

Preferensi Generasi Muda Terhadap Produk Tas Anyaman Purun Di Kabupaten Hulu Sungai Utara

Jahratun Noor Aulia¹, Miranda Romaully Br Sitanggang^{2*}, Purna Kusumayana³

¹²³Program Studi Agribisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Amuntai

Email* : miranda.rsd2203@gmail.com

Submitted 17/7/2026, Revised 10/9/2026, Accepted 21/9/2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis preferensi generasi muda terhadap produk tas anyaman purun berdasarkan atribut harga, model, desain dan kualitas produk untuk mendukung keberlanjutan industri lokal, melalui minat beli terhadap produk yang mereka sukai atau inginkan. Penelitian kuantitatif ini dilakukan di pasar kerajinan Amuntai menggunakan analisis konjoin. Sampel ditentukan sebanyak 31 responden melalui teknik *non-probability sampling* dengan rumus *cochran*. Hasil penelitian menunjukkan atribut harga menjadi pertimbangan tertinggi preferensi generasi muda (nilai kepentingan 36,149), yang berarti mereka sangat sensitif terhadap harga jual produk. Atribut preferensi berikutnya secara berurutan adalah model (24,460), kualitas (20,971) dan desain (18,420). Kombinasi produk yang paling diminati generasi muda adalah tas model *slingbag* bermotif warna dengan tambahan ornamen, kualitas premium (terdapat lining) serta harga terjangkau atau relatif murah.

Kata Kunci: Analisis Konjoin, Generasi Muda, Nilai Kepentingan, Preferensi, Tas Anyaman Purun.

ABSTRACT

This study aimed to analyze the youth generation's preferences for purun woven bag products based on price, model, design, and product attributes to support the sustainability of the local industry, through their purchase interest in products they like or desire. This quantitative research was conducted at the Amuntai handicraft market using conjoint analysis. The sample consisted of 31 respondents selected through a non-probability sampling technique with the cochran formula for N-samples. The results used Conjoint Analysis indicated that the price attribute is the highest consideration in the youth generation's preferences (importance value of 36,149), meaning they are highly sensitive to the product selling price. The subsequent attributes, in order of importance are model (24,460), quality (20,971) and design (18,420). The product combination most favored by the youth generation is a colored-pattern slingbag model with additional ornament, premium quality (with lining), and an affordable price of less.

Keywords: Conjoint Analysis, Young Generation, Importance Value, Preferences, Purun's Woven Bag

PENDAHULUAN

Pertumbuhan sektor kerajinan dipengaruhi oleh beberapa faktor internal seperti produksi, sumber daya manusia (tenaga kerja), pemasaran, modal, manajemen usaha, dan organisasi. Salah satu artikel CNBN Indonesia (Aprillia, 2025), menyatakan kontribusi industri kreatif Indonesia saat ini telah mendapat perhatian. Dalam 11 tahun terakhir, kontribusi sektor ekonomi kreatif dalam produk domestik bruto (PDB) RI meningkat lebih dari 2 kali lipat. Jumlahnya mencapai lebih dari Rp1.500 triliun, dan tingkat penyerapan jumlah tenaga kerja tembus 26,5 juta orang pada akhir tahun 2024. Selain itu, faktor-faktor eksternal seperti politik dan regulasi, sosial budaya, serta teknologi juga berperan penting sebagai peluang maupun tantangan bagi perkembangan industri kerajinan. Syarifuddin et al. (2022).

Salah satu sektor industri kreatif yang selama ini terus berkembang adalah usaha kerajinan. Jenis usaha kerajinan yang banyak dilakukan masyarakat termasuk di Provinsi Kalimantan Selatan adalah kerajinan purun. Kerajinan purun banyak ditemukan di berbagai daerah, salah satunya di Kabupaten Hulu Sungai Utara. Kerajinan purun memiliki daya tarik estetika yang natural karena bahan bakunya berasal dari alam (Iqbal, 2025) Bahan alami yang didapatkan dari daerah rawa, yang merupakan habitat tumbuhnya purun, dipadukan dengan kreativitas seni, menghasilkan produk dengan karakteristik khas daerah bagi para konsumen. Berbagai produk dihasilkan oleh pengrajin purun, seperti: tikar, tas, dompet, bakul dan lain-lain (Ernawati et al., 2021; Suprpto & Yudha, 2019; Yuliani et al., 2022)

Kabupaten Hulu Sungai Utara merupakan daerah rawa sebagai habitat tanaman purun, mendukung kreativitas masyarakat setempat. Masyarakat pengrajin di wilayah kabupaten HSU telah menekuni kerajinan purun sejak puluhan tahun. Produk yang mereka hasilkan sangat beragam, baik bentuk maupun fungsi yang memberikan keunikan tersendiri.

Tabel 1. Nilai Produksi, Penjualan Produk-Produk Anyaman Purun di Kab HSU

Tahun	Nilai Produksi	Nilai Penjualan
2024	Rp. 702.377.074	Rp. 995.697.280
2025	Rp. 1.069.176.000	Rp. 1.870.521.000

Sumber: Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kab, HSU (2025)

Nilai penjualan produk anyaman purun di Kabupaten Hulu Sungai Utara berdasarkan tabel 1 mengalami peningkatan yaitu sebesar Rp. 995.697.280 pada tahun 2024 dan sebesar Rp. 1.870.521.000 pada tahun 2025. Sementara itu, berdasarkan beberapa kelompok usaha kerajinan yang ada di Kabupaten Hulu Sungai Utara yaitu Kube Berkah Ilahi (Pulau Tani), Kube Galeri Kembang Ilung (Banyu Hirang) dan Apindo (Kebun Sari).

Fakta bahwa di lapangan mayoritas pembeli produk kerajinan terutama tas anyaman purun didominasi oleh kalangan yang berumur 30 tahun keatas, hal ini menimbulkan kekhawatiran akan keberlanjutan usaha di masa yang akan datang. Oleh karena itu, penelitian mengenai preferensi generasi muda terhadap produk lokal khususnya tas anyaman purun menjadi sangat relevan untuk dilakukan. Beberapa penelitian tentang preferensi generasi muda sudah dilakukan diantaranya untuk produk kopi yang menjadi preferensi

pertimbangan lebih memilih produk kopi instan dengan jenis kopi arabika, rasa cenderung pahit, bertekstur cenderung pahit, bertekstur bubuk halus, harga mahal (Rp3.000/kemasan), dan memiliki beragam varian rasa (Umam, 2025), kemudian preferensi terhadap produk *Hoodi Vandka*, menunjukkan gaya klasik, jenis kain cotton fleece, warna neutral, dan Harga Rp 150.000 - 240.000 sebagai preferensi konsumen (Fransiska Mongkarembo et al., 2024), sementara generasi muda memperhatikan harga sebagai pertimbangan utama dalam preferensi dekorasi pelaminan (Nandhika & Mustikasari, 2024).

Penelitian tentang produk anyaman purun cukup banyak dilakukan diantaranya strategi pemasaran, strategi pengembangan, analisis pendapatan (Aldi et al., 2023; Ernawati et al., 2021; Fitriani & Budiwati, 2025; Rabbani et al., 2023)

Penelitian tentang preferensi generasi muda pada khusus produk tas anyaman purun atau yang sejenis dengan analisis konjoin belum pernah diteliti menjadi keterbaruan dari penelitian ini. Tujuan penelitian untuk memetakan apa yang sebenarnya diinginkan oleh generasi muda dari sebuah tas purun tersebut, sehingga para pengrajin di Kabupaten Hulu Sungai Utara dapat melakukan inovasi produk yang tepat sasaran dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di Kabupaten Hulu Sungai Utara lingkungan pasar kerajinan Amunta sesuai tujuan penelitian. Pengambilan sampel dilakukan mulai bulan Februari – Maret 2026.

Jenis dan Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif dengan analisis konjoin. Analisis konjoin digunakan untuk mengetahui atribut dan level yang menjadi preferensi atau kesukaan generasi muda terhadap produk tas anyaman purun di Kabupaten Hulu Sungai Utara. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh hasil penyebaran kuesioner yang dirancang khusus untuk memahami dan memecahkan masalah penelitian yang dihadapi Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner.

Teknik Pengambilan Sampel

Populasi generasi muda disini didefinisikan sebagai generasi muda yang berumur populasi generasi muda dari umur 17-29 tahun tidak diketahui berapa jumlah dari mereka yang mengetahui tentang kerajinan anyaman purun. Rumus Cochran adalah rumus yang ditemukan oleh Wiliam Gemmell Cochran (1909-1989) yaitu penetapan sampel yang sering digunakan dalam menghitung populasi yang berjumlah besar, yaitu sebagai berikut:

$$n_0 = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2} = \frac{(1,645)^2 \cdot (0,5) \cdot (1-(0,5))}{(0,15)^2}$$

$$= \frac{(2,706) \cdot (0,25)}{0,0225} = 30,06$$

Keterangan:

n_0 = Ukuran sampel yang dibutuhkan

Z = Tingkat kepercayaan (90%) = 1,645

e = error maksimum yang diizinkan (15%)

P = Proporsi populasi = 0,5

jumlah sampel dengan rumus Cochran didapat angka sebesar 30,06 ukuran minimal sampel dibulatkan menjadi 31 responden.

Teknik *non-probability sampling* yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *convenience sampling*, yakni responden yang sesuai dengan definisi populasi dan bersedia mengisi kuisioner.

Pengukuran Atribut Penelitian

Penelitian ini menggunakan skala likert untuk mengukur persepsi/penilaian pandangan konsumen terhadap produk-produk yang ada secara spesifik berdasarkan atribut yang ditetapkan peneliti. Setiap pertanyaan diberi 5 jawaban alternatif dengan format pilihan jawaban sangat tidak suka (STS) =1, tidak suka (TS)=2, cukup suka (CS)=3, suka (S)=4, dan sangat suka (SS)=5.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis pada penelitian ini adalah analisis Konjoin menggunakan bantuan *software SPSS* versi 27 for windows. Analisis konjoin yang dipakai menggunakan desain stimuli atau kombinasi antar atribut dan level atribut dengan pendekatan *full profile* atau penampilan profil produk secara lengkap. Desain stimuli yang diambil dalam penelitian ini menggunakan metode *fractional factorial design* dengan konsep *orthogonal array*. Hasil estimasi yang diperoleh dengan konsep tersebut didapatkan sebanyak 9 stimuli dari 4 atribut yang masing-masing memiliki level atribut yang berbeda-beda (tabel 2).

Tabel 2. Stimuli (Kartu) Rancangan Faktorial Kombinasi Atribut

Model Tas	Desain Tas	Kualitas (Daya Tahan) Tas	Harga Tas
totebag (tas jinjing)	motif warna	Standar (tanpa lapisan furing)	rendah (< Rp 26.500)
totebag (tas jinjing)	motif warna, ornamen	Standar (tanpa lapisan furing)	sedang (Rp 26.500 - Rp 43.500)
Slingbag (tas selempang)	polos/warna solid	Standar (tanpa lapisan furing)	sedang (Rp 26.500 - Rp 43.500)
Slingbag (tas selempang)	motif warna, ornamen	Premium (dengan lapisan furing)	rendah (< Rp 26.500)
Slingbag (tas selempang)	motif warna	Standar (tanpa lapisan furing)	tinggi (> Rp 43.500)
clutchbag (dompet)	motif warna, ornamen	Standar (tanpa lapisan furing)	tinggi (> Rp 43.500)
clutchbag (dompet)	polos/warna solid	Standar (tanpa lapisan furing)	rendah (< Rp 26.500)
totebag (tas jinjing)	polos/warna solid	Premium	tinggi (> Rp 43.500)

clutchbag (dompet)	motif warna	(dengan lapisan furing)	
		Premium (dengan lapisan furing)	sedang (Rp 26.500 - Rp 43.500)

Analisis konjoin melakukan perangkingan kartu stimuli (Tabel 2), dengan formula berikut (Santoso, 2018):

$$U(x) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^k B_{ij} X_{ij}$$

Keterangan:

$U(x)$: Utilitas total

B_{ij} : Nilai kegunaan dari atribut ke-i taraf ke-j

X_{ij} : Variabel dummy atribut ke-i taraf ke-j (bernilai 1 jika taraf berkaitan muncul, bernilai 0 jika taraf tidak muncul)

k : Taraf ke-j dari atribut ke-i

m : Jumlah atribut

Selanjutnya dihitung nilai kepentingan relatif, yaitu:

$$NPR_i = \frac{UT_i - UR_i}{\sum_{i=1}^k UT_i - UR_i}$$

NPR : Nilai kepentingan atribut ke-i

UT_i : Nilai kegunaan tertinggi taraf atribut ke-i

UR_i : Nilai kegunaan terendah taraf atribut ke-i

k : Banyaknya atribut

Hasil pengolahan data analisis konjoin selanjutnya dilihat ketepatan prediksinya (*productive accuracy*). Penentuan prediksi ini dengan uji validitas menggunakan nilai korelasi Pearson's dan Kendali's Tau. Hasil analisis uji validitas jika nilai signifikan di bawah 0,05 menunjukkan bahwa hubungan yang kuat antara *estimate* dan *actual* disimpulkan *productive accuracy* dari proses konjoin yang tinggi. Pengukuran tingkat ketepatan prediksi ini disebut sebagai prediksi *accuracy*. Untuk pengujian hipotesis dengan korelasi Pearson yakni:

H_0 : $P = 0$

H_1 : $P \neq 0$

$$r = \frac{n \sum_{h=1}^W Y_h U_h - (\sum_{h=1}^W Y_h) (\sum_{h=1}^W U_h)}{\sqrt{[n \sum_{h=1}^W Y_h^2 - (\sum_{h=1}^W Y_h)^2] [n \sum_{h=1}^W U_h^2 - (\sum_{h=1}^W U_h)^2]}}$$

keterangan:

Y_h = Data hasil pengamatan (aktual) ke-h

U_h = Data hasil pendugaan ke-h

W = Banyaknya stimuli produk

Pengujian validitas dalam konjoin dilakukan dengan korelasi *pearsons R* dan *tau kendall*.

Hipotesisnya yaitu:

H_0 : Tidak ada korelasi yang kuat antara *observed variable* dan *estimated preference*

H₁: Ada korelasi yang kuat antara *observed variable* dan *estimated preference*

Jika angka signifikansi $\geq 0,05$ maka H₀ diterima. Sebaliknya, jika angka signifikansi $< 0,05$ maka H₀ ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Angka hasil penilaian utilitas dari produk tas anyaman purun menggambarkan seperti apa atribut yang diminati oleh generasi muda, sedangkan tingkat kepentingan menunjukkan atribut yang paling dianggap penting oleh generasi muda. Nilai kegunaan adalah nilai tingkat kesukaan yang diberikan responden terhadap setiap kombinasi level atribut pada produk 0

Tabel 3. Estimasi Utilitas Atribut Tas Anyaman Purun

		Perkiraan Utilitas	Std. Error
model	clutchbag (dompet)	-0,111	0,006
	slingbag (tas selempang)	0,100	0,006
	totebag (tas jinjing)	0,011	0,006
desain	polos/warna solid	-0,078	0,006
	motif warna	0,022	0,006
	motif warna, ornamen	0,056	0,006
kualitas	standar (tanpa lapisan furing)	-0,258	0,005
	premium (dengan lapisan furing)	0,258	0,005
harga	rendah (< Rp 26.500)	0,256	0,006
	sedang (Rp 26.500 - Rp 43.500)	0,067	0,006
	tinggi (> Rp 43.500)	-0,322	0,006
(konstanta)		3.464	0,005

Sumber: Data primer (2026).

Hasil olah data dengan menggunakan analisis konjoin pada tabel di atas, diketahui bahwa pada atribut model, generasi muda yang merupakan responden penelitian ini cenderung memberikan nilai kegunaan tertinggi pada kategori model slingbag (tas selempang) sebesar 0.100. Hal ini menunjukkan bahwa model tas selempang lebih diminati atau disukai karena dianggap lebih praktis dan sesuai dengan gaya hidup anak muda, dibanding dengan model tas totebag (tas jinjing) yang hanya memiliki nilai 0.011, dan model clutchbag (dompet) memiliki nilai negatif sebesar -0.111 yang menunjukkan tingkat preferensi terendah dengan artian model tersebut kurang diminati oleh responden dalam kategori usia muda dibandingkan model lainnya. Adapun nilai *standard error* sebesar 0,006 menunjukkan bahwa data pada atribut model ini memiliki tingkat konsistensi yang akurat dan bukan karena faktor kebetulan.

Atribut selanjutnya yaitu desain tas, hasil analisis menunjukkan responden yaitu generasi muda lebih memilih produk yang memiliki variasi visual. Hal ini dibuktikan dengan nilai kegunaan tertinggi pada level motif warna dengan tambahan ornamen yaitu sebesar 0.056, yang kemudian diikuti oleh level motif warna sebesar 0.022. Temuan ini menandakan bahwa generasi muda lebih tertarik pada tas purun yang telah mengalami sentuhan inovasi estetika dibandingkan dengan desain tradisional dengan warna polos (tanpa warna) yang

hanya memiliki nilai -0.078. Hal ini menunjukkan bahwa desain tas purun yang tanpa motif kurang mampu menarik minat generasi muda yang cenderung menginginkan produk dengan tampilan yang lebih modis dan ekspresif. Sama halnya dengan atribut sebelumnya, nilai *standard error* pada atribut desain sebesar 0.006 mengonfirmasi bahwa estimasi ini akurat dan dapat mewakili preferensi responden secara umum di lokasi penelitian.

Atribut yang ketiga yaitu kualitas tas, berdasarkan hasil pengolahan data pada atribut kualitas, ditemukan bahwa responden generasi muda memberikan nilai kegunaan (utility estimate) tertinggi pada level premium (dengan lapisan *furing*) yaitu sebesar 0.258. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tas purun merupakan produk kerajinan tradisional, generasi muda tetap menginginkan adanya nilai tambah berupa kenyamanan dan perlindungan ekstra pada bagian dalam tas. Penggunaan lapisan *furing* dianggap mampu meningkatkan fungsionalitas dan memberikan kesan produk yang lebih berkualitas serta rapi. Sebaliknya, level standar (tanpa lapisan *furing*) memiliki nilai kegunaan negatif yang cukup signifikan, yaitu sebesar -0.258. Angka ini mengindikasikan bahwa responden cenderung menghindari atau kurang tertarik pada tas purun yang hanya menyajikan anyaman mentah tanpa lapisan pelindung di dalamnya.

Data ini memberikan petunjuk penting bagi para pengrajin di Kabupaten Hulu Sungai Utara bahwa untuk menarik minat pasar generasi muda, aspek finishing berupa penambahan kain pelindung (*furing*) menjadi standar minimal kualitas yang diharapkan oleh konsumen muda. Adapun nilai *standard error* yang rendah pada atribut ini, yaitu 0.005, menunjukkan tingkat akurasi data yang sangat kuat dalam menjelaskan preferensi responden terhadap kualitas produk.

Atribut terakhir yaitu harga, berdasarkan hasil pengolahan data pada level harga rendah (< Rp 26.500) memperoleh nilai utility tertinggi yaitu 0.256. Sedangkan harga sedang memiliki nilai utility 0.067 yang menunjukkan bahwa generasi muda masih berminat jika produk tas anyaman purun dengan harga antara Rp 26.500 - Rp 43.500. Hal ini berbanding terbalik dengan harga tinggi (> Rp 43.500) yang memiliki nilai utility paling rendah sebesar -0.322. Data ini mengindikasikan bahwa keterjangkauan harga merupakan stimulan utama bagi generasi muda di Kabupaten HSU dalam menentukan pilihan terhadap tas purun. Adapun nilai *standard error* yang berada pada rentang 0,006 menunjukkan bahwa model estimasi ini memiliki tingkat akurasi yang tinggi karena nilai kesalahan yang sangat minim.

Tabel 4. Nilai Kepentingan Relatif Atribut Tas Anyaman Purun

Atribut	Nilai Kepentingan
Model	24.460
Desain	18.420
Kualitas	20.971
Harga	36.149

Sumber: Data primer (2026), diolah

Hasil olah data dengan analisis konjoin untuk mengetahui urutan atribut yang dianggap paling penting hingga kurang penting. Hal tersebut dilihat dari nilai *importance values* dari masing-masing atribut, dimana atribut yang memiliki *importance values* tertinggi merupakan atribut yang dianggap paling penting oleh responden, sedangkan atribut dengan *importance values* paling rendah menunjukkan atribut yang dianggap kurang penting oleh responden. Berdasarkan tabel 5, dapat diketahui bahwa atribut yang paling dipertimbangkan oleh responden dalam memilih tas anyaman purun secara berurutan adalah harga dengan nilai (36.149), model (24.460), kualitas (20.971) dan terakhir desain dengan nilai (18.420). Hal ini menunjukkan bahwa dalam upaya meningkatkan daya tarik tas purun di kalangan generasi muda, produsen perlu menitikberatkan pada strategi penetapan harga yang kompetitif dan inovasi model tas, namun tanpa mengabaikan unsur desain dan kualitas produk. Dengan demikian pendapat dari 31 responden tersebut dapat diterima untuk menggambarkan tingkat kesukaan generasi muda terhadap produk tas anyaman purun.

Tingginya nilai kepentingan ini mengindikasikan bahwa harga berfungsi sebagai filter utama. Jika harga sebuah tas purun dianggap terlalu tinggi (melebihi nilai utilitas yang dirasakan), maka skor preferensi total untuk profil tas tersebut akan jatuh secara drastis, tidak peduli seberapa bagus kombinasi atribut lainnya. Hal ini membuktikan bahwa bagi generasi muda, tas purun masih dikategorikan sebagai *price-sensitive goods*. Secara psikologis, preferensi ini muncul karena adanya keterbatasan pendapatan (*disposable income*) di kalangan pelajar dan mahasiswa, sehingga efisiensi ekonomi menjadi dasar utama dalam menyikapi pembelian produk kerajinan lokal.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas atau Ketepatan Prediksi Model Konjoin

	Nilai	p
Pearson's R	1.000	<.001
Kendall's tau	.986	<.001

Sumber: Data primer (2026), diolah

Menguji ketepatan prediksi model analisis digunakan uji korelasi Pearson R sebesar 1,000 tingkat signifikansi sebesar <,001. Nilai tinggi ini bisa terjadi karena atribut cuma 4, menghasilkan jumlah stimulus yang tidak terlalu besar sehingga mudah dicerna oleh responden. Responden mampu mengurutkan pilihan dengan konsisten dan tidak kebingungan dan model mampu memprediksi pola secara sempurna. Nilai Kendall's Tau juga mendekati sempurna atau 0,986

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan preferensi generasi muda terhadap produk tas anyaman purun di Kabupaten Hulu Sungai Utara, dari segi kombinasi atribut dan level atribut yaitu tas model *slingbag* (tas selempang) memiliki desain motif warna dengan tambahan ornamen, berkualitas premium (*furing*), serta ditawarkan dengan harga rendah, dengan karakter yang mampu memberikan tingkat kepuasan, kegunaan dan daya minat beli bagi konsumen muda.

Sebaliknya, produk yang bersifat polos, tanpa furing, dan berharga tinggi cenderung kurang diminati.

Saran bagi pengusaha untuk pertimbangan harga bagi pangsa generasi muda karena terdapat sensitivitas harga pada keputusan pembelian sling bag yang disukai. Atribut yang pertimbangan berikutnya yaitu model, kualitas dan terakhir adalah desain.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldi, M., Fatah, L., & Ferrianta, Y. (2023). Analisis Pendapatan Pengrajin Anyaman Purun Danau (Lepironia Articulata Domin) di Desa Pembelacanan Kecamatan Kelumpang Selatan Kabupaten Kotabaru. *Frontier Agribisnis*, 7(4), 17. <https://doi.org/10.20527/FRONTBIZ.V7I4.11549>
- Aprillia, Z. (2025). Menteri Ekraf: Sektor Ekonomi Kreatif Sumbang Rp1.500 T ke PDB RI. <https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20250425075114-29-628618/menteri-ekraf-sektor-ekonomi-kreatif-sumbang-rp1500-t-ke-pdb-ri>
- DKUPP Hulu Sungai Utara. 2025. *Data Jumlah Produksi Kerajinan Anyaman Purun dalam 2 Tahun Terakhir*.
- DKUPP Hulu Sungai Utara. 2025. *Data Kecamatan dan Desa Yang Memproduksi Kerajinan Anyaman Purun*.
- Ernawati, E., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Strategi pengembangan kerajinan anyaman Purun untuk meningkatkan daya saing. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17(1), 27–40. <https://doi.org/10.21067/JEM.V17I1.5215>
- Fitriani, N., & Budiwati, N. (2025). Strategi Pengembangan Kerajinan Anyaman Purun di Desa Sungai Rutas Kecamatan Candi Laras Selatan Kabupaten Tapin. *Frontier Agribisnis*, 9(1), 50. <https://doi.org/10.20527/FRONTBIZ.V9I2.15128>
- Fransiska Mongkarembo, M., Tulipa, D., Lenandi Soetrisno Laksmo, S., Studi Kewirausahaan, P., & Katolik Widya Mandala Surabaya, U. (2024). Analisis Preferensi Konsumen pada Produk Vandka: Full-Profile Conjoint Analysis. *Journal of Entrepreneurial Studies*, 1(2), 123–136. <https://doi.org/10.33508/JES.V1I2.7235>
- Iqbal, M. (2025). *Tanaman Purun: Emas Hijau dari Rawa, Berikut Ciri, Habitat, dan Manfaatnya*. <https://lindungihutan.com/blog/tanaman-purun-dan-manfaatnya/>
- Nandhika, A. D., & Mustikasari, A. (2024). Analisis Preferensi Pelanggan Generasi Milenial Dan Generasi Z Terhadap Dekorasi Pernikahan Tahun 2024. *Management and Sustainable Development Journal*, 6(2), 57–67. <https://doi.org/10.46229/MSDJ.V6I2.907>

- Rabbani, A. A., Rosni, M., & Mariani, M. (2023). Strategi Pemasaran Kerajinan Anyaman Purun di Kampung Purun Kota Banjarbaru. *Frontier Agribisnis*, 7(4), 102. <https://doi.org/10.20527/FRONTBIZ.V7I4.11550>
- Suprpto, W., & Yudha, N. K. (2019). *Purun: Merajut Ekologi dan Tradisi di Kota Tikar dalam Konteks IPS*. <https://journal.stkipsingkawang.ac.id/index.php/JurnalPIPSI/article/view/1286>
- Syarifuddin, U., Bata Ilyas, G., Misbahuddin, Mustafa, H., & Sani, A. (2022). Bata Ilyas Educational Management Review. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 2(2), 1–24. www.ekrut.com
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Santoso, S. (2018). *Mahir Statistik Multivariat dengan SPSS*. PT Elex Media Komputindo.
- Umam, U. (2025). *Preferensi Generasi Z (Zoomer) Terhadap Konsumsi Kopi Instan Dalam Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Malang)*. <https://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/12693>
- Yuliani, R., Kadir, Hamdani, & Yasin Muhammad. (2022). *Strategi Pengembangan Pengrajin Purun Berbasis Daya Saing Di Kecamatan Haur Gading, Amuntai, Kabupaten Hulu Sungai Utara Di Masa Pandemi Covid – 19*. <https://repositori.ulm.ac.id/handle/123456789/27536>

