

RINGKASAN

EKSISTENSI SONGKOK RECCA SEBAGAI SONGKOK TO BONE DALAM RANGKA PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DAN PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DI KABUPATEN BONE



Penelitian Kelompok

Prof. Dr. H. Dahyar Daraba, M.Si.
Dr. Umar Nain, S.Sos, M.Si.
Dr. H. Muhammad Idris Patarai, M.Si.
Dr. Ir. Hj. Hendrawati Hamid, M.Si
Drs. Suaib Ibrahim, M.Si.
Nur Ichsan Amin, SH., M. Si
Praja Aryulhandy Nur Zulhijjah. (NPP. 30.1181)
Praja Andi Muhammad Aidil Fitri R. (NPP. 30.1171)
Praja Muhammad Zaid Yusuf (NPP. 30.1204)

**INSTITUT PEMERINTAHAN DALAM NEGERI
KAMPUS SULAWESI SELATAN
2022**

EKSISTENSI SONGKOK RECCA SEBAGAI SONGKOK TO BONE DALAM RANGKA PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN BONE

Prof. Dr. H. Dahyar Daraba, M.Si., Drs. Suaib Ibrahim M.Si
Dr. H. Muhammad Idris Patarai, M.Si., Dr. Ir. Hj. Hendrawati Hamid, M.Si., Dr. Umar Nain,
S.Sos, M.Si., Nur Ichsan Amin, SH., M.Si.,
Praja Aryulhandy Nur Zulhijjah. (NPP. 30.1181), Praja Andi Muhammad Aidil Fitri R.
(NPP.30.1171), Praja Muhammad Zaid Yusuf (NPP.30.1204)
suaibipdn@gmail.com
Institut Pemerintahan Dalam Negeri

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis eksistensi songkok recca dalam rangka pemberdayaan UMKM, dan peningkatan ekonomi masyarakat di Kabupaten Bone. Berbagai permasalahan yang dihadapi terkait eksistensi songkok recca seperti, teknologi produksi yang masih sederhana, karena semua proses produksi dilakukan dengan tangan (*hand made*), manajemen usaha yang belum tertata dengan baik (aspek manajemen SDM, manajemen produksi, manajemen keuangan, manajemen pemasaran), modal usaha yang belum memadai bagi semua perajin dan pelaku usaha, serta belum adanya Peraturan Daerah khusus tentang Songkok Recca. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara semi terstruktur, observasi, study literatur dan *Focus Group Discussion* (FGD), dengan responden para Kepala Dinas, Kepala Bidang, Kepala Seksi dari enam Instansi terkait, Camat Awangpone, tokoh adat, dan perajin serta pelaku usaha. Data yang terkumpul dianalisis melalui tiga tahap yaitu, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berbagai program atau kegiatan pemberdayaan UMKM songkok recca yang telah dilaksanakan, yang diukur dengan menggunakan empat dimensi manajemen usaha dengan berbagai indikator, yaitu: dimensi manajemen SDM, manajemen produksi, manajemen keuangan, dan manajemen pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa empat dimensi yang diamati, rata-rata setiap dimensi ada indikator yang telah berjalan dengan baik, namun ada juga yang belum, namun demikian pemberdayaan UMKM sudah berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat, karena setiap produk yang dihasilkan pasti memiliki keuntungan yang besarnya berbeda, sesuai dengan kualitas dan *grade* harga songkok recca, makin tinggi kualitas bahan maka makin tinggi harganya, sehingga makin banyak keuntungan yang diperoleh perajin dan pelaku usaha.

Kata Kunci : Eksistensi, Songkok Recca, Pemberdayaan UMKM,
Peningkatan ekonomi masyarakat

ABSTRAC

The purpose of this study was to find out and analyze the existence of songkok recca in empowering UMKM, and improving the people's economy in Bone Regency. The various problems encountered are related to the existence of songkok recca, such as the production technology which is still simple, because all production processes are carried out by hand (hand made), business management that has not been well organized (aspects of HR management, production management, financial management, marketing management), inadequate business capital for all artisans and business actors, and the absence of a specific Regional Regulation on Songkok Recca. The method used in this study is descriptive with a qualitative approach, data were collected through semi-structured interviews, observation, literature study and Focus Group Discussion (FGD), with respondents being Heads of Service, Heads of Fields, Heads of Sections from six related agencies, Awangpone District Head, traditional leaders, and parajin and business actors. The collected data were analyzed through three stages, namely, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Various programs or activities to empower UMKM in songkok recca that have been implemented, as measured by using the four dimensions of business management with various indicators, namely: the dimensions of HR management, production management, financial management, and marketing management. The results of the study show that the four dimensions are observed, on average for each dimension there are indicators that have gone well, but some have not, however UMKM empowerment has had an impact on improving the community's economy, ecause each product produced must have a different profit, in accordance with the quality and price grade of Chinese Recca, the higher the quality of the material, the higher the price, so that the more profits the craftsmen and business actors get.

Keywords: *Existence, Songkok Recca, UMKM Empowerment, Improvement community economy*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang terkenal memiliki beragam atau banyak budaya/kearifan lokal, dan masih tetap dipertahankan sampai saat ini. Beragam budaya tersebut tersebar dari Sabang sampai Merauke, di 3 provinsi termasuk di dalamnya 3 (tiga) provinsi baru di Papua. Salah satu provinsi yang memiliki cukup banyak produk-produk budaya lokal adalah Provinsi Sulawesi Selatan, dengan jenis produk yang paling dikenal masyarakat adalah kain sutera dan Songkok Recca.

Agar Songkok Recca dapat eksis, maka diperlukan motif sebagai langkah pemberdayaan. Pemberdayaan tidak dalam konteks narasi atau program melainkan dalam konteks struktural, kelembagaan mekanisme atau sistem yang efektif. Melalui tindakan struktural, mekanisme dan sistem yang efektif berarti masyarakat hidup bersama Songkok Recca secara kultural- hidup bersama masa lalu. Oleh karena itu diperlukan mekanisme dan sistem yang mengarahkan masyarakat hidup berdampingan dengan Songkok Recca sebagai satu kebutuhan atau motif. Dengan menjadi satu kebutuhan dalam kehidupan masyarakat Bone dimanapun berada, maka tentu saja efeknya akan sampai pada taraf peningkatan pembangunan bidang ekonomi, khususnya peningkatan ekonomi masyarakat secara umum, dan para perajin serta pelaku usaha Songkok Recca secara khusus.

Songkok adalah mahkota lelaki sekaligus sebagai identitas, selain identitas songkok juga dikenakan sebagai simbol, penyemangat. Di Kabupaten Bone, terdapat songkok yang dikenal sebagai "Songkok Recca" atau juga disebut sebagai "Songkok Pamiring" dan kemudian dikenal sebagai *Songkok To Bone*. Penamaan ini memiliki nilai sejarah asal-muasal pembuatan, nilai sosial dan komunal yang menjadi latar belakang penamaan yang harus terus-menerus dihidupkan atau dilestarikan. Pemakaian Songkok Recca sudah mulai ditinggalkan masyarakat, karena hanya dipakai pada saat tertentu saja seperti, pesta pernikahan, perayaan hari ulang tahun daerah atau pada acara seremoni saja. Apabila pemakaiannya bersifat terbatas tidak hanya akan mempengaruhi tingkat produksi yang menjadi kegiatan ekonomi masyarakat di Kabupaten Bone, melainkan juga melarutkan nilai budaya pada pergeseran nilai sejalan dengan peradaban manusia dan budaya masa kini. Oleh karena itu diperlukan satu kebijakan untuk keberlangsungan usaha perajin melalui konsep pemberdayaan yang diatur dalam sebuah usaha yang disebut Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Dasar hukum tentang UMKM tertuang dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan PP No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM adalah salah satu penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) terbesar di Indonesia dan menjadi pilar bagi ketahanan ekonomi (<https://data.tempo.co/>).

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang tujuan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yaitu:

1. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan.
2. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan usaha mikro, kecil, dan menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.
3. Meningkatkan peran usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dan kemiskinan.

Dalam pengembangan UMKM di Indonesia saat ini, masih ditemukan berbagai faktor-faktor yang menghambat para pelaku UMKM, seperti: 1) Keterampilan teknis rendah, dan teknologi produksi sederhana, 2) Pekerja pada umumnya adalah keluarga, 3) Dalam manajemen tidak ada spesialisasi, bahkan seringkali pemilik menangani

sendiri, 4) Lemah dalam administrasi keuangan, 5) Banyak biaya diluar pengendalian, 6) Kesulitan memperoleh ijin usaha, 7) Belum adanya/ kurangnya perlindungan terhadap usaha kecil, 8) Kesulitan memperoleh kredit, 9) Menurunnya investasi dan perdagangan ke Indonesia

Permasalahan tersebut juga dialami oleh pelaku UMKM Songkok Recca di kabupaten Bone, seperti :

1. Teknologi produksi yang masih sederhana, karena proses persiapan bahan baku dan pembuatan Songkok Recca seluruhnya dilakukan secara manual yang umumnya dilakukan oleh kaum perempuan,
2. Manajemen usaha yang belum tertata dengan baik (aspek manajemen SDM, manajemen produksi, manajemen keuangan, manajemen pemasaran).
3. Modal usaha yang belum memadai
4. Belum adanya Peraturan Daerah khusus tentang Songkok Recca.

Jumlah pelaku UMKM Songkok Recca di kabupaten Bone saat ini, yang berpusat di Kecamatan Awangpone mengalami peningkatan selama 3 (tiga) tahun terakhir, dari 2.025 perajin (2020), menjadi 2.684 (September 2022), tersebar pada 18 desa/kelurahan. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah permintaan produk Songkok Recca semakin meningkat, dan dapat menjanjikan keberhasilan dan memberikan keuntungan bagi para perajin dan pelaku usaha.

Melihat songkok recca saat ini sudah menjadi mata pencaharian sebagian masyarakat Bone khususnya di kecamatan awangpone sehingga songkok recca dimata pengrajin memiliki nilai tersendiri bagi mereka yaitu nilai ekonomisnya. Tidak heran jika berada di wilayah kecamatan awangpone banyak terlihat masyarakat yang tengah sibuk membuat songkok recca, dan bukan hanya pengrajin songkok reccanya melainkan

banyak juga terdapat toko-toko yang menjual songkok recca (Ariandi dan Jufri, 2022).

Berbagai penelitian terkait Songkok Recca telah banyak dilakukan, seperti penelitian Yusriadi (2019), Ariandi dan jufri (2022), namun belum ada yang melakukan penelitian dengan menggunakan variabel/ fokus pada pemberdayaan UMKM dan peningkatan ekonomi masyarakat, sehingga penelitian ini memiliki nilai kebaruan dibandingkan penelitian sebelumnya, karena sekaligus membahas nilai-nilai budaya, sosial, regulasi, dan ekonomi (membahas secara lengkap empat dimensi dalam manajemen usaha yaitu : manajemen SDM, manajemen produksi, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran), dalam satu penelitian.

Berdasarkan permasalahan yang ada dan hasil-hasil penelitian terdahulu, maka dilaksanakanlah penelitian ini dengan judul “Eksistensi Songkok Sebagai Songkok To Bone dalam Rangka Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Ekonomi Masyarakat” di Kabupaten Bone.

Permasalahan

Identifikasi Masalah

1. Teknologi produksi yang masih sederhana karena semua proses produksi masih dikerjakan dengan tangan (*hand made*)
2. Manajemen usaha yang belum tertata dengan baik (aspek manajemen SDM, manajemen produksi, manajemen keuangan, manajemen pemasaran).
3. Modal usaha yang belum memadai bagi semua perajin dan pelaku usaha
4. Belum adanya regulasi/peraturan daerah khusus tentang Songkok Recca.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana Eksistensi Songkok Recca sebagai songkok To Bone dalam rangka pemberdayaan UMKM di Kabupaten Bone?
2. Bagaimana eksistensi Songkok Recca sebagai songkok To Bone dalam peningkatan ekonomi masyarakat di Kabupaten Bone?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Eksistensi Songkok Recca sebagai songkok To Bone dalam rangka pemberdayaan UMKM di Kabupaten Bone
2. Eksistensi Songkok Recca sebagai songkok To Bone dalam peningkatan ekonomi masyarakat di Kabupaten Bone.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan teoritis :

Memberikan sumbangan pemikiran, pengetahuan dan pemahaman mendasar tentang kedudukan produk kearifan lokal Songkok Recca sebagai suatu sistim nilai sosial, budaya, dan ekonomi.

Kegunaan Praktis :

Diharapkan dengan adanya penelitian ini songkok recca dipakai secara massif dan simbolis, dapat memberdayakan dan meningkatkan ekonomi perajin dan pelaku UMKM, serta membantu Pemerintah Kabupaten Bone dalam penetapan kebijakan atau peraturan daerah khusus tentang Songkok Recca.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian yang relevan

1. Yusriadi dkk (2019), :***Community Perception in the Use of "Songkok Recca" Hats based on Social Stratification***". Hasilnya : publik telah menggunakan "Songkok Recca" menjadi ikon untuk Kabupaten Bone, pembuatan masih menggunakan teknik manual sehingga memiliki nilai unik. Komunitas generasi muda menilai "Songkok Recca" diidentifikasi dengan pakaian orang tua, dan cenderung lebih menyukai budaya eksternal, karena lebih sesuai dengan budaya anak muda
2. **Andriyanto (2018)**, "**Penguatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui E- Commerce**". Hasilnya: para pelaku bisnis UMKM berpandangan bahwa IT dengan penerapan E-Commerce dapat memperluas pemasaran, memberikan efisiensi bisnis, biaya operasional terkendali, tidak terbatas ruang, waktu, dapat meningkatkan penghasilan, pemanfaatan IT dengan *E-commerce* menjadi strategi bersaing yang akan meningkatkan daya saing UMKM.
3. **Juliannisa dkk (2022)**, "**Stimulus Peningkatan Ekonomi Masyarakat dan UMKM Desa Bojongcae di Era New Normal**", hasil : dengan adanya kewirausahaan masyarakat dapat mempunyai kemampuan untuk menciptakan dan menyediakan produk yang bernilai tambah, sehingga dapat menjadikan masyarakat lebih kreatif dalam menyampaikan ide-ide dan kreasinya, menciptakan barang yang dirasa perlu dan penting untuk kesejahteraan masyarakat itu sendiri sehingga tidak perlu mengimpor dari luar negeri.

Tinjauan Teoretis :

Konsep Eksistensi

Secara etimologi, eksistensi berasal dari bahasa Inggris yaitu *excitence*; dari bahasa latin *existere* yang berarti muncul, ada, timbul, memilih keberadaan aktual. Dari kata *ex* berarti keluar dan *sistere* yang berarti muncul atau timbul. Beberapa pengertian secara terminologi, yaitu pertama, apa yang ada, kedua, apa yang memiliki aktualitas (ada), dan ketiga adalah segala sesuatu (apa saja) yang di dalam menekankan bahwa sesuatu itu ada.

Berbeda dengan esensi yang menekankan kealpaan sesuatu (apa sebenarnya sesuatu itu sesuatu dengan kodrat inherennya) (Tafsir, 2006).

Songkok Recca

Songkok Recca terbuat dari serat pelepah daun lontar dengan cara dipukul-pukul (dalam bahasa Bugis : direcca-recca) pelepah daun lontar tersebut hingga yang tersisa hanya seratnya. Serat ini biasanya berwarna putih, akan tetapi setelah dua atau tiga jam kemudian warnanya berubah menjadi kecoklat-coklatan. Untuk mengubah menjadi hitam maka serat tersebut direndam dalam lumpur selama beberapa hari. Jadi serat yang berwarna hitam itu bukanlah karena sengaja diberi pewarna sehingga menjadi hitam.. Untuk menganyam serat menjadi songkok menggunakan acuan yang disebut Assareng yang terbuat dari kayu nangka kemudian dibentuk sedemikian rupa sehingga menyerupai songkok. Songkok recca' (songkok to Bone) menurut sejarah, muncul dimasa perang antara Bone dengan Tator tahun 1683. Pasukan Bone pada waktu itu menggunakan songkok recca' sebagai tanda untuk membedakan dengan pasukan Tator.

(https://id.wikipedia.org/wiki/Songkok_To_Bone)

Upaya yang relevan adalah pemberdayaan pengrajin Songkok Recca yang berada di Kabupaten Bone. Terdapat 3 (tiga) ancaman jika hal ini pemerintah Kabupaten Bone tidak segera mengambil kebijakan yang tepat, yaitu: 1) **SDM**, produksi Songkok Recca hanya dapat dilakukan secara natural melalui keterampilan manusia , selain menyangkut seni, juga menyangkut sentuhan bahan yang hanya bisa melalui tangan manusia, terjadi secara turun- menurun, 2) **Market/pasar**, pemakaiannya hanya akan bermakna jika disertai dengan sentuhan budaya, kharisma dan titisan leluhur . Jika sekedar songkok, kopiah atau topi, maka songkok recca kehilangan pasar, 3) **Bahan baku**, bahan baku sangat terbatas, yaitu daun lontar yang keberadaan dan tumbuhnya tidak disemua tempat. Dewasa ini masih memanfaatkan daun lontar yang tumbuh di daerah belum merambah pada upaya mendatangkan dari daerah lain.

Konsep Pemberdayaan

Mardikanto dan Soebiato (2015:28), pemberdayaan diartikan sebagai upaya memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh individu, kelompok, dan masyarakat luas agar mereka memiliki kemampuan untuk melakukan pilihan dan mengontrol lingkungannya agar dapat memenuhi keinginan-keinginannya, termasuk aksestabilitasnya terhadap sumber daya yang terkait dengan pekerjaannya, aktivitas sosialnya, dan lain-lain. Orientasi bukan semata-mata hasil, tetapi juga proses yang menekankan pada partisipasi rakyat sehingga mereka menyadari akan kemampuannya sendiri dalam memecahkan persoalan yang hadapi.

Selanjutnya Chambers dalam Hamid (2018:10), pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial, mencerminkan paradigma baru pembangunan, yaitu bersifat *people centered, participatory, empowering sustainable*. Pemberdayaan masyarakat adalah “upaya mempersiapkan masyarakat seiring dengan langkah memperkuat kelembagaan masyarakat agar mereka mampu mewujudkan kemajuan, kemandirian, dan kesejahteraan dalam suasana keadilan sosial yang berkelanjutan” (Sumaryadi, 2005:11).

Manajemen UMKM

Manajemen usaha kecil adalah suatu proses yang diselenggarakan oleh orang-orang yang diberi wewenang dan tanggung jawab untuk mengelola sumber daya usaha kecil (manusia, keuangan, fisik, dan informasi) untuk mencapai sasaran organisasi usaha secara efektif dan efisien (<http://journal.ikopin.ac.id>). Aslim (2020) dalam konteks bisnis, manajemen dibagi dalam 4 (empat) bidang utama yaitu : 1) Bidang Pemasaran, 2) Bidang produksi, 3) Bidang keuangan, 4) Bidang SDM.

Pengembangan UMKM menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 adalah upaya yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Rachmawan dkk, 2015). Banyak penelitian yang telah dilakukan, dan yang menjadi masalah UMKM dalam pengembangannya adalah : manajemen SDM, manajemen produksi, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran.

1. Manajemen SDM

Keterbatasan SDM merupakan salah satu kendala serius yang dialami banyak UMKM, terutama dalam aspek-aspek kewirausahaan, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, perancangan teknik, pengendalian dan pengawasan mutu (*quality control*), semua keahlian ini mutlak dibutuhkan untuk mempertahankan dan/atau memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan produktivitas, serta memperluas pangsa pasar dan menembus pasar baru (Andriyanto, 2018).

2. Manajemen Produksi

Daya saing produk merupakan faktor penting yang tidak dapat dihindari pada siklus perekonomian, utamanya pada proses produksi barang dan jasa yang dilakukan dalam memenuhi permintaan pasar (Garelli, 2003). Persaingan tidak hanya dari sesama pelaku usaha, namun juga dari pelanggan, pemasok, produk pengganti, dan pendatang baru potensial (Andriyanto, 2018).

3. Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan suatu proses dalam pengaturan aktivitas atau kegiatan keuangan dalam suatu bisnis. Termasuk kegiatan perencanaan, analisis, serta pengendalian terhadap kegiatan keuangan. (<https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-manajemen-keuangan-bagi-umkm>).

Manajemen keuangan yang praktis untuk UMKM adalah sebagai berikut: 1) Kegiatan pendanaan atau pembelanjaan, 2) Kegiatan investasi, 3) Kegiatan kebijakan dividen. Selanjutnya, untuk mengefektifkan berbagai fungsi dalam manajemen pengelolaan keuangan usaha, terdapat tugas administrasi yang sebaiknya dilaksanakan oleh para pelaku UMKM, yaitu : 1) Administrasi piutang, , 2) Administrasi utang, 3) Administrasi persediaan, 4) Administrasi aset tetap, 5) Administrasi kas, 6) Administrasi penggajian, (<https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-manajemen-keuangan-bagi-umkm>).

4. Manajemen Pemasaran

Menurut Assauri (2004), segmentasi pasar adalah membagi-bagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau jasa yang berbeda pula, ini sangat perlu dilakukan mengingat dalam suatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda keinginan dan kebutuhannya.

Peningkatan Ekonomi masyarakat

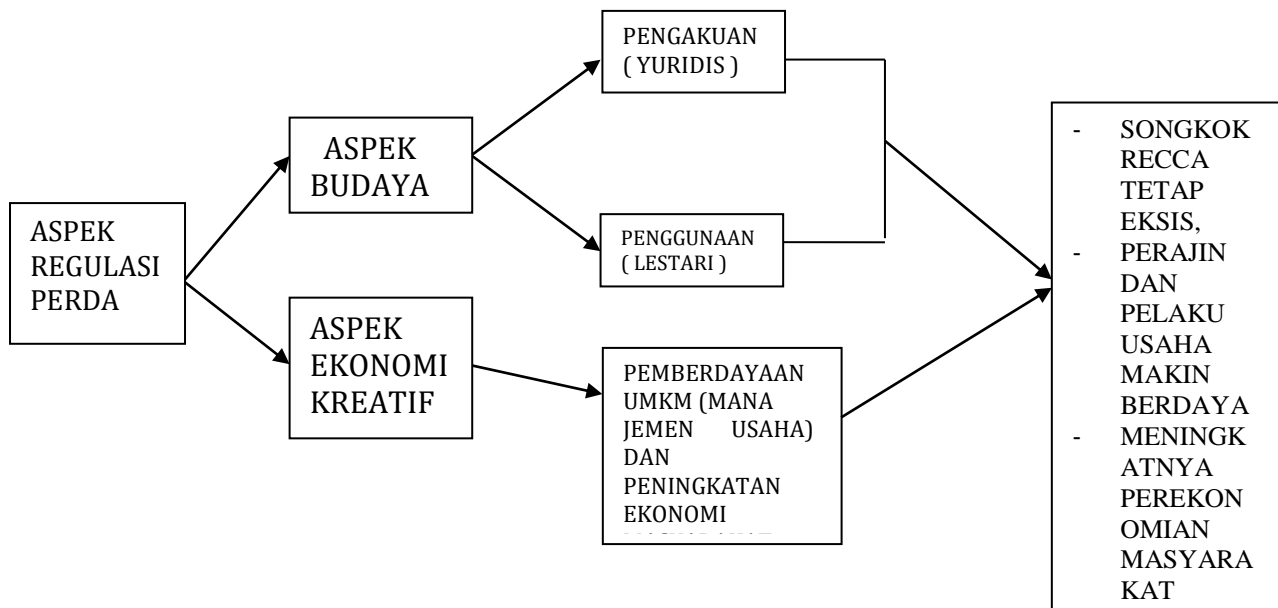
Peningkatan perekonomian merupakan suatu perbaikan kondisi dari perekonomian yang lemah menjadi perekonomian yang lebih baik atau mengalami kemajuan dari sebelumnya (Nawawi, 2009:1). Sementara ekonomi kerakyatan menurut Zulkarnain (2003:98) adalah merupakan suatu sistem ekonomi yang harus dianut sesuai dengan falsafah Negara Indonesia yang menyangkut dua aspek, yaitu keadilan dan demokrasi ekonomi, serta berpihak kepada rakyat/masyarakat. Selanjutnya Yasin dkk (2002:2-3), pemahaman ekonomi rakyat bisa dipandang dari 2 (dua) pendekatan, yaitu: 1) Pendekatan kegiatan ekonomi dari pelaku ekonomi berskala kecil, 2) Pendekatan sistem ekonomi, yaitu demokrasi ekonomi.

Tinjauan Normatif

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
2. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan atau mengkaji secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena-fenomena.

Operasionalisasi Konsep

Tabel 1

Operasionalisasi Konsep

Konsep	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator
Eksistensi Songkok Recca Sebagai Songkok To	Pemberdayaan UMKM adalah upaya yang	Manajemen SDM	1. Pendidikan formal 2. Pengalaman 3. Keterampilan 4. Pengetahuan

Bone Dalam Rangka Pemberdayaan UMKM	dilakukan pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap UMKM sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang Tangguh dan mandiri. Maka arah pemberdayaan ditujukan pada Manajemen Usaha		tentang bisnis/usaha
		Manajemen Produksi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses produksi 2. Pemilihan bahan baku 3. Keinginan konsumen 4. Inovasi produk
		Manajemen Keuangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perencanaan 2. Pencatatan 3. Penganggaran 4. Pengelolaan dana
		Manajemen Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Segmentasi pasar 2. Target 3. Promosi 4. Pemasaran online

Sumber: Diolah Penulis, 2022

Informan Penelitian

subjek dalam penelitian ini ditentukan secara *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumberdata dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti untuk menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2012:218-219). Informan menurut Sparadley (1997:35) adalah seseorang pembicara asli yang berbicara dengan mengulang kata-katanya, frasa dan kalimat dalam bahasa atau dialeg sebagai model imitasi dan sumber informasi tentang masalah yang diselidiki. Informan dalam penelitian ini adalah : Pejabat dari instansi terkait, Camat, tokoh adat, perajin dan pelaku usaha, dengan jumlah 28 orang.

Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam memperoleh data penelitian ialah

berupa lembar observasi, panduan wawancara, serta catatan dokumentasi sebagai pendukung dalam penelitian ini.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam peneliti adalah jenis data primer data sekunder. Data primer adalah data yang didapatkan dari hasil wawancara atau observasi sedangkan data sekunder adalah data yang didapatkan dari hasil buku referensi atau dokumentasi sumber data dari sumber informan kunci, informan ahli dan informasi biasa (Bungin,2001:129)

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, FGD, studi literatur.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menurut Patton sebagaimana dikutip oleh Maleong (2002:103) adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikanya ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar. analisi data dilakukan secara bertahap yaitu dengan redukasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Miles,1992:16).

Lokasi dan Jadwal Penelitian

Lokasi Penelitian adalah di Kecamatan Awangpone Kabupaten Bone Provinsi Sulawesi Selatan, yang dilaksanakan mulai pada bulan Juli sampai dengan Oktober 2022.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian :

Kondisi Geografis

Kabupaten Bone dengan ibukota Watampone, merupakan salah satu kabupaten dari 24 kabupaten/kota yang berada dalam wilayah Provinsi Sulawesi Selatan, menjadi kabupaten yang terluas, yaitu 4.559 km², atau 9,78 % dari luas Provinsi Sulawesi Selatan, yang terbagi kedalam 27 kecamatan, 329 desa, dan 43 kelurahan.

Kabupaten Bone merupakan penghasil utama Songkok Recca di Sulawesi Selatan sekaligus sebagai daerah asal muasal pembuatannya, yang di buat secara turun temurun dan berpusat di Kecamatan Awangpone.

Demografi

Berdasarkan hasil sensus penduduk Kabupaten Bone tahun 2020 jumlah penduduk tercatat sebesar 801.775 jiwa, yang terdiri atas 391.682 jiwa laki-laki, dan 410.093 jiwa perempuan..

Songkok Recca

Jumlah perajin dan pelaku usaha songkok recca di kecamatan Awangpone adalah sebanyak 7.023 orang yang tersebar pada 18 desa/kelurahan. Jumlah perajin Songkok Recca terbanyak pada Desa Macope yaitu 1.306 orang, dan yang terkecil pada desa Latekko yaitu 7 (tujuh) orang. Dari 18 desa/kelurahan penghasil Songkoko Recca, sebanyak 5 (lima) desa/kelurahan telah membentuk kelompok perajin/pelaku usaha, dengan jumlah kelompok sebanyak 32 kelompok,

4.2 Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan melalui wawancara, observasi, studi literatur dan *Focus Group Disciton* (FGD), maka untuk memenuhi dua tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Eksistensi Songkok Recca Sebagai Songkok To Bone Dalam Rangka Pemberdayaan UMKM Melalui Manajemen Usaha

Menurut Dr. H.Ajiep Padindang SE, M.Si. (Budayawan dan Masyarakat) yang diwawancarai peneliti, mengemukakan bahwa:

Songkok Recca sebagai kekayaan Tak Benda Kabupaten Bone dapat dibagi atas 3 (tiga) aspek di dalam upaya pembinaan dan pelestarian yakni Songkok Recca sebagai status sosial orang Bone; mengarah pada pendekatan ekonomi kreatif dan sebagai fokus pemberdayaan bagi program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah daerah Kabupaten Bone.

Untuk mempertahankan/melestarikan eksistensi Songkok Recca di kabupaten Bone, Pemerintah Daerah telah menempuh kebijakan dengan melibatkan beberapa Instansi Pemerintah Daerah (OPD) yang terlibat langsung, termasuk pemerintah Kecamatan Awangpone, yang secara terpadu melakukan pembinaan dan koordinasi dalam pembinaan kepada perajin dan pelaku usaha, yaitu : Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perindustrian, Dinas Perdagangan, Dinas Kebudayaan, Dinas Pariwisata, Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa

Berbagai program kegiatan pemberdayaan yang telah dilaksanakan untuk mempertahankan eksistensi Songkok Recca di kabupaten Bone, berdasarkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan para aparat yang terkait di masing-masing OPD, yaitu

Program Pemberdayaan bagi perajin dan pelaku usaha

1. Pelatihan wirausaha bagi perajin dan pelaku usaha
2. Mengikuti workshop, seminar (kabupaten, Provinsi, nasional)

3. Melakukan kunjungan ke tempat perajin lainnya
4. Pengadaan bahan baku (daun lontar)
5. Menyediakan lokasi sebagai tempat produksi songkok
6. Mengikuti berbagai pameran (kabupaten, provinsi nasional)
7. Fasilitasi modal (KUR BRI, BPD)
8. Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM) dari Kementerian Koperasi
9. Fasilitasi data digital songkok recca untuk pemasaran secara *online*

Hasil wawancara yang dilakukan kepada perajin dan pelaku usaha, dengan fokus materi pertanyaan ditujukan pada manajemen usaha (manajemen SDM, manajemen produksi, manajemen keuangan, manajemen pemasaran), sebagai berikut:

1. Manajemen SDM

Dari hasil wawancara dengan perajin dikemukakan:

Sekolah kami macam-macam, ada yang tamat SD, SMP, SMA, dan ada yang sarjana, ada juga yang masih kuliah. Kalau membuat songkok tergantung pengalaman lamanya membuat songkok, yang didapatkan dari orang tua, nenek-nenek, jadi usahanya sudah turun temurun, dan lebih banyak dilakukan perempuan dan anak-anak kalau sudah selesai sekolah, tapi kalau ada kegiatan pelatihan yang sekolahnya lebih tinggi bisa lebih cepat mengerti dari pada yang rendah sekolahnya. Kita butuh macam-macam pelatihan untuk lebih memajukan usaha, dan bantuan-bantuan untuk menambah modal.

Menurut Andriyanto (2018) keterbatasan SDM merupakan salah satu kendala serius yang dialami banyak UMKM, terutama dalam aspek-aspek kewirausahaan, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, perancangan teknik, pengendalian dan pengawasan mutu (*quality control*).

SDM adalah merupakan faktor utama dalam melakukan kegiatan usaha apapun, upaya pemberdayaan dan pengembangan kemampuan perajin dan pelaku usaha harus dilakukan secara berkala dan terus-menerus, seiring semakin beratnya persaingan dalam dunia usaha, dan keinginan konsumen yang makin beragam, serta membangun kemandirian, pelaku usaha harus mempunyai kemampuan merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan dan mengendalikan usahanya. Inilah yang menjadi fokus pembinaan untuk pemberdayaan selanjutnya

2. Manajemen Produksi

Dari hasil wawancara dengan perajin dan pelaku usaha dikemukakan bahwa:

Produksi yang kami hasilkan saat ini sudah sangat bervariasi, baik dari motif dan bahan yang digunakan, karena adanya kreativitas perajin yang merubah pakem atau standar Songkok Recca dibandingkan produksi dengan zaman kerajaan. Kemampuan kami/perajin dalam membuat produk adalah merupakan warisan secara turun temurun, sehingga masyarakat Desa Pacing telah

dikenal pandai dan mahir membuat Songkok Recca. Dalam membuat songkok/berproduksi sebagian perajin telah mengikuti permintaan pasar, khususnya dalam hal jumlah produksi, namun sebagian lainnya belum memperhitungkan kebutuhan pasar. Memang dalam pemilihan bahan baku masih belum dilakukan seleksi secara ketat oleh semua perajin. Inovasi produk belum dilakukan secara baik pada keseluruhan proses produksi, karena umumnya bagian dalam Songkok sangat kasar sehingga menimbulkan ketidaknyamanan bagi penggunaannya.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Yudil dkk (2018) yang mengemukakan bahwa penghambat dari segi ergonomis yaitu kerajinan Songkok Recca tidak nyaman dipakai karena anyaman pelepah daun lontar bagian dalam songkok terasa kasar. Daya saing produk merupakan faktor penting yang tidak dapat dihindari pada siklus perekonomian, utamanya pada proses produksi barang dan jasa yang dilakukan dalam memenuhi permintaan pasar (Garelli, 2003).

Hasil wawancara dengan Kepala Dinas Kebudayaan Kabupaten Bone, terkait proses produksi, menekankan bahwa :

Istilah Songkok Recca dan Songkok Pamiring itu berbeda. Songkok Recca songkok yang terbuat dari daun lontar yang diolah; sedang Songkok Pamiring adalah Songkok Recca yang terbuat dari Emas. Dengan demikian Songkok Recca merupakan asli sejak awal keberadaannya lalu diberi assesoris emas dan itu disebut *pamiring*. Penggunaan pamiring inilah kemudian membedakan status sosial pemakainya.

3. Manajemen Keuangan

Para perajin/pelaku usaha mengemukakan bahwa:

Kegiatan terkait yang telah dijalankan dengan baik adalah sudah ada kesadaran untuk menyediakan modal usaha serta dana cadangan untuk menghasilkan produksi tambahan, sekiranya ada permintaan diluar produksi yang telah ada. Para perajin juga sudah menyadari pola hidup untuk tidak konsumtif dengan menganggarkan pengeluaran secara bijak, sebagai upaya untuk mempertahankan usaha Songkok Recca. Sedangkan hal yang masih sangat perlu menjadi pembenahan adalah dari aspek pencatatan transaksi keuangan usaha, yaitu belum dilakukannya pencatatan secara baik terkait dana yang keluar dan masuk dalam menjalankan usaha.

Hal tersebut tentu saja akan menyulitkan perajin/pelaku usaha untuk melihat dan mengetahui secara valid di waktu kapan mereka mengeluarkan modal yang lebih banyak, dan mendapatkan hasil penjualan yang besar, atau sebaliknya. Dengan pencatatan tersebut dapat diketahui terjadinya fluktuasi pengeluaran dan pemasukan, terkait turun naiknya harga barang.

Manajemen keuangan yang baik sangat penting bagi pelaku UMKM, karena pengelolaan keuangan yang kurang baik akan menyebabkan terjadinya kerancuan pada pemasukan dan pengeluaran. Beberapa strategi manajemen pengelolaan keuangan dalam UMKM adalah : 1) Memisahkan uang pribadi dengan uang bisnis, 2) Menganggarkan pengeluaran dengan sebijak mungkin, 3) Mencatat semua transaksi keuangan bisnis, 3) Mengontrol dan mengawasi arus kas bisnis, 4) Menyediakan dana cadangan (<https://www.jurnal.id>).

4. Manajemen Pemasaran

Dari hasil wawancara dengan perajin/pelaku usaha didapatkan informasi bahwa:

Pemasaran sudah berjalan dengan cukup lancar, baik pemasaran secara langsung, melalui pengumpul, maupun secara *online*, seperti melalui WA, FB dan lain-lain. Disepanjang jalan masuk Desa Pacing terdapat banyak toko-toko yang menjual Songkok Recca hasil para perajin, ada yang menjual langsung produknya dan yang dititipkan di pemilik toko. Pemasaran/penjualan juga sering dilakukan pada pelaksanaan pameran-pameran, mulai tingkat kabupaten, provinsi, dan secara nasional yang difasilitasi pemerintah daerah Kabupaten Bone melalui instansi terkait, meskipun belum banyak yang mengikuti pameran di luar kabupaten. Penjualan secara *online* sangat gencar dilakukan pada masa pandemi Covid-19, yang difasilitasi oleh Dinas-Dinas terkait di Kabupaten Bone. Pencatatan penjualan sudah dilakukan, tapi masih belum rapih dan teratur, kadang-kadang di catat dan kadang-kadang tidak.

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa, secara detail aspek-aspek yang terkait dengan manajemen pemasaran yang telah terlaksana dengan baik adalah :

- a. Target pemasaran, hampir semua informan telah melakukan perencanaan jumlah produk yang akan dipasarkan setiap bulannya
- b. Promosi, kegiatan promosi produk para perajin di luar kabupaten Bone telah berjalan lancar, yang dilakukan secara berkala dan berkesinambungan, melalui pameran, seminar, workshop dan lain-lain.
- c. Pemasaran secara *Online*, para perajin ada yang telah mendapatkan bimbingan maupun atas inisiatif sendiri/kelompok untuk melakukan pemasaran melalui media sosial, seperti WA, FB dan *youtube*.

Sedangkan aspek pemasaran yang belum berjalan dengan baik bagi sebagian besar informan, dan sangat membutuhkan bimbingan/pendampingan adalah : melakukan analisis segmentasi pasar. Menurut Assauri (2004), segmentasi pasar adalah membagi-bagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau jasa yang berbeda pula, ini sangat perlu dilakukan

mengingat dalam suatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda keinginan dan kebutuhannya.

Selanjutnya Camat Awangpone mengemukakan bahwa:

Songkok Recca ini telah menjadi ciri masyarakat kami sebagai masyarakat pengrajin Songkok Recca dan mereka sudah mempunyai pasar tersendiri, karena sudah ada sistem pemasaran *online*, hanya saja pembuatan songkok harus dikerjakan banyak orang, karena satu songkok dikerjakan sehari-hari, bahkan mingguan, bulanan apalagi yang memakai assesori emas.

Para pengrajin mengakui telah mendapatkan pembinaan dari berbagai instansi pemerintah daerah; bahkan dari kementerian dan pemerintah pusat hanya saja pembinaan tersebut harus berkesinambungan dan terpola sehingga ada acuan dan ada landasan bekerja.

Eksistensi Songkok Recca Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat

Mengingat kerajinan dan usaha Songkok Recca ini juga sudah menyebar ke luar Kabupaten Bone, yaitu ke beberapa kabupaten di Sulawesi Selatan seperti Kabupaten Soppeng, Wajo, dan Takalar. Maka, untuk mempertahankan/ melestarikan Eksistensinya di Kabupaten Bone sebagai salah satu penggerak ekonomi di pedesaan, maka sudah saatnya harus memperhitungkan daya saing produk, dalam arti kata harus melakukan inovasi produk secara terus menerus tanpa henti, sehingga Pemerintah Daerah Kabupaten Bone seharusnya, melakukan fasilitasi secara merata ke semua perajin, dan program pemberdayaan yang lebih fokus pada aspek-aspek manajemen usaha, agar dapat berdampak pada peningkatan perekonomian masyarakat.

Pendirian suatu usaha akan memberikan berbagai manfaat atau keuntungan terutama bagi pemilik usaha. Disamping itu, keuntungan dan manfaat lain dapat pula dipetik oleh berbagai pihak dengan kehadiran suatu usaha. Misalnya bagi masyarakat luas, baik yang terlibat langsung dalam usaha tersebut maupun yang tinggal disekitar usaha, termasuk bagi pemerintah (Kasmir dan Jakfar. 2003:10).

Hasil wawancara dengan Camat Awangpone A. Kamaluddin, SP, M.Si mengungkapkan bahwa :

Secara konvensional para perajin/pelaku usaha Songkok Recca di Kecamatan Awangpone juga telah memasarkan produk Songkok Reccanya, melalui pedagang pengumpul yang bermukim di Bone, kemudian dikirim ke orang-orang Bone yang ada di rantau di hampir seluruh wilayah provinsi yang ada di Indonesia. Sehingga inilah yang menyebabkan hampir seluruh desa di

Kecamatan Awangpone telah memproduksi Songkok Recca untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin meningkat setiap tahunnya

Dengan makin meluasnya pasar songkok recca berarti akan semakin membuka peluang terjadinya pengembangan/peningkatan perekonomian masyarakat, bukan hanya masyarakat perajin di Kecamatan Awangpone tetapi suatu saat akan dapat berdampak juga pada masyarakat seluruh wilayah kabupaten Bone, karena membuka berbagai peluang usaha.

Hasil wawancara dengan salah seorang ketua kelompok pejain dan usaha songkok recca dikemukakan bahwa :

Setiap songkok yang dihasilkan dapat memberikan keuntungan sekitar Rp. 15.000 untuk kualitas yang biasa yang bahan bakunya dari daun lontar, sedangkan yang kualitas bagus dengan bahan baku dari tembaga dan emas dapat memberikan keuntungan Rp. 50.000 sampai Rp. 100.000

Dengan keuntungan yang diperoleh tersebut tentunya akan menjadi salah satu sumber pendapatan bagi rumah tangga masyarakat, karena usaha kerajinan songkok recca ini dominan dilakukan oleh kaum perempuan, dan anak-anak juga ikut membantu mengerjakan kerajinan ini diluar jam sekolah mereka.

PENUTUP

Kesimpulan

Eksistensi Songkok Recca Sebagai Songkok To Bone Dalam Rangka Pemberdayaan UMKM.

Dampak dari berbagai program/kegiatan pemberdayaan yang telah diberikan dapat dilihat dari hasil penelusuran kepada para perajin dan pelaku usaha terhadap manajemen Usaha dengan empat dimensi yaitu

- a. **Manajemen SDM** : tingginya tingkat pendidikan formal ternyata tidak menjadi penentu utama keberhasilan perajin dan pelaku usaha, tetapi lebih dominan pada pengalaman, namun demikian dirasakan agak menghambat dalam menerima materi-materi pelatihan yang diberikan, keterampilan perajin dan pelaku usaha sudah semakin meningkat dalam mengelola usaha, namun pengetahuan tentang usaha/bisnis yang lebih profesional masih sangat dibutuhkan.
- b. **Manajemen Produksi** : beberapa aspek yang terkait dalam manajemen produksi seperti : proses produksi, pemilihan bahan baku, keinginan konsumen dan inovasi produk. Dari keempat aspek tersebut maka yang

telah berjalan cukup baik adalah adanya perhatian yang besar dari para perajin untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen/pasar. Proses produksi yang terkait dengan jumlah produk yang dihasilkan sudah cukup menyesuaikan dengan kebutuhan pasar, meskipun ada saatnya juga belum sesuai. pemilihan bahan baku masih belum dilakukan seleksi secara ketat. Inovasi produk belum dilakukan secara baik pada keseluruhan proses produksi,

- c. **Manajemen Keuangan** : aspek-aspek yang terkait adalah, perencanaan, pencatatan, penganggaran, dan pengelolaan dana. Dari keempat aspek tersebut yang telah berjalan dengan baik adalah, adanya perencanaan penyediaan dana cadangan untuk pengelolaan usaha, pengeluaran telah dianggarkan dengan cukup bijak, dan pengelolaan dana. Namun pencatatan semua transaksi keuangan (dana yang masuk dan keluar) belum dilakukan pencatatan secara optimal/ketat.
- d. **Manajemen pemasaran** : aspek-aspek yang terkait adalah, segmentasi pasar, target, promosi, dan pemasaran *online*. Tiga aspek telah berjalan cukup baik dan satu yang masih perlu peningkatan yaitu segmentasi pasar.

Eksistensi Songkok Recca Sebagai Songkok To Bone Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat. Suatu produk budaya akan dapat bertahan atau eksis jika pembinaannya tidak hanya mempertahankan nilai-nilai sosial dan budaya saja, tetapi juga berdampak pada meningkatnya perekonomian masyarakat pelakunya, dan akan meningkatkan kesejahteraan mereka. Usaha Songkok Recca yang telah ditekuni masyarakat secara turun temurun sejak zaman Kerajaan Bone sampai pada saat ini, secara nyata telah memperlihatkan semakin membaiknya perekonomian masyarakat, khususnya para perajin dan pelaku usaha. Setiap jenis songkok jelas memberikan keuntungan yang besarnya tergantung dari tingkat kualitas bahan baku dan teknik pengerjaannya, semakin bagus kualitas bahan baku akan semakin besar keuntungan yang diperoleh. Hal inilah yang menjadi salah satu faktor pendorong semakin meningkatnya jumlah perajin dari tahun ke tahun, dan penyebaran pemasaran yang semakin meluas. Umumnya dilakukan oleh kaum perempuan, sehingga secara otomatis akan menambah sumber pendapatan rumah tangga.

Saran

1. Diharapkan kiranya setiap kegiatan pemberdayaan yang dilakukan oleh semua instansi terkait agar melibatkan para perajin dan pelaku usaha untuk ikut menyusun perencanaan kegiatan secara partisipatif, khususnya terkait dengan meteri yang akan diberikan, dan metode yang akan diterapkan
2. Agar Songko' Recca dapat tetap eksis maka sebaiknya di buat suatu kebijakan pemerintah daerah melalui Perda atau Perbup, yang mengatur seluruh kegiatan-kegiatan terkait pada berbagai instansi, sehingga dapat berjalan secara terpadu, berkesinambungan, dan perajin/pelaku usaha mempunyai *bargaining position*/ posisi tawar yang kuat.

3. Agar pemda menyiapkan dan mengangkat sarjana-sarjana baru untuk bertugas sebagai tenaga pendamping,.
4. Melaksanakan kegiatan workshop secara berkala dengan menghadirkan para pelaku usaha yang berhasil sekaligus melakukan promosi
5. Pemerintah daerah dan masyarakat berkomitmen untuk membudayakan pemakaian Songkok Recca dalam kehidupan sehari-hari.
6. Untuk Kegiatan pemberdayaan UMKM, agar mengacu pada manajemen usaha dengan 4 (empat) dimensi yaitu : manajemen SDM, Produksi, keuangan dan pemasaran, untuk menciptakan pengelolaan usaha mikro dan kecil yang profesional.
7. Untuk penelitian berikutnya disarankan untuk menggunakan metode kuantitatif, agar menjangkau lebih banyak sampel.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanto, I. 2018. *Penguatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui E- Commerce*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Vol 6 No. 2 Tahun 2018.
- Ariandi, MF dan Muhammad, J. 2022. *Eksistensi Songkok Recca dalam Peradaban Masyarakat Bone*. CARITA : Jurnal Sejarah dan Budaya. Volume 1 Nomor 1. Halaman 45 - 64
- Aslim. 2020. *Manajemen UKM (Usaha Kecil Menengah)*. Jakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPI
- Assauri, S. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Raja Grafindo Persada
- Bagus, L. 2005. *Kamus Filsafat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, B. 2001. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, ekonomi, kebijakan publik dan ilmu sosial*, Jakarta: Kencana.
- Creswell, J.W. 2010. *Reserch Design Pendekatan Kualitatif, kuantitatif dan Mixed*. Jogyakarta: Pusat Pelajar.
- Faisal, S. 1995. *Format-format Penelitian Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers
- Garelli, S. 2003. *Competitiveness Of Nations: The Fundamentals BT- IMD World Compettveness Yearbook 2003*. Diaspora
- Hamid, H. 2018. *Manajemen Pemberdayaan Masyarakat*. Makassar: De LaMacca
- Handini, S. dkk. 2019. *Manajemen UMKM dan Koperasi Optimalisasi Ekonomi Masyarakat Pesisir Pantai*. Surabaya: Jakad Publishing, hal. 19
- Juliannisa, I.A, dkk (2022). *Stimulus Peningkatan Ekonomi Masyarakat dan UMKM Desa Bojongcae di Era New Normal*. Jurnal IKRAITH-ABDIMAS No 1 Vol 5 Maret 2022
- Kasmir dan Jakfar. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Liliweri, Alo. 2003. *Dasar-Dasar Komuniikasi Antar Budaya*. Yogyakarta :pustaka pelajar

- Maleong, Lexy J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Matullada, H. 1994. *Demokrasi dalam Perspektif budaya Bugis*.
- Mardikanto, T dan Poerwoko, S. 2015. *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Jakarta: Alfabeta
- Miles, M.b. dan Huberman, AM. 1992. *Analisa data Kualitatif*. Penerjemah Tjetjep Rohendi. Jakarta: UI Press
- Mulid, M. 2009. *Etika dan filsafat Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup,
- Murdani dkk. 2019. *Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah* (Studi di Kelurahan Kandri Kecamatan Gunungpati Kota Semarang). *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 23 (2) (2019): 152-157
- Nawawi, I. 2009. *Ekonomi Islam- Perspektif Teori, Sistem dan Aspek Hukum*. Surabaya: Puta Media Nusantara
- Perlas, Cristina. 2006. *Manusia Bugis* (Jakarta:forum-Paris Ecole France d"Exterme- Oriet.
- Rachmawan, B. dkk. 2015. *Pengembangan UMKM*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press. hlm. 97
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suharto. 2005. *Membangu Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: PT Refika Aditama
- Sulistiyani, A.T. 2017. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: CV Alfabeta
- Sumaryadi, I. N. 2005. *Perencanaan Pembangunan Daerah Otonomi Dan Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: Citra Utama
- Tafsir, A. 2006. *Filsafat Umum; Akal dan Hati Sejak Thales Sampai Capra* Bandung : Rosda Karya.
- Yasin, F, dkk. 2002. *Petani, Usaha Kecil dan Koperasi Berwawasan Ekonomi Kerakyatan*. Pekanbaru: Unri Press.
- Yudil, dkk. 2018. *Songkok recca To Bone: Potensi Dan Permasalahannya*. <https://eprints.unm.ac.id>
- Yusriadi. Dkk. 2019. *Community Perception in the Use of "Songkok Recca" Hats based on Social Stratification*. *Journal of Social and Cultural Anthropology*. Vol 5 (1) (2019): p. 31-39
- Zulkarnain. 2003. *Membangun Ekonomi Rakyat: Persepsi Tentang Pemberdayaan Ekonomi Rakyat*. Yogyakarta: Adicita Karya Nusa.

Internet :

<https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-manajemen-keuangan-bagi-umkm/>

<https://www.jurnal.id>

https://id.wikipedia.org/wiki/Songkok_To_Bone

<http://journal.ikopin.ac.id>

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/>

Peraturan Perundangan

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Peraturan Pemerintah Nomor. 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM