

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN HATA OLEH DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN DI DESA BOJONG KECAMATAN PARIGI KABUPATEN PANGANDARAN

Tatang Fitriadi¹, R. Rindu Garvera², Abdul Mutolib³

Universitas Galuh, Ciamis, Indonesia^{1,2,3}
E-mail: tatangfitriadi09@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya permasalahan yang menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha kerajinan hata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di Desa Bojong Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran belum berperan secara optimal. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut untuk mengetahui strategi pengembangan usaha kerajinan hata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis. Informan sebanyak 7 orang. Teknik pengumpulan data adalah studi kepustakaan, studi lapangan (observasi dan wawancara) dan dokumentasi. Penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif melalui pengolahan data hasil wawancara dan observasi untuk ditarik kesimpulan sehingga dapat menjawab permasalahan dalam penelitian. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa : strategi pengembangan usaha kerajinan hata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan belum optimal hal ini dikarenakan kurangnya Dinas Pariwisata dalam memperhatikan empat tingkatan strategi dalam mengembangkan usaha kerajinan hata sehingga masih banyak pengrajin hata yang kesulitan dalam memperoleh bantuan permodalan karena sulitnya mengakses perbankan untuk menambah modalnya selain itu pengrajin hata masih kesulitan dalam memasarkan kerajinannya karena tidak memiliki pasar yang jelas serta kurangnya hasil kerajinannya dapat bersaing di pasaran karena memang selain tidak memiliki merek dagang juga kurang dikenal dipasaran karena kurang dipromosikan. Begitupula dengan hasil observasi yang dilakukan diketahui bahwa kerajinan yang dihasilkan oleh pengrajin kurang dikenal di masyarakat selain itu kurang ditunjang dengan sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan usaha. Permasalahan lain yang menyebabkan kerajinan hata kurang berkembang disebabkan oleh kurangnya pemahaman pengrajin hata tentang pentingnya izin usaha. Oleh karena itu maka perlunya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran untuk melakukan berbagai strategi dalam mengembangkan kerajinan hata di Pangandaran mengingat potensi wilayah yang cukup baik untuk dapat mengembangkan kerajinan hata karena dari segi bahan baku melimpah dan mudah didapat serta sebagai salah satu tujuan wisata maka kerajinan hata dapat dijadikan ciri khas Kabupaten Pangandaran. Oleh karena itu maka Dinas Pariwisata dan Kebudayaan perlu melakukan kerjasama dengan Dewan Kerajinan Nasional Daerah Kabupaten Pangandaran untuk mengembangkan pengrajin hata sehingga kegiatan usahanya lebih berkembang.

Kata Kunci: *Strategi, Pengembangan, Usaha, Kerajinan, Hata*

ABSTRACT

This research is motivated by the existence of problems that indicate that the strategy of developing a craft business by the Department of Tourism and Culture in Bojong Village, Parigi District, Pangandaran Regency has not played an optimal role. The purpose of this study is as follows to determine the strategy of developing a craft business by the Department of Tourism and Culture. The method used in this research is descriptive analysis. There are 7 informants. Data collection techniques are library research, field studies (observations and interviews) and documentation. The author uses qualitative data analysis techniques through processing data from interviews and observations to draw conclusions so that they can answer the problems in the study. Based on the results of the study, it is known that: the strategy of developing hata handicrafts by the Department of Tourism and Culture is not optimal, this is due to the lack of the Department of Tourism in paying attention to the four levels of strategy in developing hata handicrafts business so that there are still many hata craftsmen who have difficulty in obtaining capital assistance due to the difficulty of accessing banks for In addition to that, hata craftsmen still have difficulty in marketing their handicrafts because they do not have a clear market and the lack of handicrafts can compete in the market because apart from not having a trademark, they are also less well known in the market because they are not promoted. Likewise with the results of observations made it is known that the crafts produced by craftsmen are less well known in the community besides that they are not supported by facilities and infrastructure that support business activities. Another problem that causes handicrafts to be less developed is due to the lack of understanding of hat craftsmen about the importance of business permits. Therefore, it is necessary for the Tourism and Culture Office of Pangandaran Regency to carry out various strategies in developing hata crafts in Pangandaran considering the potential of the area is quite good to be able to develop hata crafts because in terms of abundant and easy-to-obtain raw materials and as a tourist destination, hata crafts can be used as a characteristic of Pangandaran Regency. Therefore, the Department of Tourism and Culture needs to collaborate with the Regional National Crafts Council of Pangandaran Regency to develop hata craftsmen so that their business activities are more developed.

Keywords: *Strategy, Development, Effort, Craft, Hata*

PENDAHULUAN

Upaya pengembangan usaha mikro sangat relevan dan sejalan dengan arus pemikiran global yang sedang berkembang saat ini.

Pembangunan berkelanjutan dapat dilaksanakan tanpa mengorbankan kebutuhan generasi yang akan datang. Pembangunan berkelanjutan menjadi isu penting dalam menanggapi proses

pembangunan yang *unsustainable* dan *inequitable*. Usaha mikro memiliki peran yang strategis baik secara ekonomi maupun sosial politis. Fungsi ekonomi sektor usaha mikro antara lain menyediakan barang dan jasa bagi konsumen berdaya beli rendah sampai sedang, menyumbang terhadap pertumbuhan ekonomi serta kontribusi dalam perolehan devisa negara. Secara sosial politis, fungsi sektor ini juga sangat penting terutama dalam penyerapan tenaga kerja serta upaya pengentasan kemiskinan.

Mengembangkan usaha mikro dapat menjadi landasan untuk pembangunan yang berkelanjutan karena memajukan usaha mikro dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Usaha mikro berpotensi menjadi wadah pemberdayaan masyarakat dan penggerak dinamika perekonomian di daerah. Potensi pengembangan usaha mikro dalam rangka pemberdayaan dicirikan dengan sifat dan bentuknya yaitu berbasis pada sumber daya lokal sehingga dapat memanfaatkan potensi secara maksimal dan memperkuat kemandirian, dimiliki dan dilaksanakan oleh masyarakat lokal sehingga mampu mengembangkan sumber daya manusia, menerapkan teknologi lokal sehingga dapat dilaksanakan dan dikembangkan oleh tenaga lokal dan tersebar dalam jumlah yang banyak sehingga merupakan alat pemerataan pembangunan yang efektif.

Menurut Pasal 1 Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha

Mikro, Kecil dan Menengah dinyatakan bahwa :

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha bukan merupakan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha kecil atau Usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

Namun, meskipun UMKM telah menunjukkan peranannya dalam perekonomian, produktivitas UMKM belum menunjukkan perkembangan yang berarti. Banyaknya jumlah UMKM di setiap daerah belum didukung dengan kualitas, sehingga kontribusinya terhadap pengembangan usaha rakyat, penyerapan tenaga kerja, dan perekonomian secara umum kurang optimal dibandingkan dengan usaha besar. Hal ini dikarenakan sektor UMKM masih mengalami hambatan dan kendala baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Secara umum usaha kecil memang termasuk dalam usaha yang memiliki kelemahan dari beberapa aspek seperti pengetahuan, keterampilan, teknologi yang digunakan, permodalan, pemasaran, promosi, serta kerja sama yang masih rendah. Karena itulah usaha kecil di masyarakat perlu di berdayakan untuk meningkatkan daya bersaing dan kemandirian usahanya. Dari sinilah konsep pengembangan usaha diperlukan, di mana terdapat suatu individu atau masyarakat yang masih kurang terkait dengan pengetahuan, pengalaman, sikap, keterampilan, modal usaha, *networking*, dan lain-lain. Pengembangan usaha pada hakikatnya adalah usaha mengubah perilaku ke arah yang lebih baik, sehingga secara bertahap kualitas dan kesejahteraan hidupnya dapat meningkat.

Di era otonomi daerah ini daerah harus memainkan perannya yang lebih signifikan untuk mengatasi kemiskinan dan pengangguran dengan membentuk kemandirian lokal. Bila mengacu pada konsepsi kemandirian lokal sebagaimana yang dikatakan Takdir (2012:75), maka peningkatan taraf hidup bangsa untuk menuju Indonesia mandiri akan bisa direalisasikan. Hal ini bisa dilakukan dengan tetap mempertahankan potensi-potensi lokal agar bisa dikembangkan secara berkelanjutan. Ketika konsepsi kemandirian lokal bisa menjamin pertumbuhan dan pengembangan pembangunan nasional utamanya untuk mengatasi pengangguran serta

kemiskinan, tentu cita-cita luhur bangsa untuk memberdayakan masyarakat kecil bukan persoalan yang sulit dilakukan.

Pengembangan kewirausahaan untuk mewujudkan kemandirian lokal tersebut bisa diupayakan dalam bentuk usaha kecil dan menengah (UKM). Kemandirian lokal, melalui pengembangan produk unggulan dan pengembangan UKM saat ini dapat menjadi strategi yang efektif dalam pengembangan ekonomi daerah karena dari produk unggulan tersebut mampu mengangkat martabat suatu daerah yang berdampak pada peningkatan sumber keuangan daerah.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan adalah sebagai salah satu jajaran pemerintahan yang tugasnya berkaitan dengan jalannya perekonomian nasional, mengembangkan usaha kecil dengan jalan meningkatkan mutu kualitas, kemampuan daya saing. Untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan, maka dalam program pengembangan usaha kecil mencakup peningkatan kualitas sumber daya manusia yang ditujukan untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan, ketrampilan dan keahlian yang bertujuan untuk memanfaatkan potensi sumber daya dan nilai-nilai budaya setempat untuk memenuhi kebutuhan teknologi tradisional.

Namun demikian Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran belum optimal dalam melaksanakan program pengembangan

usaha kecil termasuk para pengrajin sehingga keberadaan pengrajin belum memiliki ketrampilan dan keahlian karena kurangnya kegiatan yang dilakukan untuk mengembangkan kemampuan para pengrajin.

Salah satu usaha yang sedang digeluti oleh masyarakat di Desa Bojong Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran adalah kerajinan hata. Proses pengerjaan kerajinan paku hata dilakukan dengan cara sederhana dan menggunakan peralatan tradisional. Tetapi, hasil dari kerajinan paku hata tetap memiliki kualitas yang baik dengan keragaman produk seperti tas, topi, piring, gelang dan lainnya.

Seiring berjalannya waktu, kini wilayah Desa Bojong tidak hanya dikenal sebagai produsen bahan baku kerajinan paku hata saja, namun telah berkembang dan diketahui sebagai daerah penghasil kerajinan paku hata. Namun, produk kerajinan paku hata di Desa Bojong belum memiliki identitas tersendiri. Sehingga seringkali hasil kerajinan paku hata di Desa Bojong disalahpahami dengan hasil kerajinan paku hata dari Lombok dan Bali. Belum adanya ciri khas dalam produk kerajinan paku hata Desa Bojong disebabkan karena tidak adanya pengembangan teknik dalam proses pembuatan kerajinan paku hata di Desa Bojong .

Menurut Salusu, (2015 :101) menjelaskan bahwa : "Adanya empat tingkatan strategi yang meliputi *enterprise strategy*, *corporate strategy*, *bussiness strategy*, dan *functional*

strategy yang keseluruhannya disebut *master strategy*".

Namun demikian berdasarkan hasil pengamatan awal penulis, terlihat bahwa strategi pengembangan usaha kerajinan hata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di Desa Bojong Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran belum berperan secara optimal, seperti ditunjukkan dari indikator-indikator sebagai berikut :

1. Kurangnya dukungan aspek kewirausahaan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kepada pengrajin hata berupa pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk berusaha. Hal ini terbukti belum adanya pelatihan-pelatihan yang diberikan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kepada pengrajin hata.
2. Kurangnya peningkatan akses kepada asset produktif, terutama modal, di samping teknologi, manajemen oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kepada pengrajin sehingga masih banyaknya pengrajin yang kesulitan dalam mengembangkan usahanya karena kurang ditunjang dengan modal dan masih menggunakan peralatan yang tradisional. Hal ini terlihat dari pengrajin hata yang kesulitan dalam memperoleh modal dari pihak ketiga (perbankan) untuk mengembangkan usahanya.
3. Kurangnya peningkatan akses yang diberikan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kepada pasar sehingga

menyebabkan pengrajin kesulitan dalam menjual produknya hal ini dikarenakan kurangnya dukungan kepada pengrajin dalam memasarkan kerajinannya karena belum memiliki identitas tersendiri. Hal ini terlihat dari kurangnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam membantu membuat merk produk kerajinan hata.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan kemudian penulis tuangkan dalam bentuk skripsi dengan judul : "Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Hata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di Desa Bojong Kecamatan Parigi Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran".

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan usaha kerajinan hata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di Desa Bojong Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran?.

KAJIAN PUSTAKA

Dalam penelitian ini penulis melihat adanya suatu permasalahan terkait strategi pengembangan usaha kerajinan hata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di Desa Bojong Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran karena kurangnya dukungan dalam aspek kewirausahaan dan kurang dilakukannya peningkatan akses kepada asset produktif termasuk modal sehingga pengrajin hata

kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Oleh karena itu maka Dinas Pariwisata dan Kebudayaan perlu memiliki strategi agar usaha kerajinan hata dapat berkembang.

Adapun pengertian strategi menurut Prihartono, (2012:13), menyatakan bahwa :

Strategi merupakan proses untuk menentukan arah yang harus dituju oleh suatu perusahaan supaya dapat tercapai segala misi. Seperti yang diketahui bahwa dalam pencapaian tujuan organisasi harus dibarengi dengan strategi dalam pencapaian tujuan. Strategi pada umumnya perusahaan mempunyai tujuan tertentu dan untuk mencapainya memerlukan strategi. Strategi disusun untuk mengurangi kegagalan dan memaksimalkan hasil.

Dengan demikian strategi merupakan proses yang dilakukan untuk mencapai sesuatu yang diharapkan dan telah ditentukan sebelumnya. Begitupula dalam pengembangan usaha maka diperlukan berbagai strategi sehingga kegiatan usaha yang dilakukan lebih berkembang.

Adapun pengertian pengembangan usaha menurut Pandji (2012:66) sebagai berikut :

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat

menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.

Strategi pengembangan usaha menurut Kartasmita (2012:5), merupakan upaya dalam mengantisipasi masalah-masalah yang timbul dan dapat memberikan arah kegiatan operasional dalam pelaksanaan kegiatan industri.

Selanjutnya Salusu, (2015 :101) menjelaskan adanya empat tingkatan strategi yang keseluruhannya disebut *Master Strategy*, adapun dalam *Master Strategy* tersebut terdiri atas :

1. *Enterprise Strategy*, yaitu yang berkaitan dengan respon masyarakat yang mana strategi ini menampilkan bahwa organisasi sungguh-sungguh bekerja dan berusaha untuk memberikan pelayanan yang baik terhadap tuntutan dan kebutuhan masyarakat;
2. *Corporate Strategy*, yaitu yang berkaitan dengan misi organisasi, bagaimana misi itu dijalankan memerlukan keputusan-keputusan strategik dan perencanaan strategik yang selayaknya juga disiapkan oleh setiap organisasi;
3. *Bussiness Strategy*, strategi pada tingkat ini menjabarkan bagaimana merebut pasaran di tengah masyarakat;
4. *Functional Strategy*, strategi ini merupakan pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi lain. Ada 3 jenis strategi fungsional yaitu: (a) Strategi fungsional ekonomi yaitu mencakup fungsi-fungsi yang

memungkinkan organisasi hidup sebagai satu kesatuan ekonomi yang sehat; (b) Strategi fungsional manajemen yaitu mencakup fungsi-fungsi manajemen; (c) Strategi isu strategik, fungsi utamanya ialah mengontrol lingkungan, baik situasi lingkungan yang sudah diketahui maupun situasi yang belum diketahui atau yang selalu berubah.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Moleong, (2014:2) menyatakan bahwa pendekatan kualitatif yaitu data yang dikumpulkan cenderung bersifat naratif daripada angka-angka yang hasil analisisnya berupa uraian-uraian yang sangat deskriptif dan berdasarkan pada analisis data secara induktif. Penelitian ini dilakukan selama 8 bulan, Pengumpulan data dilakukan melalui teknik studi kepustakaan, studi lapangan (observasi, wawancara dan dokumentasi). Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 7 orang. Teknik analisa data dengan dengan cara deskriptif, yaitu mengumpulkan data, mengolah data, menganalisa data serta menginterpretasikannya pada data kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi potensi usaha yang mampu memberikan lapangan pekerjaan sehingga dapat menyerap banyak tenaga kerja serta dapat

meningkatkan pendapatan bagi masyarakat. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mempunyai peran yang cukup penting dalam peningkatan dan pemerataan pendapatan masyarakat, serta ikut mendorong pertumbuhan ekonomi yang dapat mewujudkan stabilitas nasional.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi elemen yang begitu penting dalam memajukan bangsa karena merupakan salah satu potensi usaha yang dapat meningkatkan kualitas dan taraf hidup masyarakat. Dalam perkembangannya, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah masih belum mampu menjalankan beberapa peran dan fungsinya hingga maksimal. Terdapat hambatan yang dihadapi seperti keterbatasan modal usaha, pemilihan bahan baku, teknik pemasaran, manajemen serta minimnya penggunaan teknologi. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah akan menjadi solusi dari masalah angka pengangguran yang cukup tinggi sehingga dapat menambah lapangan kerja dan kesempatan usaha yang dapat mendorong pembangunan di daerah dan kawasan perdesaan.

Begitupula halnya dengan usaha kerajinan yang sedang digeluti oleh masyarakat di Desa Bojong Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran adalah kerajinan hata. Proses pengerjaan kerajinan paku hata dilakukan dengan cara sederhana dan menggunakan peralatan tradisional. Tetapi, hasil dari kerajinan paku hata tetap memiliki kualitas yang baik dengan keragaman

produk seperti tas, topi, piring, gelang dan lainnya.

Namun, produk kerajinan paku hata di Desa Bojong belum memiliki identitas tersendiri. Sehingga seringkali hasil kerajinan paku hata di Desa Bojong disalahpahami dengan hasil kerajinan paku hata dari Lombok dan Bali. Belum adanya ciri khas dalam produk kerajinan paku hata Desa Bojong disebabkan karena tidak adanya pengembangan teknik dalam proses pembuatan kerajinan paku hata di Desa Bojong.

Oleh karena itu maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi pengembangan usaha kerajinan hata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di Desa Bojong Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran yang hasilnya penulis uraikan berdasarkan dimensi-dimensi dan indikator yang dijadikan acuan dalam penelitian ini.

Enterprise Strategy

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pengembangan Usaha Kecil dan Menengah melalui *enterprise strategy* oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan belum optimal dalam membantu akses permodalan kepada Usaha Kecil dan Menengah hal ini dikarenakan Usaha Kecil dan Menengah tidak memiliki berbagai persyaratan yang dibutuhkan sehingga dinas pariwisata kesulitan dalam membantu permodalan Usaha Kecil dan Menengah selain itu Usaha Kecil dan Menengah tidak dapat menghasilkan produk kerajinannya

sesuai dengan pesanan karena belum menerapkan teknologi tepat guna sementara Dinas Pariwisata kesulitan dalam memenuhi kebutuhan teknologi karena belum adanya kejelasan dari pemerintah dalam memberikan dukungan terhadap Usaha Kecil dan Menengah sehingga tidak adanya kebijakan pemberian bantuan teknologi bagi Usaha Kecil dan Menengah selain itu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kesulitan dalam menyediakan berbagai sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh Usaha Kecil dan Menengah dalam mempercepat proses produksinya agar dapat memenuhi pesanan.

Oleh karena itu hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Susilo dan Krisnadewara (2011:91) yang menyatakan bahwa : Hasil riset yang dilakukan untuk pengembangan Usaha Kecil dan Menengah adalah berproduksi dengan fasilitas/peralatan terbatas, berproduksi dengan jumlah bahan baku terbatas, berproduksi dengan jumlah tenaga kerja terbatas, berproduksi dengan modal finansial terbatas, membuka *showroom/outlet*, melakukan usaha sampingan. Rekomendasi dari hasil kajian ini berkaitan dengan upaya percepatan pemulihan kembali untuk berusaha melakukan kegiatan produksi kembali yang menekankan pada tambahan modal. Dengan tambahan modal maka berbagai keterbatasan dalam kegiatan produksi dapat diatasi, sehingga kegiatan produksi akan lebih lancar sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan pendapat Yuliani, D., Sihabudin, A. A., & Garvera, R. R. (2022) bahwa optimalnya pemasaran secara digital atau melalui media online. Yang mana hal itu dibutuhkan untuk upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Ciamis pada sektor pariwisata.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan pendapat Priyono (2014: 101), yang menyatakan bahwa : Pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Dalam kerangka pikiran itu, upaya memberdayakan masyarakat, dapat dilihat dari tiga sisi :

Pertama, menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Di sini titik tolaknya adalah pengenalan bahwa setiap manusia, setiap masyarakat, memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Artinya, tidak ada masyarakat yang sama sekali tanpa daya, karena, kalau demikian akan sudah punah. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya itu, dengan mendorong memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya.

Kedua, memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat (*empowering*). Dalam rangka ini diperlukan langkah-langkah lebih positif, selain dari hanya menciptakan iklim dan suasana. Perkuatan ini meliputi langkah-langkah nyata, dan

menyangkut penyediaan berbagai masukan (*input*), serta pembukaan akses ke dalam berbagai peluang (*opportunities*) yang akan membuat masyarakat menjadi makin berdaya. Untuk itu, perlu ada program khusus bagi masyarakat yang kurang berdaya, karena program-program umum yang berlaku untuk semua, tidak selalu dapat menyentuh lapisan masyarakat ini.

Ketiga, memberdayakan mengandung pula arti melindungi. Dalam proses pemberdayaan, harus dicegah yang lemah menjadi bertambah lemah, oleh karena kekurangberdayaan dalam menghadapi yang kuat. Oleh karena itu, perlindungan dan pemihakan kepada yang lemah amat mendasar sifatnya dalam konsep pemberdayaan masyarakat. Melindungi tidak berarti mengisolasi atau menutupi dari interaksi. Melindungi harus dilihat sebagai upaya untuk mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang, serta eksploitasi yang kuat atas yang lemah. Pemberdayaan masyarakat bukan membuat masyarakat menjadi makin tergantung pada berbagai program pemberian (*charity*) karena pada dasarnya setiap apa yang dinikmati, harus dihasilkan atas usaha sendiri (yang hasilnya dapat dipertukarkan dengan pihak lain. Dengan demikian, tujuan akhirnya adalah memandirikan masyarakat, memampukan, dan membangun kemampuan untuk memajukan diri ke arah kehidupan yang lebih baik secara sinambung. Permemberdayaan ekonomi rakyat adalah tanggung jawab

pemerintah. Akan tetapi, juga merupakan tanggung jawab masyarakat, terutama mereka yang telah lebih maju, karena telah terlebih dahulu memperoleh kesempatan bahkan mungkin memperoleh fasilitas yang tidak diperoleh kelompok masyarakat lain.

Berdasarkan pendapat tersebut sangatlah jelas bahwa dalam mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah maka peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan sangatlah penting guna meningkatkan kemampuan Usaha Kecil dan Menengah dalam mengembangkan usahanya yaitu dengan memberikan kemudahan dalam mengakses permodalan dan memberikan bantuan penyediaan teknologi tepat guna serta membantu untuk menyediakan berbagai sarana dan prasarana yang dibutuhkan Usaha Kecil dan Menengah dalam melakukan proses produksi kerajinannya.

Salah satu upaya pemerintah agar Usaha Kecil dan Menengah tersebut agar berkembang dengan cara kredit usaha rakyat (KUR) adalah program kredit yang diperuntukkan bagi Usaha Kecil dan Menengah dalam bentuk pemberian modal kerja, dengan adanya hal tersebut dapat membantu pelaku usaha untuk meminjam modal usahanya agar usaha tersebut dapat berkembang. pengembangan usaha salah satunya karena faktor permodalan yang masih sulit menjangkau pelaku usaha mikro kecil dan menengah.

Corporate Strategy

Strategi ini berkaitan dengan misi organisasi, sehingga sering disebut Grand Strategy yang meliputi bidang yang digeluti oleh suatu organisasi. Pertanyaan apa yang menjadi bisnis atau urusan kita dan bagaimana kita mengendalikan bisnis itu, tidak semata mata untuk dijawab oleh organisasi pemerintahan dan organisasi nonprofut.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *corporate strategy* dalam pengembangan usaha kerajinan hata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di Desa Bojong Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran belum optimal karena kurangnya kegiatan pelatihan yang diselenggarakan bagi pelaku Usaha Kecil dan Menengah sehingga belum dapat meningkatkan keterampilan pengrajin hata dalam menghasilkan kerajinan yang lebih inovatif karena kurangnya dilakukan pengarahan dan pemberdayaan pengembangan usaha kerajinan hata yang sebetulnya memiliki potensi untuk dikembangkan karena dukungan bahan baku yang melimpah dan mudah di dapat.

Sementara itu menurut Salusu (2015:101) menyatakan bahwa : *Corporate Strategy*, yaitu yang berkaitan dengan misi organisasi, bagaimana misi itu dijalankan memerlukan keputusan-keputusan stratejik dan perencanaan stratejik yang selayaknya juga disiapkan oleh setiap organisasi.

Berdasarkan pendapat tersebut maka dalam menerapkan strategi pengembangan usaha kerajinan hata

peran Dinas Pariwisata sangat penting dalam merencanakan strategi yang akan dilakukan sehingga dapat menghasilkan sebuah keputusan strategi yang tepat bagi para pelaku Usaha Kecil dan Menengah yang ada di Desa Bojong hal ini dikarenakan potensi bahan baku yang melimpah dan mudah di dapat sementara dukungan sumber daya manusia yang sudah ada karena memang usaha kerajinan hata tersebut sudah berjalan namun belum berkembang secara optimal karena kurangnya dilakukan pemberdayaan oleh pemerintah melalui Dinas Pariwisata sehingga menyebabkan pelaku usaha kerajinan hata kurang memiliki keterampilan dalam mengembangkan usaha kerajinan hata yang dijalkannya.

Kaswan (2013:2) menyatakan bahwa : Pelatihan adalah proses meningkatkan keterampilan sumber daya manusia salah satunya meliputi pengubahan sikap sehingga dapat melakukan pekerjaan yang lebih efektif. Pelatihan secara spesifik berfokus pada memberi keterampilan khusus atau membantu sumber daya manusia memper- baik kekurangannya dalam kinerja.

Oleh karena itu maka Pemerintah dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan melakukan pemberdayaan dan pembinaan terhadap Usaha Kecil dan Menengah bertujuan untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui dukungan terhadap modal serta pelatihan sumber daya manusia yang

profesional dan trampil agar dapat mendukung pemasaran dan kelanjutan usaha di masa depan.

Business Strategy

Strategi pada tingkat ini menjabarkan bagaimana merebut pasaran di tengah masyarakat. Bagaimana menempatkan organisasi di hati para penguasa, para pengusaha, para donor dan sebagainya. Semua itu dimaksudkan untuk dapat memperoleh keuntungan-keuntungan strategik yang sekaligus mampu menunjang berkembangnya organisasi ke tingkat yang lebih baik.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui bahwa *bussiness strategy* yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata dalam pengembangan usaha kerajinan hata di Desa Bojong Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran belum dapat meningkatkan kegiatan usaha pelaku Usaha Kecil dan Menengah hal ini dikarenakan masih kurangnya Dinas Pariwisata dalam membantu memberikan akses informasi mengenai pasar untuk memasarkan produksi kerajinan hata kepada masyarakat, selain itu masih kurangnya dilakukan strategi promosi kepada masyarakat secara luas dalam mengenalkan hasil produksinya serta kurangnya memberikan informasi mengenai pasar kerajinan hata kepada pengrajin hata dan kurangnya memberikan bantuan produksi kepada pelaku usaha kerajinan hata sehingga pelaku Usaha Kecil dan Menengah belum dapat meningkatkan jumlah produksi hata.

Menurut Setyanto, (2015:118) menyatakan bahwa : Dalam pengembangan Usaha Kecil dan Menengah banyak tantangan yang dihadapi di dalamnya, untuk memperkuat hal itu perlu diadakan pembinaan yang lebih mengarahkan untuk kemampuan pengusaha kecil menjadi pengusaha menengah dan pengusaha mikro menjadi pengusaha kecil. Lemahnya kemampuan management dan sumber daya manusia mengakibatkan Usaha Kecil dan Menengah tidak mampu menjalankan usahanya dengan baik, karena hal tersebut pengembangannya kurang baik

Berdasarkan pendapat tersebut maka dalam menerapkan business strategi maka perlunya pemahaman dari Dinas Pariwisata dan kebudayaan dalam mengembangkan pelaku usaha kerajinan dalam melaksanakan pembinaan dengan memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam mengakses pasar serta membantu mempromosikan kegiatan usaha dari pengrajin hata sehingga dapat memperoleh informasi pasar yang dapat menampung kerajinan yang dihasilkannya sehingga dapat meningkatkan jumlah pesanan.

Functional Strategy

Strategi ini merupakan strategi pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi lain. Strategi ini dapat dilakukan dalam pengembangan usaha melalui pemberian kemudahan izin usaha dan Memberikan bantuan dalam hal pelabelan atau merk.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *functional strategy* dalam pengembangan usaha kerajinan hata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di Desa Bojong Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran belum optimal sehingga produk atau kerajinan yang dihasilkan tidak berkembang hal ini dikarenakan masih banyaknya pengrajin hata yang kurang memperhatikan izin usahanya sehingga ketika membutuhkan bantuan sulit untuk direalisasikan selain itu Dinas Pariwisata kurang memberikan bantuan dalam hal pembuatan label atau merk sehingga masih ditemukan pengrajin yang tidak mencantumkan nama dari kerajinan yang dihasilkannya hal ini disebabkan oleh kurangnya sosialisasi yang dilakukan kepada pelaku usaha tentang manfaat dari label atau merk suatu produk.

Menurut Aji (2015:109) menyatakan bahwa : Strategi ini merupakan strategi pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi yang lain, karena strategi fungsional umumnya memiliki durasi waktu yang lebih pendek dibandingkan strategi bisnis dan strategi korporasi. Strategi fungsional juga memberikan rincian tentang strategi bisnis dan mengatur bagaimana kegiatan utama bisnis akan dikelola. Dengan demikian strategi ini memainkan dua peran penting bagi bisnisnya. Pertama, mereka memberikan dukungan kepada strategi bisnis secara keseluruhan. Kedua, mereka menguraikan bagaimana manajer fungsional akan bekerja

sehingga memastikan tiap bidang fungsionalnya mencapai kinerja yang lebih baik dari sebelumnya

Berdasarkan teori tersebut maka Dinas Pariwisata dan Kebudayaan perlu meningkatkan sosialisasi kepada pelaku usaha tentang manfaat izin usaha maupun label atau merk dari kerajinan yang dihasilkannya dan tentunya ini menghambat proses pengembangan usaha kerajinan hata karena sebetulnya surat izin usaha dapat dijadikan sebagai dasar dalam pembuatan merk dagang serta dapat dijadikan sebagai persyaratan apabila ingin memperoleh bantuan permodalan.

Dengan demikian berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa strategi pengembangan usaha kerajinan hata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di Desa Bojong Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran belum optimal hal ini dikarenakan kurangnya Dinas Pariwisata dalam memperhatikan empat tingkatan strategi dalam mengembangkan usaha kerajinan hata sehingga masih banyak pengrajin hata yang kesulitan dalam memperoleh bantuan permodalan karena sulitnya mengakses perbankan untuk menambah modalnya selain itu pengrajin hata masih kesulitan dalam memasarkan kerajinannya karena tidak memiliki pasar yang jelas serta kurangnya hasil kerajinannya dapat bersaing di pasaran karena memang selain tidak memiliki merk dagang juga kurang dikenal dipasaran karena kurang dipromosikan.

Begitupula dengan hasil observasi yang dilakukan diketahui bahwa kerajinan yang dihasilkan oleh pengrajin kurang dikenal di masyarakat selain itu kurang ditunjang dengan sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan usaha sehingga belum dapat menghasilkan jumlah kerajinan yang banyak karena baru dilakukan secara manual. Permasalahan lain yang menyebabkan kerajinan hata kurang berkembang disebabkan oleh kurangnya pemahaman pengrajin hata tentang pentingnya izin usaha sehingga ketika ada program bantuan dari pemerintah sulit untuk mendapatkannya karena memang tidak terdaftar secara resmi. Oleh karena itu maka perlunya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran untuk melakukan berbagai strategi dalam mengembangkan kerajinan hata di Pangandaran mengingat potensi wilayah yang cukup baik untuk dapat mengembangkan kerajinan hata karena dari segi bahan baku melimpah dan mudah didapat serta sebagai salah satu tujuan wisata maka kerajinan hata dapat dijadikan ciri khas Kabupaten Pangandaran. Oleh karena itu maka Dinas Pariwisata dan Kebudayaan perlu melakukan kerjasama dengan Dewan Kerajinan Nasional Daerah Kabupaten Pangandaran untuk mengembangkan pengrajin hata sehingga kegiatan usahanya lebih berkembang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan bahwa Strategi pengembangan usaha kerajinan hata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di Desa Bojong Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran belum optimal. Hal ini terbukti dengan masih adanya hambatan yang ditemui diantaranya kurangnya Dinas Pariwisata dalam memperhatikan empat tingkatan strategi dalam mengembangkan usaha kerajinan hata sehingga masih banyak pengrajin hata yang kesulitan dalam memperoleh bantuan permodalan karena sulitnya mengakses perbankan untuk menambah modalnya selain itu pengrajin hata masih kesulitan dalam memasarkan kerajinannya karena tidak memiliki pasar yang jelas serta kurangnya hasil kerajinannya dapat bersaing di pasaran karena memang selain tidak memiliki merek dagang juga kurang dikenal dipasaran karena kurang dipromosikan. Oleh karena itu maka Dinas Pariwisata telah melakukan berbagai upaya seperti meningkatkan kerjasama dengan lembaga keuangan untuk membantu mempermudah pengrajin hata dalam mengakses permodalan yang dibutuhkannya selain itu Dinas Pariwisata telah berupaya mempromosikan dan membantu memasarkan hasil kerajinan hata dalam berbagai event baik tingkat nasional maupun provinsi sehingga kerajinan hata dapat dikenal secara luas, Selain itu telah diupayakan dengan

meningkatkan pelatihan bagi para pengrajin sehingga memiliki keterampilan dalam membuat hasil kerajinan hata serta membantu pelabelan bagi setiap kerajinan hata yang dihasilkan oleh pengrajin.

Begitupula dengan hasil observasi yang dilakukan diketahui bahwa kerajinan yang dihasilkan oleh pengrajin kurang dikenal di masyarakat selain itu kurang ditunjang dengan sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan usaha sehingga belum dapat menghasilkan jumlah kerajinan yang banyak karena baru dilakukan secara manual. Permasalahan lain yang menyebabkan kerajinan hata kurang berkembang disebabkan oleh kurangnya pemahaman pengrajin hata tentang pentingnya izin usaha sehingga ketika ada program bantuan dari pemerintah sulit untuk mendapatkannya karena memang tidak terdaftar secara resmi. Oleh karena itu maka perlunya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran untuk melakukan berbagai strategi dalam mengembangkan kerajinan hata di Pangandaran mengingat potensi wilayah yang cukup baik untuk dapat mengembangkan kerajinan hata karena dari segi bahan baku melimpah dan mudah didapat serta sebagai salah satu tujuan wisata maka kerajinan hata dapat dijadikan ciri khas Kabupaten Pangandaran. Oleh karena itu maka Dinas Pariwisata dan Kebudayaan perlu melakukan kerjasama dengan Dewan Kerajinan Nasional Daerah Kabupaten Pangandaran untuk

mengembangkan pengrajin hata sehingga kegiatan usahanya lebih berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Prasetio. 2015. *Manajemen Strategi; Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*. Yogyakarta : Ekuilibria
- Abdullah, A. N. S., Yuliani, D., Sihabudin, A. A., & Garvera, R. R. (2022). Analisis Pengelolaan Potensi Wisata Datar Kondang Desa Sukamaju Kecamatan Cihaurbeuti Kabupaten Ciamis.
- Kartasasmita, 2012. *Pemberdayaan Masyarakat Di Era Global*. Bandung: Alfabet
- Kaswan dan Ade Sadikin Akhyadi. 2013. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta
- Krisnadewara, P.D., dan Sri Susilo, Y. 2011. *Permasalahan Industri Kecil Pascagempa Bumi: Survei pada Beberapa Industri di Kabupaten Klaten, Jawa Tengah*. Kinerja, Vol. 10, No. 2, hal. 162–171.
- Moleong, Lexy. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Prihartono. 2012. *Manajemen Pelayanan Prima, Dilengkapi dengan Etika Profesi untuk Kinerja Kantor*. Bandung: Andi Offset
- Priyono dan Pranarka. 2014. *Pemberdayaan: Konsep,*

- Kebijakan dan Implementasi. Kampung Batik Laweyan*. Jurnal Etikonomi, Vol.12, No.2. Jakarta: CSIS.
- Salusu, J, 2015. *Pengambilan Keputusan Stratejik*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Setyanto, Alief Rakhman, Bhimo Samodra, dan Yogi Pratama. 2015. *Kajian Strategi Pemberdayaan UMKM dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Kawasan ASEAN (Studi Kasus Takdir Ilahi, Mohammad. 2012. Nasionalisme dalam Bingkai Pluralitas Bangsa, Paradigma Pembangunan & Kemandirian Bangsa*. Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA.
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah