Hasil observasi menunjukkan bahwa penerapan spesifikasi produk akhir membantu pengrajin dalam menjaga kualitas produk, terutama dari sisi ukuran dan finishing. Produk yang telah memiliki standar lebih mudah diterima pasar karena konsumen memperoleh kepastian mengenai kualitas barang yang dibeli. Selain itu, standarisasi juga membantu meningkatkan citra produk kerajinan bambu Kabupaten Tangerang sebagai produk lokal yang memiliki kualitas dan nilai estetika tinggi.

Akan tetapi, penerapan spesifikasi produk akhir belum sepenuhnya berjalan optimal pada seluruh pengrajin. Hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan kualitas bahan baku bambu yang dipengaruhi faktor alam, usia bambu, dan teknik pengolahan. Fluktuasi harga bahan baku juga membuat sebagian pengrajin

kesulitan mempertahankan kualitas produk secara konsisten karena keterbatasan modal usaha.

Selain itu, keterbatasan alat produksi modern menyebabkan proses kontrol kualitas masih dilakukan secara manual sehingga standar produk terkadang berbeda antara satu pengrajin dengan pengrajin lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa penguatan standarisasi produk perlu didukung dengan peningkatan teknologi produksi dan pengawasan kualitas yang lebih terstruktur.

3.5 Dimensi Perencanaan Produksi dan Pemasaran

Dimensi perencanaan produksi dan pemasaran merupakan tahap akhir dalam pengembangan produk yang berkaitan dengan strategi distribusi, promosi, dan pemasaran produk kepada konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016), keberhasilan suatu produk tidak hanya ditentukan oleh kualitas produksi, tetapi juga oleh efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan.

Berdasarkan hasil penelitian, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tangerang telah melakukan berbagai upaya untuk memperluas pemasaran produk kerajinan bambu melalui pelatihan digital marketing, fasilitasi pameran, serta pendampingan penggunaan marketplace dan media sosial. Pelatihan tersebut meliputi teknik fotografi produk, pengemasan, pembuatan konten promosi, hingga penggunaan fitur live streaming untuk meningkatkan penjualan produk secara online.

Hasil observasi menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital memberikan peluang besar bagi pengrajin untuk menjangkau pasar yang lebih luas hingga luar daerah dan luar pulau. Produk kerajinan bambu yang sebelumnya hanya dipasarkan secara lokal mulai dikenal melalui platform digital dan media sosial. Selain itu, kegiatan pameran yang difasilitasi pemerintah daerah juga membantu meningkatkan eksposur produk UMKM kepada masyarakat dan calon pembeli.

Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal oleh para pengrajin. Keterbatasan literasi digital, khususnya pada pengrajin usia lanjut, menyebabkan sebagian besar pelaku usaha masih bergantung pada sistem pemasaran konvensional dan tengkulak. Kondisi ini mengakibatkan posisi tawar pengrajin menjadi rendah karena keuntungan lebih banyak dinikmati oleh perantara.

Selain faktor literasi digital, keterbatasan modal produksi juga menjadi alasan pengrajin memilih menjual produk kepada tengkulak. Pengrajin cenderung membutuhkan perputaran uang yang cepat untuk memenuhi kebutuhan ekonomi sehari-hari sehingga lebih memilih menjual produk secara langsung kepada pengepul meskipun dengan harga lebih rendah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perencanaan produksi dan pemasaran kerajinan bambu di Kabupaten Tangerang telah mengalami perkembangan melalui dukungan pemerintah daerah, namun masih memerlukan penguatan dari sisi literasi digital, akses modal, dan kemandirian distribusi agar peningkatan perekonomian pengrajin dapat tercapai secara optimal dan berkelanjutan.

3.6 Diskusi Temuan Utama Penelitian

Pelaksanaan program pengembangan produk kerajinan bambu oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tangerang memberikan kontribusi nyata dalam menstrukturisasi pola pemberdayaan UMKM berbasis kriya tradisional. Melalui adopsi teori manajemen pemasaran modern Kotler & Keller, penelitian ini berhasil memotret fenomena birokrasi publik yang bertindak sebagai fasilitator bisnis. Untuk memetakan kontribusi ilmiah dan posisi temuan ini dalam konstelasi akademik, diperlukan diskusi kritis yang membenturkan hasil lapangan dengan temuan-temuan penelitian terdahulu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tangerang telah melakukan intervensi secara terstruktur melalui lima tahapan utama: identifikasi kebutuhan konsumen, pengembangan konsep, pengujian produk, spesifikasi produk akhir, dan perencanaan pemasaran digital.

Temuan ini memperkuat temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rizki (2023), yang menyatakan bahwa intervensi eksternal dalam bentuk fasilitasi teknis terbukti meningkatkan kapasitas adaptasi pasar pelaku usaha mikro.

Namun, terdapat perluasan substansial dalam penelitian ini. Jika Rizki (2023) hanya melihat program pelatihan online secara parsial pada hilir pemasaran, penelitian ini membuktikan bahwa keberhasilan pemasaran digital di e-commerce (*marketplace*) tidak berdiri sendiri, melainkan sangat bergantung pada keberhasilan standarisasi produk di hulu (tahap 1 sampai 4).

Di sisi lain, berbeda dengan temuan penelitian Setiawan (2016) yang menempatkan perumusan strategi UMKM murni pada domain internal korporat melalui analisis SWOT dan QSPM, temuan penelitian ini menunjukkan adanya pergeseran paradigma. Di Kabupaten Tangerang, perumusan konsep produk, pembuatan purwarupa (*prototype*), hingga riset pasar tidak lagi bertumpu pada intuisi pelaku UMKM yang mandiri, melainkan digerakkan secara *top-down* melalui lokakarya desain yang diinisiasi oleh birokrasi pemerintah. Hal ini mengindikasikan bahwa pada kluster industri kriya yang belum mandiri, intervensi negara dalam fungsi manajemen pemasaran korporat mutlak diperlukan.

Penelitian ini menemukan bahwa ketersediaan bahan baku bambu yang melimpah dan dukungan regulasi daerah menjadi katalis utama dalam menjaga keberlanjutan produksi kerajinan bambu di Kabupaten Tangerang. Sama halnya dengan temuan penelitian sebelumnya oleh Fatkul Janah (2022), ketersediaan input produksi lokal yang konstan merupakan fondasi utama bagi bertahannya kluster industri kreatif di tingkat akar rumput.

Meskipun demikian, temuan ini memperkuat temuan penelitian sebelumnya karena berhasil mengidentifikasi peran regulasi lokal sebagai *institutional multiplier effect*. Dukungan regulasi dari Dinas Koperasi tidak sekadar menjadi jaminan legalitas, melainkan menjelma menjadi instrumen integrasi horizontal yang menghubungkan pengrajin tradisional dengan jaringan pameran skala regional dan nasional. Hal ini meluas dari apa yang dikaji oleh Amalia (2023), yang melihat dukungan pemerintah hanya sebatas bantuan modal dan promosi konvensional tanpa adanya strukturisasi regulasi yang mengikat.

Fenomena paling krusial yang ditemukan dalam penelitian ini adalah adanya benturan antara kebijakan digitalisasi yang progresif dengan realitas demografis pengrajin di lapangan. Dinas Koperasi mendorong pemanfaatan *marketplace*, namun program ini terhambat oleh rendahnya literasi digital akibat dominasi pengrajin berusia lanjut (senior). Temuan ini menolak asumsi umum dalam penelitian Amalia (2023) yang menyatakan bahwa hambatan utama UMKM kriya dapat diselesaikan secara linear melalui pemberian modal dan ekspansi promosi digital.

Karakteristik objek dalam penelitian ini membuktikan adanya *digital divide* (kesenjangan digital) yang berbasis usia. Kebijakan digitalisasi yang dirancang tanpa mempertimbangkan kapasitas adaptasi kognitif generasi tua justru memicu terjadinya stagnasi serapan program.

Selanjutnya, hambatan non-teknis yang mengakar kuat adalah ketergantungan kronis pengrajin terhadap sistem tengkulak, yang secara sistematis memangkas posisi tawar harga perajin. Berbeda dengan temuan Fatkul Janah (2022) dan Firdaos (2021) yang mengasumsikan bahwa pembentukan kelompok usaha bersama secara otomatis menciptakan kemandirian ekonomi, penelitian ini secara tajam membongkar bahwa struktur pasar tradisional yang dikuasai tengkulak memiliki resiliensi sosial yang lebih kuat daripada kelembagaan formal bentukan pemerintah. Pengrajin senior memilih tetap loyal kepada tengkulak karena adanya relasi perlindungan finansial informal (seperti pinjaman darurat), meskipun mereka tahu posisi tawar harga mereka dirugikan.

Secara metodologis dan substantif, perbedaan karakteristik objek dan teori yang digunakan dalam penelitian ini menghasilkan potret yang lebih kompleks dibandingkan studi-studi terdahulu. Berikut adalah matriks sintesis komparatif untuk menegaskan posisi kebaharuan temuan. Terhadap Kelembagaan (Firdaos, 2021): Jika Firdaos menemukan keberhasilan pemberdayaan berbasis komunitas (*bottom-up*), temuan ini menunjukkan bahwa intervensi birokrasi (*top-down*) rentan mengalami friksi ketika berhadapan dengan struktur sosial tradisional di lapangan (tengkulak). Terhadap Adopsi Teknologi (Rizki, 2023): Jika Rizki melihat digitalisasi sebagai solusi mutlak yang mudah diadopsi, penelitian ini membuktikan bahwa faktor demografi usia perajin kriya tradisional menjadi variabel intervening yang memperlambat efektivitas kebijakan tersebut.

Secara keseluruhan, diskusi ini menegaskan bahwa pengembangan produk kerajinan bambu di Kabupaten Tangerang tidak dapat diselesaikan hanya dengan pendekatan manajemen bisnis murni, melainkan harus mengintegrasikan pendekatan sosiologi ekonomi guna memutus rantai tengkulak dan mengatasi hambatan literasi digital pada generasi tua.

IV. KESIMPULAN

Penulis menyimpulkan bahwa upaya pengembangan produk kerajinan bambu dalam meningkatkan perekonomian oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tangerang belum berjalan secara optimal. Meskipun pemerintah daerah telah memberikan berbagai bentuk fasilitasi melalui pendampingan desain produk,

legalitas usaha, serta pelatihan pemasaran, efektivitas program masih menghadapi berbagai hambatan struktural. Temuan penelitian menunjukkan adanya paradoks intervensi, yaitu produk kerajinan bambu yang dihasilkan telah mampu menyesuaikan dengan kebutuhan pasar modern dari sisi desain, namun proses produksinya masih bergantung pada metode tradisional yang rentan terhadap penurunan kualitas produk. Selain itu, ketergantungan pengrajin terhadap tengkulak serta minimnya regenerasi pengrajin menjadi faktor yang menghambat keberlanjutan inovasi dan pengembangan usaha kerajinan bambu di Kabupaten Tangerang.

Guna meningkatkan daya saing produk kerajinan bambu, disarankan kepada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tangerang untuk mengoptimalkan program pendampingan yang tidak hanya berfokus pada aspek desain produk, tetapi juga pada penerapan teknologi pengolahan pascapanen, khususnya teknologi pengawetan bambu guna meningkatkan kualitas dan daya tahan produk. Selain itu, pemerintah daerah seyogiannya mampu membangun ekosistem pemasaran yang lebih komprehensif melalui pemberian akses permodalan dan dukungan pemasaran sehingga pengrajin memiliki posisi tawar yang lebih kuat serta tidak bergantung pada tengkulak dalam memasarkan produknya. Pemerintah daerah juga perlu mendorong program regenerasi pengrajin dengan melibatkan generasi muda sebagai pelaku inovasi desain dan teknologi digital guna mendukung keberlanjutan industri kerajinan bambu di masa mendatang.

Keterbatasan Penelitian. Penelitian ini memiliki keterbatasan utama pada durasi pengumpulan data lapangan yang relatif terbatas. Selain itu, penelitian hanya berfokus pada sentra kerajinan bambu di Kecamatan Sukamulya sebagai lokasi penelitian, sehingga hasil penelitian ini memerlukan penyesuaian apabila diterapkan pada wilayah sentra kerajinan bambu lainnya yang memiliki karakteristik sosial, ekonomi, dan budaya yang berbeda.

Arah Masa Depan Penelitian (Future Work). Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih berfokus pada aspek pengembangan produk sebagai variabel utama dalam meningkatkan perekonomian pengrajin bambu. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar penelitian lanjutan dapat dilakukan pada lingkup Kabupaten Tangerang dengan fokus kajian yang lebih mendalam mengenai model pemberdayaan ekonomi berbasis *community-led enterprise*. Penelitian selanjutnya juga dapat mengkaji efektivitas penerapan teknologi pengawetan bambu pada skala industri kecil terhadap peningkatan daya saing produk, perluasan pasar, peningkatan nilai ekspor, serta keberlanjutan pendapatan para pengrajin bambu.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tangerang beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan arahan, data, dan izin pelaksanaan penelitian; Kepala Bidang Usaha Mikro dan para staf teknis yang telah membantu memfasilitasi akses ke lapangan; Ketua Komunitas Pengrajin Bambu Kecamatan Sukamulya beserta seluruh perajin yang telah bersedia meluangkan waktu untuk wawancara dan berbagi pengalaman; serta seluruh pihak yang telah tulus membantu dan mensukseskan pelaksanaan

penelitian ini dari awal hingga akhir. Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, dan semoga kontribusi kecil ini dapat bermanfaat bagi pengembangan potensi kerajinan bambu di Kabupaten Tangerang.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Amalia, R. (2023). Pemberdayaan masyarakat pengrajin bambu melalui dukungan pemerintah dalam peningkatan ekonomi lokal. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 88–101. Diakses dari https://ejournal.uin-suka.ac.id/pusat/JurnalPPM

Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta. ISBN: 978-979-518-411-4.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang. (2024). *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Tangerang 2024*. Diakses pada 20 Januari 2026, dari https://tangerangkab.bps.go.id

Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang. (2024). *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Tangerang 2024*. Diakses pada 20 Januari 2026, dari https://tangerangkab.bps.go.id

Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih di antara Lima Pendekatan* (3rd ed., A. L. Lazuardi, Penerj.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar. ISBN: 978-602-229-430-6.

Dewan Kerajinan Nasional (Dekranas). (2023). *Program pengembangan kerajinan nasional dan penguatan UMKM kriya*. Diakses pada 10 Januari 2026, dari https://dekranas.id

Elsye, R. (2022). Pengembangan UMKM pada destinasi wisata Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung. *Jurnal Terapan Pemerintahan Minangkabau*, 2(1), 64–72. DOI: https://doi.org/10.33701/jtpm.v2i1.2399

Janah, A. F. (2023). *Strategi pengembangan usaha kerajinan bambu dengan menggunakan metode SWOT dan QSPM (Studi Kasus: UMKM Desa Jambukulon)* [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta]. Repository UMS. Diakses dari https://eprints.ums.ac.id

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Data UMKM Indonesia 2023*. Diakses pada 15 Januari 2026, dari https://kemenkopukm.go.id/data-umkm

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education. ISBN: 978-0-13-385678-0.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. ISBN: 978-0-8039-5540-4.

Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya. ISBN: 978-979-514-049-9.

Novita, A. A., Wismanu, R. E., & Wahyudi, L. E. (2023). Improving MSMEs with digital business-based community empowerment model in Pangandaran region, Indonesia: A system dynamics perspective. *Journal of Socioeconomics and Development*, 6(2), 161–171. DOI: https://doi.org/10.31328/jsed.v6i2.3691

Permana, R., Handayani, Y., & Absor, N. F. (2022). Peran LKP Topi Bambu Foundation Tangerang dalam melestarikan budaya menganyam topi bambu melalui pendidikan kewirausahaan. *EDUEKSOS: Jurnal Pendidikan Sosial dan Ekonomi*, 11(1), 1–8. DOI:https://doi.org/10.24235/edueksos.v11i1.9930

Pieter, L. A. G., & Utomo, M. M. B. (2023). Performance and development challenges of micro–small bamboo enterprises in Gunungkidul, Indonesia. *Advances in Bamboo Science*, 4, 100037. DOI: https://doi.org/10.1016/j.bamboo.2023.100037

Rizki, A. M. (2023). Dampak pelatihan inovasi produk dan pemasaran online terhadap nilai ekonomi produk bambu: Studi eksperimental pada UMKM kerajinan bambu. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 12(3), 200–218. Diakses dari https://jurnal.uii.ac.id/ajie

Santoso, E. B., Moenek, R., Rahmadanita, A., & Ramadhani, W. (2022). Pemberdayaan usaha mikro pengrajin kain tenun Ulap Doyo di Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja*, 12(2), 22–37. DOI: https://doi.org/10.33701/jiwbp.v12i2.3036

Setiawan, B. (2016). Strategi pengembangan usaha kerajinan bambu di wilayah Kampung Pajeleran Sukahati Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 1(2), 135–147. DOI: https://doi.org/10.29244/jmo.v1i2.14158

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2). Bandung: Alfabeta. ISBN: 978-602-444-175-2.

Tambunan, T. T. H. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 18. DOI: https://doi.org/10.1186/s40497-018-0140-4

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. Jakarta: Sekretariat Negara Republik Indonesia. Diakses dari https://peraturan.bpk.go.id/Details/38685/uu-no-23-tahun-2014

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta: Sekretariat Negara Republik Indonesia. Diakses dari https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008

Wardana, D. R., Santoso, E. B., & Rahmadanita, A. (2024). Pemberdayaan usaha mikro pelaku kerajinan manik-manik oleh Dinas Koperasi dan UKM di Kecamatan Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara Provinsi Kalimantan Timur. *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja*, 14(2), 112–123. DOI: https://doi.org/10.33701/jiwbp.v14i2.4847