



Contents lists available at [Journal IICET](#)
JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)
ISSN: 2502-8103 (Print) ISSN: 2477-8524 (Electronic)
Journal homepage: <https://jurnal.iicet.org/index.php/jppi>



Model keunggulan bersaing UMKM kerajinan anyaman bambu di Bali

I Made Kartika^{1*)}, I Made Sumada², I Made Adi Suwandana², I Dewa Gede Putra Sedana², Putu Gede Denny Herlambang², Yudistira Adnyana², I Gusti Bagus Rai Utama²

¹Universitas Ngurah Rai, Bali, Indonesia

²Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Oct 05th, 2023

Revised Jan 26th, 2024

Accepted Mar 19th, 2024

Keyword:

MSMEs,
Competitive advantage,
Raw materials,
Production process,
Marketing strategy

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has affected all business sectors, including micro, small and medium enterprises (MSMEs). One of the MSMEs affected is the bamboo handicraft MSME in Bali. However, currently economic conditions are starting to rise. MSMEs must formulate new strategies to improve their competitiveness. Based on this review, this study aims to explore these aspects in depth to build the competitive advantage of bamboo plaiting MSMEs in Bali. In addition, this study also describes the supporting and inhibiting factors in increasing the competitive advantage of bamboo woven MSMEs in Bali in terms of the use of raw materials, production processes, and marketing strategies. This research includes descriptive qualitative research with data collection techniques through interviews. The research informants were 10 bamboo weaving craftsmen in Buleleng, and Bangli Regencies. The data analysis technique used qualitative data analysis. The results concluded that the competitive advantage model of bamboo plaiting MSMEs in Bali was built through 3 elements, namely raw materials (adequacy of raw materials, planning planting and harvesting time, selection of raw materials, use of quality raw materials), production processes (maintaining handmade, innovation, use of drying machines), and marketing strategies (improving network quality, participating in digital marketing training, and using online marketing strategies).



© 2024 The Authors. Published by IICET.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Corresponding Author:

I Made Kartika,
Universitas Ngurah Rai, Denpasar, Bali
Email: made.kartika@unr.ac.id

Pendahuluan

Adanya pandemi covid-19 juga mengakibatkan orderan kerajinan bambu tepatnya di Desa Kayubih Kabupaten Bangli mengalami penurunan mencapai 30 sampai 50 persen baik di pasar ekspor maupun pasar lokal. Tidak hanya berhenti disitu saja, berdasarkan informasi dari salah seorang pengrajin, sejak pandemi covid-19 merebak, anyaman bambu jenis sokasi turun drastis. Kondisi ini diakibatkan oleh lemahnya ekonomi masyarakat yang berdampak pada turunnya daya beli masyarakat. Selain itu, masyarakat juga membatasi diri untuk keluar rumah, termasuk berbelanja keperluan alat upacara. Menurunnya daya beli masyarakat, mengakibatkan perajin terpaksa menurunkan nilai jual, misalnya sokasi yang dijual dengan harga 140 ribu rupiah kini turun menjadi 100 ribu rupiah (I Wayan Ruspindi Junaedi et al., 2022). Meskipun saat ini pandemi belum mereda, namun tak membuat pengrajin anyaman bambu patah semangat untuk bertahan hidup.

Sebelum pandemi, salah seorang pengrajin bisa mengantongi 20 juta rupiah perbulan dari penjualan anyaman bambu dan barang lainnya. Saat ini, pengrajin hanya mendapatkan 5 juta rupiah per bulan (Utama, 2020). Dampak tersebut juga dirasakan oleh pengrajin-pengrajin anyaman bambu di Desa Tigawasa Kabupaten Buleleng yang mengalami penurunan penjualan yang diakibatkan tidak adanya wisatawan asing ke Bali dan berkunjung ke Desa Tigawasa(Sari et al., 2022). Adanya pandemi covid-19 membuat para pelaku usaha anyaman bambu mengalami penurunan pendapatan hingga berdampak pula pada penurunan kinerja(Utama et al., 2020).

Hal tersebut sangat disayangkan, karena Desa Tigawasa adalah salah satu daerah penghasil bambu dimana sebagian mata pencaharian masyarakatnya adalah sebagai pengrajin bambu. Kerajinan tangan bambu di Desa Tigawasa banyak dikunjungi para wisatawan asing, karena kerajinan dari bambu ini menarik dan memberikan ciri khas dari Bali. Di Desa Tigawasa memiliki berbagai bentuk dan motif hias dalam menganyam bambu yang bisa dibentuk dari model dan jenis anyaman (Iqbal et al., 2014). Kemudian Desa Kayubihi yang menjadi industri anyaman bambu yang cukup terkenal, karena produknya yang beragam mulai dari sokasi, keranjang, hiasan seperti tempat lampu dan hiasan dinding lainnya. Eksistensi usaha-usaha anyaman bambu dari daerah-daerah tersebut harus senantiasa dipertahankan, khususnya pada situasi pasca pandemi covid-19 saat ini(Iqbal et al., 2014).

Pasca pandemi covid-19 saat ini kondisi UMKM di Provinsi Bali termasuk UMKM kerajinan anyaman bambu mulai membaik. Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) G20 menjadi awal pemulihan perekonomian Provinsi Bali, karena acara tersebut tak hanya menjadi momentum bagi kepentingan politik negara, namun juga bagi pengusaha dan pengrajin Bali, termasuk para UMKM. Para delegasi negara peserta KTT G20 tidak lupa berburu oleh-oleh menjelang kepulangannya ke negara masing-masing. Belanja buah tangan ini salah satu harapan dan semangat untuk mendorong bergeraknya kembali sektor tersebut, setelah sempat sepi pembeli sekitar dua tahun terakhir akibat pandemi covid-19. Salah seorang pengrajin anyaman bambu mengaku mendapatkan pemesanan sebanyak 700 keben (anyaman bambu yang berbentuk menyerupai kubus). Pemesannya dari salah satu hotel tempat delegasi G20 menginap, di Nusa Dua(Adnyani & Agustini, 2020). Hal itu mengindikasikan bahwa kondisi perekonomian saat ini mulai bangkit, sehingga UMKM perlu strategi baru untuk meningkatkan daya saingnya.

Dalam upaya membangun keunggulan bersaing UMKM anyaman bambu, diperlukan optimalisasi dari aspek-aspek yang mampu meningkatkannya.Beberapa aspek yang mampu meningkatkan daya saing UMKM, antara lain: penggunaan bahan baku. Penggunaan bahan baku mampu meningkatkan daya saing UMKM. Penggunaan bahan baku yang berkualitas menjadi salah satu prioritas yang harus dilakukan UMKM agar mampu bersaing dengan competitor (M. S. Rizqullah, 2022). Begitu halnya dengan proses produksi, untuk mampu bersaing, UMKM perlu melakukan pengambilan keputusan yang tepat dalam hal produksi. Produksi merupakan faktor yang sangat penting bagi peningkatan daya saing UMKM (Sunariani et al., 2017).Penerapan proses produksi yang tepat dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan berdaya saing tinggi(Dzakwan et al., n.d.). Proses produksi yang tepat menjadi salah satu upaya dalam meningkatkan daya saing (Darwanto et al., 2013).

Aspek lainnya menyangkut pemasaran produk anyaman bambu. Dalam melakukan pemasaran produk harus selalu memperhatikan pentingnya penggunaan strategi-strategi pemasaran. Hal ini bertujuan agar dapat melancarkan dan memudahkan dalam proses memasarkan suatu produk dan tetap dapat bersaing di era persaingan yang semakin ketat (Darwanto et al., 2013). Strategi pemasaran mempunyai peran penting bagi UMKM. Peran penting dari strategi pemasaran yang tepat akan mampu meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan UMKM(Dzakwan et al., n.d.); (Sunariani et al., 2017). Organisasi mengejar strategi pemasaran untuk mendapatkan daya saing bisnis dan mencapai peningkatan profitabilitas (G/Tsodik et al., 2020). Strategi pemasaran sebagai strategi kompetitif yang khas, jika dirumuskan dan diterapkan dengan benar, mengarah pada keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan dianggap sebagai poros utama keberhasilan organisasi (Clements et al., 2010); (Adnyani & Agustini, 2020).

Dari beberapa studi terdahulu mengenai keunggulan bersaing di atas, belum banyak penelitian yang membahas secara langsung aspek proses produksi, bahan baku, dan strategi pemasaran. Penelitian ini dilakukan untuk menggali aspek-aspek tersebut secara mendalam untuk membangun keunggulan bersaing UMKM anyaman bambu di Bali. Tujuan penelitian dapat difokuskan untuk menentukan model keunggulan bersaing UMKM kerajinan anyaman bambu di Bali.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas pada masyarakat. UMKM mampu berperan dalam proses pemerataan dan meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan

berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Bismala, 2016). Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria (KHUAEFAH, 2018) sebagai berikut: 1) Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni: a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah); 2) Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni: a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah); 3) Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria: a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Daya Saing

Daya saing didefinisikan sebagai kemampuan dari suatu organisasi untuk menciptakan suatu posisi yang dapat dipertahankan melalui kompetisi dengan yang lainnya (Wibowo & Zainul Arifin, 2015). Pendapat lainnya menyebutkan bahwa daya saing adalah suatu kemampuan perusahaan dalam memproduksi secara murah atau bersifat unik dengan beberapa aspek yang dikenal oleh pelanggan (Sedyastuti, 2018) berargumen bahwa daya saing termasuk dari perbedaan kemampuan suatu organisasi secara terpisah dari kompetitornya, karena memang sudah mempunyai pasar tertentu. Daya saing UMKM dapat mencakup (1) keunggulan untuk memanfaatkan sumber daya secara optimal untuk menghasilkan produk yang diterima pasar serta pendapatan yang tinggi; (2) kemampuan untuk tumbuh secara berkelanjutan; dan (3) kemampuan merespon perubahan pasar. Kemampuan UMKM dalam menangani proses bisnisnya akan mempengaruhi kinerjanya, seperti kinerja internal, kinerja eksternal serta keberlangsungan dan pertumbuhan usaha (Bismala & Handayani, 2017). Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi daya saing UMKM, antara lain: penggunaan bahan baku (Ambarwati et al., 2019), proses produksi dan pemasaran (Sunariani et al., 2017).

Metode

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan, dan menjawab permasalahan penelitian untuk menentukan keunggulan bersaing UMKM kerajinan anyaman Bambu di Bali. Sumber informasi penelitian diperoleh dari lima informan yang merupakan pengrajin anyaman bambu yang berasal dari Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng dan Kecamatan Bangli Kabupaten Bangli. Teknik analisis data pada penelitian menggunakan analisis kualitatif naratif dengan mengkonfirmasi antara hasil-hasil penelitian sebelumnya dengan kondisi pengrajin anyaman bambu sehingga ditemukan model baru keunggulan bersaing UMKM kerajinan anyaman Bambu di Bali.

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan hasil observasi berupa foto-foto produk UMKM yang dikelola oleh informan. Foto-foto tersebut berupa foto bahan baku, produk setengah jadi, hingga produk siap dikirim ke konsumen. Gambar 1 adalah Bambu sebagai Bahan Baku Kerajinan Anyaman, Gambar 2 adalah Produk Anyaman Bambu yang telah jadi. Gambar 3 adalah Proses Produksi Anyaman Bambu, dan Gambar 4 adalah Strategi Pemasaran online Produk UMKM Anyaman Bambu di Bali. Dengan melakukan analisis kualitatif berdasarkan aspek ketersediaan bahan baku, keunggulan proses produksi, dan strategi pemilihan saluran pemasaran, maka dapat dirumuskan keunggulan bersaing UMKM kerajinan anyaman Bambu di Bali pada Gambar 5.

Hasil dan Pembahasan

Pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara kepada beberapa informan pengrajin anyaman bambu di Bali bermaksud untuk menggali informasi mengenai bahan baku, proses produksi, dan pemasaran UMKM anyaman bambu di Bali. Berikut disajikan hasil wawancara yang diperoleh terkait hal-hal tersebut.

Bahan Baku Kerajinan Anyaman Bambu

Kerajinan anyaman dibuat menggunakan bahan baku bambu yang terdiri dari beberapa jenis. Kutipan pernyataan mengenai bahan baku anyaman bambu oleh pengrajin yaitu terdapat jenis-jenis bambu yang digunakan sebagai bahan baku pembuatan produk anyaman di Bali adalah bambu buluh dan bambu bali, serta bambu tali yang biasanya digunakan sebagai pengikat anyaman karena memiliki sifat yang lentur. Bahan baku yang paling sering digunakan oleh pengrajin anyaman bambu adalah bambu buluh yang berasal dari daerah setempat. Informan menyetujui adanya pendapat bahwa bambu diambil dari daerah setempat, karena pada umumnya para pengrajin anyaman memiliki kebun-kebun bambu sendiri untuk memenuhi kebutuhan bahan baku kerajinan anyaman, sehingga untuk ketersediaan bahan baku bagi pengrajin anyaman bambu di Bali mampu dipenuhi secara mandiri dan tidak bergantung dari luar daerah. Hal tersebut membuat industri kerajinan bambu menjadi salah satu industri yang menonjol perkembangannya, karena ketersediaan bahan baku yang cukup melimpah, sehingga memberikan peluang bagi masyarakat sekitar untuk memperoleh bahan baku bambu dengan mudah (Astuti et al., 2024).

Cara melakukan pemilihan jenis bambu yang berkualitas tidak bisa dilakukan secara sembarangan. Beberapa informan pengrajin menjelaskan cara pemilihan jenis bambu yaitu dalam memilih jenis bambu sebagai bahan baku selalu disesuaikan dengan jenis anyaman yang akan diproduksi, karena setiap produk membutuhkan kombinasi jenis bambu yang berbeda-beda. Informan pengrajin lainnya menambahkan bahwa pemilihan bambu juga didasarkan pada umur bambu itu sendiri, bambu yang dijadikan anyaman harus yang sudah tua dan biasanya ditandai dengan warna hijau tua. Bambu yang tua berumur lebih dari 5 tahun, batangnya lurus, diameter $\pm 15-20$ cm, tebal dinding bambu ± 1 cm (Sasmitha & Ayuningsasi, 2017). Bambu tua dipilih karena memiliki kadar air yang rendah atau sudah kering, karena lebih kuat dan tahan lama, sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas. Contoh bambu sebagai bahan baku anyaman tertera pada Gambar 1.



(a) Bambu Buluh (Sari et al., 2021)



(b) Bambu buluh yang sudah dipotong kecil-kecil

Gambar 1. Bambu sebagai Bahan Baku Kerajinan Anyaman

Produk anyaman yang berkualitas mampu dihasilkan oleh UMKM anyaman bambu Bali, sebagaimana penurutan informan pengrajin mengenai kualitas anyaman bambu. Jenis bambu buluh di Bali yang digunakan sebagai bahan baku kerajinan anyaman memiliki kualitas yang lebih bagus dibanding daerah lain. Hal itu disebabkan karena Bali memiliki potensi bambu yang khas, bila dibandingkan dengan penghasil bambu lainnya. Kekhasan bambu Bali yaitu tumbuhnya relatif berkesinambungan, dan batangnya relatif lebih halus. Kekhasan bambu Bali ini menjadi peluang untuk menuju pada one village one product (OVOP) (Sunariani et al., 2017) Bambu yang khas tersebut membuat anyaman bambu yang diproduksi di Bali berkualitas bagus (Wiriutama & Andiani, 2021). Pengrajin anyaman selalu menggunakan bambu buluh dari daerah asalnya, sehingga mampu menghasilkan produk kerajinan anyaman bambu yang berkualitas dan tahan lama. Hal ini menjadikan produk anyaman bambu Bali lebih unggul dan tidak mudah ditiru oleh daerah lain, mengingat bambu yang dipakai hanya terdapat di daerah Bali saja. Contoh produk UMKM anyaman bambu di Bali disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Produk Anyaman Bambu Bali

Kecukupan bahan baku dan kondisi geografis yang mempengaruhi pertumbuhan bambu menjadi faktor pendukung ketersediaan bahan baku anyaman bambu. Ada beberapa pernyataan dari informan pengrajin terkait ketersediaan bahan baku. Ketersediaan bambu sebagai bahan baku produksi kerajinan anyaman bambu mampu dicukupi oleh daerah setempat, karena masyarakat sekitar terutama yang menjadi pengrajin anyaman bambu banyak yang memiliki lahan kosong yang ditanami bambu. Pada umumnya masyarakat menanam bambu di lahan kebun milik pribadi dan di sekitar tempat tinggal mereka (Bismala, 2016). Menurut informan pengrajin, secara geografis tanaman bambu buluh sebagai bahan baku utama dapat tumbuh subur di daerah Bali, sehingga untuk penyediaan bahan baku dapat dilakukan secara mandiri di daerah asal. Pulau Bali merupakan salah satu pulau yang ada di Indonesia dengan karakteristik tanah yang tergolong subur serta iklim yang mendukung, sehingga banyak tanaman yang tumbuh dengan baik. Salah satu tanaman tersebut adalah bambu (*Bambusa spp*) yang banyak tumbuh di pelosok-pelosok pulau Bali, bahkan tumbuhnya secara liar (Widaningsih et al., 2018).

Meskipun dari segi ketersediaan bahan baku anyaman bambu mencukupi, masih ada beberapa kendala yang dialami para pengrajin bambu. Berikut kutipan informan pengrajin mengenai kendala yang dialami UMKM anyaman bambu di Bali, yaitu antara lain: adanya alih fungsi lahan, pengelolaan ketersediaan bahan baku masih dilakukan secara manual, dan kesulitan regenerasi petani bambu laki-laki. Seiring perkembangan zaman dan pertumbuhan penduduk, maka berpotensi terjadi alih fungsi lahan. Dimana lahan-lahan penduduk yang semula banyak ditanami pohon-pohon bambu semakin berkurang luasannya karena beralih menjadi pemukiman dan masyarakat mulai banyak yang mengganti dengan tanaman cengkeh karena pertimbangan faktor ekonomis. Eksistensi tanaman bambu di sekitar pekarangan penduduk yang rentan akan alih fungsi lahan untuk lahan pemukiman (Sasmitha & Ayuningsasi, 2017); (Iqbal et al., 2014). Pengelolaan terhadap ketersediaan bahan baku bambu masih dilakukan oleh masyarakat secara tradisional, belum ada perencanaan yang baik terkait waktu tanam dan waktu panen bambu, sehingga ketersediaan bahan baku bambu lama kelamaan bisa habis meskipun saat ini masih dapat tercukupi, mengingat bahan baku yang baik untuk produksi anyaman membutuhkan bambu yang berusia tua. Kemudian dalam hal penyediaan bahan baku kerajinan anyaman dilakukan dengan cara memanen pohon-pohon bambu di kebun yang biasanya dikerjakan oleh laki-laki karena termasuk pekerjaan berat. Namun saat ini terjadi kekurangan tenaga kerja untuk memanen bambu, karena banyak penduduk laki-laki setempat yang berusia muda lebih memilih bekerja ke di sektor pariwisata di luar daerah. Fenomena ini sesuai dengan temuan yang menyebutkan bahwa secara teknis sumber daya manusia yang terlibat dalam budidaya bambu secara intensif masih terbatas. Petani yang aktif terlibat kebanyakan berusia di atas 40 tahun, sementara generasi muda kurang tertarik untuk menekuni budidaya bambu secara intensif (Sunariani et al., 2017); (Sasmitha & Ayuningsasi, 2017).

Proses Produksi yang Diterapkan Pengrajin Anyaman Bambu

Menurut informan pengrajin, proses produksi kerajinan anyaman bambu di Bali tidak menggunakan peralatan berupa mesin melainkan masih dikerjakan secara manual. Proses produksi anyaman secara manual dikerjakan menggunakan tangan dan peralatan sederhana (Raharjo & Wirawan, 2023). Pengerjaan manual yang dimaksud pengrajin terdiri dari beberapa tahapan, yaitu proses pembelahan bambu, pengeringan bambu, penganyaman bambu, dan finishing. Pembelahan bambu menggunakan mesin dinilai terlalu tebal, sehingga kurang bagus untuk dibuat anyaman, jika menggunakan tangan hasilnya lebih tipis sesuai dengan kebutuhan untuk membuat kerajinan anyaman bambu (Gambar 3 (a)). Tahap proses produksi berikutnya berdasarkan pendapat informan pengrajin, seperti pewarnaan dan penganyaman juga masih dilakukan secara manual (hasil

olahan tangan). Begitu pula saat pengeringan bambu setelah diwarnai hanya cukup dijemur tanpa bantuan mesin pengering (Gambar 3 (b)).



(a) Proses pembelahan bambu agar lebih tipis dan mudah dianyam



(b) Mengeringkan bambu yang sudah dibelah dan di cat



(c) Proses penganyaman bambu yang sudah kering



(d) *Finishing* hasil anyaman bambu menggunakan vernis

Gambar 3. Proses Produksi Anyaman Bambu di Bali

Setelah itu, bambu siap dianyam secara manual (Gambar 3 (c)) dan dilakukan tahap finishing menggunakan pernis (Gambar 3 (d)). Alasan lain tidak menggunakan mesin, karena akan lebih boros, perlu modal untuk membeli mesin dan membayar biaya operasional listrik. Selain itu, dengan penggunaan tenaga manusia dapat turut serta membantu memberdayakan masyarakat sekitar sebagai tenaga kerja. Meskipun proses produksi anyaman masih manual, para pengrajin anyaman di Bali memiliki strategi produksi yang berdaya saing. Perusahaan harus mengatur strategi bisnisnya, meskipun perusahaan tergolong sebagai usaha kecil dan menengah, agar usahanya terus berkembang di kemudian hari. Pengembangan usaha kecil dan menengah menuntun kepada penyusunan strategi yang diperlukan perusahaan untuk memenuhi produk atau jasa sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mempertahankan keunggulan kompetitif (Sunariani et al., 2017). Informan pengrajin menyebutkan terdapat beberapa strategi dilakukan dengan mempertahankan kualitas produk melalui beberapa cara, yaitu antara lain: selalu menggunakan bahan baku berupa bambu asli dari daerah asal, melakukan inovasi, dan mempertahankan proses produksi secara manual. Inovasi dilakukan dengan mengikuti tren di pasaran dalam hal penggunaan motif-motif anyaman bambu dengan tetap menjaga ciri khas daerah. Kemudian dalam hal pengerjaan produk anyaman dilakukan dengan teliti dan cermat secara manual (hasil olahan tangan) menggunakan teknik tertentu, sehingga menghasilkan bentuk dan corak yang khas. Hasil anyaman bambu secara manual jauh lebih bagus dibandingkan dengan mesin. Beberapa strategi produksi yang efektif dan efisien yang diterapkan oleh para pengrajin anyaman bambu di Bali mampu menghasilkan produk anyaman yang bagus, berkualitas, unik dan tahan lama. Proses produksi yang efektif dan efisien tentunya akan menghasilkan produk yang sesuai dengan harapan perusahaan (Bismala, 2016); (Raharjo & Wirawan, 2023).

Faktor pendukung dalam proses produksi berdasarkan penuturan informan pengrajin yaitu mengenai modal dan biaya operasional yang rendah dan ketersediaan SDM pengrajin. Proses produksi kerajinan anyaman bambu secara keseluruhan cukup menggunakan tenaga manusia tanpa melibatkan mesin, sehingga bagi pemilik UMKM tidak memerlukan modal dan biaya operasional yang besar. Proses produksi kerajinan yang dikerjakan secara manual juga ditemui oleh beberapa peneliti lain (M. S. Rizqullah, 2022). Perihal SDM pengrajin sebagai tenaga kerja untuk proses produksi dapat dipenuhi dari daerah sekitar, banyak masyarakat

sekitar terutama ibu-ibu yang terampil dan berminat bekerja sebagai pengrajin anyaman bambu, hal ini karena profesi tersebut sudah turun-temurun sejak dahulu. Kerajinan anyaman bambu yang masih dilestarikan secara turun-temurun tersebut dijadikan sebagai usaha untuk mencari nafkah (Murti, 2018), sehingga produk bambu anyaman lebih dikenal secara meluas daripada produk bambu non anyaman (M. R. Rizquillah & Pudjoprastyono, 2024)

Beberapa kendala yang dialami dalam proses produksi menurut pendapatan informan pengrajin berkaitan dengan kondisi musim dan adanya hukum adat yang melarang penebangan bambu pada waktu tertentu. Proses produksi yang banyak mengalami kendala adalah tahap pengeringan saat musim hujan, karena tahap ini dilakukan secara alami membutuhkan sinar matahari yang terik. Jika cuaca mendung atau turun hujan, maka penyelesaian anyaman akan membutuhkan waktu yang lebih lama. Hasil serupa disampaikan oleh (Murti et al., 2018) yang menyebutkan bahwa proses pengeringan langsung dijemur di sinar matahari langsung tidak perlu menggunakan alat pengering. Faktor musim sangat mempengaruhi proses pengeringan yang hanya mengandalkan sinar matahari. Menyangkut adat istiadat, masyarakat di Bali sangat menjunjung tinggi adat istiadat setempat, termasuk ketika berlangsung upacara adat maka semua pengrajin anyaman menghentikan aktivitas produksinya. Selain itu, di Bali terdapat hukum adat yang melarang masyarakat menebang pohon bambu pada waktu tertentu. Aturan adat tersebut mengatur pemanenan dilarang di hari-hari tertentu. Serta terdapat aturan untuk pemanenan di hutan adat. Pemanenan hanya dapat dilakukan pada hari-hari tertentu dan oleh orang-orang tertentu pula (Irfani et al., 2020). Aturan ini telah diwariskan oleh para leluhur dengan tujuan untuk menjaga kelestarian pohon-pohon bambu dari kepunahan dan kelestarian alam. Maka jika ada pesanan produk anyaman saat bersamaan dengan pelaksanaan upacara adat dan waktu yang dilarang untuk menebang pohon bambu, maka pengrajin tidak bisa memenuhi pesanan sesuai dengan waktu yang diinginkan konsumen.

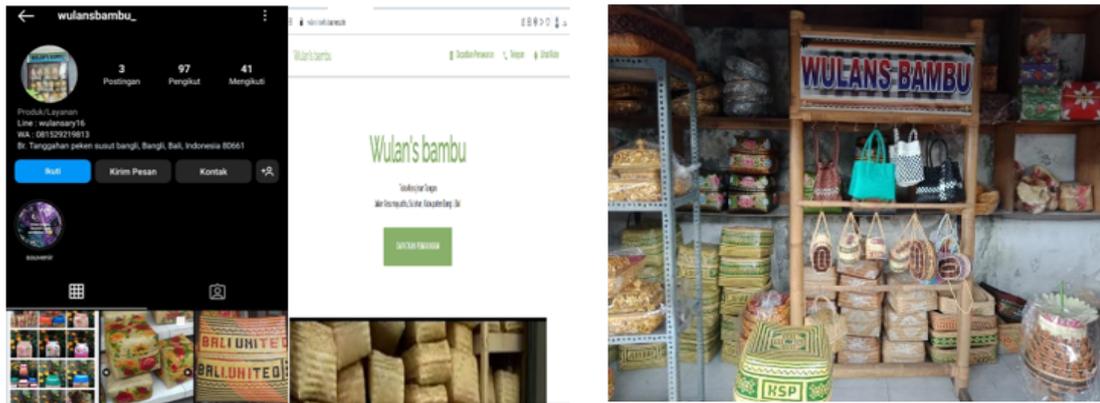
Aktivitas Pemasaran yang Dilakukan Saat Ini

Aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh pemilik UMKM anyaman bambu ialah berupa pemasaran online dan offline. Berkaitan dengan aktivitas pemasaran, informan pengrajin menyetujui bahwa sebagian besar UMKM anyaman bambu di Bali cenderung memasarkan produknya secara offline dan hanya beberapa UMKM saja yang memasarkan produknya secara online. Sistem pemasaran secara tradisional yang masih dilakukan selama ini melalui toko atau dari mulut-ke-mulut membuat UMKM mengalami kesulitan mengenalkan produk lebih luas (Raharjo & Wirawan, 2023). Meskipun dirasakan mudah dan nyaman, akan tetapi pemasaran yang terjadi saat ini kurang memberikan keuntungan kepada pengrajin (Sunariani et al., 2017).

Bentuk-bentuk aktivitas pemasaran yang dilakukan informan pengrajin, yaitu melalui media sosial, menjual ke agen, mengikuti pameran, dan membuka gerai sendiri. Strategi pemasaran online dilakukan oleh pemilik UMKM anyaman bambu melalui pemanfaatan media sosial instagram dan website (Gambar 4 (a)). Sementara strategi pemasaran offline ditempuh dengan menitipkan produk anyaman bambu ke agen penjual anyaman bambu di kota, seperti Denpasar dan Singaraja. Selain itu, pemilik UMKM juga memasarkan produknya dengan mengikuti pameran-pameran yang diadakan oleh pemerintah dimana pada pameran tersebut sudah terdapat stand-stand untuk men-display produk anyaman bambu mereka. Pemasaran dan penjualan hasil produk UMKM yang dilakukan dengan mengikuti berbagai macam pameran belum optimal dalam penyampaian informasi, karena promosi yang dilakukan tidak menjangkau masyarakat yang berada jauh dari lokasi galeri pameran/toko (Murti et al., 2018). Ada pula pemilik UMKM anyaman bambu yang memasarkan produknya di gerai-gerai mereka sendiri (Gambar 4 (b)). Produk-produk anyaman bambu yang diperjualbelikan terdiri dari 2 jenis yaitu produk kerajinan dan keperluan upacara adat. Terkait produk anyaman untuk keperluan adat, UMKM memasarkan produknya ke masyarakat setempat untuk digunakan sebagai pelengkap keperluan upacara adat. UMKM anyaman bambu yang menggunakan strategi pemasaran online tentu semakin dapat meningkatkan keunggulan bersaingnya, karena jangkauan konsumen mereka lebih luas sampai ke luar Provinsi Bali. Media promosi online dapat menjadi upaya dalam meningkatkan daya saing. Dalam konteks media sosial, daya saing penjualan terlihat dari besarnya pengikut akun instagram dan akun marketplace (Andy & Ruliana, 2022). Berbeda halnya dengan UMKM yang menggunakan strategi pemasaran offline yang hanya menasar konsumen di Provinsi Bali saja.

Masyarakat Bali yang menjunjung tinggi adat istiadat menjadi salah satu pendukung UMKM dalam memasarkan produknya, karena selalu ada permintaan produk anyaman untuk keperluan upacara adat. Lembaga adat-budaya mendukung keberlanjutan seni kerajinan bambu tersebut dengan memanfaatkan produknya sebagai tempat sesaji pada upacara-upacara adat bersama, seperti upacara ngaben (kremasi) massal yang memerlukan banyak produk anyaman bambu untuk tempat sesajen (Presganachya, 2022). Selain itu, Provinsi Bali merupakan salah satu destinasi favorit yang banyak dikunjungi wisatawan-wisatawan asing. Hal ini tentu dapat memberikan peluang bagi UMKM anyaman bambu dalam memasarkan produknya. Anyaman

bambu cukup diminati oleh para wisatawan khususnya wisatawan-wisatawan asing untuk sekedar melihat bahkan membeli produk anyaman(Fifiarna et al., 2018).



(a) Pemasaran *Online* Melalui Instagram dan Website

(b) Pemasaran *Offline* Melalui Gerai Sendiri

Gambar 4. Strategi Pemasaran Produk UMKM Anyaman Bambu di Bali

Sementara untuk kendala yang dialami UMKM anyaman bambu di Bali menurut penuturan informan ialah berkaitan dengan masih minimnya pengetahuan dan kemampuan akan penggunaan teknologi baik itu di kalangan pemilik UMKM maupun pengrajin. Hasil ini sesuai dengan temuan Basri dan Sari (2018) yang menyebutkan bahwa kemampuan UMKM untuk mengadopsi teknologi informasi tergolong masih rendah. Selain itu, sebagaimana pendapat informan pengrajin, adanya pengaruh jaringan internet yang buruk dapat menjadi kendala bagi UMKM untuk memasarkan produknya secara online. Fenomena serupa terkait koneksi jaringan internet yang buruk juga ditemui pada penelitian (Bismala, 2016); (Hardyanti et al., 2023).

Model Keunggulan Bersaing UMKM Anyaman Bambu

Keunggulan bersaing UMKM anyaman bambu dibangun berdasarkan aspek bahan baku, proses produksi, dan strategi pemasaran. Berikut disajikan model keunggulan bersaing UMKM anyaman bambu di Bali.



Gambar 5. Elemen-Elemen Keunggulan Bersaing UMKM Anyaman Bambu di Bali

Membangun keunggulan bersaing yang ditinjau berdasarkan aspek ketersediaan bahan baku, keunggulan proses produksi, dan strategi pemilihan saluran pemasaran terdiri dari beberapa hal, yaitu: 1) Menciptakan produk unggulan dengan memastikan kecukupan bahan baku. Bambu buluh sebagai bahan baku yang sering digunakan untuk membuat anyaman tersedia secara melimpah di Bali, karena jenis bambu yang digunakan berasal dari daerah setempat. Ketersediaan bahan baku merupakan bagian penting yang sangat diperlukan dalam proses produksi. Ketersediaan bahan baku berupa bambu lokal yang memadai dan menjamin keberlanjutannya merupakan sub faktor penting yang menyebabkan seni kerajinan anyaman bambu tetap bertahan, dan bahkan berpotensi untuk dikembangkan menjadi produk unggulan, karena di antara kriteria produk unggulan adalah memiliki jaminan dan kandungan bahan baku lokal yang cukup, stabil, dan berkelanjutan (Sunariani et al., 2017); (Adi, 2015); 2) Menjaga ketercukupan bahan baku dengan melakukan perencanaan waktu tanam dan panen bambu secara terorganisir menggunakan perhitungan kalender. Dalam mengantisipasi terjadinya kesulitan memperoleh bahan baku, pengrajin perlu melakukan perencanaan waktu tanam dan panen bambu secara terorganisir agar ketercukupan bambu sebagai bahan baku anyaman tetap terjaga. Salah satu cara yang dapat ditempuh pengrajin dalam menjaga produktivitas bambu ialah menggunakan kalender budidaya. Kalender budidaya berpotensi dikembangkan sebagai strategi peningkatan produktivitas serta adaptasi terhadap variabilitas dan perubahan iklim. Kalender budidaya yang bisa digunakan oleh pengrajin UMKM anyaman bambu di Bali dalam menentukan waktu tanam dan panen bambu ialah kalender Bali. Perhitungan kalender ini berulang selama 6 hari merujuk pada kelompok jenis tanaman, dimana waktu tanam bambu (tanaman beruas) ialah pada hari Minggu. Perhitungan kalender ini secara umum sama dengan konsep “mongso” yang terdapat pada masyarakat etnis Jawa, dimana secara alami tumbuhan memiliki waktu yang tepat untuk mendapatkan produksi yang maksimal tanpa merusak kondisi ekologis tanaman (Bismala, 2016). Sedangkan waktu panen merujuk pada penjumlahan hari pada kalender Masehi (Senin (1) sampai Minggu (7)) dan hari pada kalender Jawa (Pahing (1), Pon (2), Wage (3), Kliwon (4), Legi (5)). Penjumlahan kedua hari ini akan menghasilkan nilai dimana nilai satuannya digunakan sebagai indikator penentuan jenis tanaman yang baik dipanen “urip”. Nilai “urip” dikenal dengan angka 1 (akar), 2 (batang), 3 (daun), 4 (bunga), 5 (buah) (Yeny et al., 2016). Sebagai contoh jika penjumlahan kedua hari menunjukkan 12, maka angka satuan (2) menunjukkan “urip batang”. Urip batang menunjukkan bahwa pada hari tersebut tanaman yang baik untuk dipanen adalah yang memiliki bagian tanaman yang dimanfaatkan berupa batang (bambu) (Adi, 2015); 3) Melakukan pemilihan bahan baku dengan tepat. Bambu yang digunakan sebagai bahan baku dipilih berdasarkan jenis anyaman yang akan dibuat dan umur bambu dimana yang dipilih ialah bambu tua. Bambu tersebut berasal dari daerah setempat. Dalam hal pengadaan bahan baku, keberhasilan perusahaan tergantung dari upaya untuk mencari dan memilih bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi dengan teliti (Sentosa & Trianti, 2017). Kemampuan perusahaan dalam menggunakan bahan baku yang berkualitas akan berdampak pada output produk yang berkualitas (KHUAEFAH, 2018); 4) Menggunakan bahan baku berkualitas guna menciptakan produk yang berdaya saing. Bambu di Bali memiliki kualitas yang bagus jika dibandingkan dengan bambu dari daerah lain, sehingga pengrajin senantiasa menggunakan bambu yang berasal dari daerah asalnya. Jenis bambu yang digunakan ini merupakan ciri khas daerah Bali yang tidak ditemukan di daerah lain, sehingga dapat menghasilkan produk anyaman yang berkualitas. Jika produk dibuat dengan memperhatikan kualitas bahan bakunya, maka produk akan memiliki daya tahan yang baik dan kualitas produk yang dihasilkan pun akan semakin baik pula. Begitu halnya dengan keunggulan bersaing perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Efektivitas pengendalian kualitas bahan baku, memberikan hasil yang baik dan meningkatkan kualitas produk yang didapat (Murti et al., 2018).

Pada aspek proses produksi, beberapa hal yang dapat ditempuh dalam membangun keunggulan bersaing ialah dengan: 1) Mempertahankan proses produksi handmade untuk menonjolkan ciri khas anyaman. Pengerjaan anyaman bambu secara manual (handmade) harus dipertahankan untuk menghasilkan anyaman yang khas dan tidak bisa ditiru. Oleh karena itu, pengerjaannya harus dilakukan oleh pengrajin yang terampil dan memiliki kemampuan menganyam yang bagus. Tenaga kerja di sektor industri sangat berperan penting pada keberhasilan industri kerajinan anyaman bambu karena pengerjaan produk harus dilakukan dengan cara manual, jadi jika semakin banyak orang yang dipekerjakan, akan meningkatkan produksi dari suatu industri. Apabila didukung dengan pengalaman kerja maka akan lebih menunjang hasil produksi pengrajin tersebut. Semakin banyak atau semakin lama pengalaman kerja yang dimiliki seseorang maka akan semakin cepat dan terampil dalam menyelesaikan pekerjaannya dan dapat bekerja secara efisien (Wilanda & Rustariyuni, 2019); 2) Melakukan inovasi motif anyaman. Inovasi dilakukan dengan mengikuti tren di pasaran dalam hal penggunaan motif-motif anyaman bambu dengan tetap menjaga ciri khas daerah. Kelompok usaha terus melakukan inovasi dalam menghadapi persaingan pasar dengan tetap menjaga ciri khas dan mengutamakan kualitas produk. Upaya tersebut dapat mempertahankan konsumen dan menarik konsumen baru. Inovasi menjadi salah satu strategi bersaing bagi UMKM anyaman bambu agar memiliki keunggulan bersaing yang tinggi. Inovasi berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebutuhan dasar dimana pada gilirannya akan mengarah pada terciptanya keunggulan kompetitif (Wilanda & Rustariyuni, 2019); 3) Menggunakan

mesin pengering bambu untuk mempercepat proses pengeringan. Saat ini, UMKM anyaman bambu di Bali melakukan proses pengeringan dengan mengandalkan sinar matahari saja. Hal ini tentu menjadi hambatan jika cuaca mendung atau hujan, yang berimbas pada waktu penyelesaian anyaman semakin lama. Oleh karena itu, pengeringan dengan bantuan mesin oven diperlukan. Mesin pengering dapat mempercepat waktu pengeringan jika dibandingkan dengan dijemur. Proses pengeringan bambu dilakukan dengan cara meletakkan bambu yang telah diawetkan ke dalam mesin pengering. Proses pengeringan berlangsung selama ± 7 hari, biasanya tergantung tebalnya bilah sampai tingkat kadar air di bawah 15 persen (Iqbal et al., 2014).

Kemudian dalam aspek pemasaran, terdapat beberapa langkah yang harus dijalani dalam membangun keunggulan bersaing, antara lain: 1) Meningkatkan kualitas jaringan internet untuk mempermudah proses pemasaran online. UMKM anyaman bambu di Bali mengalami kendala dalam pemasaran online, karena kualitas jaringan di daerah UMKM anyaman bambu berada yakni di Buleleng cenderung tidak stabil. Peningkatan bandwidth dapat menjadi solusi dalam mengatasi hal tersebut, agar koneksi internet menjadi lebih stabil dan tidak ada kendala bagi UMKM untuk melakukan pemasaran online. Koneksi jaringan internet yang buruk dan terbatas mengakibatkan kesulitan memasarkan produk. Dengan akses yang mudah dan cepat dapat dimanfaatkan oleh para pengusaha kecil UMKM untuk lebih berani mempromosikan produk-produknya karena jaringan internet sangat luas dan tidak ada batasan waktu dan wilayah hingga menjadikan media pemasaran yang efektif (Sedyastuti, 2018); 2) Mengikuti pelatihan digital marketing guna meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pemilik UMKM dalam hal adaptasi IT dalam dunia usaha. Pemilik UMKM anyaman bambu di Bali dan pengrajin-pengrajinnya memiliki pengetahuan dan kemampuan penggunaan teknologi informasi yang masih rendah, sehingga perlu ditingkatkan melalui pelatihan. Apabila SDM sudah terlatih menggunakan teknologi, maka tidak ada kendala bagi mereka untuk mengadaptasi teknologi tersebut pada usaha mereka khususnya dalam memasarkan produknya. Semakin mahirnya SDM UMKM menggunakan teknologi untuk memasarkan produknya, maka akan berdampak pada daya saing mereka. UMKM sebaiknya sudah mulai beralih menggunakan teknologi informasi supaya pemilik UKM dapat secara langsung mengenalkan dan memasarkan produk-produknya tidak hanya di pasar domestik tetapi bisa sampai keluar negeri dengan memanfaatkan teknologi internet. Hal ini penting sekali bagi UMKM supaya produk yang dihasilkan dapat dikenal dan bersaing dengan produk-produk yang lain baik di pasar domestik maupun internasional. Perusahaan yang memiliki kompetensi dalam bidang pemasaran dapat menjadikannya sebagai sumber-sumber untuk mencapai keunggulan bersaing (Bismala, 2016); 3) Menggunakan strategi pemasaran online melalui media sosial. Pemasaran online UMKM anyaman bambu di Bali masih tergolong rendah, karena sebagian besar dari mereka masih menggunakan strategi pemasaran offline dan hanya sebagian kecil saja dari mereka yang menggunakan strategi pemasaran online. Pemasaran offline yang selama ini dilakukan melalui gerai pribadi, mengikuti pameran, bekerjasama dengan agen di kota-kota, dan menjual produk ke masyarakat setempat. Untuk pemasaran online menggunakan media sosial, website, dan marketplace. Melihat teknologi saat ini semakin berkembang, maka sudah sepatutnya UMKM anyaman bambu Bali menggunakan strategi pemasaran online. Dengan latar belakang pengusaha kecil dan menengah yang memiliki modal terbatas, media digital bisa dijadikan alat pemasaran sebagai cara yang efektif dan efisien (M. S. Rizqullah, 2022). Salah satu strategi pemasaran yang paling efektif dan efisien adalah social media digital. Pemasaran melalui media sosial (social media marketing) menjadi sarana promosi yang efektif bagi UKM dalam memperkenalkan produknya di masyarakat. Hal ini dipilih, karena media sosial dapat menjangkau calon konsumen pasar dengan lebih luas dan pemakaiannya pun gratis, dimana hanya perlu menyediakan koneksi jaringan internet, sehingga tidak memerlukan biaya besar dalam prosesnya. Strategi pemasaran yang tepat mampu meningkatkan keunggulan bersaing UMKM (Dzakwan et al., n.d.); (Wibowo & Zainul Arifin, 2015).

Simpulan

Salah satu strategi yang dapat ditempuh UMKM anyaman bambu Bali agar bisa bertahan dalam dunia persaingan yang semakin ketat saat ini adalah strategi keunggulan bersaing. Sebagaimana hasil penelitian ini, model keunggulan bersaing UMKM anyaman bambu terdiri dari tiga elemen pendukung, yaitu aspek bahan baku, proses produksi, dan strategi pemasaran. Strategi pada aspek bahan baku terdiri dari memastikan kecukupan bahan baku, melakukan perencanaan waktu tanam dan panen bambu, melakukan pemilihan bahan baku dengan tepat, dan menggunakan bahan baku berkualitas. Kemudian strategi pada aspek proses produksi meliputi mempertahankan produksi anyaman handmade, melakukan inovasi motif anyaman, dan menggunakan mesin pengering bambu untuk mengatasi hambatan ketidakpastian cuaca saat proses pengeringan. Terakhir ialah strategi pemasaran yang terdiri dari beberapa hal yaitu meningkatkan kualitas jaringan, mengikuti pelatihan digital marketing, dan melakukan promosi melalui media sosial. Model tersebut dapat dijadikan bahan rekomendasi bagi UMKM anyaman bambu di Bali dalam membangun keunggulan bersaing yang efektif dan efisien. Model keunggulan bersaing UMKM kerajinan Bambu adalah keunggulan

dalam penyediaan bahan baku, keunggulan proses produksi yang efisien, dan keunggulan pemasaran produk dengan pemanfaatan pemasaran digital.

Referensi

- Adi, I. R. (2015). *Intervensi Komunitas & Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*.
- Adnyani, N. K. S., & Agustini, D. A. E. (2020). Digitalisasi Sebagai Pemulihan Perekonomian Di Sektor Kerajinan Dalam Mendukung Kebangkitan Umkm Di Provinsi Bali. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Media Ganesha FHIS*, 1(2), 87–96.
- Ambarwati, R., Mudjib, A. W., Lestariana, F. F., & Handiwibowo, G. A. (2019). The implications of good governance of village government office in Sidoarjo. *Binus Business Review*, 10(3), 147–158.
- Astuti, Y. D., Meilinda, M., Dewi, S. P., Wulandari, R. M., & Jajuri, T. (2024). Identification of High School Students' Misconceptions on The Biogeochemical Cycle Topics. *Jurnal Pendidikan Sains Indonesia (Indonesian Journal of Science Education)*, 12(1), 172–181.
- Bismala, L. (2016). Model manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan efektivitas usaha kecil menengah. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5(1), 19–26.
- Bismala, L., & Handayani, S. (2017). Improving competitiveness strategy for SME's through optimization human resources management function. *Proceedings of AICS-Social Sciences*, 7, 416–424.
- Clements, R., Rayan, D. M., Ahmad Zafir, A. W., Venkataraman, A., Alfred, R., Payne, J., Ambu, L., & Sharma, D. S. K. (2010). Trio under threat: can we secure the future of rhinos, elephants and tigers in Malaysia? *Biodiversity and Conservation*, 19, 1115–1136.
- Darwanto, D., Tri, U., & Danuar, D. (2013). Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) berbasis ekonomi kreatif di kota semarang. *Diponegoro Journal of Economics*, 2(4), 19599.
- Dzakwan, A. O., Budiman, R., & Prima, F. (n.d.). STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG UMKM CENTER KOTA PONTIANAK DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM. *Jurnal TIN Universitas Tanjungpura*, 4(2).
- Fifiarna, F., Sukuryadi, S., & Rochayati, N. (2018). Studi Partisipasi Masyarakat dan Pemerintah dalam Mengurangi Resiko Bencana Abrasi di Wilayah Pesisir Pantai Nggelu Kabupaten Bima. *Justek: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 1(2), 14–19.
- G/Tsadik, D., Berhane, Y., Worku, A., Luo, D., Cheng, Y., Zhang, H. H., Ba, M., Chen, P., Li, H., Chen, K., Sha, W., Zhang, C., Chen, H. H., Direktorat Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit, Ansar J, Dwinata I, M. A., Agus Triono, I. H., Fitriyani, Y., Wuni, C., Wolfe, D. T., ... Haris, A. (2020). ANALISIS DAMPAK COVID 19 TERHADAP PENERBANGAN DI INDONESIA. *International Journal of Hypertension*, 1(1).
- Hardyanti, H., Isdarmanto, I., & Damiasih, D. (2023). Upaya Strategi Pemberdayaan Komunitas Lokal dalam Pengembangan Ekowisata Taman Nasional Komodo Kabupaten Manggarai Barat. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(7), 2598–2614.
- I Wayan Ruspindi Junaedi, I Gusti Bagus Rai Utama, & Dermawan Waruwu. (2022). INCREASING ENTREPRENEURSHIP KNOWLEDGE IN THE DEVELOPMENT OF Catur KINTAMANI HERBAL TOURISM VILLAGE Mengwi. *International Journal of Social Science*, 1(4). <https://doi.org/10.53625/ijss.v1i4.1211>
- Iqbal, M., Putri, E. I. K., & Bahrani, B. (2014). Total Economic Value of Bamboo (Bambuseae sp.) Resource in Sajira Subregency, Lebak Regency, Banten. *Jurnal Penelitian Sosial Dan Ekonomi Kehutanan*, 11(2), 91–105.
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Umkm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651–659.
- KHUDAEFAH, I. I. M. (2018). *Analisis Yuridis Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Umkm (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Dalam Perspektif Hukum Islam*. Universitas Islam Negeri" Sultan Maulana Hasanuddin" Banten.
- Murti, A. A. K., Trisnadewi, A. A. A. E., Citraresmi, L. D., & Saputra, K. A. K. (2018). SAK ETAP, Kualitas Laporan Keuangan dan Jumlah Kredit yang diterima UMKM. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 6(2), 52–61.
- Presganachya, F. (2022). *Nilai Ekonomi Kerajinan Anyaman Bambu Desa Pakem Gebang Dan Prospek Pemasaran*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Raharjo, R. J. H., & Wirawan, A. D. (2023). Pelatihan Digital Marketing Kepada UMKM Di Kelurahan Bendo Melalui Metode Suggestopedia. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 2017–2023.
- Rizqullah, M. R., & Pudjoprastyono, H. (2024). Pengaruh Internet Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Bata Pada PT. Sepatu Bata, TBK, Di Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 40–45.

- Rizqullah, M. S. (2022). *Peran Dan Strategi Komunitas Dalam Pemberdayaan Pengusaha Muslim Sektor Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Jambi*. Ekonomi Islam.
- Sari, D., Indriyani, N. K. R., & Kadek, N. (2022). Perubahan Pola Strategi Pemasaran Kerajinan Tangan di Singaraja Pada Masa Pandemi COVID-19. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(1), 170–189.
- Sasmitha, N. P. R., & Ayuningsasi, A. A. K. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pengrajin pada industri kerajinan bambu di Desa Belega Kabupaten Gianyar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 6(1), 64–84.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127.
- Sunariani, N. N., Gorda, A. A. N. O. S., & Mahaputra, I. I. D. M. R. (2017). Pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) melalui program binaan di provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 221–236.
- Utama, I. G. B. R. (2020). Dilemma between Health and Money: Social Prevention of COVID-19 through Balinese Physical Distancing and the Local Social Ethics. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3693512>
- Utama, I. G. B. R., Turker, S. B., Widyastuti, N. K., Suyasa, N. L. C. P. S., & Waruwu, D. (2020). Model of Quality Balance Development of Bali Tourism Destination. *Technium Social Sciences Journal*, 10. <https://doi.org/10.47577/tssj.v10i1.1356>
- Wibowo, D. H., & Zainul Arifin, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Di Jeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1).
- Widaningsih, T. T., Ekayanti, D., & Mulyasantosa, N. (2018). DEVELOPMENT OF STREET VENDOR BUSINESS THROUGH MARKETING COMMUNICATION CAPABILITY IMPROVEMENT IN MENTENG VILLAGE, SOUTH JAKARTA. *ICCD*, 1(1), 557–562.
- Wilanda, T. P., & Rustariyuni, S. D. (2019). Analisis efisiensi dan skala ekonomis pada industri kerajinan anyaman bambu Kecamatan Susut Kabupaten Bangli. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(1), 1–14.
- Wiriata, G. N. A., & Andiani, N. D. (2021). Peluang dan Tantangan Pengembangan Souvenir Desa Wisata Berbasis Kerajinan Lokal. *Masyarakat Pariwisata: Journal of Community Services in Tourism*, 2(2), 75–98.