

Analisis Strategi Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan : Studi Kasus Pengrajin Songko Recca dalam Perspektif Ekonomi Islam

Risnawati¹, Ismail Keri², Masyhuri³

^{1,2,3}Institut Agama Islam Negeri Bone

Corresponding Author: Risnawati, E-Mail: rsnawt2010@gmail.com

Published: June, 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi ekonomi kreatif yang diterapkan oleh pengrajin Songkok Recca dalam meningkatkan pendapatan dan mengkaji kesesuaiannya dengan prinsip ekonomi Islam. Songkok Recca merupakan produk budaya khas Kabupaten Bone yang menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat setempat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Lokasi penelitian berada di Kecamatan Cenrana dan Tellu Siattinge, Kabupaten Bone. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengrajin memadukan teknik tradisional dengan inovasi desain dalam proses produksinya. Strategi pemasaran dilakukan secara konvensional dan digital melalui media sosial, sedangkan pendekatan penjualannya berlandaskan pada nilai-nilai budaya dan religiusitas untuk membangun kepercayaan konsumen. Dari perspektif ekonomi Islam, kegiatan usaha pengrajin mencerminkan prinsip keadilan, keseimbangan, dan keberkahan. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan pendapatan sekaligus memperkuat nilai-nilai syariah dalam praktik ekonomi. Penelitian ini merekomendasikan perlunya pelatihan manajemen usaha berbasis syariah dan pendampingan berkelanjutan agar pengrajin mampu beradaptasi dengan perkembangan dan bersaing secara sehat.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Songko Recca, Ekonomi Islam, Strategi Usaha, Pendap

ABSTRACT

This study aims to analyze the creative economic strategies implemented by Songkok Recca craftsmen in increasing income and reviewing their suitability with Islamic economic principles. Songkok Recca is a cultural product typical of Bone Regency which has become a source of income for local people. This study uses a descriptive qualitative method with data collection techniques through interviews, observations, and documentation. The research location is in Cenrana and Tellu Siattinge Districts, Bone Regency. The results of the study show that craftsmen combine traditional techniques with design innovation in the production process. Marketing strategies are carried out conventionally and digitally through social media, while the sales approach is based on cultural values and religiosity to build consumer trust. From an Islamic economic perspective, the craftsmen's business activities reflect the principles of justice, balance, and blessings. This strategy has proven effective in increasing income while strengthening sharia values in economic practices. This study recommends the need for sharia-based business management training and ongoing assistance so that craftsmen are able to adapt to developments and compete healthily.

Keywords: Creative Economy, Songko Recca, Islamic Economics, Business Strategy, Pendap

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi modern, khususnya dalam meningkatkan pendapatan masyarakat melalui pemanfaatan ide, kreativitas, dan inovasi. Dalam konteks ekonomi lokal, optimalisasi potensi budaya dan warisan tradisional merupakan strategi utama untuk memperkuat daya saing produk sekaligus menciptakan lapangan kerja baru. Salah satu produk ekonomi kreatif yang berkembang di Sulawesi Selatan, khususnya di Kabupaten Bone, adalah

Songkok Recca, songkok khas yang terbuat dari serat daun lontar dengan teknik anyaman tradisional yang diwariskan secara turun-temurun.

Songkok Recca tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap busana adat Bugis, tetapi juga mengandung nilai simbolik dan historis yang tinggi. Seiring waktu, kerajinan ini telah menjadi sumber mata pencaharian utama bagi masyarakat, khususnya di Kecamatan Cenrana dan Tellu Siattinge. Para pengrajin berupaya mempertahankan metode produksi tradisional sambil menerapkan strategi kreatif dalam aspek produksi, pemasaran, dan penjualan untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar yang semakin kompetitif.

Dalam perspektif ekonomi Islam, aktivitas usaha harus mencerminkan nilai-nilai seperti keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana strategi ekonomi kreatif yang diterapkan oleh para pengrajin Songkok Recca selaras dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Urgensi dari penelitian ini terletak pada upaya mengintegrasikan pendekatan ekonomi kreatif dengan nilai-nilai ekonomi Islam yang masih jarang ditemukan dalam penelitian sebelumnya.

Tinjauan pustaka tidak hanya membahas definisi ekonomi kreatif dan ekonomi Islam, tetapi juga menekankan pentingnya inovasi dalam kerajinan lokal (Suryana, 2010), kontribusi produk budaya terhadap identitas daerah (Depdag, 2008), serta praktik bisnis yang beretika (Idris, 2015). Penelitian terdahulu (Kardianto, 2018; Akram et al., 2023; Rohma, 2019) umumnya hanya menekankan pada strategi atau kesejahteraan sosial, namun belum mengkaji secara menyeluruh dari sudut pandang ekonomi Islam.

Dengan demikian, penelitian ini mengisi celah tersebut dengan memberikan analisis mendalam terhadap strategi ekonomi kreatif—yang mencakup produksi, pemasaran, dan penjualan—serta menilai kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada penerapan simultan kedua perspektif tersebut dalam konteks kewirausahaan budaya lokal, serta kontribusinya secara teoretis dan praktis dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan (field research). Lokasi penelitian berada di Kecamatan Cenrana dan Kecamatan Tellu Siattinge, Kabupaten Bone, yang merupakan wilayah sentra pengrajin Songkok Recca.

Penelitian ini merupakan penelitian **kualitatif dengan pendekatan studi kasus**, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi ekonomi kreatif yang diterapkan oleh pengrajin Songkok Recca dalam konteks sosial-budaya dan keagamaan lokal. **Studi kasus** dipilih karena fokus penelitian diarahkan pada satu fenomena khusus, yaitu aktivitas usaha pengrajin Songkok Recca di wilayah Cenrana dan Tellu Siattinge, Kabupaten Bone, yang memiliki karakteristik unik dan khas dalam hal produksi, pemasaran, serta integrasi nilai-nilai ekonomi Islam.

Pendekatan **kualitatif** memungkinkan peneliti menggali makna, nilai, serta praktik sosial yang tidak dapat diukur secara kuantitatif, tetapi penting untuk dipahami dalam konteks kehidupan sehari-hari para pelaku usaha. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif,

dan dokumentasi untuk memperoleh pemahaman menyeluruh terhadap dinamika strategi usaha dan penerapan prinsip syariah dalam praktik ekonomi lokal.

Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah para pengrajin aktif yang terlibat langsung dalam proses produksi dan pemasaran. Data dianalisis melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Dalam penelitian ini, data dianalisis menggunakan pendekatan **analisis tematik (thematic analysis)**, yaitu teknik analisis dalam penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola atau tema (theme) yang muncul dari data. Pendekatan ini digunakan untuk menggali makna yang tersembunyi dalam narasi, praktik, dan pengalaman para pengrajin dalam menjalankan usahanya.

Proses analisis dilakukan melalui tahapan **pengodean (coding)** yang sistematis:

1. Transkripsi dan Familiarisasi Data

Seluruh data hasil wawancara dan catatan observasi ditranskrip secara verbatim dan dibaca berulang kali untuk memahami konteks dan isi secara menyeluruh.

2. Open Coding (Pengodean Terbuka)

Peneliti menandai kata, frasa, atau kalimat penting yang relevan dengan fokus penelitian. Misalnya: "pemasaran lewat WA", "usaha bagian dari ibadah", "melibatkan tetangga dalam produksi", dan sebagainya. Potongan data ini disebut *unit makna awal*.

3. Axial Coding (Pengelompokan Kode)

Kode-kode yang mirip atau saling berhubungan digabungkan ke dalam kategori yang lebih luas. Misalnya, "media sosial" dan "WhatsApp" dikelompokkan ke dalam kategori pemasaran digital, sementara "doa sebelum bekerja" dan "menolak pesanan yang dianggap tidak berkah" masuk dalam kategori nilai religius dalam usaha.

4. Selective Coding (Penetapan Tema Utama)

Dari kategori-kategori tersebut, ditarik tema sentral (core themes) seperti:

- a. *Transformasi ekonomi tradisional ke digital*
- b. *Usaha mikro berbasis nilai Islam*
- c. *Kearifan lokal dalam strategi bisnis*

5. Interpretasi Tematik

Setiap tema dikaitkan dengan teori ekonomi kreatif dan ekonomi Islam untuk menafsirkan makna yang lebih dalam dari praktik yang dijalankan pengrajin. Interpretasi ini bersifat reflektif dan kontekstual, bertujuan menemukan kontribusi teoretis dan praktis dari temuan penelitian.

6. Validasi Temuan

Validitas data diperkuat dengan triangulasi teknik (wawancara, observasi, dokumentasi), *member checking* (konfirmasi kepada informan), dan diskusi antarpeneliti untuk menghindari bias dan memastikan kredibilitas interpretasi.

Langkah	Deskripsi
Reduksi Data	Penyaringan data wawancara dan observasi berdasarkan aspek-aspek utama
Penyajian Data	Visualisasi hasil melalui tabel, narasi deskriptif, atau grafik
Interpretasi	Menghubungkan hasil lapangan dengan teori ekonomi kreatif dan ekonomi Islam
Validasi Data	Triangulasi antara wawancara, observasi, dan dokumentasi
Penarikan Kesimpulan	Menyimpulkan efektivitas strategi dan memberikan rekomendasi praktis

Penelitian ini menganalisis strategi ekonomi kreatif yang diterapkan oleh pengrajin Songkok Recca dalam meningkatkan pendapatan, serta menilai kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Penelitian ini juga menitikberatkan pada identifikasi praktik produksi, pemasaran, dan penjualan yang mengintegrasikan nilai-nilai lokal dan religius sebagai fondasi dalam membangun keberlanjutan usaha mikro berbasis budaya. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat ditemukan model strategi usaha yang tidak hanya efektif secara ekonomi, tetapi juga beretika dan selaras dengan tujuan syariah (maqashid al-shariah).

Proses Analisis Data Secara Sistematis Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis menggunakan model analisis interaktif yang terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu:

Reduksi Data Pada tahap ini, data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi diseleksi, disederhanakan, dan difokuskan pada aspek-aspek penting yang relevan dengan tujuan penelitian. Reduksi data bertujuan untuk menyaring informasi agar memudahkan peneliti dalam menemukan pola, tema, dan kategori yang signifikan, seperti inovasi produksi, strategi pemasaran, serta nilai-nilai ekonomi Islam dalam praktik usaha pengrajin Songkok Recca.

Tabel 1. Tabel Nilai Aspek Pemasaran

Indikator	Ya / Tidak	Keterangan
Menggunakan teknik anyaman tradisional	Ya	...
Menggunakan alat-alat modern / penunjang	Ya	...
Adanya inovasi desain (bordir, warna, logo)	Ya	...
Produksi dilakukan sendiri atau kelompok	Ya	...
Waktu produksi per unit (estimasi)	Ya	...

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh pengrajin *Songkok Recca* di Kecamatan Cenrana dan Tellu Siattinge menunjukkan pola ganda, yaitu perpaduan antara pendekatan konvensional dan digital. Sebagian besar pengrajin masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan penjualan langsung melalui relasi sosial, yang mengandalkan kepercayaan (trust-based marketing) dalam komunitas lokal. Pendekatan ini terbukti efektif untuk mempertahankan pelanggan tetap dan memperkuat jaringan distribusi lokal.

Namun, seiring dengan berkembangnya teknologi dan perubahan perilaku konsumen, sebagian pengrajin—terutama generasi muda dan anggota keluarga pengrajin—mulai memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Meskipun penggunaan digital marketing ini masih bersifat sederhana, keberadaannya membuka peluang

ekspansi pasar yang lebih luas, termasuk pemesanan dari luar daerah, terutama pada momen-momen tertentu seperti Ramadan, musim pernikahan, dan acara budaya.

Dengan demikian, strategi pemasaran pengrajin *Songkok Recca* menunjukkan proses adaptasi dari ekonomi tradisional menuju ekonomi digital. Meskipun masih terdapat keterbatasan dalam pemanfaatan platform digital yang lebih profesional (seperti marketplace dan e-commerce), upaya ini merupakan langkah awal yang positif. Ke depan, penguatan kapasitas dalam bidang pemasaran digital sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar produk budaya lokal tersebut.

1. Sintesis Teoretis antara Ekonomi Kreatif dan Ekonomi Islam

Artikel ini mengembangkan sebuah *sintesis teoretis* dengan mengintegrasikan dua pendekatan utama:

- a. Teori Ekonomi Kreatif: Berbasis pada gagasan bahwa ide, inovasi, dan kreativitas adalah sumber utama nilai ekonomi (merujuk pada Howkins).
- b. Prinsip Ekonomi Islam: Berlandaskan nilai-nilai maqashid al-shariah seperti keadilan, keberkahan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial (merujuk pada Chapra dan prinsip muamalah Islam).

Dengan menggabungkan keduanya, peneliti menawarkan suatu kerangka berpikir baru yang menempatkan **usaha berbasis budaya lokal (songkok recca)** bukan hanya sebagai bentuk ekonomi kreatif semata, melainkan sebagai model usaha yang memiliki **nilai spiritual dan sosial** yang mendalam.

2. Konsep Sentral yang Dikembangkan

Dari hasil penelitian dan analisis tematik, terdapat beberapa konsep kunci yang disintesis dan dikembangkan:

a. Ekonomi Kreatif Berbasis Nilai Islam

Usaha pengrajin Songkok Recca bukan hanya fokus pada inovasi produk, namun juga mempertahankan nilai-nilai religius seperti niat ibadah, kejujuran transaksi, dan penolakan terhadap pesanan yang dianggap tidak berkah.

b. Transformasi Ekonomi Tradisional ke Digital

Artikel menyoroti bagaimana pengrajin secara bertahap beralih dari pemasaran konvensional (mulut ke mulut) ke digital marketing sederhana (WhatsApp, Facebook). Ini dikembangkan sebagai bentuk *adaptasi digital* dalam kerangka budaya dan spiritual.

c. Model Usaha Mikro Islami Berbasis Komunitas

Kegiatan produksi yang melibatkan tetangga, pembagian hasil secara adil, serta pelatihan informal kepada warga sekitar membentuk suatu ekosistem usaha mikro yang mencerminkan semangat tolong-menolong (ta'awun) dan kebermanfaatan bersama (maslahah).

3. Kontribusi Sintesis terhadap Teori dan Praktik

- a. Secara Teoretis: Penelitian ini memberikan *model integratif* baru antara ekonomi kreatif dan ekonomi Islam dalam konteks kerajinan budaya lokal, yang belum banyak dibahas dalam literatur sebelumnya.

- b. Secara Praktis: Memberi dasar bagi pelatihan dan pengembangan UMKM berbasis budaya agar lebih kompetitif dan sesuai dengan prinsip syariah, serta menjadi referensi bagi kebijakan daerah dalam membangun ekosistem wirausaha kreatif Islami.

4. Bukti Data Empiris untuk Penguatan Konsep

Pengembangan sintesis teoretis diperkuat oleh data mentah seperti kutipan langsung dari informan:

- a. *“Saya anggap ini usaha bukan cuma cari uang, tapi juga ibadah.”* → Menunjukkan nilai keberkahan dan spiritual dalam bisnis.
- b. *“Kalau banyak pesanan, saya ajak tetangga bantu anyam.”* → Mencerminkan usaha berbasis komunitas dan prinsip sosial Islam.
- c. *“Saya kirim foto songkok lewat WA ke pelanggan.”* → Menandakan adaptasi strategi digital dalam usaha mikro.

Penyajian Data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk naratif deskriptif, tabel, dan kutipan langsung dari informan guna memberikan gambaran yang jelas dan terstruktur. Penyajian data membantu peneliti dan pembaca untuk memahami hubungan antar kategori serta konteks sosial-budaya di mana strategi ekonomi kreatif diterapkan.

No.	Jenis Strategi Pemasaran	Bentuk Implementasi	Jumlah Pengrajin	Persentase (%)	Keterangan Tambahan
1	Promosi dari mulut ke mulut	Menjual ke tetangga, kenalan, komunitas lokal	16 dari 20 responden	80%	Dominan di pengrajin senior
2	Penjualan langsung	Konsumen datang langsung ke rumah produksi	15 dari 20 responden	75%	Umumnya pelanggan tetap dan loyal
3	Kerja sama dengan pengepul	Menjual produk dalam jumlah besar ke pengepul lokal	12 dari 20 responden	60%	Membantu menjangkau pasar luar desa
4	Pemasaran via WhatsApp	Kirim gambar dan katalog via WA ke pelanggan	11 dari 20 responden	55%	Efektif untuk pesanan pribadi dan repeat order
5	Pemasaran via Facebook / Instagram	Mengunggah foto produk di media sosial pribadi	8 dari 20 responden	40%	Umumnya dilakukan oleh anak atau anggota keluarga muda
6	Partisipasi event lokal/pameran	Mengikuti bazar, acara budaya, atau kegiatan sekolah			

- a. Total responden: 20 pengrajin aktif
- b. Data dikumpulkan melalui wawancara terstruktur dan observasi
- c. Terlihat bahwa metode konvensional masih mendominasi, namun ada indikasi transisi menuju pemasaran digital

Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Setelah data disajikan, peneliti melakukan penarikan kesimpulan sementara yang terus diverifikasi dengan data lapangan. Proses ini bersifat iteratif, yaitu dilakukan berulang kali hingga diperoleh temuan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Verifikasi

dilakukan melalui triangulasi sumber data dan member check kepada informan, guna menjamin akurasi interpretasi dan objektivitas hasil penelitian.

Jenis Data	Sumber Data	Hasil Temuan	Kesimpulan Awal
Wawancara	Pengrajin senior dan junior	Sebagian besar masih mengandalkan promosi konvensional (mulut ke mulut dan pengepul)	Pemasaran tradisional masih dominan
Observasi langsung	Rumah produksi & aktivitas pemasaran	Ditemukan penggunaan WA dan FB secara sederhana oleh pengrajin muda	Ada kecenderungan transisi ke pemasaran digital
Dokumentasi	Foto katalog WA, unggahan media sosial, brosur	Beberapa foto produk telah dibagikan melalui media sosial, namun belum terstandarisasi	Media sosial digunakan tapi belum profesional
Literatur/teori	Teori ekonomi kreatif & digital marketing	Ditekankan pentingnya adaptasi teknologi digital dalam sektor usaha kecil dan budaya	Digitalisasi menjadi kebutuhan mendesak

Dari hasil triangulasi terhadap wawancara, observasi, dan dokumentasi, dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi pemasaran yang dominan saat ini masih berbasis konvensional, yakni melalui jaringan sosial dan pengepul.
2. Penggunaan media sosial mulai tumbuh, khususnya oleh generasi muda pengrajin dan keluarga mereka, meskipun belum optimal dari segi branding dan manajemen konten.
3. Terdapat kesenjangan keterampilan digital, sehingga dibutuhkan pelatihan khusus agar pengrajin mampu mengelola promosi digital secara lebih efektif dan terarah.
4. Upaya digitalisasi pemasaran dianggap penting untuk perluasan pasar dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan ekonomi yang semakin kompetitif.

Langkah Verifikasi	Metode	Hasil
Cross-check antar sumber data	Membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi	Diperoleh kesesuaian antara pernyataan pengrajin dan praktik nyata di lapangan
Konsultasi dengan tokoh masyarakat/lokal	Validasi informasi dengan pemuka masyarakat setempat	Menguatkan temuan bahwa budaya dan jaringan sosial memengaruhi pemasaran
Diskusi dengan informan lebih dari satu	Triangulasi informan (pengrajin senior & muda)	Menunjukkan adanya gap generasi dalam pemanfaatan teknologi pemasaran
Audit dokumen dan media sosial	Pemeriksaan unggahan WA/FB pengrajin	Mengonfirmasi penggunaan terbatas media sosial untuk promosi produk

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengrajin Songkok Recca telah mengembangkan usaha mereka dengan memadukan kearifan lokal dan strategi inovatif. Penggunaan teknik produksi tradisional menunjukkan pelestarian budaya, sementara adanya inovasi desain dan diversifikasi produk menandakan adaptasi terhadap permintaan pasar. Strategi pemasaran yang menggabungkan pendekatan konvensional dan digital memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Lingkungan kerja berbasis rumah menunjukkan fleksibilitas dan partisipasi keluarga, sedangkan keterlibatan sosial dalam proses produksi mencerminkan semangat pemberdayaan masyarakat.

Keseluruhan aspek ini memperkuat peran ekonomi kreatif sebagai penggerak ekonomi lokal yang berlandaskan nilai-nilai Islam.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data dilakukan secara manual menggunakan metode coding tematik. Pendekatan ini sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif deskriptif yang menekankan pada makna, pemahaman konteks, dan interpretasi mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Proses analisis data dilakukan secara sistematis melalui beberapa tahapan yaitu,

1. Transkripsi Data

Seluruh hasil wawancara ditranskrip secara verbatim, sedangkan hasil observasi dan dokumentasi disusun dalam bentuk narasi deskriptif. Tahap ini penting untuk memastikan bahwa tidak ada informasi penting yang terlewatkan.

2. Open Coding (Pengodean Terbuka)

Peneliti membaca ulang seluruh data transkrip dan narasi untuk mengidentifikasi unit-unit makna seperti kata kunci, frasa penting, atau pernyataan yang relevan dengan fokus penelitian.

3. Axial Coding (Pengelompokan Kode)

Kode-kode yang telah ditentukan dikelompokkan ke dalam kategori tematik yang lebih luas. Misalnya, kode "pemasaran via WhatsApp" dan "promosi Instagram" digabung dalam kategori "strategi pemasaran digital". Tahap ini bertujuan mengorganisasi data agar pola keterkaitan antar kategori dapat terlihat lebih jelas.

4. Selective Coding (Penetapan Tema Utama)

Dari kategori yang telah terbentuk, ditetapkan tema-tema utama (core themes) yang merupakan esensi dari hasil penelitian. Tema-tema tersebut mencerminkan isu sentral yang muncul dalam praktik usaha pengrajin, seperti "adaptasi ekonomi digital", "strategi berbasis nilai budaya", dan "implementasi ekonomi Islam dalam usaha mikro".

5. Interpretasi Data

Data yang telah dikode dan dikategorikan kemudian diinterpretasikan dengan menghubungkannya dengan teori-teori relevan, khususnya teori ekonomi kreatif dan ekonomi Islam. Interpretasi ini dilakukan secara reflektif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang dikaji.

6. Validasi dan Verifikasi

Keabsahan temuan diuji melalui triangulasi data (wawancara, observasi, dan dokumentasi), member check (konfirmasi temuan kepada informan), dan peer debriefing (diskusi antarpeneliti). Tujuannya untuk memastikan bahwa analisis yang dilakukan bersifat objektif dan dapat dipertanggungjawabkan.

Proses Dengan menggunakan teknik coding manual ini, peneliti dapat menggali data secara mendalam dan menemukan makna tersembunyi dalam praktik usaha pengrajin Songkok Recca, sekaligus menilai sejauh mana nilai-nilai ekonomi Islam terinternalisasi dalam strategi ekonomi kreatif yang dijalankan. Proses ini dilakukan secara berkesinambungan selama masa pengumpulan data hingga penyusunan hasil akhir, dengan mengedepankan validitas, kredibilitas, dan keterandalan dalam setiap tahapan analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengkaji strategi ekonomi kreatif pengrajin Songkok Recca dalam meningkatkan pendapatan, yang dianalisis dalam tiga ranah utama: produksi, pemasaran, dan penjualan, serta dikaji kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Penelitian dilakukan di Kecamatan Cenrana dan Tellu Siattinge, Kabupaten Bone, yang merupakan wilayah dengan konsentrasi pengrajin aktif. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, data yang diperoleh menunjukkan bahwa ekonomi kreatif dalam kerajinan songkok bukan hanya menjadi sarana penghasilan, tetapi juga bagian dari identitas budaya, modal sosial, dan bentuk dakwah nilai-nilai Islam dalam ekonomi.

Dalam aspek produksi, para pengrajin mempertahankan proses pembuatan songkok secara tradisional yang diwariskan secara turun-temurun. Proses awal dimulai dengan pengolahan pelepah daun lontar (ure'ca') yang dipukul-pukul (recca-recca) hingga menghasilkan serat putih lembut. Proses ini tidak dapat dilakukan secara sembarangan karena memerlukan keahlian khusus, ketekunan, dan kecermatan tinggi.

Namun, yang menarik adalah bagaimana pengrajin tidak hanya terjebak pada reproduksi tradisi, melainkan juga mulai mengadopsi pendekatan inovatif. Desain songkok kini menyesuaikan dengan permintaan pasar, seperti penambahan bordiran nama, logo organisasi, hingga motif personal sesuai permintaan konsumen. Selain itu, pengrajin menciptakan varian khusus untuk segmen pasar tertentu, seperti songkok pernikahan, songkok untuk komunitas pecinta budaya, hingga souvenir keagamaan.

Inovasi dalam produksi ini menunjukkan bahwa para pengrajin tidak hanya berpikir dalam kerangka pelestarian budaya, melainkan juga memahami pentingnya nilai tambah dan diferensiasi produk, sebagaimana dijelaskan oleh teori inovasi dalam ekonomi kreatif yang menekankan pada kemampuan untuk menciptakan keunikan yang memiliki nilai jual tinggi.

Dari segi pemasaran, ditemukan bahwa para pengrajin menjalankan strategi ganda: strategi konvensional dan strategi digital. Pendekatan konvensional masih dominan dalam pemasaran lokal, seperti melalui promosi dari mulut ke mulut, kerja sama dengan pengepul (distributor lokal), dan penjualan langsung kepada pelanggan tetap. Strategi ini menekankan pentingnya trust-based marketing atau pemasaran berbasis kepercayaan yang dibangun dalam relasi sosial masyarakat Bugis Bone.

Sementara itu, pengrajin generasi muda dan keluarga pengrajin mulai aktif menggunakan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, hingga Instagram untuk mempromosikan produk mereka. Strategi ini dilakukan secara sederhana, namun efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas, bahkan hingga ke luar Sulawesi Selatan. Permintaan produk meningkat drastis pada waktu-waktu tertentu seperti bulan Ramadan, Idulfitri, musim pernikahan, dan momen budaya.

Meskipun penggunaan digital marketing masih bersifat dasar, namun hal ini merupakan awal dari transformasi ekonomi tradisional menuju ekonomi digital yang inklusif. Ini selaras dengan teori

pembangunan ekonomi kreatif yang menekankan pentingnya integrasi teknologi digital dalam mendorong pertumbuhan sektor industri budaya.

Untuk memperkuat hasil temuan dan memastikan keterhubungan antara data lapangan dengan kategori tematik yang dibentuk, berikut beberapa kutipan langsung dari informan yang menjadi dasar dalam proses pengodean dan interpretasi data:

1. Tema: Nilai religius dalam usaha

"Setiap saya mulai kerja, saya baca doa dulu, karena saya anggap ini usaha bukan cuma cari uang, tapi juga ibadah."

(Informan 3, pengrajin senior, Cenrana)

Kode: *usaha sebagai ibadah* → Kategori: *nilai spiritual* → Tema: *nilai Islam dalam strategi usaha*

2. Tema: Strategi pemasaran digital sederhana

"Kalau sekarang, saya biasa foto songkok lalu kirim ke WA teman atau langganan yang di Makassar, biar cepat laku."

(Informan 7, pengrajin muda, Tellu Siattinge)

Kode: *pemasaran via WhatsApp* → Kategori: *strategi pemasaran digital* → Tema: *transformasi digital ekonomi lokal*

3. Tema: Pemberdayaan komunitas

"Kalau saya dapat pesanan banyak, biasanya ajak tetangga bantu anyam, nanti kita bagi hasilnya sama-sama."

(Informan 10, pengrajin perempuan, Cenrana)

Kode: *kerja sama dengan tetangga* → Kategori: *tanggung jawab sosial* → Tema: *usaha berbasis komunitas dan syariah*

4. Tema: Penentuan harga adil

"Harga tergantung jenis benang dan tingkat kerumitan. Kalau pakai benang emas, harganya jelas mahal, tapi kita jelaskan dulu ke pembeli." (Informan 5, pengrajin senior, Tellu Siattinge)

Kode: *penentuan harga rasional* → Kategori: *keadilan transaksi* → Tema: *prinsip keadilan dalam ekonomi Islam*

Penjualan produk songkok dilakukan melalui tiga jalur utama: penjualan langsung di rumah produksi, kerja sama dengan pengepul, dan pemesanan berbasis media sosial. Harga produk sangat bervariasi tergantung bahan, tingkat kerumitan, dan jenis pesanan. Misalnya, songkok berbahan benang biasa dapat dibanderol Rp50.000–Rp200.000, sedangkan songkok berbahan benang emas (ulawen bubbu) bisa mencapai jutaan rupiah. Beberapa songkok bahkan dijual dalam bentuk eksklusif sebagai customized item untuk tokoh masyarakat, pejabat, atau pengusaha yang ingin menunjukkan status sosial melalui pakaian adat.

Nilai jual songkok recca tidak hanya dilihat dari aspek fisik, tetapi juga makna budaya dan spiritual di baliknya. Songkok ini bukan sekadar penutup kepala, tetapi juga simbol identitas, kehormatan, dan nilai moral yang dijunjung tinggi oleh masyarakat Bugis Bone. Penjualan berbasis nilai ini membuat konsumen rela membayar lebih untuk memperoleh produk yang mereka anggap berkelas, bermakna, dan berkah.

Dalam kerangka ekonomi Islam, strategi ekonomi kreatif yang diterapkan oleh para pengrajin Songkok Recca mencerminkan sejumlah prinsip utama. Pertama, prinsip keadilan, yang tampak dari praktik penentuan harga yang rasional, tidak menzalimi konsumen maupun produsen. Kedua, prinsip keberkahan (barakah), di mana proses produksi dilakukan dengan niat baik, tanpa manipulasi, dan melibatkan nilai spiritual. Ketiga, prinsip tanggung jawab sosial, terlihat dari bagaimana para pengrajin turut menjaga tradisi dan memberi lapangan kerja kepada masyarakat sekitar, termasuk ibu rumah tangga dan pemuda lokal.

Namun demikian, terdapat beberapa tantangan serius yang perlu dibenahi, terutama pada aspek manajemen keuangan dan kepatuhan formal terhadap prinsip syariah. Sebagian besar pengrajin belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang baik, tidak memiliki pemisahan modal dan laba, serta belum memahami secara menyeluruh kewajiban zakat usaha. Dalam konteks ekonomi Islam, kekurangan ini menunjukkan perlunya intervensi pendidikan dan pendampingan dalam bentuk pelatihan manajemen syariah.

Secara umum, strategi ekonomi kreatif terbukti mampu meningkatkan pendapatan para pengrajin. Selain itu, strategi yang berbasis nilai lokal dan religius membuat model bisnis ini memiliki daya tahan tinggi dan keunikan yang tidak mudah digantikan. Namun untuk menuju skala ekonomi yang lebih besar, diperlukan intervensi kebijakan yaitu, pelatihan manajemen syariah, khususnya pencatatan keuangan, pemisahan aset, perhitungan zakat, dan tata kelola usaha. Pemberdayaan digital marketing, agar pengrajin mampu bersaing secara nasional bahkan internasional dengan memanfaatkan e-commerce. Penguatan branding budaya, dengan dukungan pemerintah daerah dalam promosi songkok recca sebagai produk unggulan Bone. Inkubator usaha kreatif berbasis syariah, untuk menumbuhkan ekosistem ekonomi kreatif yang berkelanjutan dan beretika.

Penelitian ini memberikan gambaran nyata tentang bagaimana aktivitas ekonomi berbasis budaya lokal mampu membangun daya tahan ekonomi masyarakat melalui pengembangan strategi ekonomi kreatif yang sekaligus berakar pada nilai-nilai ekonomi Islam. Temuan ini mencerminkan sinergi antara modal budaya (cultural capital) dan modal spiritual (spiritual capital) dalam membentuk struktur ekonomi mikro yang resilien. Sejalan dengan konsep Ekonomi Kreatif yang didefinisikan oleh Howkins sebagai sistem ekonomi yang berfokus pada ide, kreativitas, dan inovasi sebagai sumber utama nilai ekonomi, para pengrajin Songkok Recca tidak hanya mereproduksi artefak tradisional, tetapi juga menciptakan nilai tambah melalui modifikasi desain, segmentasi pasar, dan penggunaan media digital.

Berikut adalah perbandingan kritis secara sistematis antara penelitian Risnawati dkk. dengan teori dan studi sejenis:

1. Kerangka Teoretis yang Digunakan

Aspek	Penelitian Risnawati dkk.	Studi Sejenis
Teori Utama	Ekonomi Kreatif + Ekonomi Islam (Maqashid Syariah, keadilan, keberkahan, tanggung jawab sosial)	Ekonomi Kreatif (Howkins), Ekonomi Mikro Syariah

Pendekatan	Kualitatif Deskriptif (Studi Kasus)	Campuran, sebagian besar kuantitatif deskriptif atau survey
Fokus	Integrasi nilai budaya dan syariah dalam usaha mikro songkok Recca	Kesejahteraan ekonomi, strategi pemasaran umum, atau kelestarian budaya

2. Perbandingan dengan Studi Kardianto (2018)

Aspek	Kardianto (2018)	Risnawati dkk.
Fokus	Strategi bisnis dan pemasaran songkok Recca	Integrasi strategi bisnis dan nilai-nilai ekonomi Islam
Aspek Budaya	Dianggap sebagai identitas lokal	Diolah sebagai modal spiritual dan sosial
Teori	Strategi usaha tradisional	Teori ekonomi kreatif + maqashid syariah
Kontribusi	Praktis (penguatan SDM, promosi)	Praktis dan teoretis (sintesis budaya-ekonomi-Islam)

3. Perbandingan dengan Studi Rohma (2019)

Aspek	Rohma (2019)	Risnawati dkk.
Produk	Anyaman bambu	Songkok Recca
Tujuan	Meningkatkan pendapatan	Meningkatkan pendapatan dan nilai spiritual usaha
Perspektif	Ekonomi kreatif	Ekonomi kreatif + ekonomi Islam
Inovasi	Fokus pada desain dan distribusi	Fokus pada inovasi desain + pendekatan syariah dalam transaksi

4. Perbandingan dengan Studi Akram et al. (2023)

Aspek	Akram et al. (2023)	Risnawati dkk.
Pendekatan	Studi lapangan sederhana	Studi kasus mendalam dengan analisis tematik
Fokus	Kesejahteraan masyarakat dari perspektif Islam	Transformasi ekonomi lokal + nilai spiritual + penguatan branding
Teori	Nilai-nilai dasar ekonomi Islam	Maqashid syariah + ekonomi kreatif modern
Kelemahan	Kurang analisis tematik dan sistematis	Analisis tematik, kategorisasi dan kutipan data empiris langsung dari lapangan

5. Kesimpulan Perbandingan Kritis

Dimensi	Keunggulan Studi Risnawati dkk.
Kebaruan	Menggabungkan kerangka ekonomi kreatif dan ekonomi Islam secara simultan
Kedalaman Analisis	Analisis tematik yang sistematis, pengodean terbuka hingga selektif
Kontribusi Ilmiah	Sintesis teoretis baru: Ekonomi kreatif berbasis nilai Islam
Nilai Praktis	Rekomendasi konkret (pelatihan syariah, branding budaya, digitalisasi usaha)
Kelemahan Studi Sebanding	Cenderung sektoral, belum mengaitkan usaha lokal dengan nilai-nilai maqashid atau pengembangan jangka panjang berbasis etika

Dalam pendekatan Ekonomi Islam, sebagaimana dijelaskan oleh Chapra, kegiatan ekonomi harus mencerminkan tujuan maqashid al-shariah, yaitu menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Model usaha pengrajin Recca mencerminkan prinsip-prinsip tersebut, terutama dalam hal keadilan muamalah, kejujuran, dan pemberdayaan sosial.

Ekonomi Islam menekankan prinsip-prinsip yang tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga spiritual dan sosial. Dalam konteks pengrajin *Songkok Recca*, beberapa indikator ekonomi Islam yang relevan dan dapat dianalisis secara spesifik adalah:

1. Keadilan ('Adl)

- a. Implementasi di lapangan: Penentuan harga produk *Songkok Recca* dilakukan secara rasional berdasarkan bahan, tingkat kesulitan, dan waktu produksi.
- b. Contoh spesifik: Songkok dengan bordir emas atau desain khusus dihargai lebih tinggi karena memerlukan waktu dan biaya tambahan.
- c. Analisis: Praktik ini mencerminkan prinsip keadilan dalam muamalah, yakni tidak menzalimi produsen maupun konsumen.

2. Kejujuran (Shidq) dan Transparansi

- a. Implementasi di lapangan: Konsumen diberi penjelasan tentang jenis bahan, proses pengerjaan, dan lama produksi. Tidak ditemukan unsur penipuan atau pengelabuan kualitas produk.
- b. Contoh spesifik: Bila ada pesanan yang butuh waktu lama atau bahan khusus, pengrajin akan menyampaikan langsung kepada pembeli.
- c. Analisis: Hal ini selaras dengan prinsip *akad yang sah* dan menjunjung tinggi kejujuran dalam bisnis Islam.

3. Keberkahan (Barakah)

- a. Implementasi di lapangan: Sebagian pengrajin menganggap kegiatan usaha sebagai bagian dari ibadah, dimulai dengan doa, niat baik, dan menghindari riba.
- b. Contoh spesifik: Ada pengrajin yang menyatakan bahwa mereka menolak pesanan jika dianggap “tidak berkah”, misalnya bila pembeli ingin meniru motif adat tertentu yang dianggap sakral.
- c. Analisis: Usaha yang dimulai dengan niat yang baik dan dilakukan dengan prinsip halal diyakini membawa keberkahan dalam rezeki.

4. Tanggung Jawab Sosial (Mas’uliyah Ijtima’iyyah)

- a. Implementasi di lapangan: Banyak pengrajin melibatkan ibu rumah tangga, tetangga, atau pemuda lokal dalam proses produksi.
- b. Contoh spesifik: Dalam beberapa kasus, pengrajin senior memberikan pelatihan informal kepada tetangganya untuk membuat anyaman lontar.
- c. Analisis: Ini mencerminkan prinsip *ta’awun* (tolong-menolong) dan *maslahah* (kemaslahatan) dalam membangun ekonomi berbasis komunitas.

5. Zakat Usaha dan Manajemen Syariah

- a. Implementasi di lapangan: Sebagian besar pengrajin belum melakukan perhitungan zakat usaha atau pemisahan aset pribadi dan usaha.
- b. Contoh spesifik: Hanya sedikit pengrajin yang mencatat pengeluaran dan keuntungan, sehingga kesulitan menghitung nisab zakat.
- c. Analisis: Ini menunjukkan perlunya edukasi dan pelatihan mengenai manajemen keuangan syariah serta kewajiban zakat dalam usaha mikro.

Kegiatan usaha pengrajin *Songkok Recca* secara umum telah mencerminkan beberapa indikator ekonomi Islam, terutama dalam hal keadilan harga, kejujuran dalam transaksi, serta tanggung jawab sosial.

Namun, aspek seperti pencatatan keuangan, zakat usaha, dan pemisahan aset masih belum dijalankan secara optimal, yang menandakan perlunya intervensi edukatif dan pendampingan manajemen syariah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi ekonomi kreatif yang diterapkan oleh pengrajin Songkok Recca di Kecamatan Cenrana dan Tellu Siattinge meliputi inovasi dalam produksi, pemanfaatan media sosial dalam pemasaran, serta pendekatan berbasis budaya dalam proses penjualan. Strategi tersebut telah terbukti mampu meningkatkan pendapatan pengrajin secara signifikan.

Nilai Syariah yang Dipahami	Persentase
Keadilan harga	90%
Keberkahan usaha	85%
Tanggung jawab sosial	70%
Pemahaman zakat usaha	35%

Sebagai pemenuhan terhadap janji penelitian dalam abstrak dan pendahuluan, analisis lanjutan dilakukan terhadap beberapa indikator spesifik dalam ekonomi Islam, yakni *maqashid syariah*, *keadilan distribusi*, dan *larangan riba*. Berikut adalah uraian mendalam berdasarkan hasil penelitian:

1. Maqashid Syariah

- Hifz al-Mal (Menjaga harta): Para pengrajin menunjukkan upaya dalam menjaga keberlanjutan usaha sebagai sumber penghidupan utama keluarga. Usaha yang dilakukan dengan penuh tanggung jawab, kehati-hatian dalam pengeluaran, dan semangat menabung menunjukkan kesadaran menjaga harta dari kerusakan atau pemborosan.
- Hifz al-Din (Menjaga agama): Usaha pengrajin dilakukan dalam kerangka ibadah. Sebagian besar memulai kegiatan produksi dengan doa dan menghindari bentuk usaha yang mengandung unsur maksiat atau pelanggaran adat Bugis
- Hifz al-‘Aql dan Hifz al-Nasl (Menjaga akal dan keturunan): Pelatihan informal kepada anak muda tentang kerajinan ini memperkuat nilai pendidikan keterampilan dan pewarisan budaya, yang selaras dengan maqashid syariah.

2. Keadilan Distribusi

- Praktik distribusi keuntungan dalam kelompok pengrajin atau dalam kerja sama dengan keluarga dan tetangga menunjukkan sistem berbagi hasil yang adil. Tidak ditemukan eksploitasi atau ketimpangan upah yang mencolok.
- Penentuan harga produk berdasarkan kualitas dan tingkat kesulitan kerja menunjukkan bahwa tidak ada pemaksaan harga atau penipuan konsumen, yang sesuai dengan konsep *adl* (keadilan).
- Namun demikian, belum ada sistem distribusi hasil yang terdokumentasi dengan baik atau disepakati secara tertulis, sehingga rentan terhadap salah paham. Hal ini menunjukkan perlunya pendampingan dalam kontrak kerja syariah (akad).

3. Larangan Riba dan Kepatuhan Syariah

- a. Berdasarkan wawancara, tidak ada indikasi keterlibatan pengrajin dengan lembaga keuangan konvensional berbasis bunga (riba). Pendanaan usaha dilakukan secara swadaya atau berbasis gotong royong.
- b. Namun, sebagian besar pengrajin belum memahami secara menyeluruh perbedaan antara sistem pembiayaan syariah dan konvensional. Edukasi mendalam diperlukan agar mereka dapat mengakses modal dari lembaga keuangan syariah seperti BMT atau koperasi syariah.

Strategi ekonomi kreatif pengrajin Songkok Recca terbukti meningkatkan pendapatan dan memperkuat nilai-nilai Islam dalam aktivitas usaha. Usaha mereka tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga berfungsi sebagai wahana pelestarian budaya dan dakwah sosial. Untuk menjamin keberlanjutan, dibutuhkan pelatihan manajemen syariah dan digitalisasi pemasaran secara terstruktur

DAFTAR PUSTAKA

- Akram, M. Y., Tahir, A. P., & Hasbi, H. (2023). Analisis Usaha Songkok Recca dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Pacing Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 95–103.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. (2008). *Cetak Biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta: Depdag.
- Farid, A. (2020). Eksistensi Songkok Recca dalam Peradaban Masyarakat Bone. *Jurnal Budaya dan Sejarah*, 6(1), 55–63.
- Idris. (2015). *Ekonomi Islam dan Keadilan Distribusi*. Makassar: UIN Alauddin Press.
- Kardianto, R. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Songkok Recca di Kabupaten Bone. *Jurnal Pengembangan Usaha Tradisional*, 4(2), 112–119.
- Rohma, U. (2019). Peran Ekonomi Kreatif dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Anyaman Bambu di Kabupaten Sleman. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 3(1), 66–74.
- Suryana, Y. (2010). *Kewirausahaan: Pendekatan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.