



MANAJEMEN STRATEGI USAHA MIKRO GERABAH OLEH DINAS KOPERASI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN DI DESA BUMI JAYA KECAMATAN CIRUAS KABUPATEN SERANG

Rizki Amilia¹

¹Universitas Bina Bangsa

Email: amiliariusyana123@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang manajemen strategi usaha mikro gerabah oleh Dinas Koperasi Perindustrian Dan Perdagangan Di Desa Bumi Jaya Kecamatan Ciruas Kabupaten Serang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya manajemen strategi usaha mikro gerabah oleh Dinas Koperasi Perindustrian Dan Perdagangan Di Desa Bumi Jaya Kecamatan Ciruas Kabupaten Serang, yang ada di Desa Bumi Jaya, Kecamatan Ciruas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya pemberdayaan usaha mikro gerabah oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serang masih belum optimal. Hal ini mengacu kepada upaya-upaya pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serang yang masih bersifat *general* dan lebih kepada orientasi rutinitas kerja pemerintahan. Kondisi tersebut pada akhirnya menghambat proses manajemen strategi kepada perajin gerabah di Desa Bumi Jaya. Peneliti merekomendasikan agar Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serang untuk melakukan sosialisasi secara intens mengenai penggunaan teknik glasir dan pewarnaan dan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam memasarkan produk gerabah, bersinergi dengan perajin untuk penguatan kemandirian usaha dan untuk para perajin gerabah hendaknya mulai mengaktualisasi diri agar meningkatkan kemampuan melihat dan memanfaatkan peluang agar penjualan produk gerabah lebih mudah diakses oleh pasar.

Kata Kunci: Manajemen, UMKM, Gerabah

Abstract

This study discusses the management of pottery micro business strategies by the Department of Industry and Trade Cooperatives in Bumi Jaya Village, Ciruas District, Serang Regency. The purpose of this study was to determine the strategic management efforts of the pottery micro business by the Department of Industry and Trade Cooperatives in Bumi Jaya Village, Ciruas District, Serang Regency, which is in Bumi Jaya Village, Ciruas District. The results showed that the efforts to empower the pottery micro business by the Department of Cooperatives, Industry and Trade in Serang Regency were still not optimal. This refers to the empowerment efforts carried out by the Department of Cooperatives, Industry and Trade of Serang Regency which are still general in nature and are more oriented to the routine work of government. This condition ultimately hampered the strategic management process for pottery craftsmen in Bumi Jaya Village. The researcher recommends that the Department of Cooperative Industry and Trade of Serang Regency to carry out intensive socialization regarding the use of glaze and coloring techniques and the use of information and communication technology in marketing pottery products, synergizing with craftsmen to strengthen business independence and for pottery craftsmen should start self-actualization in order to improve the ability to see and take advantage of opportunities to make the sale of pottery products more accessible to the market.

Keywords: Management, UMKM, Pottery

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai salah satu negara yang tengah berkembang, Indonesia memiliki dinamika sosial yang begitu tinggi, diantaranya adalah kesenjangan sosial, mentalitas penduduk, tingkat pengangguran masyarakat, indeks pembangunan manusia yang masih belum baik, angka kemiskinan yang tinggi, jumlah pengangguran yang besar dan persoalan-persoalan sosial lainnya. Berkenaan dengan hal tersebut, maka dibutuhkan suatu sinergi antara masyarakat dengan pihak pemerintah guna membangun negara secara baik dan komprehensif. Tujuan yang diharapkan dari adanya sinergitas antara pemerintah dengan masyarakatnya adalah tentu untuk dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat di Indonesia agar menjadi lebih baik dan memiliki daya saing dengan negara-negara lain sehingga dapat meningkatkan kehidupan bangsa.

Coralie Bryant dan Louise White dalam *Managing Development in The Third World* (1984: 14) yang dikutip oleh Sjafari (2007 : 8), mengemukakan bahwa pembangunan merupakan upaya untuk meningkatkan kemampuan manusia untuk mempengaruhi masa depannya. Dalam era globalisasi, sektor yang diunggulkan adalah pada sektor perekonomian, dimana sektor tersebut dapat dijadikan sebagai ukuran dari keberhasilan pembangunan yang dilakukan oleh suatu pemerintahan. Pertumbuhan ekonomi sangat dipengaruhi oleh pemanfaatan sumber daya manusia, apabila pemanfaatan sumber daya manusia kurang optimal, maka sebagai objek dari adanya pembangunan, tentu pertumbuhan ekonomi akan mengalami kegagalan. Konsekuensi logis dari kondisi tersebut adalah pembangunan di suatu negara dapat terhambat, karena sumber daya manusia memegang peranan penting dalam pembangunan.

Sebagai sebuah negara, Indonesia memiliki jumlah penduduk yang sangat besar dengan tingkat kemajemukan yang sangat tinggi berpotensi terjadi benturan horizontal. Meskipun demikian, dengan jumlah penduduk yang sangat besar tersebut, Indonesia diharapkan mampu menyeimbangkan pembangunan dalam berbagai sektor untuk menopang pertumbuhan ekonomi negara. Akan tetapi, tantangan yang dimiliki oleh Indonesia juga cukup banyak, salah satunya adalah mengenai angka pengangguran, menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) pusat, jumlah pengangguran di Indonesia mencapai angka 8.319.779 jiwa. Hal tersebut membuktikan bahwa Pemerintah Indonesia, masih memiliki pekerjaan rumah yang begitu berat dalam mendukung proses pembangunan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat.

Untuk menanggulangi persoalan mengenai angka pengangguran yang tinggi, Pemerintah Indonesia perlu memanfaatkan perkembangan industri yang saat ini tumbuh cukup baik di wilayahnya. Salah satu sektor industri yang dapat dimanfaatkan oleh pemerintah adalah industri kreatif. Salah satu bentuk industri kreatif yang umum adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai basis pembangunan ekonomi kerakyatan. Berdasarkan sejarah, UMKM telah terbukti secara ampuh untuk dapat bertahan dan memulihkan kondisi perekonomian serta tetap dapat berkembang meskipun terjadi krisis ekonomi yang melanda Indonesia pada periode tahun 1997 sampai dengan 1998. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan amanat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang harus diwujudkan melalui pembangunan perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi. Sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 Tentang Perindustrian dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, dimana UMKM diselenggarakan secara menyeluruh, optimal berkesinambungan serta memperoleh jaminan kepastian dan keadilan usaha.

Untuk mempermudah pemberdayaan dan pengembangan UMKM, menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 BAB IV Pasal 6 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, UMKM dibagi menjadi tiga kriteria, diantaranya adalah :

Tabel 1.1

Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008

No.	Kriteria Usaha	Omset (Rp.)	Aset/Modal Usaha (Rp.)
1.	Usaha Mikro	<300 juta	<50 juta
2.	Usaha Kecil	300 juta – 2,5 Milyar	50 juta – 500 juta
3.	Usaha Menengah	2,5 Milyar – 50 Milyar	500 juta – 10 Milyar

Sumber : Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008

Merujuk pada tabel di atas maka dapat diketahui bahwa Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah, selain kriteria-kriteria dalam tabel 1.1 di atas, Tiktik (2008) mengemukakan bahwa UMKM dapat dikelompokkan menjadi beberapa golongan diantaranya adalah :

1. *Livelihood Activities*, merupakan usaha kecil menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai faktor informal, contoh dari kegiatan usaha ini adalah pedagang kaki lima;

2. *Micro Enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang memiliki sifat pengrajin namun belum memiliki sifat kewirausahaan;
3. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor;
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar;

Untuk mempermudah pemahaman mengenai pendapat yang dikemukakan di atas, berikut penulis sajikan tabel 1.2 sebagai representasi dari kriteria usaha mikro kecil dan menengah sebagai berikut :

Tabel 1.2
Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja

No.	Kelompok UMKM	Jumlah Tenaga Kerja
1.	Usaha Mikro	Kurang dari 12 orang
2.	Usaha Kecil	15 orang sampai dengan 33 orang
3.	Usaha Menengah	34 orang sampai dengan 105 orang

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2022

Kegiatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan kerja yang produktif. UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya tidak membutuhkan persyaratan-persyaratan tertentu. Namun demikian, perkembangan UMKM di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai persoalan sehingga menyebabkan lemahnya daya saing terhadap produk impor dari perusahaan-perusahaan industri besar. Persoalan utama yang dihadapi UMKM, antara lain keterbatasan infrastruktur dan akses pemerintah terkait dengan perizinan dan birokrasi serta tingginya tingkat pungutan liar dari oknum-oknum birokrat.

Dengan segala persoalan yang ada, potensi UMKM yang sebenarnya besar itu menjadi terhambat. Meskipun UMKM dikatakan mampu bertahan dari adanya krisis global namun pada kenyataannya permasalahan-permasalahan yang dihadapi sangat banyak dan lebih berat. Persoalan yang dihadapi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sehingga membuat sulit berkembang antara lain ketidakmampuan dalam manajemen, lemahnya kemampuan dalam pemasaran, kurang berpengalaman dan lemahnya sumber daya manusia menghadapi persoalan-persoalan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Dengan kondisi sebagai wilayah penghasil produk kerajinan gerabah yang sudah secara turun temurun berlangsung di Desa Bumi Jaya, pada hakekatnya wilayah tersebut memiliki potensi yang besar sebagai salah satu pusat peradaban masa lampau yang hingga kini mampu mempertahankan eksistensinya. Sebagai gambaran kondisi kegiatan UMKM produk gerabah di Desa Bumi Jaya, penulis sajikan data aktivitas berupa tabulasi perajin gerabah yang penulis dapatkan dari otoritas Pemerintah Daerah Kabupaten Serang dalam tabel 1.3 sebagai berikut :

Tabel 1.3
Tabulasi Data Perajin Gerabah Desa Bumi Jaya

No.	Alamat/Lokasi UMKM	Jumlah UMKM			Rata-Rata Omset/Tahun (Rp.)
		Tahun			
		2019	2020	2021	
1.	Kp. Bumijaya RT. 01	22	42	26	7.000.000,-
2.	Kp. Kosambi RT. 03	20	35	9	9.000.000,-
3.	Kp. Jambualas RT. 08	23	33	33	6.500.000,-
4.	Kp. Dukuh RT. 05	33	16	11	7.000.000,-
Jumlah		98	126	79	

Sumber : Diskoperindag Kabupaten Serang dan Pemerintah Desa Bumi Jaya, 2021

Berdasarkan pada data dalam tabel 1.3 di atas, maka dapat diketahui bahwa jumlah perajin gerabah mengalami fluktuasi yang cukup drastis pada tahun 2021, artinya penurunan jumlah perajin gerabah mengindikasikan adanya geliat yang cukup lesu dari aktivitas produksi gerabah di Desa Bumi Jaya. Dengan kondisi seperti yang telah penulis deskripsikan tersebut, maka perlu adanya suatu *treatment* khusus guna meningkatkan kembali aktivitas produksi gerabah di Desa Bumi Jaya. Berdasarkan pada hasil observasi penelitian, penulis menemukan fenomena yang menjadikan penurunan jumlah perajin gerabah di Desa Bumi Jaya menjadi lumrah adalah karena minimnya gairah (*passion*) dari para perajin gerabah yang diakibatkan oleh lemahnya daya saing serta mandeknya regenerasi perajin gerabah. Padahal sebagaimana diketahui oleh pelbagai kalangan, bahwa pada dasarnya produk kerajinan gerabah di Desa Bumi Jaya memiliki banyak potensi untuk dikembangkan menjadi suatu kampung wisata berbasis seni budaya sebagai implikasi dari pewarisan tradisi dan kebudayaan leluhur yang tentu memiliki nilai jual pariwisata yang baik apabila dimanfaatkan secara optimal.

Berdasarkan pada fenomena dalam latar belakang yang telah penulis deskripsikan sebelumnya, maka persoalan mengenai sentra produksi gerabah di Desa Bumi Jaya memiliki urgensi yang penting untuk dilakukan kajian secara lebih mendalam. Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam skripsi dengan judul **“Manajemen Strategi Usaha Mikro Gerabah Oleh Dinas Koperasi Perindustrian Dan Perdagangan Di Desa Bumi Jaya Kecamatan Ciruas Kabupaten Serang”**

B. Identifikasi Masalah

1. Produk gerabah Desa Bumi Jaya belum menerapkan inovasi berupa glasir dan corak warna, serta belum masuk dalam tahap *finishing* sehingga tidak ada nilai tambah dimata calon pembeli;
2. Tidak adanya regenerasi perajin gerabah akibat arus industrialisasi di sekitar wilayah sentra produksi gerabah Desa Bumi Jaya Kecamatan Ciruas;
3. Arus industrialisasi juga telah merenggut pangsa pasar gerabah Desa Bumi Jaya dengan produk perabotan rumah tangga berbahan sintetis (plastik), sehingga para perajin mulai khawatir dengan profesi yang ditekuninya karena produk gerabah mulai ditinggalkan masyarakat;
4. Para perajin gerabah Desa Bumi Jaya belum menerapkan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses pemasaran produk gerabah;
5. Aktivitas produksi gerabah Desa Bumi Jaya hingga saat ini masih belum melakukan *treatment* terkait dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi agar para pengrajin gerabah Desa Bumi Jaya melakukan migrasi dari penjualan konvensional ke penjualan elektronik (*e-commerce*);

C. Pembatasan Masalah dan Rumusan Masalah

1. Bagaimana Produk gerabah Desa Bumi Jaya belum menerapkan inovasi berupa glasir dan corak warna, serta belum masuk dalam tahap *finishing* sehingga tidak ada nilai tambah dimata calon pembeli;
2. Apa adanya regenerasi perajin gerabah akibat arus industrialisasi di sekitar wilayah sentra produksi gerabah Desa Bumi Jaya Kecamatan Ciruas;
3. Bagaimana Arus industrialisasi juga telah merenggut pangsa pasar gerabah Desa Bumi Jaya dengan produk perabotan rumah tangga berbahan sintetis (plastik), sehingga para perajin mulai khawatir dengan profesi yang ditekuninya karena produk gerabah mulai ditinggalkan masyarakat;

4. Bagaimana Para perajin gerabah Desa Bumi Jaya belum menerapkan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses pemasaran produk gerabah;
5. Apa Aktivitas produksi gerabah Desa Bumi Jaya hingga saat ini masih belum melakukan *treatment* terkait dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi agar para pengrajin gerabah Desa Bumi Jaya melakukan migrasi dari penjualan konvensional ke penjualan elektronik (*e-commerce*).

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui upaya manajemen strategi usaha mikro gerabah oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serang di sentra produksi gerabah Desa Bumi Jaya Kecamatan Ciruas;
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendukung dan menghambat upaya manajemen strategi usaha mikro gerabah oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serang di sentra produksi gerabah Desa Bumi Jaya Kecamatan Ciruas.

E. Kegunaan penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih pemikiran secara ilmiah dalam pengembangan ilmu pengetahuan, yang berkaitan dengan Ilmu Administrasi Publik khususnya dalam kajian manajemen publik dengan fokus pembahasan manajemen strategi masyarakat.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih berupa bahan pertimbangan bagi pihak terkait yang memiliki kepentingan untuk melakukan manajemen strategi sentra produksi gerabah Desa Bumi Jaya Kecamatan Ciruas, Kabupaten Serang.

F. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara langsung dan dokumentasi. Pengujian keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan triangulasi sumber data dan *member check* yang dikaitkan dengan teori analisis swot menurut Freddy (2013) yang terdiri dari empat indikator yakni **kekuatan** (Strength) dan **peluang** (Opportunity), namun secara bersamaan dapat meminimalkan **kelemahan** (Weakness) dan **ancaman** (Threats). Teknik analisis data menggunakan konsep yang dikemukakan oleh Miles dan Hubberman. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa upaya manajemen strategi usaha mikro gerabah oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serang masih belum optimal. Hal ini mengacu kepada upaya-upaya pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi,

G. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, penulisan dan penyusunannya terbagi dalam lima bab agar lebih mengarah dan sistematis. Sistematika bab-bab tersebut yang akan diuraikan dalam sub bab ini sebagai berikut:

Pendahuluan

Pada bab satu ini, penulis menguraikan tentang latar belakang yang menjadi alasan dilakukannya penelitian ini, kemudian persoalan dalam latar belakang tersebut diidentifikasi dan dilakukan pembatasan masalah agar konteks yang dibahas dalam penelitian ini tetap pada fokus yang hendak diteliti untuk dirumuskan dalam rumusan masalah yang selanjutnya dituangkan juga dalam tujuan penelitian yang hendak dicapai. Selanjutnya penulis menguraikan manfaat apa saja yang dapat diperoleh dari penelitian ini dan disajikan pula sistematika penulisan guna memberikan panduan bagi siapa saja yang berkepentingan dalam skripsi ini.

Tinjauan Pustaka

Menguraikan tentang kajian-kajian teoritis yang digunakan dalam penelitian ini, selain itu dijelaskan pula tentang kerangka berpikir secara sistematis untuk memberikan gambaran secara umum tentang permasalahan yang dikaji dalam skripsi ini.

Metodologi Penelitian

Pada bab ini, peneliti menggambarkan uraian tentang metodologi penelitian yang digunakan untuk memperoleh data penelitian, tempat yang dipilih sebagai lokus penelitian, waktu yang dijadwalkan dalam penelitian serta teknik pengumpulan data dan teknik analisis data yang digunakan guna menunjang dan memberikan hasil yang relevan serta optimal untuk mendukung penelitian ini.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Menguraikan tentang gambaran umum objek yang diteliti dalam skripsi ini, penjelasan mengenai data penelitian yang diperoleh dari proses penelitian, interpretasi dari hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian.

Penutup

Pada bab terakhir dalam penelitian ini akan disajikan suatu kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, untuk selanjutnya

dibuat suatu rekomendasi berupa saran-saran yang diharapkan mampu memberikan manfaat bagi setiap pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep manajemen strategis

Pengertian manajemen strategis

Menurut David (2011:5), manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Manajemen strategis berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional.

Menurut Thomas L. Wheelen dan J. David Hunger (2008:3), manajemen strategis adalah serangkaian keputusan manajerial dan tindakan yang menentukan kinerja jangka panjang dari perusahaan. Ini mencakup pemindaian lingkungan (baik eksternal dan internal) perumusan strategi (strategy atau perencanaan jangka panjang) pelaksanaan dan evaluasi pengendalian strategy.

Menurut Aime Heene dan Sebastian (2010:9-10), manajemen strategi adalah kesatuan proses manajemen pada suatu organisasi yang berulang-ulang dalam menciptakan nilai serta kemampuan untuk menghantar dan memperluas distribusinya kepada pemangku kepentingan ataupun pihak lain yang berkepentingan. Terdapat 5 tugas dalam manajemen strategi:

- Mengembangkan visi dan misi
- Menetapkan tujuan dan sasaran
- Menciptakan suatu strategi mencapai sasaran
- Mengimplementasikan dan melaksanakan strategi
- Mengevaluasi strategi dan pengarahannya

Menurut Afin (2013:45), manajemen strategis adalah cara menumbuhkan dan mengatur strategi sebuah organisasi atau perusahaan sehingga bisa mencapai tujuannya dengan baik dan tepat sesuai sasaran dan waktu yang telah ditetapkan. Hal itu akan membentuk sebuah strategi, menentukan arah dan langkah-langkah selanjutnya yang akan dipakai untuk kemajuan perusahaan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan adanya pemikiran-pemikiran serius dan mumpuni untuk mengatur strategi.

Menurut Indriyanty (2013:3), manajemen strategis merupakan bagian fundamental dari strategi korporat adalah keputusan mengenai arena bisnis yang akan di masuki atau di tinggalkan oleh perusahaan. Strategi korporat bertujuan untuk menyinergikan hubungan lintas *unit bussines*

Menurut Pearce II dan Robinson,Jr (2008:5), adalah sekumpulan keputusan dan tindakan yang merupakan hasil dari formula dan imlpementasi dari rencana yang telah didisain untuk mencapai tujuan perusahaan

Menurut David (2011:6), proses manajemen strategi terdiri dari tiga tahap yaitu perumusan strategi, penerapan strategi, dan penilaian strategi.

Menurut John dan Richard (Hendra, 2011), manajemen strategis adalah seperangkat alat keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi dari rencana yang didesain untuk mencapai tujuan. Terdiri atas sembilan tugas pokok:

- Memformulasikan misi perusahaan
- Mengembangkan model analisis tentang strategi perusahaan yang merefleksikan kondisi internal dan kemampuan perusahaan
- Menilai lingkungan eksternal perusahaan
- Menganalisis strategi pilihan yang paling cocok bagi perusahaan
- Mengidentifikasi setiap pilihan strategi dan memilih strategi Mengidentifikasi dan menentukan strategi utama perusahaan yang bersifat jangka panjang
- Mengembangkan tujuan dan strategi perusahaan yang bersifat jangka pendek
- Mengimplementasikan strategi yang telah dipilih dengan anggaran dan alokasi sumber daya
- Mengevaluasi keberhasilan dari strategi yang telah diimplementasikan

B. Perkembangan konsep manajemen strategis

Hunger danWheelan (Ismail, 2012:72-74), menjelaskan perkembangan konsep manajemen strategis melalui empat tahap sebagai berikut :

Perencanaan keuangan dasar: pada tahap ini manajer mulai membuat perencanaan yang serius terutama pada saat mereka diminta mengajukan anggaran yang serius untuk tahun berikutnya.

Perencanaan berbasis peramalan: karena pembuatan anggaran tahunan dianggap kurang berguna dalam menstimulasi perencanaan jangka panjang, maka para manajer selanjutnya berupaya untuk mengajukan rencana dalam waktu lima tahun mendatang.

Perencanaan strategis: frustrasi dengan situasi konflik politik di dalam perusahaan, sementara pada saat yang sama diperoleh suatu kenyataan bahwa rencana lima tahunan yang dibuat tidak berjalan efektif, maka manajemen puncak kemudian mengambil kendali terhadap proses perencanaan dengan memulai kegiatan perencanaan strategis.

Manajemen strategis: menyadari bahwa rencana strategis terbaikpun tidak akan berguna tanpa adanya input dan komitmen dari manajer di level yang lebih rendah, maka manajer puncak pada tahap selanjutnya membentuk kelompok perencanaan yang terdiri dari para manajer dan karyawan kunci pada berbagai jenjang manajemen yang berasal dari berbagai departemen dan kelompok kerja. Mereka mengembangkan dan mengintegrasikan serangkaian rencana strategis dengan tujuan mencapai tujuan utama perusahaan.

Konsep manajemen strategis memperoleh momentum keberhasilan sebagai model pengembangan strategi perusahaan di era tahun 1990-an di mana banyak perusahaan berskala besar merasakan manfaat dari penerapan manajemen strategis.

C. Proses manajemen strategies

Menurut Ismail (2012:70), proses manajemen strategies adalah sebuah proses yang menghasilkan berbagai keputusan dan tindakan strategis yang akan menunjang pencapaian tujuan perusahaan. Pada saat melakukan kegiatan manajemen strategik, para manajer perusahaan akan mengolah input yang di peroleh melalui evaluasi terhadap misi, tujuan, dan strategi yang di miliki perusahaan saat ini serta analisis terhadap lingkungan internal (melalui analisis ini, perusahaan dapat mengidentifikasi sejumlah peluang dan ancaman). Melalui pengolahan input tersebut, perusahaan akan dapat merumuskan misi dan visi perusahaan.

Menurut Kuncoro, (2006:13), proses manajemen strategies adalah suatu proses yang meliputi sejumlah tahapan yang saling berkaitan dan berurutan. Tahap utama dalam proses manajemen strategik umumnya mencakup analisis lingkungan, formulasi strategy, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

D. Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Dalam istilah pemberdayaan UMKM terdapat dua pengertian penting, yaitu pemberdayaan dan UMKM.

1. Pemberdayaan

Menurut Dubois dan Miley (1997) mengemukakan bahwa dasar-dasar pemberdayaan meliputi, antara lain:

- a. Pemberdayaan adalah proses kerja sama antara klien dan pelaksana kerja secara bersama-sama yang bersifat *mutual benefit*.
- b. Proses pemberdayaan memandang sistem klien sebagai komponen dan kemampuan yang memberikan jalan ke sumber penghasilan dan memberikan kesempatan.
- c. Klien harus merasa dirinya sebagai agen bebas yang dapat mempengaruhi.
- d. Kompetensi diperoleh atau di perbiki melalui pengalaman hidup, pengalaman khusus,yang kuat daripada keadaan yang menyatakan apa yang dilakukan.
- e. Pemberdayaan meliputi jalan ke sumber-sumber penghasilan dan kapasitas untuk menggunakan sumber-sumber pendapatan tersebut dengan cara efektif.
- f. Proses pemberdayaan adalah masalah yang dinamis, sinergis, pernah berubah, dan evolusioner yang selalu memiliki banyak solusi.
- g. Pemberdayaan adalah pencapaian melalui struktur-struktur parallel dari perseorangan dan perkembangan masyarakat (Gunawan Sumodiningrat dan Ari Wulandari, 2015: 19).

2. Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, kecil dan Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, diskusi atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha yang memenuhi kriteria sesuai dengan undang-undang, yaitu dalam undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Kriteria usaha menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yaitu :

1. Usaha Mikro

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

2. Usaha Kecil

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000.000 (lima puluh juta rupiah) Sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha

- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Usaha Menengah
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000.000 (lima puluh juta rupiah) Sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha : atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar juta rupiah).

Dalam buku Menuju ekonomi berdikari pemberdayaan UMKM dengan konsep OPOP-OVOP-OVOC Prof.Gunawan Sumodiningrat, M.Ec., Ph.D dan Ari Wulandari,S.S.,M.A.Hlm. 22. Menjelaskan UMKM yang dimaksud adalah UMKM yang menganggap setiap orang adalah “Badan Usaha”. Artinya setiap orang harus bekerja, memiliki usaha, menghasilkan produk yang dapat “ Dijual” untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Musa Hubeis (2009) mengelompokkan dua pemahaman mengenai UMKM yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Ukuran dari usaha atau jenis kewirausahaan pengembangan usaha UMKM diklasifikasikan atas dasar (1) *self employment* perorangan, (2) *self employment* kelompok, dan (3) industri rumah tangga yang berdasarkan jumlah tenaga kerja dan modal usaha. Tahap perkembangan usaha UMKM dapat dilihat dari aspek pertumbuhan menurut pendekatan efisien dan produktifitas, yaitu (1) tingkat *survival* menurut ukurannya (*self employment* perorangan hingga industri rumah tangga); (2) tingkat konsolidasi menurut penggunaan teknologi tradisional yang diikuti dengan kemampuan mengadopsi teknologi modern; serta (3) tingkat akumulasi menurut penggunaan teknologi modern yang diikuti dengan keterkaitannya dengan struktur ekonomi maupun industri.
2. Tingkat penggunaan teknologi dalam hal ini, UMKM terdiri atas UMKM yang menggunakan teknologi tradisional (yang nantinya akan meningkat menjadi teknologi modern dengan kecenderungan semakin menguatnya keterkaitan dengan struktur ekonomi, secara umum, dan stuktur industry, secara khusus. (Musa Hubeis, 2009)

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah manajemen strategi usaha mikro gerabah oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serang masih belum optimal. Hal ini mengacu kepada upaya-upaya pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serang yang masih bersifat *general* dan lebih kepada orientasi rutinitas kerja pemerintahan. Kondisi tersebut pada akhirnya menghambat proses pemberdayaan kepada perajin gerabah di Desa Bumi Jaya, yang diantaranya adalah :

Pertama, berdasarkan aspek pengetahuan, para perajin gerabah yang merupakan pelaku UMKM di Desa Bumi Jaya belum diketahui secara pasti tingkat pengetahuan mengenai teknik pembuatan gerabah yang dapat mendongkrak nilai jual gerabah di mata konsumen dan calon konsumen karena hingga saat ini produk yang dihasilkan masih berbentuk produk mentah. Dalam aspek ini juga pengetahuan akan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi masih belum berjalan meskipun sebagaimana diketahui bahwa pemanfaatan teknologi informasi telah secara luas berkembang di tengah masyarakat modern karena mempermudah proses dan alur pemasaran produk.

Kedua, berdasarkan aspek kemandirian, para perajin gerabah secara berangsur-angsur telah mampu untuk keluar dari ketergantungan dengan pihak lain, meskipun belum sepenuhnya karena masih harus bergantung dengan bantuan-bantuan yang diberikan oleh pemerintah dan pihak koperasi setempat. Dalam konteks ini juga para perajin belum mampu menyesuaikan opsi untuk bermigrasi dari tradisi yang ada dengan melakukan inovasi-inovasi produk gerabah agar memiliki nilai jual dan daya saing dengan produk sejenis sehingga menimbulkan keberdayaan.

Ketiga, berdasarkan aspek aktualisasi diri yang mengacu pada hasil penelitian, para perajin gerabah belum mampu mengaktualisasi diri dengan kemampuan melihat dan memanfaatkan peluang yang ada dalam proses produksi hingga pemasaran produk gerabah. Hal tersebut terlihat dari tidak adanya upaya untuk memberikan ide, gagasan dan pendapat kepada otoritas Pemerintah Daerah mengenai hal-hal apa saja yang dibutuhkan para perajin gerabah yang dapat memudahkan mereka kembali dalam sebuah keberdayaan seperti pada masa lampau.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Bryant, Coralie dan Louis G. White. 1984. *Manajemen Pembangunan Untuk Negara Berkembang*. Jakarta : LP3ES.

- Bungin, B. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta : Gadjah Mada University.
- DuBois, Brenda dan Karla Krogsrud Miley. 1997. *Social Work : An Empowering Profession*. Boston : Allyn and Bacon.
- Dwidjowito, Riant Nugroho dan Randy Wrihatnolo. 2007. *Manajemen Pemberdayaan. Sebuah Pengantar dan Panduan Untuk Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Hikmat, Harry. 2010. *Participatory Research Appraisal Dalam Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat*. Bandung : Muhaniora.
- Hubeis, Musa. 2009. *Prospek Usaha Kecil Dalam Wadah Inkubator Bisnis*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Ife, Jim. 1995. *Community Development Creating Community Alternatives. Vision, Analysis and Practice*. Australia : Longman.
- Kartasmita G. 1996. *Pembangunan Untuk Rakyat : Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*. Jakarta : PT. Pustaka Cidesindo.
- Maslow, Abraham. 2006. *On Dominance, Self Esteem and Self Actualization*. Ann Kaplan : Maurice Basset.
- Miles, M dan Michael, H. 1992. *Analisis Data Kualitatif : Buku Sumber Tantang Metode- Metode Baru*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. remaja Rosdakarya.
- Moses, Acquah. 2011. *Business Strategy and Competitive Advantage in Family Businesses in Ghana: the Role of Social Networking. Relationships*. Journal of Development Entrepreneurship Vol. 16 No.1. 103 – 126. Singapore: World Scientific.
- Onny S. Prijono dan A.M.W Pranarka. 1996. *Pemberdayaan : Konsep, Kebijakan dan Implementasi*. Jakarta : CSIS.