

STRATEGI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA DALAM PENGEMBANGAN BATIK KARAWANG DI KABUPATEN KARAWANG

Windi Herlina Rizkita dan H. Lukmanul Hakim, S.Ag, M.Si

ABSTRAK

Wacana pengembangan potensi dari berbagai daerah di Indonesia mengalami peningkatan seiring dengan adanya pola pengembangan budaya lokal. Salah satu diantaranya adalah pengembangan batik karawang. Batik Karawang merupakan salah satu batik yang memiliki sejarah dalam perkembangan batik Indonesia. Motif batik ini merupakan salah satu motif batik yang dicatat oleh penjajah Belanda. Motif batik ini memiliki nama motif Batik Tarawang (Batik Tarum Karawang) dan merupakan salah satu kain batik yang ikut dalam pameran batik Jawa yang dilakukan di negara Belanda pada tahun 1892. Batik Tarawang (Batik Tarum Karawang) ini adalah motif batik yang dibuat oleh seniman batik yang berasal dari keturunan bangsa Cina yang menetap di Indonesia. Dalam perkembangannya, ternyata harus diimbangi dengan adanya peran pemerintah dalam membuat strategi pengembangan batik karawang agar tetap eksis dan di kenal di dunia luar. Oleh karenanya peneliti ingin menegenetahui bagaimana strategi Dinas kebudayaan dan pariwisata dalam pengembangan batik di kabupaten Karawang. Adapun metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data di lakukan secara triangulasi (gabungan). Teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumen dan visual. Hasil penelitian dilapangan diketahui bahwa strategi Dinas kebudayaan dan pariwisata dalam pengembangan batik Karawang di kabupaten Karawang pada Fase Identifikasi masih belum maksimal, Fase Pengembangan sudah cukup baik, Fase Penyelesaian masih belum maksimal dan pada Fase Implementasi dan Evaluasi sudah cukup baik.

A. Latar Belakang Penelitian

Sejarah Pematikan di indonesia berkaitan erat dengan perkembangan kerajaan Majapahit, dan terus berkembang kepada kerajaan dan raja-raja berikutnya. Adapun mulai meluasnya kesenian batik ini menjadi milik rakyat Indonesia dan khususnya suku Jawa ialah setelah akhir abad ke-XVIII atau awal abad ke-XIX. Batik yang dihasilkan ialah batik tulis sampai awal abad ke-XX dan batik cap dikenal baru setelah perang dunia kesatu habis atau sekitar tahun 1920. Meskipun pematikan dikenal sejak jaman Majapahit namun perkembangan batik mulai menyebar didaerah Jawa Tengah Surakarta dan Yogyakarta, pada jaman kerajaan di daerah ini. Hal itu tampak bahwa perkembangan batik berikutnya lebih dipengaruhi corak batik solo dan yogyakarta. Kesenian batik adalah kesenian gambar di atas kain untuk pakaian yang menjadi salah satu kebudayaan keluarga raja-raja Indonesia zaman dulu, batik dikerjakan hanya terbatas dalam kraton saja dan hasilnya untuk pakaian raja dan keluarga serta para pengikutnya. Oleh karena banyak dari pengikut raja yang tinggal di luar kraton, maka kesenian batik ini

dibawa oleh mereka keluar kraton dan dikerjakan ditempatnya masing-masing. Lama-lama kesenian batik ini ditiru oleh rakyat terdekat dan selanjutnya meluas menjadi pekerjaan kaum wanita dalam rumah tangganya untuk mengisi waktu senggang. Selanjutnya, batik yang tadinya hanya pakaian keluarga kraton, kemudian menjadi pakaian rakyat yang digemari, baik wanita maupun pria. Bahan kain putih yang dipergunakan waktu itu adalah hasil tenunan sendiri. Sedang bahan-bahan pewarna yang dipakai terdiri dari tumbuh-tumbuhan asli Indonesia yang dibuat sendiri antara lain dari: pohon mengkudu, tinggi, sogi, nila, dan bahan sodanya dibuat dari soda abu, serta garamnya dibuat dari tanah lumpur. Kesenian batik ada di setiap daerah di Indonesia, dengan kata lain setiap daerah sebagian besar mempunyai batik khasnya sendiri, contohnya seperti :

1. Batik Solo yang mempunyai motif yang paling dikenal yaitu motif sido asih, ratu ratih, bokor kencana
2. Batik Jogja yang mempunyai motif batik yang paling populer yaitu motif kawung, truntum dan motif tambal
3. Batik Pekalongan adalah batik yang tipikalnya dari daerah pesisir yang kaya akan warna, bahkan dalam satu kain terdapat sekitar 10 warna sehingga terkesan atraktif namun tetap dinamis.

Batik Karawang merupakan salah satu batik yang memiliki sejarah dalam perkembangan batik Indonesia. Motif batik ini merupakan salah satu motif batik yang dicatat oleh penjajah Belanda. Motif batik ini memiliki nama motif Batik Tarawang (Batik Tarum Karawang) dan merupakan salah satu kain batik yang ikut dalam pameran batik Jawa yang dilakukan di negara Belanda pada tahun 1892. Batik Tarawang (Batik Tarum Karawang) ini adalah motif batik yang dibuat oleh seniman batik yang berasal dari keturunan bangsa Cina yang menetap di Indonesia. Pada masa tersebut motif batik ini dibuat oleh keluarga Tan Tjeng Kwat pada tahun 1860 selain itu juga keluarga ini juga membuat motif batik lainnya. Batik Tarawang (Batik Tarum Karawang) sendiri merupakan salah satu motif batik yang di produksi oleh Nyonya Vinea Hegen yang juga dikenal sebagai istri dari seorang pelukis terkenal di Indonesia yaitu Raden Saleh. Pada tahun 1931 motif Batik Tarawang (Batik Tarum Karawang) ini pernah menjadi koleksi yang dipamerkan juga di negara Belanda. Batik yang menjadi koleksi ini lah yang kemudian dikembangkan lebih lanjut sebagai motif baju batik khas dari kota Karawang ini. Dalam mengembangkan motif batik khas dari kota Karawang ini para seniman batik melakukan pengembangan pada bentuk ragam hias dasar dengan memberikan bentuk motif batik yang sesuai dengan lambang masyarakat yang ada saat ini dan juga mengangkat kebudayaan lokal dari masyarakat daerah tersebut. Lokasi daerah Karawang yang memiliki daerah daratan, daerah lautan dan juga pegunungan ini menjadi ragam jenis motif batik yang berkembang di daerah ini. Motif batik dengan tema keindahan alam memang banyak dijadikan sebagai pola dan juga motif pada kain batik dari berbagai macam daerah. Hal ini juga terjadi di daerah karawang yang memiliki keindahan alam yang luar biasa. Dengan ciri dari alam sekitar mereka dan juga kondisi alam yang khas dari tiap daerah membuat motif baju batik dari daerah Karawang ini juga memiliki ciri khas tersendiri dalam motif batik yang mereka buat. Pola batik khas dari Karawang ini telah berkembang dan menjadi motif batik dengan tema modern yang disukai oleh lebih banyak lagi masyarakat luas.

Motif batik Karawang (Batik Tarum Karawang) mencapai 30 motif tapi yang favorit hanya empat motif, yaitu :

1. Motif panen raya
2. Motif Citarum

3. Motif Cigentis
4. Motif Sagedeng.

Dasar Acuan yaitu yang menjadi dasar acuan adalah Batik Tarawang (Batik Tarum Karawang) yang dikoleksi Mooyen digunakan sebagai alas meja peribadatan dengan ragam hias bunga Tarum.

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa Kabupaten Karawang mempunyai Batik asli Karawang dari tahun 1860, sudah cukup lama tetapi sampai saat ini masih banyak yang tidak mengetahui bahwa Kabupaten Karawang mempunyai Batik asli dari Karawang, bahkan masyarakat asli Karawang pun masih ada yang belum mengetahuinya. Banyak faktor yang menyebabkan Batik Karawang kurang dikenal, karena kurangnya promosi yang dilakukan pemerintah kepada masyarakat, dan kurangnya pengetahuan mengenai budaya kepada masyarakat. Batik Karawang masih kalah pamor dibandingkan batik-batik khas daerah lain di Jawa Barat. Batik Karawang dapat populer seperti batik-batik Indonesia yang lain.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, peneliti merumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana identifikasi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Karawang dalam pengembangan batik Karawang?
2. Bagaimana upaya pengembangan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Karawang dalam pengembangan batik Karawang?
3. Bagaimana penyelesaian masalah yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Karawang dalam pengembangan batik Karawang?
4. Bagaimana implementasi dan evaluasi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Karawang dalam pengembangan batik Karawang?

C. Metodologi Penelitian

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data di lakukan secara triangulasi (gabungan). Moleong (2011:6) Metode kualitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Moleong (2011:330) triangulasi (gabungan) teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini dengan pembahasan tentang bagaimana strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Karawang dalam Pengembangan Batik Karawang.

Sumber Data

Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder (Sugiyono, 2011:308).

- a. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari informan dan responde melalui wawancara dan observasi yang berisi pertanyaan-pertanyaan tentang Strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam Pengembangan Batik Karawang di Kabupaten Karawang.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari buku literature, dokumentasi internet dan catatan perkuliahan yang ada hubungannya dengan permasalahan yang akan dibahas tentang Strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam Pengembangan Batik Karawang di Kabupaten Karawang.

Teknik Pengumpulan Data

Prosedur penelitian dalam pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti guna mendapatkan data dan informasi meliputi :

1. Observasi

Observasi menurut Nasution (dalam Sugiyono, 2011:309) merupakan dasar semua ilmu pengetahuan, para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Menurut Marshall (dalam Sugiyono, 2011:309) melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut.

2. Wawancara

Wawancara menurut Lexi Moleong (2014:186) adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara yang akan peneliti lakukan yaitu dengan cara *face to face interview* (wawancara berhadap-hadapan) dengan informan yang dianggap dapat memenuhi kebutuhan informasi dan data peneliti dalam melakukan penelitian mengenai fenomena yang peneliti kaji.

3. Studi dokumen dan visual

Peneliti mengumpulkan dokumen – dokumen yang bisa saja berupa dokumen publik yaitu berupa bahan tertulis (seperti koran, makalah, laporan kantor). Sebagai tambahan peneliti juga menambahkan data berupa materi audio dan visual. Data ini berupa hasil rekaman, film, dan foto-foto bersama aparatur Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan masyarakat setempat saat peneliti melakukan penelitian di lokasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang.

D. Kerangka Pemikiran

1. Pengertian Strategi

Definisi strategi pertama yang dikemukakan oleh Jauch & Glueck (dalam Akdon, 2011:13) menyebutkan bahwa Strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi organisasi dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama organisasi dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Kemudian strategi menurut Salusu (2006:101) yaitu suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan. Pada dasarnya strategi itu sangat penting oleh setiap eksekutif, manajer, kepala

atau ketua, direktur, pejabat senior dan junior, pejabat tinggi, menengah dan rendah. Hal ini harus dihayati karena strategi dilaksanakan oleh setiap orang pada setiap tingkat. Ada 4 fase yang perlu ditempuh dalam keputusan pembuatan strategi (Salusu, 1996:272)

1. Fase Identifikasi, mencakup beberapa hal penting, yaitu seseorang harus memiliki kesadaran akan perlunya keputusan. Ia juga perlu menyadari perlunya suatu proses yang ditempuh untuk tiba pada suatu keputusan yang baik, pada intinya langkah-langkah penting dalam identifikasi yaitu evaluasi terhadap kinerja organisasi sekarang, evaluasi tujuan, sasaran organisasi dan perumusan masalah, serta perancangan Strategi yang baik. Perancangan strategi yang baik dan berhasil adalah tercapainya sasaran dan tujuan organisasi dengan baik, dimana sasaran dan tujuan ini disesuaikan dengan masalah yang terjadi pada masyarakat saat ini. Setelah ditemukan adanya masalah pada masyarakat itu, barulah diadakan rapat untuk merancang strategi dan akhirnya memutuskan strategi yang merupakan hasil dari rapat tersebut.
2. Fase Pengembangan merupakan fase mengenai faktor-faktor apa saja yang berpengaruh dalam lingkungan internal kemudian memilih faktor-faktor stratejik berupa kekuatan dan kelemahan organisasi. Dan faktor-faktor apa saja yang berpengaruh dalam lingkungan eksternal dan kemudian memilih faktor-faktor stratejik berupa peluang dan ancaman-ancaman atau tantangan, dengan kata lain menganalisis SWOT.
3. Fase Penyelesaian meliputi peninjauan ulang tujuan dan sasaran jika dianggap perlu, perumusan alternatif-alternatif strategi penetapan alternatif terpilih berdasar prioritas, dan pengesahan atas alternatif terpilih.
4. Fase Implementasi dan Evaluasi merupakan bagian penting dalam proses merancang atau membuat strategi, Fase ini dilihat sebagai bagian integral dari proses pengambilan keputusan strategi dengan pertimbangan bahwa suatu keputusan strategi baru mempunyai arti bagi organisasi apabila dilaksanakan dengan baik. Dari fase inilah kita dapat melihat bagaimana baik buruknya atau berhasil tidaknya suatu strategi itu berlangsung, pelaksanaan program dan hasil dari program tersebut yang akan dijadikan nilai pertimbangan dalam fase Implementasi dan Evaluasi.

2. Konsep Strategi

Menurut Salusu dalam bukunya pengambilan keputusan stratejik (1996:6), konsep-konsep strategi selalu memberi perhatian serius terhadap perumusan tujuan dan sasaran organisasi, faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahannya, serta peluang-peluang dan tantangan yang senantiasa dihadapi oleh setiap organisasi. Analisis mengenai faktor-faktor ini sangat berguna dalam merumuskan alternatif-alternatif yang akan memudahkan para pengambil keputusan tertinggi dalam setiap organisasi memilih alternatif terbaik. Pilihan atas alternatif terbaik ini biasanya dilakukan setelah memperhitungkan konsekuensi-konsekuensi yang akan timbul apabila suatu alternatif dipilih dan dilaksanakan.

Dalam setiap alternatif itu diperhitungkan pula sejauh mana kadar kompetitif masing-masing yang menguntungkan. Masalah kompetisi ini menjadi pusat perhatian dari banyak penulis. Bahkan Hatten dan Hatten (1998) menegaskan bahwa intisari dari konsep strategi dapat diringkaskan dalam dua istilah, yaitu kompetisi distinktif (*distinctive competence*) dan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*), atau ada juga yang menyebutnya keunggulan daya asing yang artinya “garaplah apa yang paling baik anda lakukan sesuai kemampuan anda dan laksanakan!” sementara itu, ”pilihlah pasar dimana anda bisa mengalahkan kompetitor anda,

dan hindari mereka.” Tanpa keunggulan kompetitif, katanya, tidak ada kemampuan untuk mendapatkan keuntungan ekonomis yang sungguh-sungguh.

Konsep-konsep strategi itulah yang menjadi tulang punggung dari manajemen strategi, keputusan strategi, dan perencanaan strategi. Oleh sebab itu, tidak dapat dihindari bahwa dimensi-dimensi utama dalam konsep manajemen strategi, keputusan strategi, dan perencanaan strategi, saling berkaitan satu dengan yang lain, saling jalin menjalin sehingga apabila seseorang hendak berbicara tentang keputusan strategi, ia tidak dapat menghindari pembahasan tentang prinsip-prinsip utama dalam manajemen strategi dan perencanaan strategi.

Apabila pengambilan keputusan dan perencanaan merupakan fungsi dari manajemen, begitu pula peranan pengambilan keputusan strategi dan perencanaan strategi terhadap manajemen strategi. Manajemen strategi pertama-tama bertugas membuat keputusan strategi yang menetapkan tujuan dan sasaran, kemudian menetapkan apa yang seharusnya dan sebaiknya dilakukan mengenai masa depan, lalu menentukan siapa yang akan melakukan pekerjaan itu dan bagaimana tugas itu harus dilaksanakan. Sementara itu, ia memantau dan menggerakkan aktivitas operasional dari semua pihak yang bertanggung jawab dan yang terlibat dalam mencapai tujuan dan sasaran organisasi. Singkatnya, manajemen strategi berfungsi membuat keputusan strategi, menyusun perencanaan strategi, lalu mengevaluasi dan mengontrol.

3. Pengertian Strategi Pengembangan

Secara konseptual strategi pengembangan dalam konteks agropolitan adalah upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi lingkungan kawasan baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan dan kondisi lingkungan eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan. Analisis lingkungan internal merupakan suatu proses untuk menilai faktor-faktor keunggulan strategis perusahaan/organisasi untuk menentukan dimana letak kekuatan dan kelemahannya, sehingga penyusunan strategi dapat dimanfaatkan secara efektif, kesempatan lingkungan dan menghadapi hambatannya, mengembangkan profil sumber daya dan keunggulan, membandingkan profil tersebut dengan kunci sukses, dan mengidentifikasi kekuatan utama dimana industri dapat membangun strategi untuk mengeksplorasi peluang dan meminimalkan kelemahan dan mencegah kegagalan.

Kondisi lingkungan eksternal yang tidak pasti mengharuskan perusahaan/organisasi menyusun strategi yang tepat terhadap pengembangan investasi bisnis karena lingkungan eksternal tersebut sebagian besar tidak dapat dikendalikan. Reksohadiprojo (1982), menganjurkan langkah-langkah yang perlu diambil untuk memperkirakan peluang serta ancaman lingkungan eksternal dengan mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan, mengamati perubahan secara global lingkungan tersebut dan memperkirakan dampak kumulatif terhadap karakteristik industri.

- Penentuan Alternatif Strategi

Glueck dkk dalam LAN-RI (2008) mengemukakan ada empat strategi utama, yaitu langkah yang dilakukan setelah menganalisa proses kondisi lingkungan internal dan eksternal adalah menetapkan strategi yang sesuai, antara lain:

a. *Stability Strategy*. Industri yang menggunakan strategi stabilitas dapat melanjutkan strategi yang sebelumnya dapat dikerjakan. Keputusan strategi utama difokuskan pada penambahan

perbaikan terhadap pelaksanaan fungsinya, alasannya karena industri atau perusahaan telah berhasil dalam taraf kedewasaan, lingkungan relative stabil, tidak terlalu berisiko.

b. *Retrenchment Strategy*. Strategi pengurangan pada umumnya digunakan untuk mengurangi produk pasar, alasannya karena industri atau perusahaan tidak berjalan dengan baik, lingkungan semakin mengancam, mendapat tekanan dari konsumen sehingga peluang tidak dimanfaatkan dengan baik.

c. *Growth Strategy*. Strategi pertumbuhan banyak dipertimbangkan untuk dapat diterapkan pada industry dengan pertimbangan bahwa keberhasilan industry adalah industry yang selalu terus berkembang. Strategi pertumbuhan melalui ekspansi dengan memperluas daerah pemasaran dan penjualan produk atau dapat berupa diversifikasi produk.

d. *Combination Strategy*. Strategi ini tepat digunakan bila industry banyak menghadapi perubahan lingkungan dengan kecepatan yang tidak sama, tidak mempunyai potensi masa depan yang sama serta mempunyai arus kas negative.

4. Batik sebagai Budaya yang berkembang dengan baik

4.1. Pengertian Budaya Batik

Batik adalah satu diantara karya seni serta budaya Indonesia yang selalu dilestarikan dengan cara turun temurun. Yang dilestarikan bukan sekedar product pada akhirnya, yakni batik, namun sistem pelaksanaan dan arti dari motif batik juga diwariskan dengan cara turun temurun. Kata batik, di ambil dari bhs Jawa, yakni dari kata 'tik' yang bermakna titik. 'Tik' juga mempunyai makna matik, yakni kata kerja yang berarti bikin titik. Dari kata itu berkembanglah arti 'batik' yang di kenal sampai saat ini. Jadi batik adalah kain bergambar yang membuatnya dikerjakan dengan cara spesial lewat cara menuliskan atau menerakan malam (lilin) pada kain itu. Kemudian, pemrosesan setelah itu diolah lewat cara spesifik. Beberapa cara itu yang bikin semasing motif batik mempunyai kekhasannya semasing.

- **Tanda-tanda/Ciri Batik**

Batik bisa dibagi jadi dua, yakni batik tradisional serta batik modern. Semasing batik ini mempunyai ciri khasnya semasing. Berikut ini, yaitu tanda-tanda dari batik tradisional serta batik moderen yang dapat kita pakai untuk membedakan ke 2 batik itu.

Tabel 2.1 Tanda atau ciri motif batik

No	Motif Batik Tradisional	Motif Batik Modern
1.	Coraknya mempunyai makna simbolik.	Coraknya tak mempunyai makna simbolik spesifik
2.	Macam hias motif ular, pagoda, geometris, serta barong.	Macam hias tumbuhan, rangkaian bunga, dan lain-lain
3.	Warna condong gelap (warna hitam, coklat kehitaman, serta putih).	Warna condong bebas (warna biru, merah, ungu, dan lain-lain.)
4.	Motif batik ciri khas daerah asal.	Motif batik tak mempunyai ciri khas daerah asal

Sumber : m.forum.detik.com

- **Jenis-jenis Teknik Batik**

Berdasar pada tehnik langkah membuatnya, batik bisa dibagi jadi tiga (3) tipe, yakni :

1. Tehnik Batik Cap

Yang pertama yaitu tehnik batik cap. Sesuai sama namanya, tehnik ini dikerjakan lewat cara pengecapan. Jadi, kain-kain yang bakal diberikan motif batik dibuat dari cap yang terbuat dari tembaga. Sistem pelaksanaan dengan tehnik ini dapat mengonsumsi saat hingga 2-3 hari.

2. Tehnik Batik Lukis

Tehnik yang ke-2 yaitu tehnik batik lukis. Tehnik ini dikerjakan lewat cara segera menggambarkan motif batik pada kain putih yang bakal kita untuk jadikan kain batik.

3. Tehnik Batik Tulis

Tehnik yang paling akhir ada tehnik batik catat. Tehnik ini adalah tehnik lewat cara pelaksanaan yang paling lama dibanding dengan dua tehnik terlebih dulu.

- **Batik Disadari oleh UNESCO**

Sebagai satu diantara warisan budaya yang perlu dilestarikan, batik nyatanya dengan cara resmi sudah diputuskan oleh UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) sebagai Organisasi Pendidikan, Keilmuan, serta Kebudayaan dari PBB, sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan serta Nonbendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) mulai sejak tanggal 2 Oktober th. 2009. Mulai sejak tahun itu, tanggal 2 Oktober jadikan sebagai hari Batik Nasional. Pada hari itu, orang-orang di Indonesia merayakan peristiwa disahkannya batik sebagai warisan budaya asli Indonesia lewat cara memakai batik terbaiknya. Langkah tersebut, walau simpel serta sederhana, jadi tindakan nyata orang-orang Indonesia untuk melestarikan serta memopulerkan motif batik Indonesia.

E. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Strategi Pengembangan Batik Karawang dalam Fase Identifikasi

Identifikasi mencakup beberapa hal penting, yaitu seseorang harus memiliki kesadaran akan perlunya keputusan. Ia juga perlu menyadari perlunya suatu proses yang ditempuh untuk tiba pada suatu keputusan yang baik, pada intinya langkah-langkah penting dalam identifikasi yaitu evaluasi terhadap kinerja organisasi sekarang, evaluasi tujuan, sasaran organisasi dan perumusan masalah, serta perancangan Strategi yang baik. Perancangan strategi yang baik dan berhasil adalah tercapainya sasaran dan tujuan organisasi dengan baik, dimana sasaran dan tujuan ini disesuaikan dengan masalah yang terjadi pada masyarakat saat ini. Setelah ditemukan adanya masalah pada masyarakat itu, barulah diadakan rapat untuk merancang strategi dan akhirnya memutuskan strategi yang merupakan hasil dari rapat tersebut.

Pada saat ini Karawang sedang mengalami masalah dibidang kebudayaan, seperti yang kita ketahui bahwa kebudayaan kurang menjadi perhatian di Kabupaten Karawang, yang sering dilupakan adalah Kebudayaan Batik Karawang. Batik Karawang dianggap hal yang tidak terlalu berpengaruh bagi daerah tetapi jika lebih dikekola dengan baik maka Batik Karawang akan lebih berkembang dari sebelumnya. Disini perlu perancangan strategi untuk pengembangan Batik Karawang agar Batik Karawang dapat lebih menarik perhatian masyarakat lokal maupun luar.

Masalah mengenai pengembangan Batik Karawang cukup serius jika dibiarkan begitu saja, Pemerintah Daerah merancang strategi yang berisi solusi dari masalah yang terjadi pada masyarakat. Pegawai Dinas melaksanakan dengan semaksimal mungkin sesuai tugasnya masing-masing yang diawali dengan rapat mengenai pembahasan tugas yang harus dikerjakan oleh pegawai.

Berdasarkan wawancara tersebut yang didasarkan pada dimensi Identifikasi dapat dianalisa bahwa kinerja pegawai cukup baik, walaupun masih terdapat kesalahan sehingga tidak semua masyarakat merasa puas dengan hasil dari program maupun kegiatan yang sudah berlangsung. Masih perlu diadakan perancangan strategi yang lebih baik dan kerjasama dengan pegawai Dinas agar dapat mencapai semua sasaran dan tujuan yang tepat.

2. Strategi Pengembangan Batik Karawang dalam Fase Pengembangan

Pengembangan merupakan fase mengenai faktor-faktor apa saja yang berpengaruh dalam lingkungan internal kemudian memilih faktor-faktor strategik berupa kekuatan dan kelemahan organisasi. Dan faktor-faktor apa saja yang berpengaruh dalam lingkungan eksternal dan kemudian memilih faktor-faktor strategik berupa peluang dan ancaman-ancaman atau tantangan, dengan kata lain menganalisis SWOT (Salusu, 1996:281). Dalam fase ini dapat diketahui bahwa Kabupaten Karawang mempunyai beberapa kekuatan, kelemahan, ancaman dan tantangan dalam upaya pengembangan kebudayaan Batik Karawang. Seperti yang dijelaskan Ibu Neni Martini selaku Budayawati yang mempunyai jabatan sebagai Kasi. Pengembangan Kreativitas di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Karawang, menurut beliau : “Seperti yang sudah kita ketahui bersama bahwa Karawang mempunyai Kebudayaan Batik sendiri, tetapi timbul ancaman yaitu tersingkirnya kebudayaan ini dengan kebudayaan luar yang menurut para remaja sekarang itu lebih kekinian.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat kita ketahui bahwa ada beberapa kelemahan dari Batik Karawang, salah satunya yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai Batik Karawang, tetapi kelemahan ini akan terus diatasi dengan mengadakan sosialisasi yang lebih rutin dan promosi yang lebih banyak mengenai Batik Karawang, adapun kekuatan Batik Karawang adalah bahwa Batik Karawang akan menjadi *icon* ciri khas daerah Kabupaten Karawang dan diyakini akan mampu bersaing di pasar nasional sehingga dapat meningkatkan nilai ekonomi di Kabupaten Karawang. Masuknya kebudayaan asing ke Indonesia sangat berpengaruh kepada masyarakat Kabupaten Karawang, banyak sekali acara televisi yang menyiarkan program luar negeri dengan mengenalkan kebudayaannya, sehingga menimbulkan ketertarikan kepada budaya asing terutama di kalangan remaja, dan serbuan textile import dari luar negeri terutama dari Tiongkok yang mempunyai harga murah dengan kualitas yang cukup baik membuat produksi Batik Karawang menurun bahkan kalah pamor di daerahnya sendiri, hal ini menjadi ancaman bagi Kebudayaan Batik Karawang, tetapi sesuai dengan hasil wawancara dengan beberapa narasumber kebudayaan Batik Karawang juga sangat berpeluang menembus pasar nasional dan akan lebih diminati jika kedepannya Pemerintah daerah terus-menerus meningkatkan kinerjanya dalam perancangan strategi yang lebih maksimal. Berdasarkan hasil wawancara dan obsevasi di atas maka dikatakan Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam pengembangan Batik Karawang pada fase pengembangan sudah cukup baik.

3. Strategi Pengembangan Batik Karawang dalam Fase Penyelesaian

Fase penyelesaian meliputi peninjauan ulang tujuan dan sasaran jika dianggap perlu, perumusan alternatif-alternatif strategi penetapan alternatif terpilih berdasar prioritas, dan pengesahan atas alternatif terpilih. Pemerintah Daerah mengadakan rapat mengenai perancangan strategi untuk pengembangan Batik Karawang, hasil dari rapat tersebut berupa program ataupun kegiatan hasil keputusan persetujuan dalam rapat tersebut, dimana hasil rapat yang berupa program ataupun kegiatan ini sesuai dengan masalah yang terjadi di masyarakat mengenai Batik Karawang. Fase penyelesaian ini dilakukan untuk lebih memantapkan strategi dari hasil rapat para pegawai Pemerintah Daerah, jika strategi ini sudah dianggap baik baru program ataupun kegiatan tersebut dapat dijalankan.

Berdasarkan wawancara dengan informan, peneliti dapat menganalisa bahwa dalam Fase Penyelesaian ini Pemerintah Daerah sudah benar-benar merancang strategi yang disesuaikan dengan masalah yang terjadi di masyarakat pada saat ini. Keputusan dari rapat menghasilkan program ataupun kegiatan yang sudah dipertimbangkan dengan matang. Apabila ada halangan ataupun kesalahan dari keputusan hasil rapat itu, maka Pemerintah Daerah akan mengadakan rapat kembali untuk merancang strategi yang lebih baik lagi sehingga tidak ada kesalahan yang sama yang terjadi. Setelah keputusan itu sudah dianggap optimal barulah Pemerintah akan menerapkannya kepada masyarakat lagi. Dan dari pihak masyarakat masih terdapat keluhan dalam Fase penyelesaian ini, karena sasaran dan tujuannya belum semua tercapai jadi dapat dikatakan Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Pengembangan Batik Karawang dalam Fase Penyelesaian belum maksimal.

4. Strategi Pengembangan Batik Karawang dalam Fase Implementasi dan Evaluasi

Fase Implementasi dan Evaluasi merupakan bagian penting dalam proses merancang atau membuat strategi, Fase ini dilihat sebagai bagian integral dari proses pengambilan keputusan strategi dengan pertimbangan bahwa suatu keputusan strategi baru mempunyai arti bagi organisasi apabila dilaksanakan dengan baik. Dari fase inilah kita dapat melihat bagaimana baik buruknya atau berhasil tidaknya suatu strategi itu berlangsung, pelaksanaan program dan hasil dari program tersebut yang akan dijadikan nilai pertimbangan dalam fase Implementasi dan Evaluasi.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dapat menganalisa bahwa program ataupun kegiatan yang sudah berjalan dilakukan dengan baik oleh pemerintah, walaupun masih ada beberapa tujuan yang belum tercapai sehingga perlunya perancangan strategi yang baru untuk memperbaiki kesalahan sebelumnya, tapi sejauh ini sebagian masyarakat menanggapinya dengan baik, bahkan ada yang meraih keuntungan dari program Batik Karawang ini karena bekerjasama dengan Pemerintah Daerah. Untuk kedepannya Pemerintah Daerah akan merancang strategi yang lebih baik lagi karena disadari bahwa kebudayaan asing sudah mempengaruhi masyarakat Indonesia tidak terkecuali masyarakat Karawang, jadi Pemerintah Daerah perlu lebih memperhatikan kebudayaan daerahnya agar dapat dilihat dan diakui oleh masyarakat.

F. Simpulan dan saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Pengembangan Batik Karawang di Kabupaten Karawang pada Fase Identifikasi dapat dikatakan kurang maksimal, walaupun kinerja para pegawai di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Karawang melakukan pekerjaan sesuai dengan tugasnya masing-masing dengan cukup baik, tetapi perancangan strategi belum berhasil dikarenakan tujuan dan sasaran organisasi masih belum terlaksana dengan baik.
2. Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Pengembangan Batik Karawang di Kabupaten Karawang pada Fase Pengembangan dapat dikatakan sudah cukup baik, beberapa tahun kebelakang ini pemerintah sudah menganalisis apa saja faktor-faktor eksternal maupun internal. Pemerintah juga telah menganalisis peluang, apabila Batik Karawang lebih dikenal maka nilai ekonomi produk Batik Karawang akan semakin meningkat.
3. Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Pengembangan Batik Karawang di Kabupaten Karawang pada Fase Penyelesaian masih belum maksimal, karena tujuan dan sasaran organisasi belum semua tercapai, meskipun Pemerintah Daerah rutin mengadakan rapat yang menghasilkan alternatif-alternatif solusi dari permasalahan yang terjadi di masyarakat kemudian dijadikan program ataupun kegiatan yang sesuai dengan masalah tersebut, tetapi masih ada saja kekurangan dan hambatan yang membuat tujuan dan sasaran belum terpenuhi dengan maksimal.
4. Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Pengembangan Batik Karawang di Kabupaten Karawang pada Fase Implementasi dan Evaluasi bisa dikatakan cukup baik, walaupun belum semua tujuan dan sasaran organisasi tercapai tetapi dalam kegiatan yang sudah dilakukan mendapatkan hasil yang cukup baik dengan *respond* yang baik pula dari masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Arikunto, Suharsimin. 2010. *Prosedur Penelitian suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Fahmi, Irham, 1997. *Manajemen Strategis* : Bandung, Alfabeta
- Koentjaraningrat. 1997. *Manusia dan Kebudayaan Indonesia*, Jakarta: Djambatan
- L, Siany dan Atiek Catur B. 2012. *Khasanah Antropologi*, : Pusat Pemerintahan
- Michael E. Porter. 2007. *Strategi bersaing*. Tangerang: Kharisma publishing group
- Moleong, Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung; PT Remaja Rosdakarya.
- Ndraha, Taliziduhu. 2011. *Kybernology jilid 1*. Jakarta: Rineka Cipta
- Salusu, J. 1996. *Pengambilan Keputusan Stratejik*. Jakarta: PT. Grasindo
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: CV Alfabeta
- W. Creswell, John. 2009. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Edisi Ketiga. Terjemahan Achmad Fawaid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

- Republik Indonesia 1945. Undang-undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang *Cagar Budaya UU-BCB*
- Republik Indonesia 1945. Undang-undang Nomor 5 Tahun 1992 tentang *Benda Cagar Budaya*

SUMBER LAIN

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Karawang “Sejarah singkat lahirnya Kabupaten Karawang” (*online*) <http://www.karawangkab.go.id/sekilas/sejarah-karawang>

Keputusan Bupati Karawang nomor : 431/Kep. 422-Huk/2016 tentang *Penetapan Batik Karawang*

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Karawang “Peta Karawang” (*online*) <http://www.karawangkab.go.id/dokumen/peta-karawang>