

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini Penelitian mengenai pengembangan usaha kerajinan kopiah jangang ini mengambil lokasi di Kecamatan Candi Laras Selatan Kabupaten Tapin. Untuk mengetahui kondisi data tersebut maka penulis akan menguraikannya dalam uraian berikut ini :

a. Letak geografis

Luas wilayah kecamatan Candi Laras Selatan adalah 327,85 km² atau 12,14 persen dari luas wilayah Kabupaten Tapin. Letak kecamatan Candi Laras Selatan berbatasan sebelah utara dengan Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Sebelah selatan dengan kecamatan Tapin Tengah dan sebelah timur berbatasan dengan kecamatan Bakarangan. Sedangkan sebelah barat berbatasan dengan kecamatan Candi Laras Utara. Seluruh wilayah kecamatan ini berada pada ketinggian 0-7 m dari permukaan laut. Dengan melihat tingkat ketinggian tersebut, wilayah kecamatan ini merupakan dataran rendah dan rawa, sehingga sumber daya alamnya sangat potensi untuk daerah pertanian padi dan perikanan. Jumlah desa di kecamatan Candi Laras Selatan berjumlah 12 buah yang semuanya berstatus desa (Kecamatan Candi Laras Selatan Dalam Angka,2024, hlm 6)

b. Gambaran Penduduk

Penduduk Kecamatan Candi Laras Selatan berdasarkan Data Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Tapin tahun 2023 sebanyak 12.608 jiwa yang terdiri atas 6.407 jiwa penduduk laki-laki dan 6.201 jiwa penduduk perempuan. Dibandingkan dengan jumlah penduduk tahun 2022 penduduk Kecamatan Candi Laras Selatan mengalami pertumbuhan sebesar 1,00 persen. Sementara itu besarnya angka rasio jenis kelamin tahun 2023 penduduk laki-laki terhadap penduduk perempuan sebesar 105 (Kecamatan Candi Laras Selatan Dalam Angka, 2024, hlm 29.)

c. Gambaran Usaha Kerajinan Kopiah Jangang

Usaha Kerajinan Kopiah Jangang adalah kegiatan usaha yang dilakukan masyarakat sebagai usaha sekunder selain daripada bertani. Yakni dengan mengerjakan kerajinan yang dibuat dari akar jangang sehingga menjadi kopiah jangang. Disisi lain penulis melihat hasil usaha kerajinan kopiah jangang sangat berkembang terbukti dari hasil produksinya yang terjual sampai keluar daerah, Kopiah jangang memiliki motif bermacam macam. Kisaran harganya pun bervariasi mulai dari harga yang termurah Rp. 50.000 sampai Rp. 2.500.000 tergantung tingkat kesulitan pembuatan kopiah jangang.

Adapun peralatan yang digunakan untuk memproduksi kopiah jangang menggunakan peralatan sederhana atau tradisional yaitu :

1. Pisau kecil
2. Kaleng

3. Jarum jahit

Para pengrajin dan penjual kopiah jangang cukup mengalami kesulitan saat ini, hal ini di karenakan susahnya mencari akar jangang yang sudah mulai langka. Pohon jangang biasanya dikirim dari Provinsi Kalimantan Timur tepatnya di Samarinda dan dari Kabupaten Barito Kuala yang di kirim lewat jalan sungai. Karena kelangkaan tersebut, mereka mendapatkan bahan bakunya paling cepat setiap 3 bulan sekali dan paling lambat 1 tahun sekali. Harganya pun semakin tahun semakin meningkat, yang dulunya 1 kg akar jangang seharga Rp 200.000 menjadi Rp 400.000

Akan tetapi dengan langkanya ketersediaan bahan baku, hal ini tidak berpengaruh pada permintaan produk kopiah jangang, dikarenakan masyarakat sudah menyadari bahwa kopiah jangang adalah suatu kebudayaan yang harus dilestarikan. Diperkuat oleh peraturan secara lisan dari Bupati Kabupaten Tapin yang mewajibkan setiap kepala dinas di Kabupaten Tapin memiliki minimal 1 kopiah jangang. Ini menjadi potensi pasar yang baru bagi pedagang kopiah jangang untuk mengembangkan skill dalam pembuatan kopiah jangang.

2. Karakteristik Informan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan terhadap 3 orang pengrajin sekaligus pedagang kopiah jangang yang menjadi informan dalam penelitian ini maka penulis akan mendeskripsikan hasil penelitian tentang potensi pengembangan usaha kerajinan kopiah jangang sebagaimana berikut ini:

a. Informan Pertama

Nama : Ima Dewi
Umur : 42 Tahun
Alamat : Desa Baringin A RT 3 Kecamatan Candi Laras
Selatan
Pendidikan : SLTP
Lama Usaha : 15 Tahun

Hasil wawancara dengan informan pertama, seorang pengrajin kopiah jangang yang telah menekuni usahanya selama 15 tahun,. Informan menjelaskan bahwa pengetahuan mengenai kopiah jangang diajarkan oleh orang tuanya dan proses pembuatannya telah dipelajari secara turun-temurun, pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan kerajinan kopiah jangang ini diperoleh dari lingkungan keluarga mengindikasikan adanya transmisi pengetahuan antargenerasi.

Bahan baku merupakan elemen krusial dalam proses produksi kerajinan, termasuk dalam pembuatan kopiah jangang. Ketersediaan bahan baku yang memadai sangat esensial untuk menjamin kesinambungan usaha serta menjaga kualitas dan kuantitas produksi. Terkait pengadaan bahan baku, Ibu Ima Dewi menyatakan bahwa ia membeli bahan baku kopiah jangang seharga sekitar Rp 400.000 per kilogram. Dari satu kilogram akar jangang tersebut, dapat dihasilkan sepuluh buah kopiah jangang. Informan juga menambahkan bahwa ia menggunakan akar jangang yang berasal dari daerah Kabupaten Barito Kuala, sehingga kebutuhan akan bahan baku dapat terpenuhi setiap bulannya.

Pemasaran merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu usaha, yang berperan dalam memperkenalkan produk, menarik minat konsumen, dan memperluas jangkauan pasar. Ibu Ima Dewi menjelaskan aspek produksi dan pemasarannya, bahwa ia biasanya memproduksi 2 atau 3 buah kopiah jangang setiap minggu. Harga jualnya bervariasi mulai dari Rp 50.000 sampai dengan Rp 300.000. Untuk pemasaran atau penjualan, ia menjual produknya secara langsung kepada konsumen dari rumah.

Pengelolaan keuangan merupakan aspek vital dalam keberlanjutan usaha, termasuk bagi usaha kerajinan tradisional. Ibu Ima Dewi menerapkan metode pengelolaan keuangan yang sederhana namun disiplin. Ia menjelaskan bahwa ia memisahkan uang modal dan hasil penjualan agar dapat mengetahui keuntungan yang diperoleh dan tidak tercampur dengan keperluan pribadi atau rumah tangga.

Rasa syukur merupakan sikap batin yang menghargai segala karunia. Dalam konteks usaha, rasa syukur tercermin dari penerimaan hasil dan optimisme. Ibu Ima Dewi mengungkapkan rasa syukurnya terkait penghasilan dari kerajinan ini, bahwa penghasilan yang didapat cukup untuk menambah pemasukan keluarga, berkisar antara Rp 600.000 sampai dengan Rp 900.000 per bulannya, tergantung banyaknya pemesanan. Ia meyakini bahwa semua yang dilakukan akan menjadi rezeki dan nikmat yang lebih apabila dilakukan karena Allah SWT.

Menurut Ibu Ima Dewi, usaha kerajinan kopiah jangang yang dijalankannya telah berjalan dengan baik, terutama dalam aspek produksi dan etika kerja. Nilai-nilai seperti kejujuran dan kedisiplinan sangat dijunjung tinggi dalam proses

produksi, yang merupakan modal moral penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Dalam perspektif ekonomi Islam, aspek ini sejalan dengan prinsip amanah dan ikhlas, di mana bekerja secara jujur dan bertanggung jawab dipandang sebagai bentuk ibadah kepada Allah SWT.

b. Informan kedua

Nama : Ani
Umur : 50 Tahun
Alamat : Desa Baringin B RT 2 Kecamatan Candi Laras
Selatan
Pendidikan : SLTA
Lama Usaha : 20 Tahun

Informan menjelaskan bahwa ia mengenal kerajinan kopiah jangang melalui ibunya, yang sering ia bantu dalam proses pembuatannya. Keterlibatan keluarga dalam usaha ini sangat signifikan, di mana kakak, bibi, dan anggota keluarga lainnya turut serta membantu dalam kegiatan produksi.

Bahan baku memegang peranan penting dalam proses produksi, dan ketersediaan yang memadai esensial untuk menjaga kesinambungan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi. Ibu Ani mengungkapkan bahwa ia memilih menggunakan akar jangang dari Samarinda karena strukturnya dinilai lebih kuat dibandingkan akar jangang dari Barito Kuala. Meskipun harga akar jangang dari Samarinda lebih mahal, ia berpendapat bahwa hal tersebut sebanding dengan harga jual produk yang juga lebih tinggi.

Modal awal merupakan salah satu komponen utama dalam memulai suatu kegiatan usaha. Ibu Ani memulai usahanya dengan modal sebesar Rp 800.000. Dari jumlah tersebut, Rp 600.000 dialokasikan untuk pembelian bahan baku, sementara sisanya digunakan untuk pengadaan peralatan. Ia menganggap modal ini cukup besar untuk skala usaha rumah tangga. Harga jual kopiah jangang yang diproduksinya bervariasi, berkisar antara Rp 150.000 hingga Rp 600.000 per buah.

Dalam dunia usaha, keberadaan kompetitor adalah hal yang alami. Ibu Ani berpendapat bahwa rezeki sudah diatur oleh Allah SWT, sehingga tidak perlu merasa iri atau berusaha menjatuhkan pihak lain. Sebaliknya, ia menjadikan persaingan sebagai motivasi untuk terus memperbaiki pelayanan, seperti memperhatikan kualitas produk, ketepatan waktu pengiriman, dan keramahan dalam melayani pembeli.

Perencanaan usaha berfungsi sebagai pedoman pelaksanaan dan alat kontrol untuk mengukur keberhasilan bisnis. Ibu Ani menjelaskan bahwa langkah pertama dalam merencanakan usahanya adalah menghitung kebutuhan bahan baku dan alat sederhana yang diperlukan. Ia memperkirakan modal awal untuk membeli akar jangang serta peralatan seperti pisau, kaleng peraut, dan alat anyaman. Setelah itu, ia merencanakan proses produksi secara detail, mulai dari perendaman akar, perautan, hingga proses anyaman. Ia juga menghitung jumlah kopiah yang dapat dihasilkan dari satu kilogram akar jangang dan estimasi waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikannya.

Pengelolaan keuangan yang tertib sangat penting untuk memahami kondisi usaha secara menyeluruh. Ibu Ani menjelaskan bahwa keuntungan dari penjualan biasanya dibagi dua, sebagian disimpan untuk modal usaha berikutnya, seperti pembelian bahan baku baru, dan sebagian lagi digunakan untuk keperluan rumah tangga. Meskipun belum memiliki buku kas khusus, ia mencatat pemasukan dan pengeluaran dalam buku tulis kecil untuk memantau keuangan usahanya.

Dalam usaha mikro dan kerajinan tradisional, kerja sama dengan pedagang lain merupakan strategi penting untuk memperluas pasar. Ibu Ani melakukan kerja sama dengan pedagang kopiah jangang lain dengan menerima titipan kopiah jangang untuk dijual di toko kecilnya yang berlokasi dekat wisata religi Makam Datu Kabul. Ia menjelaskan bahwa harga jual dan pembagian keuntungan telah didiskusikan bersama dengan pihak yang menitipkan barang. Ibu Ani menekankan pentingnya sifat jujur dalam menjual titipan orang lain agar kerja sama tetap berjalan dan menjaga silaturahmi sesama pedagang. Dengan langkah ini, keuntungan usahanya meningkat sekitar Rp 3.000.000.

c. Informan ketiga

Nama : Hastuti

Umur : 48 Tahun

Alamat : Desa Marampiaou Hilir RT 5 Kecamatan Candi Laras
Selatan

Pendidikan : SLTA

Lama Usaha : 17 Tahun

Ibu Hastuti memperoleh pengetahuan mengenai kerajinan kopiah jangang melalui pembelajaran dari teman-temannya, mengingat beliau bukan penduduk asli Kecamatan Candi Laras Selatan. Beliau menjadi warga di daerah tersebut setelah menikah dengan suaminya yang berdomisili di sana. Ibu Hastuti memulai usaha kopiah jangang dengan modal awal sekitar Rp 300.000 yang digunakan untuk membeli akar jangang. Produk yang dihasilkan kemudian dijual langsung kepada pelanggan atau berdasarkan pesanan.

Dalam proses produksinya, Ibu Hastuti menjelaskan bahwa ia dibantu oleh dua orang karyawan. Beliau menggunakan karyawan untuk proses perautan akar jangang karena tahapan ini dianggap rumit, memakan banyak waktu, dan membutuhkan tenaga. Metode produksi masih dilakukan secara manual, tanpa menggunakan alat atau teknologi canggih. Keberhasilan produksi sangat bergantung pada tingkat kreativitas dan keahlian perajin. Dalam sebulan, Ibu Hastuti memperkirakan dapat menghasilkan antara satu hingga tiga buah kopiah jangang.

Dalam dunia usaha, keberadaan produk pengganti merupakan hal yang umum. Ibu Hastuti mengidentifikasi kopiah dari rotan sebagai produk saingan terdekat. Namun, beliau berpendapat bahwa kopiah rotan tidak dapat sepenuhnya menggantikan kopiah jangang karena perbedaan dalam ketahanan, dan bentuk anyaman.

Perencanaan usaha merupakan langkah krusial untuk keberhasilan dan keberlanjutan usaha kerajinan. Ibu Hastuti mengungkapkan bahwa awalnya ia

memfokuskan pada cara menjual produk, menyadari bahwa produksi saja tidak cukup. Seiring waktu, ia mulai mempelajari cara mengenalkan produk melalui media sosial, meskipun masih terbatas. Meskipun belum memiliki perencanaan usaha secara tertulis atau formal, Ibu Hastuti selalu berusaha mengatur keuangan dengan mencatat pengeluaran bahan baku dan hasil penjualan agar usaha tetap berjalan dan berkembang.

Dalam era digital saat ini, pemasaran digital menjadi strategi penting untuk memperluas jangkauan pasar. Ibu Hastuti menjelaskan bahwa ia menjual kopiah jangang secara langsung dari rumah, melalui pesanan pribadi, dan juga memanfaatkan *marketplace*. Beliau juga baru memulai pemasaran digital melalui Instagram. Produknya bahkan pernah terjual kepada kepala dinas, karena menurut pengakuan orang-orang, produknya dianggap berkualitas dari segi bahan baku dan anyaman.

Pemerintah memiliki peran strategis dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui dukungan terhadap UKM. Ibu Hastuti menyatakan bahwa ia sering mengikuti acara pameran yang diselenggarakan oleh dinas atau instansi tertentu. Beliau bersyukur bahwa penghasilan dari kerajinan ini, meskipun tidak menentu (berkisar antara Rp 500.000 hingga Rp 4.500.000 per bulan), cukup untuk membiayai kebutuhan sehari-hari, termasuk pendidikan anak-anak.

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara langsung yang penulis lakukan kepada informan yaitu pengrajin sekaligus pedagang kerajinan kopiah jangang diperoleh data sebagai berikut:

1. Potensi Kerajinan Kopiah Jangang di Kecamatan Candi Laras Selatan

a. Lingkungan Internal

Pertama, dari segi sumber daya, bahan baku utama yang digunakan dalam pembuatan kopiah jangang adalah akar jangang yang didatangkan dari daerah luar seperti Barito Kuala dan Samarinda. Akar ini memiliki karakteristik khusus yang cocok untuk dianyam menjadi kopiah dengan kekuatan dan keunikan tertentu. Setiap satu kilogram akar jangang dapat menghasilkan sekitar sepuluh buah kopiah, menjadikannya bahan yang efisien secara kuantitas. Selain bahan baku, sumber daya manusia juga menjadi elemen penting dalam proses produksi. Para pengrajin yang sebagian besar adalah ibu rumah tangga telah memiliki pengalaman bertahun-tahun dalam mengerjakan kerajinan ini. Keterampilan mereka bukan diperoleh melalui pelatihan formal, tetapi diwariskan dari generasi ke generasi sebagai bagian dari tradisi keluarga. Hal ini menjadikan keterampilan mereka sebagai warisan budaya yang melekat kuat.

Dari sisi kemampuan (*capability*), para pelaku usaha menunjukkan kapasitas yang memadai dalam menjaga mutu produk serta memenuhi pesanan konsumen dengan baik, baik secara mandiri maupun melalui bantuan tenaga kerja tambahan. Proses produksi yang dilakukan secara manual tidak mengurangi

kualitas hasil akhir, justru menjadikannya bernilai seni tinggi. Beberapa pengrajin bahkan telah mulai menerapkan pengelolaan usaha yang lebih terarah, seperti mencatat pemasukan dan pengeluaran dalam buku sederhana, serta memasarkan produk melalui media sosial dan aplikasi digital. Kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dan pasar ini menunjukkan kesiapan mereka dalam menghadapi tantangan ke depan.

Ketiga, kompetensi inti (*core competencies*) dari usaha kopiah jangang terletak pada keunikan desain, kualitas anyaman, serta ketahanan bahan baku yang digunakan. Produk kopiah jangang memiliki ciri khas yang membedakannya dari produk lain, baik dari segi bentuk, motif, maupun kekuatan bahan. Nilai tambah lainnya adalah dimensi budaya dan spiritual dari produk ini, karena kopiah jangang sering digunakan dalam kegiatan keagamaan dan tradisi lokal. Hal ini memberikan nilai simbolik tersendiri dan memperkuat posisi produk di pasar. Keunikan ini sulit ditiru oleh produk substitusi, menjadikan kopiah jangang sebagai produk khas yang memiliki daya saing berbasis kearifan local

Secara keseluruhan, ketiga aspek ini menunjukkan bahwa usaha kerajinan kopiah jangang memiliki pondasi internal yang kuat untuk dikembangkan lebih lanjut melalui peningkatan kapasitas, inovasi, dan dukungan yang berkelanjutan.

b. Lingkungan Eksternal

Selain memiliki kekuatan internal yang cukup kokoh, usaha kerajinan kopiah jangang di Kecamatan Candi Laras Selatan juga dihadapkan pada berbagai

dinamika dari lingkungan eksternal. Faktor-faktor eksternal ini dapat memberikan tantangan sekaligus peluang, tergantung pada bagaimana pelaku usaha menyikapinya. Empat faktor utama yang relevan dalam konteks ini meliputi ancaman pendatang baru, produk pengganti, daya tawar konsumen, dan intensitas persaingan.

Ancaman dari pendatang baru (*Threat of New Entries*) dalam industri kerajinan kopiah jangang dapat dikatakan relatif rendah. Hal ini disebabkan oleh tingginya tingkat keahlian dan ketelatenan yang dibutuhkan dalam proses produksinya. Keahlian tersebut umumnya diperoleh melalui proses pembelajaran jangka panjang dan diwariskan secara turun-temurun. Meskipun demikian, potensi ancaman bisa muncul apabila ada pelaku baru yang masuk dengan membawa teknologi produksi yang lebih modern, atau strategi pemasaran yang lebih agresif melalui media digital. Dengan pendekatan tersebut, mereka berpotensi mencuri perhatian pasar secara cepat, sehingga pelaku usaha lama perlu tetap adaptif dan terbuka terhadap inovasi.

Dalam konteks produk pengganti (*Threat of Substitute Products*), kopiah jangang menghadapi kompetisi dari produk lain seperti kopiah yang terbuat dari rotan, kain, atau bahan sintetis buatan pabrik. Produk-produk tersebut biasanya diproduksi secara massal dan dijual dengan harga lebih murah, sehingga menjadi alternatif bagi konsumen dengan daya beli terbatas. Namun demikian, kopiah jangang memiliki keunggulan yang sulit tergantikan, yakni dari segi kekuatan material, keunikan desain, serta nilai budaya dan spiritual yang melekat pada setiap produk. Nilai-nilai ini menjadikan kopiah jangang bukan sekadar produk

fungsional, melainkan simbol tradisi dan identitas lokal yang tetap diminati oleh segmen pasar tertentu.

Konsumen dalam pasar kerajinan tradisional menunjukkan daya tawar yang cukup tinggi. Hal ini terlihat dari adanya harapan terhadap produk dengan kualitas baik namun tetap terjangkau secara harga. Rentang harga kopiah jangang yang bervariasi antara Rp50.000 hingga Rp600.000 membuat konsumen memiliki pilihan yang luas, dan cenderung membandingkan harga serta mutu sebelum membeli. Kondisi ini menuntut para pengrajin untuk senantiasa menjaga kualitas bahan dan hasil kerajinan, sembari tetap mengelola biaya produksi agar tidak menaikkan harga jual secara signifikan. Di sisi lain, daya tawar ini juga mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan pelayanan dan menciptakan nilai tambah agar mampu mempertahankan loyalitas pelanggan.

Secara umum, tingkat persaingan (*Intensity of Competitive Rivalry*) antar pengrajin kopiah jangang di Kecamatan Candi Laras Selatan masih tergolong rendah dan sehat. Tidak terjadi persaingan harga secara ekstrem maupun praktik bisnis yang merugikan satu sama lain. Justru sebaliknya, terdapat semangat kolaboratif di antara pelaku usaha, seperti saling menitipkan produk di toko-toko lokal, khususnya di area wisata religi seperti Makam Datu Kabul. Kolaborasi ini memperlihatkan adanya nilai-nilai etika dalam berdagang yang kuat, seperti kejujuran, silaturahmi, dan saling mendukung. Pola hubungan antar pengrajin yang harmonis ini bukan hanya meredam potensi konflik, tetapi juga memperkuat posisi mereka dalam menjaga eksistensi produk lokal di tengah perubahan pasar.

2. Pengembangan Usaha Kerajinan Kopiah Jangang di Kecamatan Candi Laras Selatan

Penelitian ini dilakukan terhadap tiga informan yang merupakan pelaku usaha kerajinan kopiah jangang di Kecamatan Candi Laras Selatan. Ketiganya menunjukkan pendekatan yang unik namun memiliki kesamaan nilai dasar dalam menjalankan usaha, terutama dalam hal etika kerja dan strategi pengembangan bisnis.

a. Informan Pertama

Ibu Ima Dewi merupakan seorang pengrajin yang telah menekuni usaha kopiah jangang selama lebih dari 15 tahun. Dalam menjalankan usahanya, beliau sangat menjunjung tinggi nilai kejujuran, baik dalam kualitas produk maupun dalam transaksi jual beli. Ia menjelaskan bahwa setiap produk yang dijualnya dibuat dengan ketelitian dan sesuai pesanan konsumen, tanpa mengurangi mutu bahan.

Sikap disiplin juga menjadi bagian penting dari kesehariannya. Ia terbiasa mengatur jadwal produksi dan mencatat pemasukan serta pengeluaran secara manual. Meski hanya menggunakan buku tulis kecil, kedisiplinannya membantu beliau memahami kondisi keuangan usaha.

Selain itu, beliau aktif dalam menjaga silaturahmi dengan pelanggan maupun sesama pengrajin. Hubungan baik ini menurutnya penting untuk menjaga kepercayaan dan mendukung kelangsungan usaha bersama.

Rasa syukur selalu menjadi sikap dasar beliau dalam menerima hasil usaha. Baginya, rezeki yang datang meskipun tidak menentu jumlahnya, tetap

merupakan nikmat yang harus diterima dengan ikhlas. Ia selalu menyampaikan rasa terima kasih kepada pelanggan yang membeli kopian buatannya.

Lebih jauh, ibu Ima Dewi memandang bekerja sebagai ibadah, sebagai ladang untuk menjemput pahala dan berkah. Ia yakin bahwa dengan niat yang tulus, usahanya bukan hanya memberi penghasilan, tetapi juga menjadi bentuk pengabdian kepada Allah SWT.

Dalam perencanaan usaha, ibu Ima Dewi memulai dari niat dan tujuan yakni tidak sekadar mencari tambahan penghasilan, tetapi juga untuk melestarikan budaya lokal. Untuk pengelolaan keuangan, ia memisahkan uang modal dan hasil penjualan demi menjaga transparansi. Sementara itu, dalam hal pemasaran, ia menjual langsung dari rumah dan menerima pesanan pribadi.

b. Informan Kedua

Ibu Ani telah menjalankan usaha ini selama lebih dari 20 tahun. Sama seperti Ima Dewi, beliau menjadikan kejujuran sebagai prinsip utama dalam bekerja. Bahkan dalam kerja sama penitipan produk, ia selalu menyepakati harga dan keuntungan dengan pemilik produk terlebih dahulu, sehingga tidak terjadi kesalahpahaman.

Disiplin dalam pengelolaan waktu dan keuangan sangat terasa dalam kesehariannya. Walau tidak menggunakan sistem pembukuan modern, Ibu Ani mencatat transaksi secara manual dan membagi hasil keuntungan untuk keperluan rumah tangga serta pengembangan usaha.

Ia juga sangat aktif dalam menjalin silaturahmi, khususnya dengan pedagang lain. Salah satu bentuk nyata silaturahmi ini adalah kerja sama titip jual produk di toko kecil miliknya yang berada di kawasan wisata religi. Melalui kerja sama ini, penghasilannya meningkat secara signifikan.

Rasa syukur dan rendah hati tercermin dalam pernyataannya bahwa rezeki sudah diatur oleh Allah SWT. Ia tidak pernah merasa iri terhadap kompetitor, justru menjadikan persaingan sebagai motivasi untuk meningkatkan pelayanan.

Bagi Ibu Ani, bekerja adalah ibadah. Menjalankan usaha dengan ikhlas dan melibatkan nilai-nilai keislaman menjadi bagian dari keyakinannya bahwa usaha ini bukan hanya untuk dunia, tetapi juga bekal akhirat.

Dalam hal perencanaan usaha, ia menyusun langkah-langkah teknis sejak awal, mulai dari penghitungan kebutuhan bahan hingga strategi produksi. Untuk pengelolaan keuangan, ia menggunakan sistem pembagian keuntungan dan mencatat pengeluaran bahan serta alat produksi. Dalam strategi pemasaran, ia mengandalkan kombinasi penjualan langsung, kerja sama dengan pedagang, dan pemanfaatan lokasi wisata untuk distribusi produk.

c. Informan Ketiga

Berbeda dengan dua informan sebelumnya, Ibu Hastuti bukan penduduk asli, namun memulai usaha setelah menikah dan menetap di Candi Laras Selatan. Meskipun demikian, semangat dan dedikasinya terhadap usaha kopiah jangang sangat tinggi.

Ia menekankan pentingnya kejujuran dalam hubungan usaha, terutama saat menerima pesanan dalam jumlah banyak. Ia percaya bahwa menjaga integritas akan membuahkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Dalam hal disiplin, Ibu Hastuti memiliki sistem kerja yang terorganisir, terutama dalam hal produksi yang melibatkan karyawan. Ia mengatur alur produksi dengan membagi tugas secara efisien, terutama dalam tahap perautan bahan yang membutuhkan ketelitian ekstra. Ibu Hastuti juga menonjol dipemasaran digital. Ia menyadari pentingnya bergaul dan membangun hubungan luas dalam memperluas pasar.

Rasa syukur terus beliau tanamkan dalam menjalankan usaha. Walaupun penghasilan tidak selalu stabil, ia tetap merasa cukup dan menggunakannya untuk mencukupi kebutuhan keluarga, termasuk pendidikan anak.

Bagi Ibu Hastuti, bekerja adalah bentuk ibadah yang harus dilakukan dengan penuh tanggung jawab. Ia melihat bahwa usaha kerajinan bukan hanya soal ekonomi, tetapi juga tentang menjaga amanah, kepercayaan, dan memberikan manfaat kepada orang lain.

Dalam perencanaan usaha, ia mengedepankan strategi pemasaran sejak awal, seperti menjajakan produk di pasar dan mengenalkan lewat media sosial. Untuk pengelolaan keuangan, ia mencatat pengeluaran bahan dan hasil penjualan meskipun belum secara formal. Strategi pemasarannya mencakup penjualan langsung, pemanfaatan *marketplace*, dan pameran yang diselenggarakan dinas terkait.

3. Analisis SWOT Terhadap Pengembangan Kerajinan Kopyah Jangang di Kecamatan Candi Laras Selatan

Dalam upaya merumuskan pengembangan usaha, Analisis SWOT merupakan alat yang sangat penting dan banyak digunakan dalam berbagai bidang, terutama dalam bidang pemasaran, dan pengembangan usaha kecil menengah. SWOT adalah akronim dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Keempat unsur ini digunakan untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal suatu entitas usaha secara sistematis, guna merumuskan strategi yang tepat sasaran dan berkelanjutan.

Menurut Freddy Rangkuti Analisis *SWOT* didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan perusahaan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan.

Berdasarkan hasil observasi dari 3 informan yang dilakukan maka dapatlah dibuat pemetaan analisis *SWOT* pada pengembangan usaha kerajinan kopyah jangang yaitu:

a. Informan Pertama

1) *Strengths* (Kekuatan):

Salah satu kekuatan utama ibu Ima Dewi terletak pada pengalaman panjang yang dimiliki pelaku usaha. Beberapa perajin telah menjalankan usaha ini selama lebih dari 15 tahun, yang menunjukkan tingkat ketekunan dan ketahanan

tinggi dalam mempertahankan warisan budaya di tengah tantangan zaman. Pengalaman tersebut tidak hanya membentuk keterampilan teknis yang matang, tetapi juga menciptakan pola kerja yang efisien dan teruji dalam setiap tahapan produksi.

Keahlian membuat kopiah jangang umumnya diperoleh secara turun-temurun dari keluarga, sehingga keterampilan tersebut bukan semata hasil latihan formal, melainkan bagian dari budaya yang hidup dalam lingkungan rumah tangga. Proses belajar ini dimulai sejak usia muda, ketika anak-anak mulai memperhatikan dan membantu orang tua atau kerabat membuat kopiah. Hal ini menjadikan setiap produk yang dihasilkan bukan hanya sekadar barang dagangan, tetapi juga cerminan nilai budaya dan ikatan emosional antar generasi.

Dalam menjalankan usahanya, perajin juga memilih untuk menjual langsung kepada konsumen dengan pendekatan yang personal dan kekeluargaan. Komunikasi hangat, keramahan, dan kemampuan memahami kebutuhan pembeli menjadi keunggulan tersendiri yang sulit digantikan oleh sistem penjualan modern. Konsumen tidak hanya membeli produk, tetapi juga merasakan pengalaman interaksi yang manusiawi dan penuh makna, sesuatu yang menjadi daya tarik khusus bagi pasar lokal maupun wisatawan.

Di samping keterampilan teknis, etika kerja yang tinggi menjadi fondasi moral yang menopang kelangsungan usaha ini. Para perajin dikenal sebagai individu yang jujur dalam transaksi, disiplin dalam menyelesaikan pesanan, dan selalu bersyukur terhadap hasil usahanya, apapun besarnya. Sikap ini tidak hanya

menciptakan kepercayaan dari pelanggan, tetapi juga membawa keberkahan dalam setiap usaha yang dijalankan. Bagi mereka, usaha ini bukan sekadar mata pencaharian, tetapi juga bentuk pengabdian terhadap nilai-nilai budaya dan ajaran agama

2) *Weaknesses* (Kelemahan):

Meskipun usaha ibu Ima Dewi memiliki keunikan dan nilai budaya tinggi, namun dari sisi pengelolaan usaha masih ditemukan beberapa keterbatasan yang berpotensi menghambat pengembangan skala usaha secara lebih luas. Salah satu kelemahan yang menonjol adalah belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran. Sebagian besar perajin masih mengandalkan metode penjualan konvensional, seperti menjual langsung kepada pembeli tetap atau menitipkan produk di toko lokal. Media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, atau *WhatsApp Business* belum digunakan secara aktif untuk memperkenalkan produk kepada pasar yang lebih luas, padahal potensi pemasarannya sangat besar, khususnya bagi generasi muda dan konsumen dari luar daerah.

Di samping itu, sistem pencatatan keuangan juga masih sangat sederhana dan belum terstruktur secara rapi. Pencatatan pemasukan dan pengeluaran ibu Ima Dewi masih mengandalkan ingatan pribadi tanpa dokumentasi tertulis. Hal ini menyebabkan ibu Ima Dewi kesulitan untuk memantau perkembangan usaha secara akurat, seperti menghitung laba bersih, mengetahui biaya produksi per unit, atau merencanakan penggunaan modal secara efisien.

3) *Opportunities* (Peluang):

Ibu Ima Dewi memiliki peluang besar untuk mengembangkan usahanya ke arah yang lebih luas dan modern. Salah satu potensi yang dapat dikembangkan oleh ibu Ima Dewi adalah penjualan produk melalui media sosial dan *platform marketplace*. Saat ini, konsumen cenderung mencari produk unik dan tradisional melalui internet, dan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, serta *marketplace* seperti *Shopee* dan *Tokopedia* dapat menjadi jembatan untuk memperluas jangkauan pemasaran kopiah jangang ke luar daerah bahkan ke pasar nasional.

Selain pemanfaatan media digital, partisipasi dalam pameran lokal dan event budaya juga menjadi peluang strategis bagi ibu Ima Dewi untuk memperkenalkan produknya kepada khalayak yang lebih luas. Pameran UMKM, festival budaya, atau acara keagamaan yang sering digelar di tingkat kabupaten merupakan panggung promosi yang efektif, terutama karena kopiah jangang memiliki nilai budaya dan estetika yang tinggi. Melalui keikutsertaan aktif dalam kegiatan semacam itu, ibu Ima Dewi tidak hanya bisa meningkatkan volume penjualan, tetapi juga memperkuat brand lokal dari kopiah jangang sebagai warisan budaya khas Tapin yang layak dipertahankan dan dikembangkan

4) *Threats* (Ancaman):

Usaha ibu Ima Dewi juga menghadapi sejumlah ancaman eksternal yang perlu diantisipasi secara bijak. Salah satu ancaman utama datang dari keberadaan produk pengganti, seperti kopiah buatan pabrik yang berbahan dasar kain atau bahan sintetis. Produk-produk ini diproduksi secara massal dengan biaya

rendah dan dijual dengan harga yang jauh lebih murah di pasaran. Meskipun secara kualitas dan nilai budaya tidak sebanding dengan kopiah jangang yang dibuat secara manual, produk pabrik tetap menarik bagi konsumen yang lebih mementingkan harga dan ketersediaan barang secara cepat. Jika tidak ada strategi diferensiasi yang kuat, maka produk kerajinan tradisional seperti kopiah jangang berisiko kehilangan segmen pasar utamanya.

Ancaman lain yang tak kalah signifikan adalah munculnya pendatang baru dalam dunia usaha sejenis, yang mungkin memiliki pendekatan promosi lebih modern dan agresif, seperti penggunaan media sosial secara aktif, desain produk yang lebih variatif, atau strategi penjualan *online* yang lebih luas. Pendatang baru ini cenderung lebih adaptif terhadap teknologi digital dan *trend* pasar kekinian, sehingga dapat dengan cepat menarik perhatian konsumen, khususnya generasi muda. Tanpa peningkatan kapasitas promosi dan inovasi dari pelaku usaha lama, potensi kehilangan pangsa pasar bisa terjadi secara perlahan namun nyata.

b. Informan Kedua

1) *Strengths* (Kekuatan):

Ibu Ani seorang pedagang yang telah menjalankan usahanya selama lebih dari 20 tahun. Pengalaman panjang ini tidak hanya membentuk ketangguhan dalam menghadapi berbagai dinamika pasar, tetapi juga membangun relasi yang kuat dengan konsumen dan pelaku usaha lokal lainnya. Jaringan pelanggan yang setia dan kepercayaan yang terjaga selama bertahun-tahun menjadi modal sosial yang sangat berharga dan sulit ditiru oleh pesaing baru.

Letak usahanya yang strategis, yaitu berada di dekat kawasan wisata religi Makam Datu Kabul, memberikan keuntungan tersendiri dalam hal akses pasar. Lokasi tersebut menjadi titik pertemuan antara produk lokal dan konsumen luar daerah, khususnya para peziarah dan wisatawan yang mencari oleh-oleh khas dengan nilai spiritual dan budaya. Keberadaan toko di kawasan tersebut memungkinkan produk kopiah jangang mudah dikenal dan dibeli oleh masyarakat yang datang dari berbagai wilayah.

Selain menjual produk sendiri, pelaku usaha ini juga aktif menjalin kerja sama titip jual dengan para pengrajin kopiah jangang lainnya. Sistem ini memungkinkan perajin lokal yang belum memiliki akses langsung ke pasar tetap bisa menjual produknya melalui toko tersebut, menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dan memperkuat ekosistem usaha kerajinan di daerah tersebut. Bentuk kerja sama ini menunjukkan adanya semangat kolektif dan solidaritas antar pelaku usaha kecil.

Di atas semua itu, pelaku usaha ini sangat menjunjung tinggi nilai kejujuran dan pelayanan kepada pelanggan. Setiap transaksi dilakukan secara terbuka, dengan sikap ramah dan pelayanan yang tulus. Hal ini tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi juga menumbuhkan citra positif bahwa usaha ini bukan sekadar berdagang, melainkan juga melestarikan kepercayaan dan nilai-nilai etika dalam berbisnis. Dengan kombinasi pengalaman, lokasi strategis, kemitraan yang terbuka, dan etika kerja yang kuat, usaha ini memiliki fondasi kokoh untuk terus berkembang dan bertahan di tengah persaingan pasar yang terus berubah

2) *Weaknesses* (Kelemahan):

Dari sisi pengelolaan usaha masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki agar usaha dapat berkembang secara lebih profesional dan berkelanjutan. Salah satu kelemahan yang masih terlihat adalah sistem pencatatan keuangan yang belum tertata secara formal. Ibu Ani masih menggunakan buku tulis sederhana untuk mencatat pengeluaran dan pemasukan, tanpa adanya pemisahan yang jelas antara uang pribadi dan uang usaha, serta tanpa pencatatan rinci mengenai biaya produksi, margin keuntungan, maupun arus kas harian. Hal ini menyulitkan dalam proses evaluasi usaha, terutama jika perajin ingin mengembangkan usaha atau mengakses bantuan modal dari lembaga resmi.

Di sisi produksi, ketergantungan terhadap bahan baku dari luar daerah, khususnya dari Samarinda, menjadi tantangan tersendiri, sehingga produksi sangat tergantung pada ketersediaan dan kelancaran distribusi dari luar. Jika terjadi keterlambatan pengiriman atau kenaikan harga bahan, maka proses produksi bisa terhambat dan berdampak langsung pada keterpenuhan pesanan konsumen.

Selain itu, strategi penjualan dan promosi yang diterapkan selama ini belum terdokumentasi secara sistematis. Aktivitas seperti kerja sama dengan pedagang, metode promosi, dan respon pasar terhadap produk masih dijalankan secara lisan dan berdasarkan pengalaman semata. Hal ini membuat pengembangan strategi ke depan menjadi kurang terukur dan menyulitkan dalam merancang rencana pemasaran yang berbasis data dan evaluasi.

3) *Opportunities* (Peluang):

Salah satu peluang utama berasal dari letak toko yang strategis di kawasan wisata religi, seperti di sekitar Makam Datu Kabul, yang menjadi tujuan ziarah masyarakat dari berbagai daerah. Lokasi ini memberikan keuntungan geografis karena dapat menjadi titik temu antara produk lokal dan konsumen luar daerah, khususnya wisatawan yang memiliki minat tinggi terhadap produk kerajinan bernuansa religi dan tradisional. Hal ini membuka jalan bagi penetrasi pasar wisatawan dan menjadikan kopiah jangang sebagai bagian dari pengalaman berziarah yang unik dan bermakna.

Selain itu, kerja sama yang telah terjalin antar pengrajin dalam bentuk sistem titip jual dan keterampilan menjadi landasan penting untuk membentuk kelembagaan usaha yang lebih kuat, seperti koperasi perajin kopiah jangang. Melalui wadah kolektif semacam ini, pelaku usaha dapat memperoleh akses modal bersama, merancang pelatihan manajemen usaha, serta melakukan promosi dan distribusi secara terpadu. Konsolidasi usaha dalam bentuk koperasi juga membuka peluang untuk memperkuat posisi tawar pelaku usaha kecil di hadapan pasar maupun pemerintah.

Lebih dari itu, kopiah jangang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai produk lokal unggulan atau oleh-oleh khas Kabupaten Tapin. Dengan pengemasan yang menarik, narasi budaya yang kuat, serta strategi branding yang tepat, kopiah jangang bisa menjadi simbol produk etnik Tapin yang tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga sarat makna sejarah dan spiritual. Peluang ini sangat relevan untuk dikembangkan melalui dukungan pemerintah daerah, promosi wisata budaya, dan program UMKM berbasis ekonomi kreatif.

4) *Threats* (Ancaman):

Terdapat sejumlah ancaman eksternal yang perlu diwaspadai karena dapat mempengaruhi daya saing dan keberlanjutan usaha. Salah satu tantangan utama adalah keberadaan produk substitusi berupa kopiah dari bahan rotan atau bahan sintetis yang diproduksi secara massal dan memiliki desain modern. Produk-produk ini kerap kali lebih ringan, fleksibel dalam model, serta dijual dengan harga yang lebih terjangkau di pasaran. Meskipun tidak memiliki nilai budaya yang sama, daya tarik dari sisi visual dan harga yang kompetitif dapat mengalihkan minat konsumen dari produk tradisional seperti kopiah jangang, khususnya di kalangan generasi muda yang lebih menyukai tampilan modern.

Ketergantungan terhadap bahan baku dari luar daerah juga menjadi faktor yang rentan terhadap fluktuasi harga dan pasokan. Jika terjadi gangguan distribusi, kenaikan ongkos kirim, atau keterbatasan panen bahan baku (akar jangang), maka biaya produksi akan meningkat dan dapat mengganggu stabilitas usaha. Kenaikan harga bahan baku yang tidak dapat langsung diimbangi dengan kenaikan harga jual produk menyebabkan margin keuntungan menjadi semakin tipis.

c. Informan Ketiga

1) *Strengths* (Kekuatan):

Salah satu kekuatan yang menonjol dari ibu Hastuti adalah kemampuannya dalam mengelola produksi dan pemasaran secara lebih terstruktur dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Usaha ini tidak lagi dijalankan secara

individu sepenuhnya, melainkan telah melibatkan pekerja tambahan yang membantu dalam tahapan-tahapan tertentu, seperti perautan akar jangang atau penyelesaian detail anyaman. Keterlibatan tenaga kerja tambahan ini memungkinkan proses produksi menjadi lebih efisien dan terorganisir, sehingga Ibu Hastuti dapat menyelesaikan pesanan dalam jumlah lebih besar dan waktu yang lebih cepat tanpa mengorbankan kualitas.

Dalam aspek pemasaran, Ibu Hastuti juga mulai menunjukkan adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital. Dengan menggunakan media sosial seperti Instagram dan *platform marketplace*, produk kopiah jangang tidak hanya dipasarkan secara lokal, tetapi juga menjangkau konsumen dari luar daerah. Konten *visual* yang menarik dan promosi yang dilakukan secara rutin di media sosial terbukti mampu menarik minat pembeli baru, sekaligus menjaga hubungan dengan pelanggan lama secara lebih interaktif.

Selain memanfaatkan media digital, pelaku usaha juga aktif mengikuti pameran kerajinan yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah, baik di tingkat kabupaten maupun provinsi. Partisipasi dalam pameran ini tidak hanya memberikan ruang promosi secara langsung, tetapi juga membuka peluang kerja sama baru, memperluas jejaring usaha, serta meningkatkan citra produk sebagai kerajinan khas yang memiliki nilai budaya dan ekonomi.

Ibu Hastuti juga telah memiliki jaringan pelanggan tetap yang solid, termasuk di antaranya adalah kalangan pegawai dinas dan instansi pemerintah. Hubungan yang terbangun dengan pelanggan tetap ini menjadi modal penting

dalam menjaga stabilitas permintaan, khususnya pada momen-momen tertentu seperti perayaan keagamaan, acara adat, atau kegiatan dinas. Kepercayaan yang telah terjalin dalam jangka panjang ini menunjukkan bahwa usaha tidak hanya mengandalkan produk, tetapi juga membangun relasi yang kuat dan profesional dengan konsumen.

2) *Weaknesses* (Kelemahan):

Dalam sisi manajerial, masih terdapat kekurangan mendasar yang dapat menghambat perkembangan usaha ke arah yang lebih profesional. Salah satu kelemahan yang paling terlihat adalah bahwa ibu Hastuti belum memiliki perencanaan usaha tertulis maupun model bisnis formal. Aktivitas usaha dijalankan secara alami berdasarkan pengalaman dan kebiasaan, tanpa adanya dokumen perencanaan yang memuat analisis pasar, strategi pemasaran, proyeksi keuangan, maupun pengembangan jangka panjang. Hal ini menyebabkan arah usaha menjadi kurang terukur dan sulit dievaluasi secara strategis, terutama ketika menghadapi tantangan atau ingin melakukan ekspansi.

Ketiadaan perencanaan tertulis dan sistem pencatatan keuangan yang rinci menunjukkan bahwa usaha ini masih dikelola secara tradisional. Meskipun hal tersebut tidak mengurangi kualitas produk yang dihasilkan.

3) *Opportunities* (Peluang):

Salah satu peluang yang dapat ibu Hastuti manfaatkan adalah meningkatnya permintaan pasar digital terhadap produk lokal yang unik dan berkualitas. Trend konsumen saat ini menunjukkan kecenderungan untuk membeli

produk etnik, *handmade*, dan bernilai budaya melalui platform daring. Produk seperti kopian jangang memiliki daya tarik tersendiri karena tidak hanya berfungsi sebagai busana religi, tetapi juga mencerminkan identitas tradisi dan warisan budaya lokal yang kuat.

4) *Threats* (Ancaman):

Ancaman yang diwaspadai adalah terbatasnya akses terhadap bahan baku berkualitas tinggi, terutama ketika permintaan pasar mengalami peningkatan. Akar jangang sebagai bahan utama pembuatan kopian ini tidak tersedia secara lokal dan harus didatangkan dari daerah lain seperti Samarinda. Ketika permintaan naik, ketersediaan bahan baku yang terbatas dapat menghambat proses produksi, meningkatkan biaya pembelian, atau bahkan menurunkan kualitas produk jika bahan pengganti yang digunakan tidak memenuhi standar. Ketergantungan terhadap sumber bahan baku luar daerah ini menjadikan usaha rentan terhadap fluktuasi pasokan dan harga pasar.

C. Analisis Data

1. Potensi Kerajinan Kopian Jangang di Candi Laras Selatan

Menurut Robert J, Stenberg, Potensi adalah seperangkat sumber daya atau kemampuan yang dimiliki oleh individu atau entitas tertentu yang dapat diaktifkan atau digunakan untuk mencapai tujuan tertentu dalam konteks tertentu (Sternberg, 2003, hlm. 43). Pendek kata, arti potensi adalah kekuatan terpendam yang belum dimanfaatkan, bakat tersembunyi, atau keberhasilan yang belum diraih padahal sejatinya kita mempunyai kekuatan untuk mencapai keberhasilan tersebut,

Lingkungan usaha dan bisnis merupakan faktor krusial yang secara langsung memengaruhi potensi pengembangan suatu usaha. Lingkungan ini mencakup berbagai elemen eksternal,, seperti, perkembangan teknologi, dinamika pasar, serta perilaku konsumen. Setiap elemen ini memiliki peran signifikan dalam membentuk lanskap operasional dan strategis bagi pelaku usaha. Lingkungan usaha dan bisnis merujuk pada keseluruhan faktor, baik internal maupun eksternal, yang memengaruhi operasi, strategi, dan kinerja suatu perusahaan. Pemahaman yang komprehensif terhadap lingkungan ini sangat esensial karena ia membentuk konteks di mana setiap keputusan bisnis dibuat dan setiap aktivitas dijalankan. Lingkungan ini bersifat dinamis, terus berubah seiring waktu, dan oleh karena itu menuntut adaptasi serta respons yang berkelanjutan dari pihak manajemen (Suyono, 2013, hlm 14).

Secara umum, lingkungan bisnis dapat dikategorikan menjadi dua dimensi utama: lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal mencakup elemen-elemen yang berada di bawah kendali langsung perusahaan, seperti struktur organisasi, budaya perusahaan, sumber daya manusia, kapabilitas teknologi, dan aset finansial. Faktor-faktor ini dapat dimanipulasi dan dioptimalkan oleh manajemen untuk mencapai tujuan strategis. Sebaliknya, lingkungan eksternal terdiri dari elemen-elemen di luar kendali perusahaan, yang meskipun tidak dapat dikendalikan, harus dianalisis dan direspons secara proaktif. Lingkungan eksternal ini selanjutnya dibagi menjadi lingkungan mikro dan makro, yang masing-masing memiliki implikasi berbeda terhadap potensi pengembangan usaha.

Potensi usaha kopiah jangang dapat diaktifkan dan digunakan secara strategis untuk mencapai tujuan pengembangan yang lebih besar. Usaha ini memiliki fondasi yang kuat dalam hal kemampuan internal. Kemampuan komunitas pengrajin dalam memproduksi kopiah jangang secara tradisional merupakan potensi sosial dan ekonomi yang tak ternilai. Proses pembuatan yang mengandalkan keterampilan tangan dan pengetahuan turun-temurun tidak hanya menghasilkan produk yang unik, tetapi juga memberikan dampak positif yang nyata terhadap kesejahteraan lokal, seperti perbaikan ekonomi keluarga dan peningkatan akses pendidikan. Potensi kemampuan ini dapat lebih ditingkatkan melalui program pelatihan yang terstruktur, pengembangan keterampilan yang berkelanjutan, serta penerapan manajemen yang lebih efisien untuk mengoptimalkan proses produksi dan distribusi.

Kompetensi inti usaha kopiah jangang terletak pada keunikan produknya. Sebagai peci khas Kalimantan Selatan yang dibuat dengan anyaman tangan dan memiliki struktur berongga, kopiah jangang menawarkan keunggulan kompetitif yang jelas dan membedakannya dari produk lain di pasaran. Keunikan ini adalah aset tak berwujud yang dapat diaktifkan melalui strategi branding yang kuat, pemasaran naratif yang menonjolkan nilai budaya dan sejarah produk, serta inovasi desain yang terus-menerus untuk menjaga relevansi dan daya tarik di tengah perubahan selera konsumen.

Namun, untuk mengaktifkan potensi internal ini sepenuhnya dan mencapai tujuan pengembangan yang ambisius, usaha kopiah jangang perlu secara proaktif mengatasi tantangan eksternal, terutama ancaman dari produk pengganti modern

dan intensitas persaingan. Strategi pengembangan harus mencakup inovasi produk, seperti mengembangkan variasi desain yang lebih modern atau fungsional tanpa mengorbankan esensi tradisionalnya, atau bahkan menciptakan produk turunan yang relevan dengan gaya hidup kontemporer.

2. Pengembangan Usaha Kerajinan Kopian Jangang di Candi Laras Selatan

Menurut Suwarno & Supriyanto, pengembangan usaha yang berkah dan menguntungkan berakar pada landasan moral yang baik, tercermin dalam kiat-kiat seperti bersikap jujur, disiplin, menyambung tali silaturahmi, pandai bersyukur, dan menjadikan bekerja sebagai ibadah karena Allah SWT (Suwarno, & Supriyanto, 2021, hlm 97). Berdasarkan data dari hasil penelitian dan wawancara dapat dianalisis sejauh mana prinsip-prinsip moral ini diterapkan oleh para pengrajin kopian jangang.

Prinsip kejujuran dan disiplin merupakan pilar fundamental dalam pengembangan usaha kerajinan kopian jangang, yang tidak hanya berdampak pada kualitas produk tetapi juga pada keberkahan dan keberlanjutan bisnis. Aspek kejujuran secara eksplisit tercermin dalam praktik penggunaan bahan baku yang berkualitas, di mana pengrajin menghindari penggunaan pohon jangang yang belum didiamkan. Tindakan ini sesuai dengan etika bisnis syariah yang menunjukkan kesadaran mendalam akan pentingnya integritas dalam setiap tahapan produksi. Kejujuran dalam pemilihan dan pengolahan bahan baku ini secara langsung berkontribusi pada pencegahan produk yang mudah rusak, sehingga menjaga kepuasan konsumen dan membangun kepercayaan jangka panjang. Kepercayaan

konsumen, pada gilirannya, adalah aset tak ternilai yang mendukung reputasi usaha dan membedakannya di pasar yang kompetitif. Tanpa kejujuran ini, risiko produk cacat atau tidak sesuai harapan dapat merusak citra dan keberlangsungan usaha.

Dari Hakim bin Hizam radhiyallahu 'anhu, Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda :

البَّيْعَانُ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا؛ فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا، بُورِكَ لِهَمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ

كَتَمَا وَكَذَبَا، مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا

Artinya: "*Penjual dan pembeli memiliki hak khiyar (pilihan untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi) selama keduanya belum berpisah. Jika keduanya jujur dan menjelaskan (kondisi barang), maka keduanya akan diberkahi dalam jual belinya. Dan jika keduanya menyembunyikan dan berdusta, maka akan dihapuskan keberkahan jual belinya*".(Buhārī & Khan, 1997, hlm 2079)

Hadis dari Shahih Al-Bukhari ini menegaskan bahwa kejujuran dan transparansi adalah fondasi utama dalam berdagang. Jujur berarti tidak berbohong tentang kondisi barang, harga, atau niat, sementara menjelaskan menuntut keterbukaan informasi, termasuk cacat tersembunyi. Jika penjual dan pembeli berlaku jujur dan transparan, Allah akan memberkahi transaksi mereka, yang berarti keuntungan yang didapat akan membawa kebaikan, ketenangan, dan keberlanjutan. Sebaliknya, jika mereka menyembunyikan informasi atau berdusta, keberkahan dari jual beli tersebut akan dihapuskan, meskipun secara materi mungkin mendapatkan keuntungan, namun keuntungan itu tidak akan membawa manfaat hakiki dan bisa mendatangkan masalah di kemudian hari (Al-Asqalani, 2015, hlm 2314).

Sejalan dengan kejujuran, disiplin juga menjadi elemen krusial, meskipun mungkin tidak selalu didokumentasikan secara formal. Dalam konteks kerajinan tangan tradisional seperti kopiah jangang, disiplin terwujud dalam ketekunan dan ketelitian pengrajin selama proses anyaman. Pembuatan kopiah jangang yang rapi dan berkualitas tinggi menuntut kedisiplinan yang melekat pada setiap pengrajin. Disiplin ini mencakup kepatuhan terhadap metode tradisional, perhatian terhadap detail, dan komitmen untuk menjaga standar kualitas yang telah ditetapkan. Hasil akhir produk yang konsisten dan berkualitas adalah bukti nyata dari praktik disiplin yang kuat di kalangan pengrajin. Kombinasi kejujuran dalam bahan dan proses, serta disiplin dalam pengerjaan, tidak hanya menghasilkan produk yang unggul secara estetika dan fungsional, tetapi juga menopang nilai-nilai moral yang esensial bagi pengembangan usaha yang berkah dan berkelanjutan.

Konsep pandai bersyukur dan menjadikan bekerja sebagai ibadah merupakan dimensi spiritual yang mendalam dalam pengembangan usaha kerajinan kopiah jangang, yang memberikan makna lebih dari sekadar keuntungan materi. Peneliti mengindikasikan bahwa masyarakat di Kecamatan Candi Laras Selatan menjadikan kerajinan kopiah jangang sebagai kegiatan ekonomi produktif di waktu luang, khususnya antara masa panen padi. Fakta bahwa usaha ini berdampak positif pada perbaikan ekonomi masyarakat, peningkatan akses pendidikan, dan perbaikan mata pencarian, secara tidak langsung mencerminkan adanya nilai keberkahan yang dirasakan oleh para pengrajin. Dalam konteks budaya dan agama di wilayah tersebut, sangat mungkin bahwa para pengrajin memandang pekerjaan mereka

sebagai bagian dari ibadah dan rezeki yang diperoleh sebagai anugerah yang patut disyukuri.

Memandang pekerjaan sebagai ibadah mendorong etos kerja yang lebih tinggi, dedikasi, dan tanggung jawab, tidak hanya terhadap kualitas produk tetapi juga terhadap dampak sosial dari usaha tersebut. Hal ini dapat memotivasi pengrajin untuk senantiasa memberikan yang terbaik, menjaga integritas, dan berinovasi demi kemajuan usaha. Rasa syukur, di sisi lain, menumbuhkan sikap positif dan ketahanan dalam menghadapi tantangan. Ketika pengrajin bersyukur atas setiap pencapaian, sekecil apapun, dan atas kesempatan untuk berkarya, mereka cenderung lebih gigih dan optimis. Dengan demikian, integrasi rasa syukur dan etos kerja sebagai ibadah tidak hanya memperkuat fondasi moral pengrajin kopiah jangang, tetapi juga menjadi sumber motivasi internal yang kuat untuk mencapai pengembangan yang berkelanjutan dan memberikan manfaat yang lebih luas.

Pengembangan usaha kerajinan kopiah jangang yang berkelanjutan dan kompetitif memerlukan perhatian serius terhadap tiga aspek krusial: perencanaan usaha, pengelolaan keuangan, dan strategi pemasaran. Analisis mendalam menunjukkan urgensi penerapannya untuk pertumbuhan di masa depan.

Saat ini, mengingat skala usaha yang umumnya mikro dan seringkali dijalankan sebagai kegiatan sampingan, perencanaan usaha para pengrajin kopiah jangang kemungkinan besar masih bersifat informal atau intuitif. Namun, untuk mencapai pengembangan yang signifikan, perencanaan usaha yang matang dan tertulis menjadi sangat penting. Perencanaan ini berfungsi sebagai cetak biru yang

komprehensif, menguraikan misi usaha, visi jangka panjang, tujuan spesifik, serta strategi operasional dan keuangan yang jelas. Dengan adanya perencanaan yang terstruktur, pengrajin akan memiliki arahan yang jelas dalam setiap langkah manajemen usaha, mulai dari produksi hingga penjualan. Lebih dari itu, sebuah rencana usaha yang solid adalah prasyarat utama dan alat yang efektif untuk mengakses permodalan eksternal, baik dari lembaga keuangan, investor, maupun program bantuan pemerintah. Dokumen perencanaan yang profesional akan meningkatkan kredibilitas usaha di mata pihak luar, membuka peluang untuk ekspansi dan inovasi yang lebih besar.

Aspek pengelolaan keuangan, yang meliputi sumber dana, perencanaan dan pemanfaatan, serta pengawasan keuangan, juga merupakan area yang memerlukan peningkatan signifikan. Dalam banyak usaha mikro, seringkali terjadi pencampuran antara keuangan pribadi dan usaha, yang dapat menghambat identifikasi profitabilitas dan potensi investasi. Untuk pengembangan usaha kopiah jangang, diperlukan sistem pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur dan transparan. Ini mencakup pencatatan pendapatan dan pengeluaran secara rutin, pemisahan dana pribadi dan usaha, serta penyusunan laporan keuangan sederhana. Dengan pengelolaan yang lebih baik, pengrajin dapat merencanakan penggunaan dana untuk investasi strategis, seperti pembelian alat yang lebih efisien, pengadaan bahan baku dalam jumlah besar untuk mendapatkan harga yang lebih baik, atau pengembangan produk baru. Pengawasan arus kas yang ketat juga akan membantu mengidentifikasi potensi masalah keuangan sejak dini dan memastikan likuiditas usaha. Catatan keuangan yang rapi tidak hanya mendukung pengambilan keputusan

internal, tetapi juga menjadi syarat mutlak untuk mengajukan pinjaman atau mendapatkan dukungan finansial dari pihak luar.

Di tengah dinamika pasar yang terus berubah, terutama dengan adanya ancaman dari produk pengganti seperti kopiah modern dan persaingan yang semakin ketat, strategi pemasaran yang proaktif menjadi penentu keberhasilan usaha kopiah jangang. Meskipun aktivitas pemasaran tradisional mungkin telah dilakukan secara langsung atau melalui jaringan lokal, prinsip pemasaran modern menuntut penciptaan nilai yang unik bagi pelanggan dan pembangunan keunggulan bersaing yang jelas. Untuk kopiah jangang, menonjolkan identitasnya sebagai produk khas Kalimantan Selatan, keunikan anyaman tangan, nilai budaya dan sejarah yang terkandung di dalamnya, serta potensi aspek keberlanjutan jika bahan baku dikelola secara lestari. Pemanfaatan platform digital, seperti media sosial dan *e-commerce*, dapat memperluas jangkauan pasar secara signifikan, menjangkau konsumen di luar wilayah lokal bahkan hingga pasar internasional. Partisipasi aktif dalam pameran kerajinan, kolaborasi dengan toko oleh-oleh, akan menjadi bagian integral dari strategi pemasaran yang efektif. Dengan demikian, kopiah jangang tidak hanya akan bertahan, tetapi juga dapat berkembang menjadi produk yang relevan dan diminati oleh segmen pasar yang lebih luas.

Usaha kerajinan kopiah jangang memiliki potensi pengembangan yang dapat dioptimalkan dengan mengintegrasikan landasan moral yang kuat dengan penerapan aspek-aspek pengembangan usaha yang terstruktur. Landasan moral seperti kejujuran, disiplin, silaturahmi, syukur, dan bekerja sebagai ibadah telah menjadi bagian dari praktik pengrajin dan berkontribusi pada keberkahan usaha

serta kesejahteraan komunitas. Memperkuat nilai-nilai ini akan menjadi fondasi etis yang penting.

Namun, untuk mencapai pertumbuhan yang signifikan, usaha ini perlu meningkatkan kapasitasnya dalam perencanaan usaha, pengelolaan keuangan, dan strategi pemasaran. Pengembangan perencanaan bisnis yang jelas akan memberikan arah dan memfasilitasi akses permodalan. Pengelolaan keuangan yang lebih profesional akan memastikan keberlanjutan finansial dan kemampuan untuk berinvestasi. Strategi pemasaran yang inovatif dan berbasis nilai akan membantu kopian jangang bersaing dengan produk pengganti dan menjangkau pasar yang lebih luas, menonjolkan keunikan dan keunggulan kompetitifnya. Dengan memadukan kekuatan moral dengan praktik bisnis yang strategis, usaha kerajinan kopian jangang memiliki peluang besar untuk berkembang, menguntungkan, dan terus memberikan manfaat bagi komunitas lokal.

3. Analisis SWOT Terhadap Pengembangan Usaha Kerajinan Kopian Jangang di Kecamatan Candi Laras Selatan

Analisis ini menggunakan kerangka SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) berdasarkan teori Freddy Rangkuti (1998) untuk mengevaluasi posisi strategis usaha kerajinan kopian jangang di Kecamatan Candi Laras Selatan (Rangkuti, 1998, hlm 19).

a. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan adalah sumber daya atau kemampuan internal yang memberikan keunggulan kompetitif bagi usaha kopian jangang. Usaha kerajinan

kopiah jangang di Kecamatan Candi Laras Selatan memiliki sejumlah kekuatan internal yang menjadi fondasi utama bagi potensi pengembangannya. Kekuatan-kekuatan ini tidak hanya memberikan keunggulan kompetitif tetapi juga membentuk identitas unik produk di pasar. Kepemilikan Produk (*Proprietary Products*) merupakan aset tak ternilai. Kopiah jangang adalah peci khas Kalimantan Selatan yang terbuat dari akar pohon jangang, sebuah karakteristik yang menjadikannya produk otentik dan memiliki nilai budaya yang mendalam. Keunikan ini diperkuat oleh proses anyaman tradisional dengan pola khusus dan struktur berongga yang sulit ditiru, sehingga membedakannya secara signifikan dari produk sejenis lainnya. Identitas budaya yang melekat ini bukan hanya sekadar fitur produk, melainkan narasi yang kuat yang dapat menarik konsumen yang mencari keaslian dan warisan lokal.

Pemimpin pasar (*Market Leader*) dalam skala nasional atau global, usaha kopiah jangang secara individual mungkin belum dapat dikategorikan sebagai pemimpin pasar. Namun, dalam konteks lokal Kecamatan Candi Laras Selatan, dengan adanya lebih dari 20 pengrajin/penjual, kopiah jangang secara kolektif dapat dianggap sebagai produk kerajinan unggulan daerah yang dominan di segmennya. Keunikan dan identitas budaya yang melekat pada kopiah jangang menjadikannya pemimpin dalam kategori produk peci tradisional khas Kalimantan Selatan. Keunggulan ini berasal dari warisan budaya dan keaslian produk yang sulit ditiru oleh pesaing di luar wilayah tersebut.

Sumber daya keuangan (*Financial Resources*) sebagai usaha mikro, sumber daya keuangan cenderung terbatas dan seringkali berasal dari modal pribadi

atau hasil penjualan langsung. Meskipun demikian, kekuatan finansial dapat dilihat dari kemampuan usaha untuk tetap bertahan dan memberikan dampak ekonomi positif bagi masyarakat, meskipun dengan modal yang relatif kecil. Ini menunjukkan efisiensi dalam pengelolaan sumber daya yang ada dan kemampuan untuk beroperasi secara mandiri tanpa ketergantungan besar pada permodalan eksternal yang besar.

Kedalaman manajemen (*Management Depth*) mengingat sifat usaha yang tradisional dan seringkali dijalankan secara individu atau keluarga, kedalaman manajemen dalam arti struktur organisasi formal dengan berbagai tingkatan manajerial mungkin tidak relevan. Namun, kekuatan manajemen dapat diinterpretasikan sebagai kedalaman pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh para pengrajin. Mereka adalah manajer produksi, pemasaran, dan keuangan bagi usaha mereka sendiri, dengan pengalaman bertahun-tahun dalam mengelola seluruh proses dari bahan baku hingga produk jadi. Pengetahuan tradisional yang diwariskan ini merupakan bentuk kedalaman manajemen yang unik dan sangat berharga.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Salah satu kelemahan krusial yang dihadapi usaha kerajinan kopiah jangang adalah keterbatasan dalam aspek pemasaran dan pengelolaan keuangan. Kedua area ini saling terkait dan secara signifikan memengaruhi potensi pertumbuhan dan daya saing usaha di pasar yang lebih luas. Dalam hal pemasaran, skripsi mengindikasikan bahwa aktivitas promosi dan penjualan masih sangat

terbatas pada jaringan lokal atau metode penjualan langsung. Pendekatan ini, meskipun efektif dalam skala kecil dan komunitas, menjadi tidak memadai di era digital saat ini. Kurangnya pemanfaatan *platform* digital, seperti media sosial, *e-commerce*, berarti kopian jangang kehilangan kesempatan besar untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional.

Di sisi keuangan, pengelolaan usaha kopian jangang, sebagai usaha mikro, kemungkinan besar belum terstruktur dengan baik. Seringkali terjadi pencampuran antara keuangan pribadi pengrajin dengan keuangan usaha, yang mempersulit identifikasi profitabilitas riil dan kesehatan finansial usaha. Ketiadaan pencatatan pendapatan dan pengeluaran yang sistematis, perencanaan anggaran yang jelas, serta pengawasan arus kas yang ketat, menghambat kemampuan pengrajin untuk membuat keputusan investasi yang tepat, seperti membeli peralatan yang lebih baik atau bahan baku dalam jumlah besar untuk efisiensi biaya. Lebih jauh, pengelolaan keuangan yang tidak rapi menjadi kendala utama dalam mengakses permodalan eksternal. Lembaga keuangan memerlukan laporan keuangan yang transparan dan akuntabel sebagai prasyarat untuk memberikan pinjaman atau dukungan finansial. Tanpa perbaikan dalam kedua aspek ini pemasaran yang proaktif dan pengelolaan keuangan yang terstruktur usaha kopian jangang akan kesulitan untuk meningkatkan volume penjualan, mengoptimalkan keuntungan, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

c. Peluang (*Oppurtunities*)

Usaha kerajinan kopiah jangang di Kecamatan Candi Laras Selatan diuntungkan oleh berbagai peluang eksternal yang signifikan, yang jika dimanfaatkan secara strategis, dapat mendorong pertumbuhan dan pengembangannya secara substansial. Peluang-peluang ini mencerminkan kondisi lingkungan yang menguntungkan dan dapat meningkatkan kinerja usaha secara keseluruhan.

Peningkatan pertumbuhan ekonomi daerah adalah salah satu peluang paling mendasar dalam peningkatan tingkat kesejahteraan dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di Kecamatan Candi Laras Selatan. Data menunjukkan bahwa tingkat kesejahteraan terus mengalami perkembangan, didukung oleh sektor ekonomi unggulan. Lingkungan ekonomi yang kondusif ini secara langsung menciptakan daya beli yang lebih tinggi di kalangan masyarakat lokal dan regional. Konsumen yang memiliki pendapatan lebih baik cenderung lebih terbuka untuk membeli produk-produk lokal yang berkualitas dan memiliki nilai budaya. Selain itu, pertumbuhan ekonomi daerah juga mendorong iklim bisnis yang lebih positif secara keseluruhan, menarik investasi, dan menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan industri kecil dan menengah, termasuk kerajinan kopiah jangang. Ini berarti pasar domestik yang semakin kuat dan potensi peningkatan volume penjualan.

Dengan adanya dukungan pemerintah daerah, komitmen dan upaya berkelanjutan dari pemerintah Kecamatan Candi Laras Selatan untuk meningkatkan perekonomian daerah dan kesejahteraan masyarakat merupakan peluang emas yang tidak boleh dilewatkan. Dukungan pemerintah dapat bermanifestasi dalam berbagai

bentuk konkret yang sangat vital bagi usaha mikro dan kecil. Ini bisa berupa program pelatihan keterampilan yang disesuaikan untuk pengrajin, fasilitasi akses permodalan hibah dari lembaga keuangan konvensional, serta promosi produk kerajinan lokal melalui pameran daerah, nasional, atau bahkan internasional yang diselenggarakan oleh pemerintah. Kolaborasi yang erat dengan dinas terkait misalnya, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Pariwisata dapat membuka pintu bagi bantuan teknis, pendampingan manajemen, dan kebijakan yang mendukung keberlanjutan dan ekspansi usaha, seperti kemudahan perizinan atau insentif pajak.

Pasar Baru (*New Markets*) dan relung (*Niches*). Meskipun dihadapkan pada ancaman dari kopiah modern yang diproduksi massal, keunikan kopiah jangang sebagai produk budaya dan kerajinan tangan tradisional justru menciptakan peluang besar untuk menembus pasar baru dan mengisi relung (*niches*) yang spesifik. Konsumen modern, terutama di segmen yang sadar akan nilai budaya dan keberlanjutan, semakin mencari produk yang otentik, memiliki cerita di baliknya, dan dibuat dengan tangan, dengan warisan budaya, proses pembuatan yang unik, dan bahan baku alami, sangat cocok untuk memenuhi permintaan segmen pasar ini. Potensi pasar baru dapat dieksplorasi secara agresif melalui pemanfaatan platform *online* global. partisipasi dalam pameran kerajinan tingkat nasional maupun internasional, atau penargetan wisatawan yang mencari suvenir khas dan bermakna. Relung pasar ini memungkinkan kopiah jangang untuk bersaing bukan berdasarkan harga, melainkan berdasarkan nilai, keaslian, dan narasi budaya yang kuat, sehingga mengurangi tekanan persaingan langsung dengan produk massal yang lebih murah.

Peningkatan Permintaan atas Produk Industri Lokal. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya mendukung ekonomi lokal, melestarikan warisan budaya, dan tren gaya hidup berkelanjutan, terdapat kecenderungan peningkatan permintaan terhadap produk-produk industri lokal. Perkembangan daerah melalui pemanfaatan potensi yang dimiliki dapat secara langsung menciptakan permintaan atas produksi industri lokal, termasuk kerajinan tangan. Ini berarti ada peluang untuk memperkuat pasar domestik dan membangun loyalitas konsumen yang menghargai produk buatan tangan dengan nilai-nilai lokal. Kampanye kesadaran dan edukasi tentang sejarah, proses pembuatan, dan nilai budaya kopiah jangang dapat lebih meningkatkan permintaan ini, mengubahnya dari sekadar produk fungsional menjadi simbol identitas, kebanggaan lokal, dan bahkan pernyataan gaya hidup. Dengan demikian, kopiah jangang dapat mengukuhkan posisinya sebagai produk unggulan daerah yang dicari dan dihargai.

d. Ancaman (*Threats*)

Faktor teknologi (*Technology Factors*). Perkembangan teknologi, khususnya dalam produksi massal, dapat menjadi ancaman tidak langsung. Mesin modern mampu memproduksi peci dalam jumlah besar dengan biaya yang jauh lebih rendah dan waktu yang lebih singkat dibandingkan proses anyaman tangan tradisional. Meskipun kopiah jangang memiliki nilai seni dan keaslian yang tidak dapat ditiru mesin, tekanan harga dari produk massal yang lebih murah dapat memengaruhi daya saingnya di pasar yang sensitif harga. Selain itu, perubahan *tren fashion* yang cepat akibat pengaruh teknologi dan media sosial juga dapat membuat produk tradisional terasa kurang relevan jika tidak ada adaptasi desain.

Model bisnis baru (*New Business Models*). Munculnya model bisnis baru, terutama di era digital, dapat mengganggu pasar tradisional. Misalnya, platform *e-commerce* besar atau agregator produk kerajinan yang menerapkan model bisnis berbasis komisi tinggi atau persyaratan ketat dapat menekan margin keuntungan pengrajin. Model bisnis yang mengutamakan efisiensi rantai pasok atau personalisasi massal juga dapat mengungguli model produksi tradisional yang lebih lambat dan kurang terstruktur. Pengrajin perlu memahami dan beradaptasi dengan model bisnis baru ini, mungkin dengan membentuk koperasi atau entitas kolektif untuk meningkatkan daya tawar dan efisiensi operasional.

Produk pengganti (*Substitute Products*). Ancaman paling nyata dan signifikan adalah keberadaan produk pengganti, terutama kopiah-kopiah yang *trend* di masyarakat atau peci modern. Produk-produk ini seringkali lebih mudah diakses, memiliki variasi desain yang lebih luas, dan dipasarkan secara agresif. Pergeseran preferensi konsumen akibat arus budaya global dan memudarnya minat terhadap produk tradisional dapat menyebabkan kopiah jangang terpinggirkan. Untuk mengatasi ini, kopiah jangang perlu menonjolkan nilai-nilai uniknya, seperti keaslian, warisan budaya, dan proses *handcrafted*, serta berinovasi dalam desain agar tetap relevan tanpa kehilangan identitasnya.