



Topi Bambu: Pelestarian Produk Warisan Budaya Berbasis Pemberdayaan Komunitas

• Agus Hasanudin • Surya Widiasti •

Topi Bambu: Pelestarian Produk Warisan Budaya Berbasis Pemberdayaan Komunitas

Penulis

Agus Hasanudin
Surya Widiasti

Editor

Surya Widiasti

Desain Grafis

Wazna Qisthi Hanifah

Diterbitkan oleh Forbil Institute

Hak Cipta dilindungi Undang-undang.
Dilarang memperbanyak atau mengutip
sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Forbil Institute.

Cetakan Pertama

Dicetak di Yogyakarta, Indonesia
ISBN 978-623-98328-9-6

Forbil Institute

Jl. Sunan Giri RT 01 / RW 25
Tambakan, Sinduharjo, Ngaglik,
Sleman, DI Yogyakarta 55581

Telp: +62 81578011199

Email: forbil.jogja@gmail.com



Kata Pengantar

Era serba digital ini memberikan tantangan tersendiri dalam upaya pelestarian produk-produk warisan budaya. Ide-ide baru diperlukan untuk mampu meneruskan eksistensi produk warisan budaya ini seiring dengan perkembangan zaman.

Produk kerajinan topi bambu ternyata menyimpan sejarah yang Panjang menemani perjalanan bangsa ini. Topi bambu tidak hanya sekedar aksesoris kepala, namun menyimpan makna perjuangan, pemberdayaan, dan kegigihan dari setiap helai bambu yang dianyam para pengrajin.

Forbil Institute berkolaborasi dengan inovator yang berfokus pada pelestarian produk warisan budaya dengan menerapkan konsep pemberdayaan berbasis komunitas. Pengalaman dan catatan-catatan penting pengalamannya sudah tertulis dalam ebook ini. Semoga memberikan manfaat untuk para pembaca.

Dr. Nanang Pamuji Mugasejati
Direktur Forbil Institute

Kata Pengantar

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kemenparekraf mengusung visi: pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia yang maju, berdaya saing, berkelanjutan, serta mengedepankan kearifan lokal dalam mewujudkan Indonesia maju yang berdaulat, mandiri, dan berkepribadian berlandaskan gotong-royong. Kemenparekraf berupaya selalu mendukung pengembangan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal khususnya melalui giat sektor kreatif yang diharapkan menjadi mesin utama bagi industri pariwisata yang lebih besar. Salah satunya dengan menciptakan ekosistem industri pariwisata yang inklusif dengan menerapkan 3 hal: yaitu inovasi, adaptasi, dan kolaborasi.

Industri pariwisata dan ekonomi kreatif melalui pengembangan produk-produk kerajinan tangan tradisional telah memberikan kontribusi nyata bagi pembangunan ekonomi lokal dan pelestarian budaya nusantara. Kerajinan tangan menjadi identitas khas yang melekat pada suatu masyarakat, dikreasikan umumnya dengan menggunakan bahan baku yang dekat dengan kehidupan masyarakat. Bambu adalah salah satunya, tanaman yang banyak ditemukan di daerah tropis termasuk Indonesia.

Di tangan masyarakat nusantara, bambu telah banyak diolah menjadi produk yang membantu dalam kehidupan sehari-hari sejak dahulu. Dalam e-book Topi Bambu: Pelestarian Produk Warisan Budaya Berbasis Pemberdayaan Komunitas oleh Komunitas Topi Bambu Tangerang Banten ini kita akan diajak untuk memahami nilai sosial budaya lokal; teranyam rapi dalam sebetuk topi bambu, yang ramah lingkungan.

Untuk itu, saya mendukung penuh kehadiran e-book dengan judul “Topi Bambu: Pelestarian Produk Warisan Budaya Berbasis Pemberdayaan Komunitas” ini, yang selain terus melestarikan tradisi dan budaya dengan kreasi anyaman bambu yang menjadi kekhasan dari Kabupaten Tangerang, sebagai sarana peningkatan ekonomi lokal dengan promosi produk-produk kreatif nya, serta sebagai wujud untuk perkembangan industri pariwisata dan ekonomi kreatif yang berkelanjutan, berkualitas, dan inklusif.

Sandiaga Salahuddin Uno
Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Outline

- 4** **Topi Bambu Sebagai Warisan Budaya Masyarakat Tangerang**
- 8** **Profil Komunitas Topi Bambu**
- 11** **Pemberdayaan yang Mengakomodir Warisan Budaya**
- 18** **Adaptasi Perkembangan Zaman untuk Eksistensi Produk**
- 23** **Perkuat Jaringan Usaha Membuka Peluang Tumbuh**



Topi Bambu Sebagai Warisan Budaya Masyarakat Tangerang

Produk Warisan Budaya

Warisan budaya dimaknai oleh Vecco (2010) sebagai **produk atau hasil budaya yang terbentuk dari tradisi-tradisi berbeda dan nilai-nilai spiritual masa lalu menjadi elemen penting yang harus dilindungi**. Warisan budaya sendiri dibedakan menjadi dua jenis, warisan budaya kebendaan (tangible) dan warisan budaya tak benda (intangible).

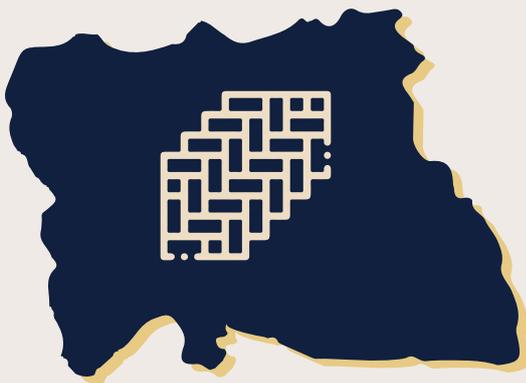
Warisan Budaya



**Benda
(tangible)**



**Tak benda
(intangible)**



Seni menganyam bambu telah **menemani aktivitas masyarakat Tangerang sejak era kolonial sekitar abad 19**. Aktivitas menganyam bambu bagi masyarakat Tangerang sudah seperti aktivitas bertani bagi masyarakat kala itu, menjadi tumpuan perekonomian keluarga. Topi bambu menjadi identitas Kabupaten Tangerang sejak dahulu hingga kini.

Popularitas Topi Bambu Era Kolonial

Sejak tahun 1800 kerajinan topi bambu sudah ada di Tangerang, bahkan pada tahun 1887 **kerajinan topi bambu sudah dikirim sebanyak 145 juta topi ke berbagai negara** (Toer, 2005). Popularitas topi bambu dari Tangerang di kancah internasional didukung adanya tren mode topi bambu di kalangan gadis-gadis bangsawan Eropa.





*Pembuat topi dari Jawa dalam L'Exposition Universelle, 1889.
(Bibliothèque Historique de la Ville de Paris)*

Proses menganyam topi bambu pernah ditampilkan dalam **Pameran Paris tahun 1889 dan Brussels International Exhibition tahun 1910**. Kontingen Hindia Belanda menampilkan “Kampung Jawa” dalam menggambarkan suasana menganyam topi bambu dalam pameran tersebut.



Perjalanan Topi Bambu dari Masa ke Masa

1930

Adanya **perubahan tren pakaian** membuat popularitas topi bambu sedikit meredup.

1943

Topi bambu resmi dijadikan **icon** pada **logo Kabupaten Tangerang**.

1976

Pada era Orde Baru, Presiden Soeharto **menginstruksikan topi bambu menjadi topi seragam pramuka dan cinderamata untuk tamu dari luar negeri**.

1998

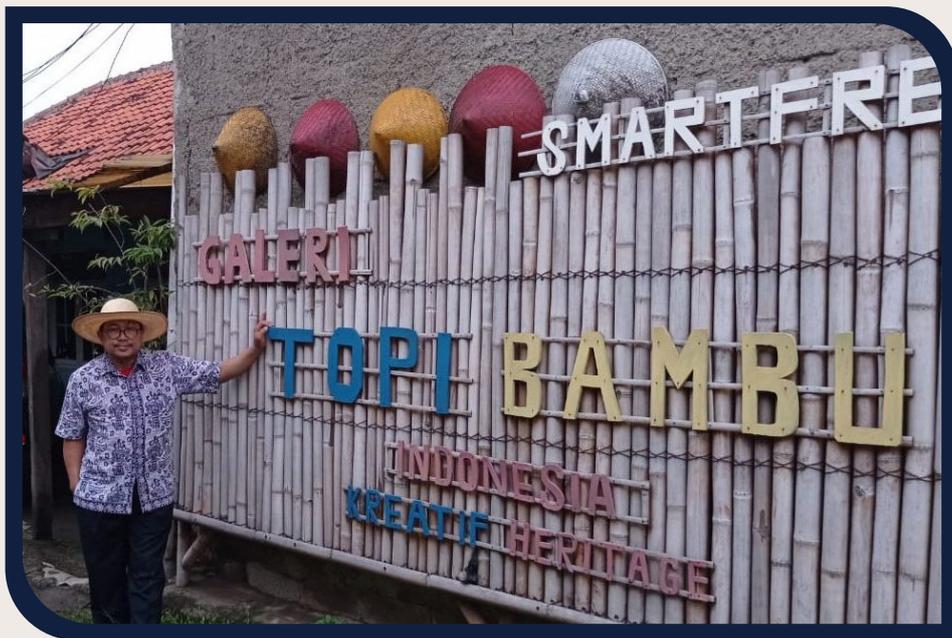
Kebijakan topi pramuka berbahan anyaman bambu mampu **mendongkrak pasar topi bambu hingga 20.000 kodi**.

2012

Namun, topi pramuka tidak lagi diandalkan dalam produksi topi bambu sebab terbitnya Keputusan Kwartir Nasional Gerakan Pramuka Nomor 174 Tahun 2012 tentang **perubahan seragam Pramuka**, topi pramuka berbahan anyaman bambu **berubah menjadi berbahan kain laken/beludru**.

Melihat perlunya adaptasi perkembangan zaman saat ini, Komunitas Topi Bambu di Tangerang berinisiatif membuat "gebrakan" untuk menunjukkan eksistensi topi bambu Tangerang.

Profil Komunitas



Agus Hasanudin

Ketua Komunitas Topi Bambu Tangerang

Komunitas ini merupakan **komunitas swadaya** yang dibentuk untuk **menjembatani pengembangan industri kerajinan bambu di kabupaten Tangerang.**

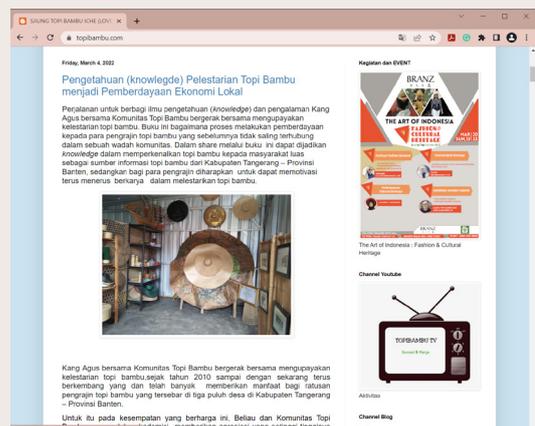


Merajut Asa Lewat Komunitas Topi Bambu



Komunitas Topi Bambu didirikan tahun 2010 oleh sekelompok blogger yang digawangi oleh Moh Arif Widarto atau Kang Kombor. Awalnya aktivitas komunitas ini sebatas meliputi aktivitas pengrajin topi bambu di Kabupaten Tangerang. Seiring berjalannya waktu, Komunitas Topi Bambu tergerak untuk melebarkan aktivitas melalui pemberdayaan masyarakat pengrajin topi bambu.

Aktivitas jurnalistik, kewirausahaan, dan pemberdayaan masyarakat ini tertampung dalam website komunitas **www.topibambu.com** Jumlah pengrajin topi bambu yang dibina oleh Komunitas Topi Bambu hingga kini mencapai 800 pengrajin yang tersebar di 20 desa di Kabupaten Tangerang.



Rekor Muri dan Galeri Seni

Komunitas Topi Bambu melihat **perlunya menciptakan animo publik terhadap kerajinan topi bambu.**

Tahun 2011 Komunitas Topi Bambu berhasil memecahkan **Rekor MURI topi bambu terbesar di dunia dengan diameter mencapai 2 meter.** Rekor MURI ini menjadi titik dimulainya era baru bagi kebangkitan topi bambu di Kabupaten Tangerang berkat gagasan Komunitas Topi Bambu.



Komunitas topi Bambu kemudian **mendirikan sebuah galeri seni** yang diberi nama **Saung Topi Bambu ICHE (Indonesia Creative Warisan Budaya).**

Saung Topi Bambu ICHE menjadi museum, pusat kerajinan bambu, pusat edukasi untuk workshop produk-produk Warisan Budaya, dan sekaligus menjadi pusat kolaborasi dengan berbagai mitra.

Dari galeri sederhana ini, Saung Topi Bambu ICHE berhasil melahirkan aneka produk yang ditampilkan dalam berbagai pameran fashion dan seni.



Pemberdayaan Sekaligus Pelestarian Warisan Budaya

Pengalaman Komunitas Topi Bambu dalam melakukan pemberdayaan yang sekaligus sebagai upaya pelestarian produk warisan budaya membutuhkan tahap demi tahap yang harus dilewati.

Ada tiga tahapan berdasarkan pengalaman Komunitas Topi Bambu, yaitu:



**Identifikasi
Kebutuhan Pemberdayaan**

**Pembuatan
Konsep Pemberdayaan**

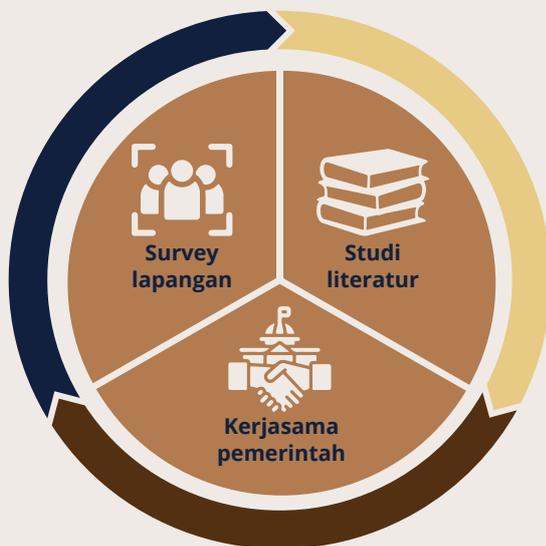


**Sosialisasi
Kepada Masyarakat**



Identifikasi Kebutuhan Pemberdayaan

Tahap pertama dalam upaya pemberdayaan masyarakat adalah melakukan identifikasi kebutuhan pemberdayaan. **Tujuan identifikasi ini adalah mengetahui secara langsung gap yang menjadi hambatan bagi masyarakat untuk berkembang.** Proses identifikasi kebutuhan pemberdayaan dapat dilakukan melalui beberapa cara berikut:



Kegiatan **survey lapangan** bermanfaat untuk mengetahui langsung kondisi masyarakat sasaran yang ingin diberdayakan. Komunitas Topi Bambu memilih metode ini, selama tujuh tahun Kang Agus bersama Komunitas Topi Bambu keliling Kabupaten Tangerang untuk mendata langsung 3.000 pengrajin yang tersebar di 30 desa.



Studi literatur bermanfaat untuk melakukan identifikasi berdasarkan catatan historis daerah tersebut. Manfaatnya, diketahui dinamika masyarakat yang dapat mendukung pelestarian produk warisan budaya.

Komunitas Topi Bambu menggunakan studi literatur untuk mengetahui perjalanan seni anyaman topi bambu dalam perkembangan masyarakat pengrajin di Tangerang.



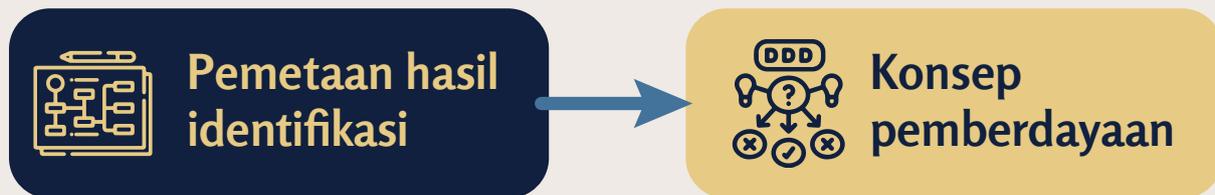
Kerjasama pemerintah dapat menjadi alternatif lain untuk proses identifikasi kebutuhan pemberdayaan berdasarkan data-data kependudukan yang tersedia.

Data kependudukan akan bermanfaat untuk mengetahui kondisi sosial ekonomi masyarakat dengan lebih detail dan terkini.



Pembuatan Konsep Pemberdayaan

Komunitas Topi Bambu **merancang konsep pemberdayaan berdasarkan hasil temuan dalam survey lapangan** yang telah dilakukan. Secara garis besar proses pembuatan konsep pemberdayaan masyarakat terbagi dalam dua tahapan.



Setelah berhasil melakukan survey langsung kepada para pengrajin topi bambu, Komunitas Topi Bambu lalu memetakan hasil temuan di lapangan untuk mengetahui:

- ✓ **Potensi** produksi topi bambu
- ✓ **Pola aktivitas** menganyam di masyarakat
- ✓ **Hambatan** dalam pengembangan usaha
- ✓ **Kebutuhan** pengrajin topi bambu **untuk berkembang**

Melalui pemetaan tersebut, Komunitas Topi Bambu kemudian merancang konsep pemberdayaan yang dilakukan. Konsep pemberdayaan ini akan sangat dinamis, tergantung hasil temuan identifikasi masyarakat sasaran.



Secara garis besar Komunitas Topi Bambu membuat konsep pemberdayaan sebagai berikut:



Inovasi

Pengrajin harus didorong untuk mampu memproduksi produk-produk baru.



Digitalisasi

Pengrajin didorong untuk beradaptasi dengan perkembangan dunia digital terlebih untuk kebutuhan pemasaran.



Eksistensi

Pengrajin didorong untuk mampu menampilkan keunggulan produk pada publik untuk terus eksis.



Sosialisasi Kepada Masyarakat

Kegiatan



Antusiasme



Pelestarian

Niat baik tentu harus melalui proses penyampaian yang baik kepada masyarakat. Pemikiran inilah yang dituangkan Komunitas Topi Bambu dalam proses sosialisasi pemberdayaan mereka dalam berbagai kegiatan, diantaranya:

- ▶ Festival Menganyam Topi Bambu
- ▶ Festival Tarian Topi Bambu
- ▶ Museum 1001 Topi Bambu
- ▶ Lembaga Kursus dan Topi Bambu Fondation
- ▶ Koperasi Produsen Komunitas Topi Bambu
- ▶ Yayasan Topi Bambu

Tujuan berbagai kegiatan ini adalah **menciptakan antusiasme masyarakat umum dan para pengrajin bahwa topi bambu masih dan akan terus eksis menjadi identitas Kabupaten Tangerang.**



*Festival
Menganyam
Topi Bambu*



Festival Tarian Topi Bambu dan Festival Hijau



Museum 1001 Topi Bambu dan Festival Topi Bambu oleh Yayasan Topi Bambu





Adaptasi Perkembangan Zaman untuk Eksistensi Produk

Menjaga kelestarian produk Warisan Budaya membutuhkan adaptasi yang baik terhadap perkembangan zaman. Komunitas Topi Bambu mendorong hasil kerajinan topi bambu untuk selalu berinovasi dan melengkapi segala aspek yang dibutuhkan untuk tetap eksis. Aspek-aspek tersebut diantaranya:



Satu Merek

Satu merek usaha "ALF DIN" ditetapkan untuk melabeli hasil produksi topi bambu dari berbagai pengrajin. Tujuan penerapan satu merek ini adalah:

- ✔ Sebagai daya tarik konsumen
- ✔ Simbol kualitas terstandarisasi
- ✔ Jaminan produk original
- ✔ Memudahkan konsumen mengingat produk
- ✔ Kemudahan mengurus legalitas produk



Contoh inovasi helm bambu

Produk Baru

Inovasi produk-produk baru dibutuhkan untuk memberikan banyak pilihan yang dapat ditawarkan kepada konsumen.

Semakin lengkap variasi produk yang ditawarkan akan membuat konsumen tertarik memilih lebih dari satu produk saat membeli.

Desain Baru

Seiring perubahan zaman seiring pula dengan perubahan tren mode, hal inilah yang harus ditangkap peluangnya oleh Komunitas Topi Bambu.

Meskipun dengan fungsi yang sama sebagai aksesoris kepala, topi bambu pun harus dikreasikan untuk mendapatkan desain-desain baru.

Desain-desain baru menjadi bukti adaptasi topi bambu terhadap perkembangan tren mode yang tengah berlangsung.



Perizinan Usaha



Hak Kekayaan Intelektual (HAKI)

Legalitas Usaha

Merek yang telah Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemendikham) secara resmi telah dilindungi Undang-Undang dan tidak boleh digunakan orang lain tanpa izin pemilik resmi.

Legalitas sangat penting dalam menampilkan profile usaha yang meyakinkan, meningkatkan daya jual usaha, hingga membangun kepercayaan sesama pelaku usaha.

Perdagangan Elektronik

Membuat website atau toko online untuk berjualan memberikan kemudahan kepada semua pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih besar.





Media Sosial



Toko Online

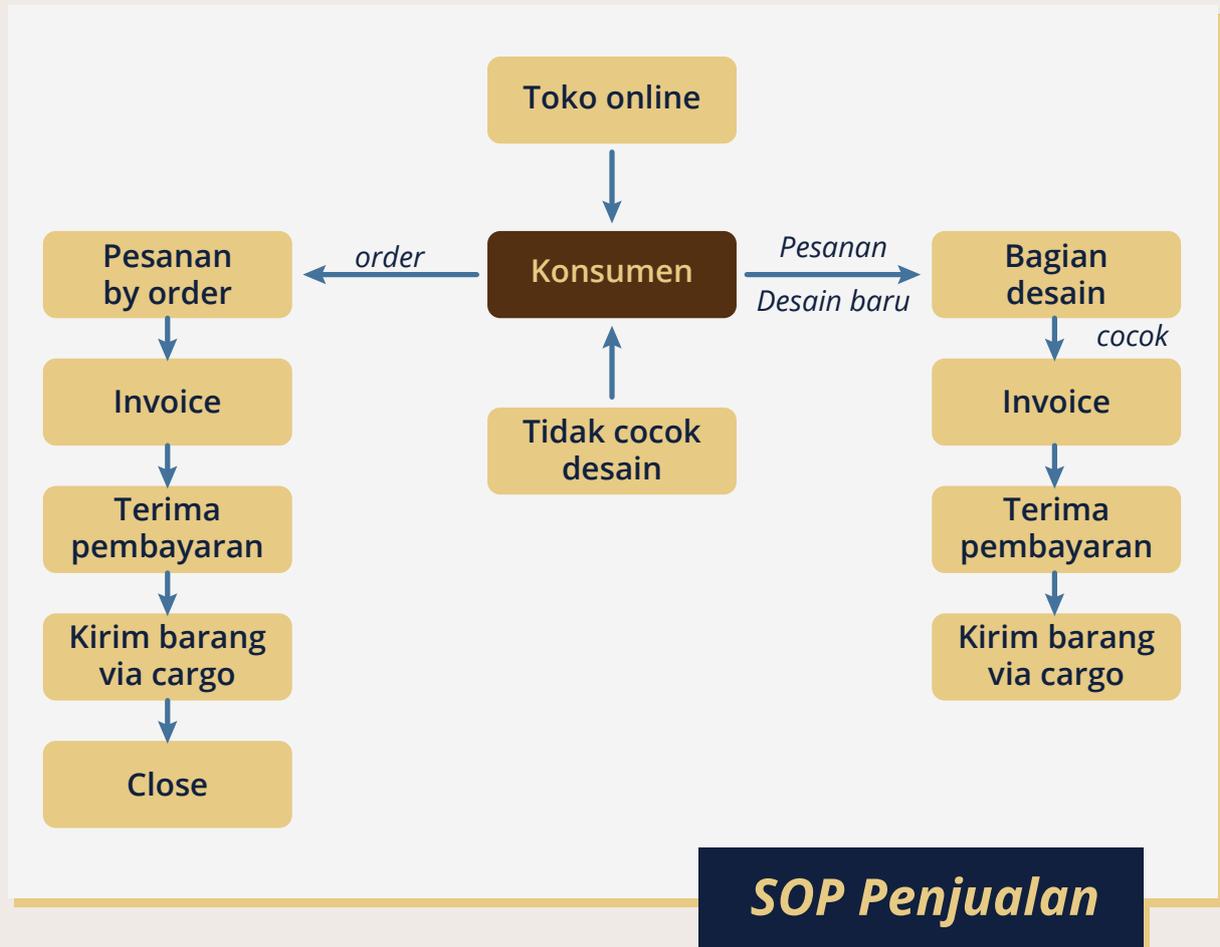
Ada beberapa hal yang harus diperhatikan untuk memaksimalkan pemasaran via platform perdagangan elektronik, diantaranya:

- ✓ Menjaga kepercayaan pelanggan dengan layanan penjualan yang responsif.
- ✓ Memberikan deskripsi produk yang jelas dengan kemasan bahasa yang menarik pelanggan.
- ✓ Menjaga kualitas dengan menerapkan kontrol kualitas sebelum dikirim ke pelanggan.
- ✓ Membuat kemasan produk yang menarik namun tetap aman hingga produk sampai ke tangan pelanggan.
- ✓ Gunakan media sosial sebagai galeri produk yang tersedia kemudian arahkan transaksi melalui toko online yang kita miliki.

Memanfaatkan perdagangan elektronik untuk penjualan hasil produksi para pengrajin topi bambu membutuhkan **Standard Operational Procedure (SOP)** khusus.



Manfaat penerapan SOP ini adalah memudahkan alur pengadaan barang serta pencatatan transaksi penjualan yang berlangsung, baik pengrajin selaku produsen maupun Komunitas Topi Bambu sebagai pihak manajemen akan terbantu dengan alur yang telah disepakati. Berikut contoh SOP Produksi yang diterapkan Komunitas Topi Bambu dan para pengrajin:



SOP Penjualan

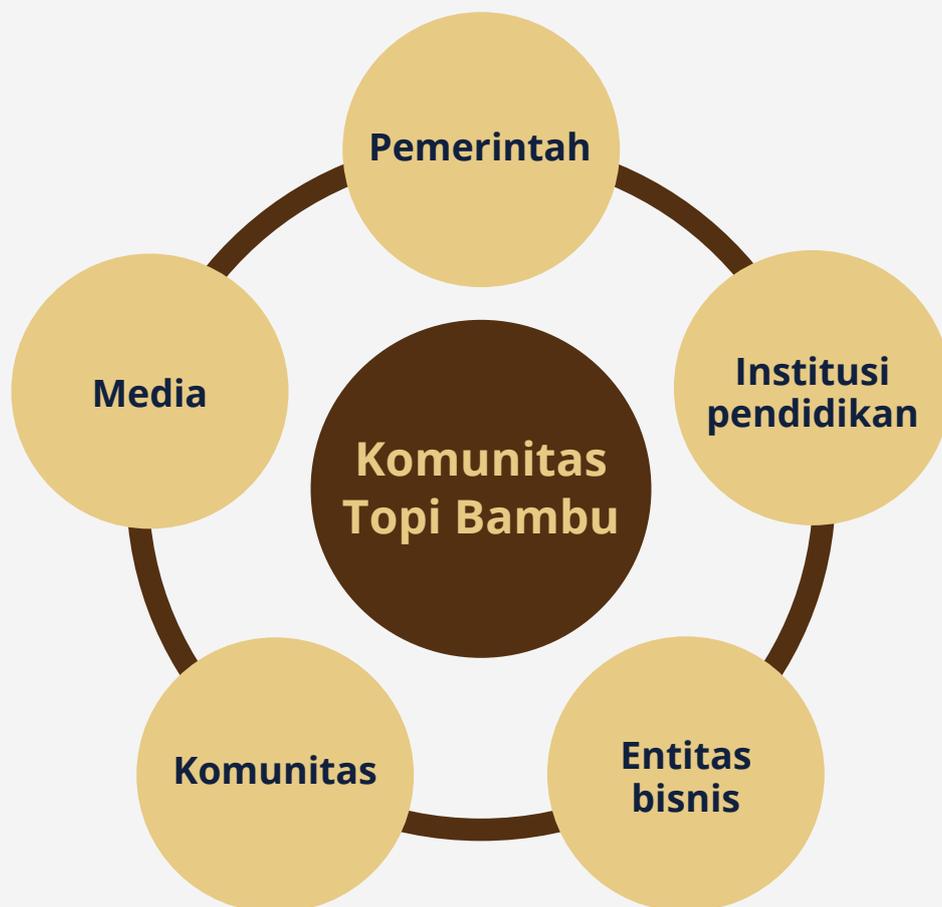


Perkuat Jaringan Usaha Membuka Peluang Tumbuh

Kunci utama pelestarian produk warisan budaya adalah terus mengenalkan bahwa produk tersebut masih ada. Topi bambu dikemas sedemikian rupa oleh Komunitas Topi Bambu untuk menghadirkan **paket wisata kreatif** melalui Saung Topi Bambu ICHE (Indonesia Creative Warisan Budaya).

Tujuan wisata kreatif adalah menyajikan nilai edukasi dan pelestarian kearifan lokal atau tradisi budaya yang ada di daerah setempat. Pembangunan konsep pariwisata tersebut tentu tidak akan berjalan tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak.

Pentahelix Networking



Komunitas Topi Bambu menggunakan konsep pentahelix elemen dalam membangun jaringan (networking). Lima unsur tersebut yang menjadi jembatan perkembangan wisata kreatif yang digagas oleh komunitas untuk pelestarian produk warisan budaya.

Pemerintah

berperan penting untuk membuka kesempatan mengikuti pelatihan maupun kurasi produk yang diselenggarakan oleh pemerintah, hal ini akan meningkatkan pemajanan (exposure) terhadap produk yang kita miliki.



Si Tudung, maskot bertopi bambu pada Pilkada Tangerang 2018.



Pembukaan Festival Topi Bambu oleh Bupati Tangerang tahun 2021.

Semakin terekspos produk warisan budaya ini akan semakin dikenal oleh berbagai generasi.



Institusi Pendidikan

memiliki keunggulan dalam kekuatan teori yang dimiliki para akademisinya. Para akademisi ini lah yang menjadi “konsultan” dalam pengembangan pariwisata kreatif yang ideal.

Para mahasiswa yang terjun dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dari berbagai institusi pendidikan bermanfaat besar dalam menghadirkan program-program menarik untuk masyarakat di pusat kegiatan komunitas.

Komunitas

dalam hal ini adalah pihak lain yang memiliki visi yang sama untuk mengembangkan pariwisata di luar tujuan bisnis dan akademik.

Kolaborasi bersama komunitas akan memberikan nilai tersendiri terutama dalam menyebarkan informasi yang biasa dilakukan di media sosial untuk memberikan manfaat bagi generasi muda lainnya.



Media

adalah unsur yang penting dalam proses pelestarian produk warisan budaya, pasalnya pembangunan pariwisata kreatif harus dipublikasikan secara luas baik melalui media offline maupun media online untuk menarik perhatian publik.

Berdasarkan pengalaman Komunitas Topi Bambu pemberitaan pembangunan pariwisata kreatif akan sangat cepat berdampak positif kepada masyarakat apabila menggandeng dan kerja sama dengan media massa untuk publikasi kegiatan.

Implementasi Pentahelix Networking



Young Entrepreneur Success Zone Bank BJB 2021

Melalui program ini Komunitas Topi Bambu mendapat kesempatan mempresentasikan “Wisata Kreatif dengan Museum Warisan Budaya 1001 Topi Bambu”.



Kampoeng BNI Topi Tangerang 2011

Program Kampong BNI membuka kesempatan display produk dan memfasilitasi pelatihan bagi para pengrajin topi bambu.



Trade Expo Indonesia PT Angkasa Pura II (Persero)

Komunitas Topi Bambu mendapat dukungan untuk ikut dalam berbagai pameran, seperti Pameran Trade Expo Indonesia dan Support pameran SMEs EXPO Sarawak Malaysia 2019.



Festival Hijau PT Sinar Mas Land 2017

Komunitas Topi Bambu menjadi pengisi acara workshop pembuatan topi bambu sebagai kampanye pelestarian warisan budaya.



Liputan TV One “INDONESIA PLUS” 2019

Liputan Indonesia Plus dalam episode yang mengupas sebuah produk yang menjadi bagian penting perkembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal.



Talkshow “Pagi Pagi” NET TV 2018

Kesempatan diundang dan mempromosikan produk kerajinan kreatif dari bambu yang merupakan salah satu acara populer di Indonesia.

Kesimpulan

- Upaya pelestarian produk warisan kebudayaan membutuhkan strategi yang baik, dimulai dari melakukan pendalaman produk itu dalam aspek kehidupan sosial masyarakat terkait.
- Perumusan konsep pemberdayaan harus disesuaikan dengan karakteristik produk serta masyarakat itu sendiri, konsep pemberdayaan berbasis komunitas seperti yang diterapkan Komunitas Topi Bambu membutuhkan bekal sumber daya manusia (SDM) penggerak yang kuat.
- Para SDM penggerak inilah yang menjadi kunci keberhasilan pelestarian produk warisan budaya dengan pemberdayaan berbasis komunitas.
- Tahapan demi tahapan proses pelestarian produk membutuhkan usaha yang tidak sedikit, perjuangan panjang, totalitas, didukung dengan pemilihan strategi yang tepat akan mengantarkan pada keberhasilan seperti yang telah dibuktikan Komunitas Topi Bambu.

Daftar Pustaka

- Vecco, M. (2010). A definition of cultural Warisan Budaya: From the tangible to the intangible. *Journal of cultural Warisan Budaya*, 11(3), 321-324.
- (1889) Straw hat makers in Javanese Village seated before Javanese house, Paris Exposition. Paris France, 1889. [Photograph] Retrieved from the Library of Congress, <https://www.loc.gov/item/94500848/>.

Profil Penulis

| Agus Hasanudin

Agus Hasanudin lulus dari Fakultas Teknik Elektro Institut Sains dan Teknologi Nasional (ISTN) tahun 2000. Agus merupakan pendiri Komunitas Topi Bambu Tangerang yang menggagas terwujudnya rekor MURI Topi Bambu Terbesar Berdiameter 2 Meter. Maestro pelestari topi bambu ini, setelah resign dari perusahaan IT di ibu kota memutuskan terjun sepenuhnya dalam pemberdayaan masyarakat pengrajin topi bambu. Hingga kini, Agus juga aktif dalam di Dekranasda Kab. Tangerang dan Perhimpunan Pelaku Usaha Bambu Indonesia (PERPUBI) dan Keanggotaan Komite Teknis Perumusan BSN 65-12 Bambu dan Rotan.

| Surya Widiasti

Surya Widiasti lulus dari Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada pada tahun 2020 dengan gelar Sarjana Ilmu Ekonomi. Aktif sebagai asisten peneliti di Forbil Institute mulai tahun 2021. Asti memiliki ketertarikan besar pada pengembangan perekonomian masyarakat khususnya berbasis komunitas.

Sekapur Sirih

Semoga buku ini dapat menginspirasi anggota masyarakat yang tertarik untuk menjadi agen pemberdaya masyarakat karena di dalam buku ini juga dipaparkan teori di dalam pemberdayaan masyarakat yang telah dipraktekkan oleh Komunitas Topi Bambu.

Moh Arif Widarto - Inisiator dan Pendiri Komunitas TopiBambu

Buku ini layak untuk dibaca oleh masyarakat umum, pengambil kebijakan, mahasiswa, pendidik dan tenaga kependidikan yang peduli dengan pelestarian kerajinan tradisional masyarakat Tangerang, dalam bentuk anyaman topi bambu yang telah kesohor ke seluruh dunia.

Mufti Ali, Ph.D. - Sejarawan Banten

Buku ini sangat menarik dan bisa memberikan banyak inspirasi sebuah komunitas berdaya upaya memberikan akses perubahan dari biasa menjadi luar biasa. Kami menyambut baik dengan terbitnya buku ini, dapat dijadikan bacaan bagi para pelajar, mahasiswa, wirausaha, dan komunitas berbasis ekonomi kreatif serta masyarakat untuk memahami perjalanan tradisi budaya masyarakat Kabupaten Tangerang.

Drs. Zainal Aminin, M.Pd., M.Si. - Asisten Deputi Peningkatan IPTEK dan IMTAQ Pemuda Kementerian Pemuda dan Olahraga

Buku Topi Bambu karya kang Agus Hasanudin, S.T ini menginspirasi generasi penerus bangsa dalam melestarikan dan mengembangkan topi bambu sebagai kerajinan khas Indonesia yang dapat mensejahterakan masyarakat.

Andri Gunawan, S.Kom - Ketua Forum TBM Banten

Buku ini merupakan sebuah sarana tepat untuk memperkenalkan topi bambu dari Kabupaten Tangerang kepada masyarakat luas, bagi para pengrajin diharapkan untuk dapat memotivasi terus menerus berkarya dalam melestarikan topi bambu.

**Dr. Sunardi, SE, M.Si.
– Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah (STES) Islamic Village Tangerang**

Buku ini sangat menarik dan bisa memberikan banyak inspirasi karena menunjukkan kecintaan untuk melestarikan budaya seni anyaman bambu di Tangerang di tengah arus modernisasi.

Maria Pampa Kumalaningrum - STIE YKPN Yogyakarta

Sekapur Sirih

Buku ini buku yang sangat bagus, merupakan pemandu untuk mengajak para pembaca dalam memahami dan menghargai warisan budaya terutama dalam pelestarian topi bambu yang dalam perkembangannya mampu beradaptasi dalam pengembangan zaman dalam hal eksistensi produk serta dalam rangka jaringan bisnis dalam era digital.

Gema Ika Sari - Rektor Universitas Al-Khairiyah Cilegon

Semoga dengan terbitnya buku ini, akan muncul generasi-generasi muda yang seperti saudara Agus Hasunudin yang sangat peduli akan potensi daerah dan memberdayakan masyarakat sekitar dalam mengelola sumber daya alam dengan bijak.

Drs. Satrias Djamaran, S.E., M.M - Akademisi

Selamat sukses untuk yang kesekian kalinya buku yang berkaitan dengan perkembangan dan peradaban anyaman topi bambu di Kabupaten Tangerang kembali diselesaikan oleh Bapak Agus Hasanudin dkk, semoga pelestarian anyaman bambu dapat terus mempertahankan budaya Kabupaten Tangerang.

H. Ade Dahyani, S.KP - Aktivis Pemuda Tangerang

Kerajinan bambu yang berada di wilayah kabupaten tangerang harus terus dipertahankan dan dijadikan icon sekaligus mempertahankan kebudayaan masyarakat lokal, dengan adanya komunitas kerajinan bambu ini salah satu wadah yang perlu di dukung baik oleh pihak swasta maupun pemerintah.

Sapri. S,Sos. - Anggota Dewan DPRD Kab. Tangerang

Kehadiran buku ini, merupakan sebuah upaya lain Kang Agus melalui Komunitas Topi Bambu untuk terus menyebarkan informasi virus-virus positif secara lebih massive, sebuah ciri kuat dari participatory, sustainable sekaligus empowering dalam makna yang lebih luas.

Andi Suhud Trisnahadi - Ketua Forum Ekonomi Kreatif Banten

Saya menyambut baik adanya buku ini, saya percaya Kang Agush sedang menorehkan jejak nya agar bisa dipelajari oleh khalayak umum, anak-anak komunitas, pemerintah, warga Belanda dan khususnya Masyarakat Kabupaten Tangerang yang mempunyai logo daerah yang unik.

Hilmi Fabeta - Presiden Tangsel Creative Foundation

FORBIL INSTITUTE

— BILLING FOR THE FUTURE, NOW —

ISBN 978-623-98328-9-6 (PDF)



9

786239

832896