

**PERAN PEMERINTAH DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP  
PERAHU PINISI DI KABUPATEN BULUKUMBA**

**SKRIPSI**

**A. RINI PURNAMASARI**

**Nomor Stambuk: 105610486914**



**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NEGARA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**2019**

**PERAN PEMERINTAH DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP  
PERAHU PINISI DI KABUPATEN BULUKUMBA**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat Memeperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Administrasi Negara**

**Disusun Dan Diajukan Oleh:**

**A. RINI PURNAMASARI  
Nomor Stambuk: 105610486914**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NEGARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**2019**

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi** : Peran Pemerintah Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perahu Pinisi Di Kabupaten Bulukumba

**Nama Mahasiswa** : A. Rini Purnamasari

**Nomor Stambuk** : 105610486914

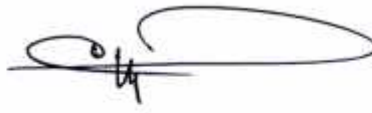
**Program Studi** : Ilmu Administrasi Negara

**Menyetujui :**

**Pembimbing I**

  
Drs. Alimuddin Said, M.Pd

**Pembimbing II**

  
Nasrul Haq, S.Sos., MPA

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Unismuh Makassar**

  
Dr. Irvani Malik, S.Sos., M.Si  
NBM: 730727

**Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Negara Fisipol Unismuh Makassar**

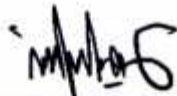
  
Nasrul Haq, S.Sos., MPA  
NBM : 1067463

## PENERIMAAN TIM

Telah diterima oleh TIM penguji skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, berdasarkan surat keputusan/ undangan menguji ujian skripsi Dekan Fisipol Universitas Muhammadiyah Makassar, Nomor: 0005/FSP/A.3-VIII/I/40/2019, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ( S.1 ) dalam program studi Ilmu Administrasi Negara di Universitas Muhammadiyah Makassar pada hari Sabtu tanggal 26 Januari 2019.

## TIM PENILAI

**Ketua**



**Dr. Ihyani Malik, S.Sos., M.Si.**

**Sekretaris**



**Dr. Burhanuddin, S.Sos., M.Si**

## Penguji

1. Dr. H. Mappamiring, M.Si (ketua)
2. Dr. Hj. Budi Setiawati, M.Si
3. Drs. Alimuddin Said, M.Pd
4. Dr. Muhammad Tahir, M.Si



## **PERSYARATAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : A. Rini Purnamasari  
Nomor Stambuk : 105610486914  
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara

Menyatakan bahwa benar karya ilmiah ini adalah penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain atau lebih ditulis/dipublikasikan orang lain atau melakukan plagiat. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai aturan yang berlaku.

Makassar, Januari 2019

Yang Mengetahui,



A. Rini Purnamasari

## **ABSTRAK**

### **A. RINI PURNAMASARI, Peran Pemerintah dan Strategi Pemasaran Terhadap Perahu Pinisi di Kabupaten Bulukumba (Dibimbing Oleh Alimuddin Said dan Nasrul Haq)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran pemerintah dan strategi pemasaran Perahu Pinisi di Kab. Bulukumba. Peran pemerintah berkaitan dengan pemberdayaan yaitu mengarahkan masyarakat menciptakan kesejahteraan pada kemandirian dan memperbaiki material secara adil dan merata. Maka dari itu, dengan adanya peran pemerintah yang secara langsung optimal dan mendalam untuk membangun masyarakat. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dimana data yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun informan dalam penelitian ini sebanyak tujuh orang diantaranya kepala dinas pariwisata Kab. Bulukumba, bidang pemasaran, pengusaha perahu pinisi dan pengrajin Perahu Pinisi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran pemerintah dalam pemasaran Perahu Pinisi di Kabupaten Bulukumba yakni membuat rancangan Peraturan Daerah (Ranperda) tentang Pelestarian Pinisi Bulukumba dan memberikan izin pengadaan event, peningkatan motivasi dengan memberikan bonus gaji/upah jika target yang diberikan kepada karyawan dan pekerja dapat tercapai, serta memberikan perhatian besar pada kelompok Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Selain itu strategi pemasaran lainnya yang dilakukan seperti memasarkan Perahu Pinisi melalui media online, memasang periklanan, miniature dan mendistribusikan Perahu Pinisi dengan sasaran semua pihak yang bias terlibat dalam proses jual beli.

**Kata Kunci** : Peran Pemerintah, Strategi Pemasaran, Perahu Pinisi

## **KATA PENGANTAR**

Penulis mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas Limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Peran Pemerintah dan Strategi Pemasaran Terhadap Perahu Pinisi di Kabupaten Bulukumba" dirampungkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan akademis guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Negara pada Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan, petunjuk, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kepada segenap pihak yang telah membantu, penulis merasa sangat bersyukur dan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dengan rasa yang penuh hormat penulis ucapkan banyak-banyak terimah kasih kepada Bapak Drs. Alimuddin Said, M.Pd selaku pembimbing I dan kepada Bapak Nasrul Haq, S.Sos., MPA selaku pembimbing II penulis yang dengan penuh kebesaran dan kesabaran hati telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan yang diharapkan.
2. Ucapan terimah kasih tak lupa penulis ucapkan kepada Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar beserta jajarannya Ibu Dr. Ihyani Malik, S.Sos., M.Si

3. Bapak Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Negara bapak Nasrul Haq, S.Sos., MPA dan Ibu Nurbiah Tahir, S.Sos., M.AP
4. Seluruh Dosen dan staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang banyak memberikan solusi dalam setiap kesulitan dan telah mendidik selama perkuliahan berlangsung.
5. Secara istimewa, penghargaan dan ucapan terimakasih yang tulus dan suci kepada Ayahanda Andi Muh.Yusuf dan Ibunda tercinta Andi Yuliaty yang telah menjadi pelita bagi kehidupan penulis dan senantiasa merestui langkah penulis dengan doa, kasih sayang dan materi serta petunjuk untuk menyadarkan penulis pada semua esensi usaha.
6. Saudara-saudariku Andi Yusran Rudi Ashari dan Andi Nurul Yusufiana atas bantuan, doa dan dorongannya sehingga penulis dapat sukses dalam menempuh pendidikan.
7. Bapak Muh. Ali Saleng, SH,M.Si selaku Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba beserta jajarannya yang tak bisa penulis sebut satu per satu telah menerima dan membantu penulis dalam penelitian ini.
8. Sahabat-sahabatku : Multasima, Mutmainna, Jumarni, Wiwi, Fitri, Siska, Tina, Irma, Narti, Kak Ria, Wawan Kurniawan dan teman-teman kelas B Jurusan Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2014 Universitas Muhammadiyah Makassar, penulis ucapkan terima kasih telah memberi ruang dan waktu untuk penulis berkeluh kesah.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan bahwa tidak ada manusia yang luput dari kesalahan, sebab manusia pada tempatnya



kekhilafan dan lupa. Oleh karena itu, penulis senantiasa mengharapkan saran, tanggapan, dan kritikan, yang sifatnya membangun sehingga penulis dapat berkarya yang lebih baik lagi pada masa yang akan datang. Harapan dan do'a penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan kebahasaan. Amin ya Rabbal Alamin.

Makassar, Januari 2019

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Alim', written over a light blue rectangular stamp.

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul .....</b>	<b>i</b>
<b>Halaman Persetujuan .....</b>	<b>ii</b>
<b>Penerimaan Tim .....</b>	<b>iii</b>
<b>Halaman Pernyataan Keaslian Karya Ilmiah .....</b>	<b>iv</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>v</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>vi</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>ix</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xi</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xii</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Kegunaan Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Konsep Peran Pemerintah .....	9
B. Pengertian Staregi .....	18
C. Pengertian Dan Konsep Pemasaran .....	21
D. Metode Dan Prinsip-Prinsip Pemasaran .....	28
E. Kerangka Pikir .....	30
F. Fokus Penelitian .....	31
G. Deskripsi Fokus Penelitian.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	34
B. Jenis dan Tipe Penelitian.....	34

C. Sumber Data.....	34
D. Informan Penelitian.....	35
E. Teknik Pengumpulan data.....	35
F. Teknik Analisis Data.....	36
G. Pengabsahan Data .....	37
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	39
B. Gambaran Umum Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba .....	42
C. Peran Pemerintah Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perahu Pinisi Di Kabupaten Bulukumba .....	54
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

### Daftar Gambar

1. Gambar 1 Kerangka Fikir..... 32
2. Gambar 2 Peta Wilayah Kabupaten Bulukumba ..... 39

## DAFTAR TABEL

### Daftar Tabel

1. Table 1 Informan Penelitian.....	35
2. Tabel 2 Komposisi Pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba Menurut Jenis Kelamin .....	52
3. Tabel 3 Komposisi Pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba Menurut Tingkat Kepegawaian.....	53
4. Tabel 4 Komposisi Pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba Menurut Golongan / Pangkat.....	54
5. Tabel 5 Jenis-Jenis Kapal Pinisi, Tipe Kapal, Harga Dan Promosi .....	68
6. Table 6 Jenis Kapal, Negara Yang Memesan Dan Harga .....	74

## **DAFTAR LAMPIRAN**

### Daftar Lampiran

1. Struktur Organisasi Pariwisata Kabupaten Bulukumba
2. Lampiran Gambar
3. Surat-Surat Penelitian

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Setiap negara menganut sistem pemerintah sesuai falsafah negara dan undang-undang dasar yang dimilikinya. Indonesia memiliki falsafah Negara yaitu Pancasila dan UUD 1945. Oleh karena itulah, Indonesia menganut sistem pemerintah sesuai falsafah negara, yaitu Pancasila dan UUD 1945. Peran pemerintah sebagai pihak penyelenggara negara harus betul-betul siap dalam merancang formulasi kebijakan yang dapat berimplikasi positif dalam tatanan kenegaraan. Hal tersebut dilakukan dengan cara menciptakan peluang sebagai sebuah strategi dalam menghadapi tantangan tersebut berdasarkan potensi-potensi yang dimiliki untuk memperoleh keuntungan. Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki jumlah penduduk mencapai 262.787.403 jiwa tentunya sangat kaya akan potensi dan sumber daya, sehingga dengan demikian pemerintah mempunyai tanggungjawab yang besar dalam mengelola dan mengembangkannya agar berdaya guna terhadap peningkatan dan pendapatan kas negara.

Peran pemerintah daerah dituntut memberikan pelayanan publik yang tercermin dari penggunaan instrument kebijakannya terhadap masyarakat, agar masyarakat ikut terlibat dalam pembangunan kemajuan daerah, karena masyarakat lebih tahu apa yang mereka butuhkan. Hal tersebut, penyelenggara otonomi daerah dipandang untuk lebih menekankan pada prinsip demokrasi,

Peran serta masyarakat, pemerataan, keadilan, serta memperhatikan potensi dan keanekaragaman daerah. Berdasarkan hal tersebut maka pemerintah menerbitkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah pada pasal 1 yang disebutkan otonomi daerah merupakan kewenangan daerah otonom yang mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat sesuai peraturan perundang-undangan. Sehingga pelaksanaan otonomi daerah mengandung arti kebebasan berkreasi membangun daerah yang terbuka lebar bagi daerah.

Peranan pemerintah dalam proses perkembangan ekonomi untuk masing-masing negara mempunyai tingkatan yang berbeda-beda. Dalam pembangunan negara Indonesia, perekonomian perlu dikembangkan secara terancam dan terpadu. Pembangunan yang dilakukan sudah pasti menuju pada suatu perubahan yang mengarah kepada kesejahteraan masyarakat yang lebih baik. Pembangunan ekonomi daerah merupakan suatu proses dimana pemerintah daerah dan masyarakat mengelola sumber daya yang ada dan membentuk suatu pola kemitraan antara pemerintahan daerah dengan sektor swasta untuk menciptakan suatu lapangan kerja baru dan merangsang perkembangan kegiatan ekonomi dalam wilayah tersebut.

Salah satu syarat penting dalam teori pembentukan negara adalah adanya pemerintah. Pemerintah dalam suatu wilayah berperan sebagai organisasi yang memiliki kekuasaan membuat, menerapkan hukum serta undang-undang di wilayah tertentu yang menjadi kekuasaannya. Sebagai



negara yang berpenduduk besar, Indonesia juga dikenal juga sebagai negara demokrasi terbesar di Asia. Tantangan bagi pemerintah di Indonesia baik di pusat dan di daerah yang cukup besar yaitu seberapa jauh mereka dapat mempraktikkan tata pemerintah yang baik (*good governance*). Strategi yang tepat dalam mewujudkan *good governance* yaitu efektivitas pemerintahan dalam berkomunikasi terhadap rakyatnya dan salah satu cara untuk mewujudkannya komunikasi dengan rakyat adalah dengan menggunakan kreatif lokal masyarakat dalam praktek pemerintahan.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah menimbang bahwa penyelenggaraan pemerintah daerah diarahkan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat dengan peningkatan pelayanan, pemberdayaan, dan peran serta masyarakat, serta meningkatkan daya saing daerah dengan memperhatikan prinsip demokrasi serta pemerataan, keadilan dan kekhasan suatu daerah dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah secara hakiki berfungsi membuat dan menerapkan kebijakan-kebijakan untuk mensejahterakan, mencerdaskan, memberdayakan, serta melindungi seluruh masyarakatnya maka sangatlah bijak untuk mengoptimalkan potensi pemberdayaan dalam pelaksanaan pemerintahan.

Salah satu potensi yang harus dikembangkan oleh pemerintah terkait peningkatan terhadap daya saing secara global adalah potensi pemasaran Perahu Pinisi yang ada di Indonesia. Kita ketahui bersama bahwa perkembangan Perahu Pinisi dewasa ini sangat menarik perhatian orang

(wisatawan) baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Sehingga hal tersebut menjadi salah satu perhatian pemerintah dalam mendesain kebijakan terkait pembangunan daerah yang dikemas dalam pengembangan pemberdayaan Perahu Pinisi secara umum.

Perahu Pinisi merupakan sebuah warisan budaya nenek moyang bangsa Indonesia yang mencirikan identitas bangsa ini sebagai bangsa Bahari. Melalui tangan para Panrita Lopi (Pinisi), Perahu Pinisi telah menjadi simbol kebanggaan tidak hanya Indonesia namun dunia pun mengakuinya sebagai sebuah karya yang luar biasa. Pengakuan dunia ini dibuktikan dari pemesanan-pemesanan dari luar negeri yang terus mengalir kepada para Panrita Lopi di Desa Ara dan Desa Tanah Beru Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba.

Bulukumba merupakan salah satu kabupaten yang berada di Sulawesi Selatan tentunya menjadi salah satu daerah yang paling diminati para wisatawan lokal hingga mancanegara. Hal ini didasarkan pada potensi yang dimiliki oleh daerah dengan sebutan “Butta Panrita Lopi” dengan kekayaan budaya dan potensi wisata yang cukup beragam. Kabupaten Bulukumba yang letak geografisnya terdiri dari daerah pegunungan dan pesisir pantai sehingga memiliki beragam suku, budaya dan objek wisata lainnya, sehingga menarik untuk dikunjungi dunia nasional maupun internasional. Salah satu objek wisata yang paling menawan adalah kawasan wisata tempat pembuatan Perahu Pinisi yang menawarkan pantai berpasir putih dengan panorama pesisir yang menakjubkan. Secara geografis pantai ini terletak di ujung

selatan provinsi Sulawesi Selatan tepatnya di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba, dengan jarak tempuh 41 km dari kota Bulukumba.

Pembuatan Perahu Pinisi merupakan industri rakyat yang ditekuni oleh masyarakat pembuatnya sejak ratusan tahun lalu dan keahlian membuat Perahu itu diwariskan secara turun-temurun. Walaupun Pinisi hanya dibuat dengan teknologi sederhana, teknologi tradisional dalam pembuatan Perahu Pinisi merupakan suatu pengetahuan yang relatif tidak berkembang lagi yang kemungkinan pada masa akan datang dengan pelan-pelan akan tergeser oleh industri pembuatan Perahu dengan teknologi maju.

Namun demikian, pembuatan Perahu Pinisi masih dihadapkan dengan berbagai persoalan, yaitu bantuan alat teknologi, dan bahan baku serta pembuatan Perahu Pinisi yang merupakan suatu industri rakyat yang mengalami pasang-surut. Kondisi itu dapat dilihat sebagai suatu fenomena. Ketika industri Perahu Pinisi disuatu sentra mulai sepi, di daerah lain muncul pengusaha yang berminat memesan Perahu Pinisi. Hal ini terjadi pada akhir tahun 2016, ketika industri pembuatan Perahu Pinisi telah muncul di daerah baru, yaitu di Kalimantan Selatan. Serta adanya campur tangan Asing (Warga Asing) dalam pembuatan Perahu Pinisi karena pembuatan Perahu Pinisi yang harus lahir dan berkembang dari tangan-tangan pribumi sendiri tidak boleh ada campur tangan lain apalagi Warga Negara Asing (WNA) agar jelas identitas sebagai Bumi Panrita Lopi.

Salah satu pengusaha Pinisi mengeluhkan belum adanya kebijakan pemerintah di Bulukumba maupun Pemprov memesan pembuatan Perahu ke

pengrajin kapal di Tanaberu. Dengan mudahnya masuk investor dari Eropa di nilai mematikan pengusaha local nantinya. Sehingga kedepan pengusaha Pinisi tidak berkembang. Selain itu, adapula beberapa kendala dalam pemasaran Perahu Pinisi di Kabupaten Bulukumba yaitu, semua Perahu yang dipasang di web masih dalam bentuk miniature, karena Perahu Pinisi sendiri adalah Perahu yang memakan waktu banyak dalam proses pembuatannya, kurangpercayaan tentang keaslian blok yang dipasang serta minimnya ahli yang berperan sebagai pengelola media online di daerah tempat pembuatan Perahu Pinisi.

Dengan demikian, perlu disadari oleh pemerintah daerah Bulukumba untuk mencari solusi atas permasalahan-permasalahan tersebut, mengingat bahwa kawasan wisata dan budaya pembuatan perahu Pinisi merupakan potensi yang sangat besar dalam menumbuhkan ekonomi daerah. Dengan kondisi demikian, pemerintah segera lebih fokus menyiapkan dan memudahkan bahan baku para pengrajin Perahu Pinisi dan segera pula membuatkan regulasi tata kelola Perahu Pinisi juga keterlibatan Warga Asing (WNA), serta segera menghak patenkan icon kebanggaan Kabupaten Bulukumba secara administrasi agar terlihat jelas identitas Pantita Lopi (Pinisi).

Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Bulukumba, berencana akan memperketat sistem penjualan kapal Perahu Pinisi terhadap warga asing (WNA). Upaya ini dilakukan agar kearifan lokal Perahu Pinisi yang menjadi kebanggaan masyarakat Bulukumba tetap terjaga dengan baik. Dalam aturan

ini memuat sistem penjualan bagi warga luar negeri, sebab dikhawatirkan jika dijual bebas, mereka akan belajar bagaimana cara membuat padahal Pinisi ini merupakan ciri khas atau ikon Bulukumba.

Saat ini Rancangan Peraturan Daerah (Ranperda) tentang Pelestarian Pinisi tengah digarap di DPRD Bulukumba. Mengingat kapal khas Bugis-Makassar itu merupakan aset pemerintah dan dikhawatirkan ada pihak asing yang mengklaim kepemilikannya. Latar belakang dibuat Ranperda Pelestarian Pinisi karena Pinisi sebagai aset pemerintah. Banyaknya kasus klaim yang terjadi oleh pihak asing karena tidak kuatnya bukti yang mengikat, sehingga Perda Pinisi perlu dibuat. Pinisi berhasil masuk sebagai warisan budaya takbenda oleh Unesco. Hak cipta pembuatan perahu Pinisi juga telah dimiliki oleh masyarakat Bulukumba. Saat ini, tugas pemerintah daerah adalah mengurus Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) perahu Pinisi.

Selain melakukan penertiban, pemerintah Bulukumba juga berencana akan melakukan koordinasi dengan pihak imigrasi Makassar agar melakukan penertiban, memeriksa visa dan paspor yang digunakan. Bahkan, pemerintah meminta WNA yang terlibat dalam pembuatan Pinisi ditindaki, Karena kehadirannya dianggap merugikan pengusaha lokal.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh tentang judul **“Peran Pemerintah dan Strategi Pemasaran Terhadap Perahu Pinisi Di Kabupaten Bulukumba”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran pemerintah dalam pemasaran Perahu Pinisi di Kab. Bulukumba ?
2. Bagaimana strategi pemasaran Perahu Pinisi di Kab. Bulukumba ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui peran pemerintah dalam pemasaran Perahu Pinisi di Kab. Bulukumba.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran Perahu Pinisi di Kab. Bulukumba.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan menjadi sebuah media yang digunakan untuk menambah khazanah pengetahuan dan informasi seputar peran pemerintah dan strategi pemasaran terhadap Perahu Pinisi di Kab. Bulukumba.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini sebagai bentuk sumbangsih terhadap pemerintah daerah Kabupaten Bulukumba dalam pemasaran Perahu Pinisi sebagai salah satu penunjang sektor pariwisata di Kab. Bulukumba.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Konsep Peran Pemerintah**

##### **1. Pengertian Peran Pemerintah**

Secara normatif, keberadaan peran pemerintah merupakan salah satu unsur pentingnya berdirinya sebuah negara modern, disamping rakyat dan wilayah. Oleh rakyat yang bersangkutan, sebuah organisasi diberikan kekuasaan (*power*) untuk menjalankan pemerintahan guna melayani kepentingan rakyat sebagai salah satu tugas pokoknya. Dalam menjalankan tugas tersebut sebuah pemerintahan harus mendasarkan pada peraturan perundangan yang berlaku agar tercapai ketertiban dalam proses pelaksanaannya.

Secara harfiah istilah pemerintah atau dalam bahasa Inggris adalah padanan dari kata *government*. Sedangkan pemerintahan dalam bahasa Inggris disebut *governance* yang berarti “*manner, of governing*”, atau yang biasa populer disebut sebagai kegiatan penyelenggaraan pemerintahan atau tata kelola pemerintahan.

Inu Kencana Syafi'e (2005) menuliskan istilah pemerintahan berasal dari kata perintah yang kemudian mendapat imbuhan. Jika kata perintah mendapat awalan pe- maka kata pemerintah tidak lain adalah suatu badan yang melakukan pekerjaan mengatur dan mengurus dalam suatu negara. Dan kata pemerintah mendapat akhiran an-maka kata pemerintahan berarti

perihal, cara, perbuatan yang berkuasa dan terlegitimasi yang dalam kata dasar perintah terdapat 4 unsur yaitu :

- a. Terdapat pihak yang memerintah dan pihak yang diperintah.
- b. Pihak dari yang memerintah memiliki kewenangan dan legitimasi untuk mengatur serta mengurus rakyat.
- c. Pihak yang diperintah wajib untuk taat terhadap pemerintah yang terlegitimasi.
- d. Terdapat hubungan timbal balik antara pihak yang memerintah dengan yang diperintah.

Menurut W.S Sayre (Inu Kencana, 2005) pemerintah adalah organisasi dari negara yang memperlihatkan dan menjalankan kekuasaannya. Sedangkan Wilson menyebutkan bahwa pemerintah adalah suatu pengorganisasian kekuatan, tidak selalu berhubungan dengan organisasi kekuatan angkatan bersenjata, tetapi sekelompok orang dari sekian banyak kelompok orang yang dipersiapkan terhadap suatu organisasi untuk mewujudkan maksud dan tujuannya, dengan hal-hal yang memberikan keterangan bagi urusan-urusan umum kemasyarakatan.

Dalam pandangan lain, pemerintah merupakan “segenap alat perlengkapan negara atau lembaga-lembaga kenegaraan yang berfungsi sebagai alat untuk mencapai suatu tujuan negara” Ndraha (Muhadam Labolo, 2008). Apapun yang dilakukan oleh pemerintah yaitu dalam rangka melaksanakan tugas negara sehingga pemerintah seringkali disebut sebagai representasi negara. Pemerintah adalah satu-satunya lembaga yang



pada tingkat tertentu dapat menjaga dan menjamin sistem ketertiban dan penyediaan sarana dan prasarana sosial yang dibutuhkan oleh masyarakat bagi kepentingan aktivitas sosialnya.

Peran pemerintah juga merupakan sebagai pelayan masyarakat (*customer-driven government*) yang tidak bertujuan untuk memperoleh keuntungan, dimana lebih mementingkan terpenuhinya kepuasan pelanggan (*customer*) serta bukan memenuhi apa yang akan menjadi kemauan birokrasi tersebut.

Menurut Suradinata (Muhadam Labolo, 2008), pemerintah adalah organisasi yang mempunyai kekuatan besar dalam suatu negara, mencakup urusan masyarakat, teritorial, serta urusan kekuasaan dalam rangka mencapai tujuan negara. Pemerintah secara umum adalah suatu bentuk organisasi yang bekerja dan menjalankan tugas untuk mengelolah sistem pemerintah dan menetapkan kebijakan dalam mencapai tujuan negara.

Secara umum, peran pemerintah adalah segala tindakan dan kebijakan yang di lakukan pemerintah daerah dalam melaksanakan tugas, wewenang dan kewajibannya, dalam hal ini merupakan segala tindakan dan kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah daerah Kabupaten Bulukumba dalam melaksanakan tugas, wewenang, dan kewajibannya dalam menyelenggarakan ketertiban dan ketentraman masyarakat di daerah yang sesuai dengan tugas dan fungsi sebagai pelindung dan pelayan masyarakat.

## **2. Bentuk-Bentuk Peran Pemerintah**

Peran pemerintah berkaitan dengan pemberdayaan yaitu mengarahkan masyarakat menciptakan kesejahteraan pada kemandirian dan memperbaiki material secara adil dan merata. Maka dari itu, dengan adanya peran pemerintah yang secara langsung optimal dan mendalam untuk membangun masyarakat, menurut Ndraha (Labolo, 2012) bentuk peran pemerintah yang dimaksud adalah sebagai berikut:

### **1. Regulator**

Regulator merupakan arah untuk mengembangkan penyelenggaraan pembangunan (menertibkan peraturan-peraturan dalam rangka efektivitas dan tertib administrasi pembangunan). Sebagai regulator, pemerintah juga memberikan acuan dasar yang diterjemahkan oleh masyarakat sebagai instrumen untuk mengatur setiap kegiatan pelaksanaan pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat dilihat dari segi ekonomi yang berkaitan dengan kebijakan yang mendukung dalam pembangunan usahanya. Adapun kebijakan yang diarahkan yakni kebijakan dibidang permodalan guna mendukung kegiatan usaha masyarakat dan dianggarkan dari APBN/APBD serta kebijakan dibidang perizinan pendirian usaha untuk mempermudah proses perizinan menjadi efektif dan efisien.

### **2. Dinamisator**

Dinamisator yaitu menggerakkan partisipasi multi pihak tatkala stagnasi terjadi dalam proses pembangunan (mendorong dan memelihara dinamika pembangunan daerah). Sebagai dinamisator, pemerintah dapat

berperan melalui pemberian bimbingan dan pengarahan yang intensif dan efektif terhadap masyarakat. Bimbingan dan pengarahan sangat diperlukan dalam memelihara dinamika. Pemerintah melalau tim penyuluh memberikan bimbingan maupun pelatihan terhadap masyarakat.

### **3. Fasilitator**

Fasilitator yaitu menciptakan kondisi yang kondusif bagi pelaksanaan pembangunan (menjembatani kepentingan di berbagai pihak dalam mengoptimalkan pembangunan daerah). Sebagai fasilitator, pemerintah berusaha memfasilitasi sarana dan prasarana yang tertib, nyaman dan nyaman, termasuk memfasilitasi sarana dan prasarana pembangunan.

### **4. Mediator**

Mediator diperlukan pada saat terdapat perbendaan yang mengarah pada konflik antara berbagai pihak. Mediator merupakan pihak netral yang membantu para pihak dalam suatu proses perundingan guna mencari berbagai penyelesaian sengketa tanpa menggunakan cara memutus atau memaksa sebuah penyelesaian.

Kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan dalam mrelakukan peran mediator meliputi kontrak perilaku, negosiasi, pendamai pada pihak ketiga, dan berbagai resolusi konfliktik. Dalam mediasi, upaya yang dilakukan pada hakekatnya di arahkan untuk mencapai “solusi menang-menang”. Hal tersebut berbeda dengan peran sebagai pembela dimana

bantuan pekerja sosiall diarahkan untuk memenangkan kasus klien dan memenangkan dirinya sendiri.

### 3. Fungsi Peran Pemerintah

Dalam menyelenggarakan tugasnya, menurut Ndraha (Labolo, 2010) pemerintah memiliki beberapa fungsi sebagai berikut :

#### a. Fungsi pelayanan

Fungsi pelayanan yang dilakukan pemerintah pusat maupun pemerintah daerah terletak pada kewenangan masing-masing. Kewenangan pemerintah pusat yang mencakup urusan pertahanan keamanan, agama, hubungan luar negeri, moneter serta peradilan. Secara umum pelayanan pemerintah yang mencakup pelayanan publik (*public service*) dan pelayanan sipil (*civil service*) yang menghargai kesetaraan.

#### b. Fungsi pengaturan

Fungsi ini dilaksanakan pemerintah dengan membuat peraturan undang-undang untuk mengatur hubungan manusia dalam masyarakat. Pemerintah merupakan pihak yang mampu menerapkan peraturan agar kehidupan dapat berjalan dengan baik dan dinamis.

#### c. Fungsi pembangunan

Pemerintah harus berfungsi sebagai pemacu pembangunan di wilayahnya, dimana pembangunan ini mencakup segala aspek kehidupan tidak hanya fisik tapi juga mental spiritual. Pembangunan akan berkurang apabila keadaan masyarakat membaik. Jadi, fungsi

pembangunan akan lebih dilakukan oleh pemerintah atau negara berkembang, sedangkan negara maju akan melaksanakan fungsi ini seperlunya.

d. Fungsi pemberdayaan

Fungsi pemberdayaan ini untuk mendukung terselenggaranya otonomi daerah, fungsi ini menuntut pemberdayaan pemerintahan daerah dengan kewenangan yang cukup dalam pengelolaan sumber daya daerah guna melaksanakan berbagai urusan yang didesentralisasikan. Dalam fungsi tersebut pemerintah harus memberikan ruang yang cukup bagi aktifitas mandiri masyarakat, sehingga partisipasi masyarakat di daerah dapat ditingkatkan. Jika kepentingan masyarakat diperhatikan, baik dalam peraturan dan dalam tingkatan nyata pemerintah.

Menurut Richard A. Musgrave (Sarundajang, 2005), membagi 3 fungsi pemerintah, yaitu:

a. Fungsi Alokasi (*Allocation Branch*)

Fungsi alokasi merupakan fungsi pemerintah untuk menyediakan pemenuhan untuk kebutuhan publik

b. Fungsi Distribusi (*Distribution Branch*)

Fungsi distribusi merupakan fungsi yang dilandasi dengan mempertimbangkan pengaruh sosial ekonomis, kesempatan memperoleh pendidikan, mobilitas sosial, struktur pasar. Macam-

ragam warga negara dengan berbagai bakat masing-masing termasuk tugas-tugas tersebut.

c. Fungsi Stabilitas (*Stabilization Branch*)

Fungsi stabilitas merupakan fungsi menyangkut usaha untuk mempertahankan kestabilan maupun kebijaksanaan-kebijaksanaan yang ada. Disamping itu, fungsi ini memiliki tujuan untuk mempertahankan kestabilan (stabilisator perekonomian).

Pemerintah daerah memiliki wewenang untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas otonomi dan tugas pembantuan. Pemberian otonomi luas kepada daerah yang ditujukan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat dengan melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan dan peran serta masyarakat luas. Melalui otonomi luas ini daerah dapat meningkatkan daya saing dengan tetap memperhatikan prinsip demokrasi, pemerataan, keadilan, keistimewaan, dan kekhususan serta potensi serta keanekaragaman daerah dalam sisten Negara Kesatuan Republik Indonesia.

#### **4. Prinsip-Prinsip Peran Pemerintah**

Tiga prinsip utama yang mendasari penerapan *good governance* ,menurut Mardiasmo (2009) klarakteristik pelaksanaan tata kelola pemerintah yang baik (*good governance*) meliputi:

a. Transparansi

Transparansi adalah keterbukaan pemerintahan dalam memberikan informasi terkait dengan aktivitas pengelolaan sumber daya publik kepada

pihka-pihak yang membutuhkan informas. Pemerintah berkewajiban untuk memberikan informasi yang akan digunakan dalam pengambilan keputusan ekonomi, sosial dan politik oleh pihak-pihak yang berkepentingan melalui informasi akuntansi salah satunya yaitu berupa laporan keuangan.

b. Akuntabilitas

Tuntutan akuntabilitas merupakan fenomena yang terjadi dalam perkembangan sektor publik di Indonesia. Pada dasarnya, akuntabilitas publik merupakan pemberian informasi dan pengungkapan atas aktivitas serta kinerja financial pemerintah daerah kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Pemerintah, baik pusat dan daerah, harus menjadi subjek pemeberi informasi dalam rangka pemenuhan hak-hak publik yaitu hak untuk memberi informasi, dan hak untuk didengar aspirasinya. Akuntansi sektor publik ini memiliki peran yang sangat vital dalam memberikan informasi dan pengungkapan atas aktivitas serta kinerja financial pemerintah daerah untuk memfasilitasi terciptanya transparansi dan akuntabilitas publik.

c. Efisiensi dan Efektivitas

Dalam konteks ekonomi daerah, efisiensi dan efektivitas merupakan jembatan untuk mengantarkan pemerintah daerah mencapai *good governance*. Efisiensi dan efektivitas tersebut harus dioperasionalkan dalam pengelolaan keuangan sektor publik. Untuk mendukung pelaksanaan pengelolaan dana publik yang mendasarkan konsep efisiensi

dan efektivitas. Maka akan diperlukan sistem akuntansi sektor publik yang baik.

Untuk memberikan jaminan dialokasinya sumber daya input secara ekonomis, efisien dan efektif, maka akan diperlukan informasi akuntansi yang lebih akurat, relevan, dan handal untuk menghitung seberapa besar biaya program, proyek. Sistem akuntansi sektor publik dapat mengurangi peluang terjadinya pemborosan, kebocoran dana, dan mendeteksi program yang tidak layak secara ekonomi.

## **B. Pengertian Strategi**

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “Strategos”, dan berasal dari kata Stratos yaitu militer dan Ag artinya memimpin. Strategi dalam konteks awalnya ini diartikan sebagai *generalship* atau sesuatu yang dikerjaka oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang. Suatu strategi mempunyai dasar-dasar untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan.

Menurut Jhonson dan Scholes (Triton, 2007) strategi merupakan arah dan cakupan organisasi secara ideal untuk jangka yang lebih panjang yang menyesuaikan sumber daya dengan lingkungannya yang berubah, dan secara khusus, dengan pasarnya, dengan pelanggan serta kliennya untuk memenuhi harapan stakeholder.

Menurut Sukristono (Umar, 2005) stretegi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka



panjang organisasi, disertai penyusunan suatu upaya bagaimana agar tujuan dapat tercapai.

Menurut Amstrong (Triton, 2007) strategi adalah deklarasi maksud yang mendefinisikan cara untuk mencapai tujuan dan memperhatikan dengan sungguh-sungguh alokasi sumber daya perusahaan yang penting untuk jangka panjang dan mencocokkan sumber daya dan kapabilitas dengan lingkungan eksternal.

Menurut Chandler (Triton, 2007) strategi merupakan penetapan tujuan dasar jangka panjang dan sasaran perusahaan, penetapan serangkaian tindakan, serta alokasi sumber daya yang penting untuk melaksanakan sasaran ini.

Dengan demikian, dari berbagai pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan perencanaan atau proses untuk mencapai suatu tujuan dan sasaran.

### **1. Jeni-Jenis Strategi**

Menurut David (2010), ada 4 jenis strategi, yaitu :

#### **a. Strategi Integrasi**

Strategi Integrasi yaitu jenis strategi yang memungkinkan sebuah perusahaan dapat memperoleh kendali atas distributor, dan pesaing.

#### **b. Strategi Intensif**

Strategi intensif yaitu jenis strategi yang mengharuskan adanya upaya-upaya intensif jika posisi kompetitif terhadap sebuah perusahaan dengan produk yang ada saat ini ingin membaik.

### c. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi yaitu suatu jenis strategi dimana perusahaan menambah produk baru untuk membantu meningkatkan penjualan perusahaan tersebut.

### d. Strategi Defensif

Strategi Defensif yaitu jenis strategi dimana kondisi perusahaan dapat mengalami penurunan sehingga harus melakukan restrukturisasi dengan melalui penghematan biaya dan asset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun.

## 2. Tipe-Tipe Strategi

Menurut Rangkuti (2008), bahwa pada prinsipnya strategi dikelompokkan menjadi 3 bagian, yaitu :

### 1. Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya : strategi pengembangan produk, penetapan harga, akuisisi, pengembangan pasar.

### 2. Strategi Investasi

Strategi investasi adalah kegiatan yang berorientasi pada investasi, misalnya apakah perusahaan tersebut ingin melakukan strategi pertumbuhan yang berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru.

### 3. Strategi Bisnis

Strategi bisnis juga dapat disebut sebagai strategi bisnis secara fungsional karena strategi bisnis berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi, dan strategi distribusi.

## C. Pengertian Dan Konsep Pemasaran

### 1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran dalam bahasa Inggris yaitu *marketing* yang merupakan komunikasi terpadu yang memiliki tujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Pemasaran ialah proses kolektif yang dimanfaatkan oleh individu atau kelompok mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan atau diinginkan melalui pembuatan, penawaran, pertukaran nilai produk dan jasa dengan pihak yang lain. Pemasaran juga termasuk ujung tombak perusahaan. Dalam dunia persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut agar mampu bertahan hidup dan berkembang. Oleh karena itu, seseorang dituntut untuk dapat memahami permasalahan pokok yang terdapat di bidangnya dan menyusun strategi agar mampu mencapai tujuan dan sasaran perusahaan. Berikut ini terdapat beberapa pengertian pemasaran yaitu:

Menurut William J. Stanton (Sunyoto, 2012), pemasaran merupakan suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang telah dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi serta mendistribusikan barang-

barang yang dapat memuaskan keinginan untuk mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Menurut Basu Swastha DH (Sunyoto. 2012), pemasaran yaitu sistem keseluruhan dari berbagai kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan serta mendistribusikan barang dan jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai suatu tujuan organisasi.

Menurut Meldrum (Tjiptono dan Chandra, 2008), pemasaran adalah proses bisnis yang berusaha menyeleksi antara sumber daya manusia, financial, dan fisik organisasi dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggannya dalam konteks strategi kompetitif organisasi.

Menurut Doyle (Tjiptono dan Chandra, 2008), pemasaran merupakan proses manajemen yang memiliki upaya untuk memaksimalkan laba (*returns*) bagi pemegang saham dengan jalan menjalin relasi dengan pelanggan utama (*valued customers*) dan mampu menciptakan keunggulan kompetitif.

Menurut Philip Kotler (Angipora, 2002), pemasaran merupakan kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia dengan melalui proses pertukaran.

Sedangkan menurut Miller (Tjiptono dan Chandra, 2008), pemasaran adalah suatu sistem total aktivitas bisnis yang telah dirancang untuk merencanakan mendapatkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan

produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional.

## 2. Konsep Pemasaran

Kegiatan pemasaran dilaksanakan atas dasar falsafah dari pemikiran pemasaran yang bertanggungjawab. Dari perkembangan falsafah pemikiran mengenai pemasaran terlihat lima konsep yang mendasari pendekatan terdapat dalam manajemen pemasaran. Falsafah pimpinan inilah yang akan melandasi dan mengarahkan usaha pemasaran yang akan terkait dengan kepentingan perusahaan atau organisasi, konsumen, dan masyarakat. Sofjan Assauri (Sunyoto, 2012).

konsep pemasaran merupakan dasar dari pemikiran bagaimana cara aktivitas pemasaran yang dapat dilaksanakan berdasarkan suatu filsafat yang mantap, yang mengungkapka pemasaran yang tanggap dan bertanggung jawab. Filosofi pemasaran ini mengalami evolusi dari orientasi internal (*inward looking*) dan menuju orientasi eksternal (*outward-looking*). Orientasi internal yang tercermin dalam konsep produksi, konsep produk, dan konsep penjualan, sedangkan orientasi eksternal direfleksikan dalam konsep pemasaran dan konsep pemasaran social.

- a. Konsep produksi (*production concept*), berpendapat bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dimana-mana dengan harga yang murah. Penganut konsep ini akan berkonsentrasi pada upaya yang menciptakan efisiensi produksi, biaya rendah, dan distribusi missal.

Dengan demikian, fokus utama konsep ini adalah distribusi dan harga. Konsep ini masih muda dijumpai di negara-negara berkembang, seperti Indonesia, apalagi dalam situasi krisis moneter seperti saat ini.

- b. Konsep produk (*product concept*), berpendapat bahwa konsumen akan menyukai produk yang memberikan kualitas, kinerja terbaik. Penganut konsep ini akan berkonsentrasi pada upaya yang menciptakan produk superior dan penyempurnaan kualitasnya. Jadi, fokus utamanya yaitu pada aspek produk. Produk ini seringkali dijumpai dalam pemasaran produk elektronik, komputer, maupun karya seni (seperti film, lukisan, dan novel).
- c. Konsep penjualan (*selling concept*), berpendapat bahwa konsumen tidak akan tertarik untuk membeli produk dengan jumlah yang cukup banyak, jika mereka tidak diyakinkan dan bahkan bila perlu dibujuk. Penganut konsep ini akan berkonsentrasi pada usaha promosi dan penjualan yang agresif. Konsep ini banyak ditemukan pada penjualan (misalnya asuransi, ensiklopedia, dan batu nisan), pemasaran nirlaba (misalnya penggalangan dana, partai politik, dan universitas, serta situasi *overcapacity* (penawaran jauh yang melampaui permintaan).
- d. Konsep pemasaran (*marketing concept*), berpendapat bahwa kunci untuk mewujudkan suatu tujuan organisasi yang terletak pada kemampuan suatu organisasi dalam menciptakan, memberikan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar targetnya secara

efektif dibandingkan pada pesaing. Nilai pelanggan adalah rasio antara apa yang diperoleh pelanggan dan apa yang ia berikan.

- e. Konsep pemasaran sosial (*societal marketing concept*), berpendapat bahwa tugas suatu organisasi adalah penentuan kebutuhan, keinginan dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diharapkan secara efektif dan efisien dibandingkan para pesaing sedemikian rupa sehingga dapat mempertahankan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat. Konsep ini menekankan pentingnya aspek sosial dan etika dalam dampak praktik pemasaran. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan antara laba perusahaan, kepuasan pelanggan, dan kepentingan publik.

Tujuan akhir dari konsep pemasaran adalah membantu organisasi mencapai tujuannya. Dalam kasus organisasi bisnis, memiliki tujuan utama yaitu laba, sedangkan untuk organisasi nirlaba dan organisasi publik, bertujuan untuk mendapatkan dana yang memadai dengan melakukan aktivitas-aktivitas sosial dan pelayanan publik.

### **3. Strategi pemasaran**

Strategi pemasaran menurut Kotler (Kotler and Armstrong, 2001) adalah pola pikir atau logika pemasaran dimana pemasaran berharap dapat menciptakan nilai bagi *customer* dan dapat mencapai suatu hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan.

Menurut Sofjan Assauri strategi pemasaran yaitu rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan

panduan mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam suatu perusahaan.

Menurut Kotler (Kotler and Amstong, 2012) strategi pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi empat, yaitu:

1. Produk (*product*). Menunjukkan pengembangan dan komersialisasi dari produk baru seperti keputusan, penerimaan layanan siklus produk, yaitu peremajaan dan perbaikan produk atau keputusan eliminasi.
2. Harga (*price*). Komponen harga produk dan jasa terbagi atas 3 elemen, yaitu, biaya produksi, biaya koordinasi, dan profit margin. Dalam menciptakan harga produk produsen harus lebih memperhitungkan seberapa banyak biaya produksi sehingga tidak terlalu rendah atau tinggi.
3. Promosi (*promotion*) adalah berbagai cara organisasi untuk mengkomunikasikan keunggulan produk dan mampu meyakinkan para konsumen untuk membeli produk mereka.
4. Distribusi merupakan kegiatan penyampaian produk dari produsen ke konsumen dengan waktu yang tepat. Oleh karena itu, distribusi adalah salah satu kebijakan pemasaran yang dapat mencakup penentuan saluran pemasaran dan distribusi fisik.

Strategi pemasaran juga merupakan salah satu rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan yang berdampak dari berbagai aktivitas terhadap permintaan produk dipasar sasaran tersebut. Perusahaan biasa menggunakan dua program pemasaran yang secara bersamaan, sebab



setiap jenis program seperti periklanan, promosi penjualan, layanan pelanggan, atau pengembangan produk memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan. Oleh karena itu, dibutuhkannya mekanisme yang dapat menkoordinasi program-program itu terintegrasi dengan sinergistik. Mekanisme ini disebut sebagai strategi pemasaran. Umumnya peluang pemasaran yang terbaik dapat diperoleh dari upaya untuk memperluas permintaan primer, sedangkan peluang pertumbuhan terbaik berasal dari upaya memperluas suatu permintaan yang selektif. (Kotler and Amstrong, 2012).

Menurut Radiosunu (2001), strategi pemasaran terdiri dari 5 konsep strategi, yaitu:

- a. *Segmentasi pasar*. Tiap pasar terdiri dari berbagai macam pembeli yang memiliki kebutuhan, kebiasaan membeli dan reaksi yang berbeda. Perusahaan tidak mungkin dapat memenuhi kebutuhan semua pembeli. Oleh sebab itu, perusahaan mengelompok-kelompokkan pasar yang memiliki sifat heterogen ke dalam satuan-satuan pasar yang bersifat homogen.
- b. *Market positioning*. Perusahaan tak mungkin dapat menguasai pasar keseluruhan. Maka prinsip strategi pemasaran kedua merupakan pola yang spesifik pemasaran pasar yang diberikan kesempatan maksimum kepada suatu perusahaan untuk mendapatkan kedudukan yang kuat.
- c. *Targeting* merupakan strategi yang memasuki segmen pasar yang dijadikan sasaran bagi setiap penjualan.

- d. *Marketing mix strategy*. Yaitu kumpulan variabel-variabel yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan setiap konsumen. Variabel-variabel yang dapat mempengaruhi konsumen yaitu variabel-variabel yang berkaitan dengan *product*, *place*, *promotion*, dan *price*.
- e. *Timing strategy*. Penentuan saat yang tepat dalam memasarkan produk merupakan hal yang perlu diperhatikan. Meskipun perusahaan melihat adanya kesempatan baik. Terlebih dahulu harus dilakukan persiapan baik produksi.

#### **D. Metode Dan Prinsip-Prinsip Pemasaran**

Berhubung dengan rumitnya masalah pemasaran maka dirasakan oleh para pengusaha yang cerdas, terutama yang pasarnya berada ditangan pembeli, untuk dapat melakukan usaha-usaha dan kegiatan-kegiatan secara pasti, terarah, konkret, melihat pada kenyataan. Pengusaha yang melakukan kegiatan pemasaran seperti itu menggunakan metode ilmiah didalam pemasarannya. (Sunyoto, 2012) dikatakan sebagai metode ilmiah apabila di dalamnya dapat memecahkan suatu masalah yang ditandai oleh cirri-ciri antara lain:

- a. Merumuskan terlebih dahulu masalahnya.
- b. Mengumpulkan data yang memiliki kaitannya terhadap masalah yang dilakukan dan diperoleh secara objektif.
- c. Mengelompokkan data yang telah diperoleh, diseleksi, diringkas untuk dijadikan informasi yang bermanfaat.

- d. Menyusun beberapa alternative cara-cara pemecahan masalah
- e. Mengambil salah satu dari alternatif yang disusun.

Sedangkan prinsip-prinsip pemasaran adalah suatu dalil yang mampu membuktikan kebenarannya. Prinsip-prinsip ini diperoleh atas dasar pengalaman dan konklusi dari fakta yang dikumpulkan. Prinsip-prinsip yang berlaku dibidang pemasaran perlu diketahui dan dipahami oleh mereka yang tugasnya berkecimpungan didalam bidang itu, karena dengan memiliki prinsip itu mereka diharapkan dapat memecahkan masalah pemasaran dengan sebaik-baiknya.

Selain prinsip-prinsip pemasaran, seorang pengusaha atau seorang pemasar paling tidak mengetahui dengan baik mengenai pentingnya pemasaran, antara lain:

- a. Dalam keadaan ekonomi serba cukup (*economic of abundance*).
- b. Dalam keadaan ini dipasar melimpah dan konsumen memiliki kesempatan memilih lebih luas, sehingga tugas pemasaran disini adalah mendorong agar konsumen mau membeli barang yang ditawarkan perusahaan.
- c. Dalam ekonomi serba langka (*economic of scarcity*).
- d. Karena kurangnya bahan baku, barang sedikit atau tidak mungkin diproduksi dan tugas pemasaran adalah mencari gagasan untuk memperoleh barang substitusi guna memenuhi kebutuhan konsumen.
- e. Dalam perubahan yang serbah canggih sekarang ini, pemasaran merupakan denyut jantung dari berbagai usaha, karena pemasaran

merupakan salah satu sumber kegiatan yang mendatangkan hasil atau pendapatan bagi perusahaan.

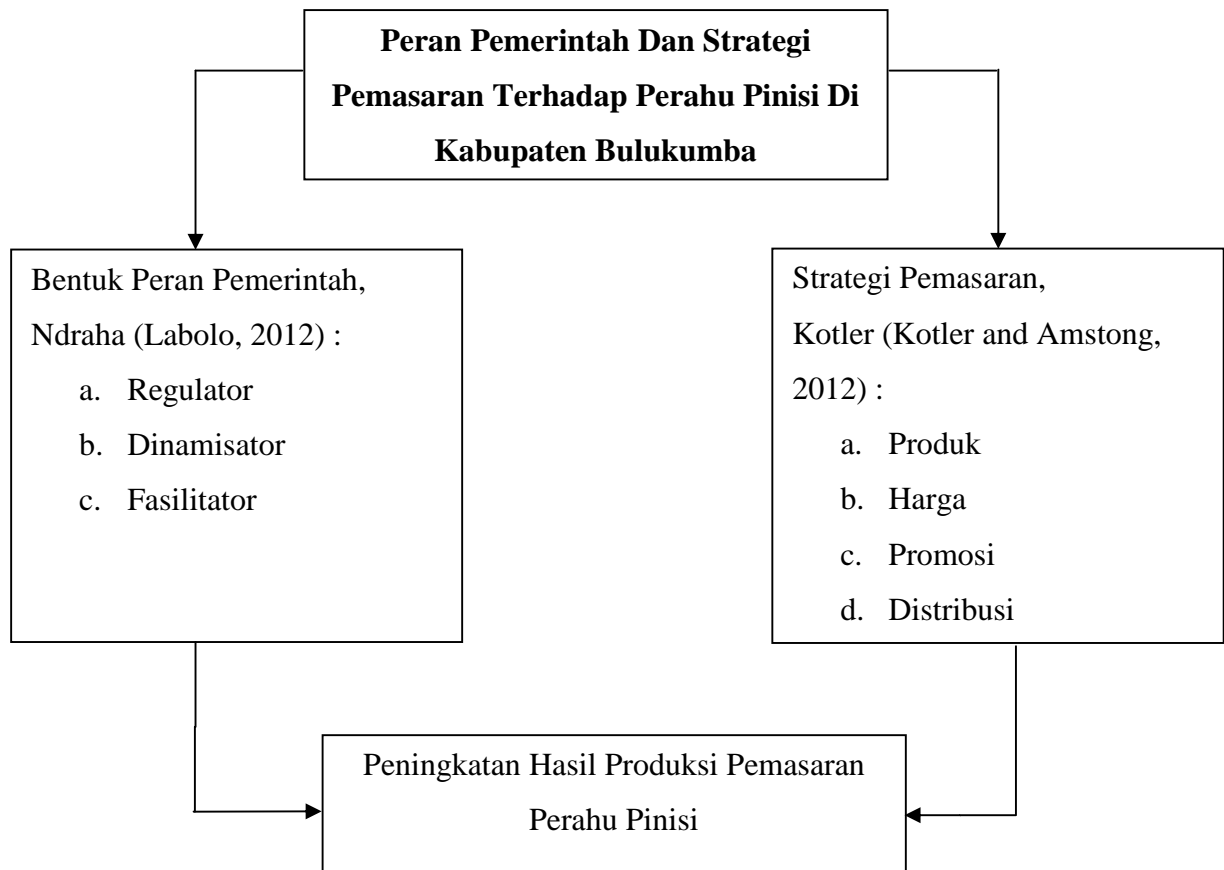
- f. Secara keseluruhan, pemasaran merupakan kunci utama mendorong pertumbuhan ekonomi suatu bangsa. (Sunyoto, 2012)

### **E. Kerangka Pikir**

Peran pemerintah bertujuan dibentuk untuk menjaga ketertiban dalam kehidupan masyarakat sehingga warga dapat menjalani kehidupan secara tenang, tentram dan damai. Pemerintah modern pada hakikatnya merupakan pemberian pelayanan terhadap masyarakat. Pemerintah di arahkan untuk memberikan pelayanan terhadap masyarakat agar dapat menciptakan kondisi yang memungkinkan pada setiap orang agar dapat mengembangkan kemampuan dan kreatifitasnya demi mencapai tujuan bersama.

Dalam peran pemerintah terdapat beberapa bentuk peranan. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana peran pemerintah dalam pemasaran perahu pinisi di Kabupaten Bulukumba dengan menggunakan teori Taliziduhu Ndraha yaitu: pemerintah sebagai regulator, pemerintah sebagai dinamisator, pemerintah sebagai fasilitator, serta teori Philip Kotler yaitu strategi pemasaran, dengan bentuk peran pemerintah dan strategi pemasaran tersebut kemudian dijadikan acuan peneliti mengenai Peran Pemerintah dan StrategiPemasaran Terhadap Perahu Pinisi di Kabupaten Bulukumba.

Untuk memudahkan penulis dalam melakukan penelitian, maka penulis menggambarkan dalam bagan kerangka pikir sebagai berikut:



Gambar 1 : Kerangka Pikir

## F. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini dilihat dari latar belakang masalah, kemudian dirumuskan dalam rumusan masalah dan dikaji berdasarkan teori dan tinjauan pustaka. Adapun fokus penelitian ini yaitu:

1. Peran pemerintah dan strategi pemasaran terhadap perahu pinisi di Kabupaten Bulukumba.
2. Bentuk peran pemerintah:
  - a. Regulator
  - b. Dinamisator

- c. Fasilitator
3. Strategi pemasaran:
    - a. Produk
    - b. Harga
    - c. Promosi
    - d. Distribusi

### **G. Deskripsi Fokus Penelitian**

1. Regulator yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu arahan atau acuan terhadap masyarakat terkait perkembangan pemasaran perahu pinisi sesuai dengan peraturan daerah pemerintah Kabupaten Bulukumba.
2. Dinamisator dalam penelitian ini yaitu memberikan motivasi terhadap pengrajin dan pengusaha perahu pinisi mengenai permasalahan dalam pembuatan dan pemasaran perahu pinisi demi menjaga dan memelihara warisan budaya di Kabupaten Bulukumba.
3. Fasilitator dalam penelitian ini yaitu pemerintah daerah Kabupaten Bulukumba memberikan bantuan atau fasilitas kepada bidang pemasaran terhadap perahu pinisi agar dapat mencapai tujuan bersama di Kabupaten Bulukumba.
4. Produk merupakan kombinasi penawaran barang dan jasa perusahaan kepada pasar di Kabupaten Bulukumba.
5. Harga merupakan sejumlah uang yang di gunakan oleh pelanggan untuk suatu produk atau jasa di Kabupaten Bulukumba.

6. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh produsen terhadap konsumen untuk mempromosikan suatu produk guna melakukan pembelian di Kabupaten Bulukumba.
7. Distribusi merupakan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat produk agar mampu diperoleh serta tersedia bagi pelanggan sasaran di Kabupaten Bulukumba.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Brerdasarkan judul penelitian ini, maka penelitian dilaksanakan di Kantor Dinas Pariwisata di Kabupaten Bulukumba. Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan.

#### **B. Jenis dan Tipe Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian kualitatif yang bertipe deskriptif. Jenis penelitian kualitatif merupakan prosedur yang dapat menghasilkan data deskriptif yaitu berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari perilaku yang diamati.

#### **C. Sumber Data**

##### **1. Data Primer**

Yaitu data dan informasi langsung dikumpulkan dari lokasi penelitian melalui informan yang telah dipilih dengan menggunakan teknik wawancara dengan orang atau instansi yang dianggap bisa menjadi informan dengan mengajukan pertanyaan yang mengarah kepada kedalaman informasi.

##### **2. Data Sekunder**

Penelitian dalam hal ini menggunakan data sekunder untuk mendukung data primer. Data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang terkait dengan permasalahan yang dibahas atau objek penelitian.



#### D. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang betul-betul paham atau pelaku yang terlibat langsung dalam permasalahan penelitian. Informan dalam penelitian ini dipilih karena memiliki banyak pengetahuan dan informasi mengenai permasalahan pemasaran Perahu Pinisi di lingkup pemerintah daerah Kabupaten Bulukumba.

Adapun informan dalam penelitian tersebut adalah:

**Table 1. Informan Penelitian**

No	Jabatan	Jumlah
1.	Bidang Pemasaran Pariwisata Dalam & Luar Negeri	1 Orang
2.	Seksi Hubungan Kelembagaan Kepariwisata	1 Orang
3.	Pengusaha Perahu Pinisi	2 Orang
4.	Pengrajin Perahu Pinisi	3 Orang
Total		7 Orang

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang terdapat dalam penelitian ini yang dilakukan secara langsung melalui metode atau langkah sebagai berikut:

##### 1. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dengan melalui tanya jawab secara langsung dan mendalam kepada pihak yang terkait dengan objek penelitian.

## 2. Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan melalui pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian. Hasil observasi terdiri dari aktivitas, kejadian, peristiwa, dan objek, serta perasaan seorang informan. Observasi ini dilakukan untuk dapat memperoleh gambaran yang lebih riil dari suatu peristiwa untuk menjawab pertanyaan dari peneliti.

## 3. Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan analisis terhadap dokumen-dokumen, buku, artikel, dan media informasi lain yang terkait dengan masalah yang diteliti.

### **F. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pada model Miles dan Huberman (Usman dan Purnomo, 2009) yang terdiri atas tiga alur kegiatan yang secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi

#### 1. Reduksi Data

Reduksi data ini diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data "kasar" yang muncul dari catatan-catatan lapangan. Data yang didapat di lapangan diketik atau ditulis secara sistematis setiap selesai mengumpulkan data. Laporan-laporan tersebut ini perlu direduksi, yaitu dengan memilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian.

## 2. Penyajian Data

Data yang terkumpul kemudian disajikan dalam bentuk teks naratif. Penyajian data dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam bentuk yang padu dan mudah dipahami. Penyajian data adalah pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

## 3. Menarik Kesimpulan/Verifikasi

Penarikan kesimpulan/verifikasi merupakan kegiatan diakhir atau hasil dari reduksi data dan penyajian data. Data yang telah didapatkan kemudian diambil kesimpulan dengan mencari makna dari data yang diperoleh. Penelitian perlu di verifikasi agar mantap dan benar-benar bisa di pertanggungjawabkan kebenarannya.

## **G. Keabsahan Data**

Menurut Lofland (Meleong, 2014), pengabsahan data dan bentuk batasan berkaitan suatu kepastian, bahwa yang berukuran benar-benar merupakan variabel yang diukur, keabsahan inidapat dicapai melalui suatu proses pengumpulan data yang cepat. Salah satunya yaitu melalui proses triangulasi.

### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber adalah membandingkan cara mengecek ulang derajat kepercayaan dari suatu informasi yang telah diperoleh dengan melalui sumber yang berbeda. Misal, membandingkan hasil pengamatan

dengan wawancara, membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada.

## 2. Triangulasi Teknik

Dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu. Adapun cara yang dilakukan peneliti adalah dengan membandingkan antara hasil jawaban dari informan yang satu dengan informan yang lain yang sesuai dengan keadaan yang terjadi di lapangan.

## 3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah akan memberikan data yang lebih valid sehingga kredibel. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya. Triangulasi dapat juga dilakukan dengan cara mengecek hasil penelitian dari tim peneliti lain yang diberi tugas melakukan pengumpulan data.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Bulukumba berada pada kondisi empat dimensi, yakni dataran tinggi pada kaki Gunung Bawakaraeng – Lompobattang, dataran rendah, pantai dan laut lepas. Bulukumba terkenal juga dengan “Bumi Panrita Lopi” dan identik dengan “Pinisi” dan Pinisi ini telah menjadi lambang dari Kabupaten Bulukumba. Lambang Pinisi ini diambil dari cermin masyarakat Bulukumba, Lambang bulukumba terdiri empat bagian yaitu perisai persegi lima berwarna biru, padi dan jagung, perahu pinisi berwarna putih, dan daun lontar berbentuk pita yang bertuliskan Bulukumba.

Kabupaten Bulukumba terletak di ujung bagian selatan ibu kota Provinsi Sulawesi Selatan, terkenal dengan industri Perahu Pinisi yang banyak memberikan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat dan Pemerintah Daerah. Luas wilayah Kabupaten Bulukumba 1.154,67 Km<sup>2</sup> dengan jarak tempuh dari Kota Makassar sekitar 153 Km.



Gambar 2 : Peta Wilayah Kabupaten Bulukumba

## 1. Letak Geografis

Secara geografis Kabupaten Bulukumba terletak pada koordinat antara 5°20" sampai 5°40" Lintang Selatan dan 119°50" sampai 120°28" Bujur Timur. Demikian pula dengan batas-batas wilayahnya yang terdiri dari; Sebelah Utara adalah Kabupaten Sinjai, Sebelah Selatan adalah Laut Flores, Sebelah Timur adalah Teluk Bone, Sebelah Barat adalah Kabupaten Bantaeng.

## 2. Batas dan Luas Wilayah

Kabupaten Bulukumba secara administrasi terdiri dari 10 kecamatan yang terbagi dalam 27 kelurahan dan 109 desa dengan julukan "Butta Panrita Lopi" yang berarti tanah tempat kelahiran orang yang ahli dalam membuat perahu. Luas wilayah Kabupaten Bulukumba sekitar 1.154,7 km<sup>2</sup> atau sekitar 2,5 persen dari luas wilayah Sulawesi Selatan. Wilayah Kabupaten Bulukumba hampir 95,4 persen berada pada ketinggian 0 sampai dengan 1000 meter di atas permukaan laut (dpl) dengan tingkat kemiringan tanah umumnya 0-400. Terdapat sekitar 32 aliran sungai yang dapat mengairi sawah seluas 23.365 Hektar, sehingga merupakan daerah potensi pertanian. Curah hujan rata-rata 152 mm perbulan dan rata-rata hari hujan 10 hari per bulan. Kabupaten Bulukumba terdiri dari 10 wilayah kecamatan yaitu Kecamatan Ujung Bulu (Ibu kota Kabupaten), Gantarang, Kindang, Rilau Ale, Bulukumpa, Ujung Loe, Bontobahari, Bontotiro, Kajang dan Herlang. 7 diantaranya termasuk daerah pesisir sebagai sentra pengembangan pariwisata dan perikanan yaitu kecamatan: Gantarang, Ujung Bulu, Ujung Loe,

Bontobahari, Bontotiro, Kajang dan Herlang. 3 Kecamatan sentra pengembangan pertanian dan perkebunan yaitu kecamatan: Kindang, Rilau Ale dan Bulukumpa. Dari 10 kecamatan yang ada, semua dapat ditempuh dengan mudah dan ditunjang dengan infrastruktur jalan kabupaten yang memadai. Kecamatan yang terjauh dari ibu kota kabupaten yakni Kecamatan Kajang.

### 3. Sejarah Singkat

Mitologi penamaan "Bulukumba", konon bersumber dari dua kata dalam bahasa Bugis yaitu "Bulu'ku" dan "Mupa" yang dalam bahasa Indonesia berarti "masih gunung milik saya atau tetap gunung milik saya".

Mitos ini pertama kali muncul pada abad ke-17 Masehi ketika terjadi perang saudara antara dua kerajaan besar di Sulawesi yaitu Kerajaan Gowa dan Kerajaan Bone. Di pesisir pantai yang bernama "Tana Kongkong", di situlah utusan Raja Gowa dan Raja Bone bertemu, mereka berunding secara damai dan menetapkan batas wilayah pengaruh kerajaan masing-masing.

Bangkeng Buki' (secara harfiah berarti kaki bukit) yang merupakan barisan lereng bukit dari Gunung Lompo Battang diklaim oleh pihak Kerajaan Gowa sebagai batas wilayah kekuasaannya mulai dari Kindang sampai ke wilayah bagian timur. Namun pihak Kerajaan Bone berkeras memertahankan Bangkeng Buki' sebagai wilayah kekuasaannya mulai dari barat sampai ke selatan.

Berawal dari peristiwa tersebut kemudian tercetuslah kalimat dalam bahasa Bugis "Bulu'kumupa" yang kemudian pada tingkatan dialek tertentu

mengalami perubahan proses bunyi menjadi "Bulukumba". Konon sejak itulah nama Bulukumba mulai ada dan hingga saat ini resmi menjadi sebuah kabupaten.

Pijakan kebudayaan bulukumba telah tampil menjadi sebuah "legenda modern" dalam kancah percaturan kebudayaan nasional, melalui industri budaya dalam bentuk perahu, baik itu perahu jenis Pinisi, padewakkang, lambo, pajala, maupun jenis lepa-lepa yang telah berhasil mencuatkan nama Bulukumba di dunia internasional. Kata layar memiliki pemahaman terhadap adanya subjek yang bernama perahu sebagai suatu refleksi kreativitas masyarakat Bulukumba. Begitu pula dengan Pijakan Keagamaan masyarakat Bulukumba telah bersentuhan dengan ajaran agama Islam sejak awal abad ke-17 Masehi yang diperkirakan tahun 1605 M. Ajaran agama Islam ini dibawa oleh tiga ulama besar (waliyullah) dari Pulau Sumatera yang masing-masing bergelar Dato Tiro (Bulukumba), Dato Ribandang (Makassar) dan Dato Patimang (Luwu). Ajaran agama Islam yang berintikan tasawwuf ini menumbuhkan kesadaran religius bagi penganutnya dan menggerakkan sikap keyakinan mereka untuk berlaku zuhud, suci lahir batin, selamat dunia dan akhirat dalam kerangka tauhid "*appasewang*" (meng-Esa-kan Allah SWT).

## **B. Gambaran Umum Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba**

### **1. Visi dan Misi Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba**

Visi dan Misi OPD merupakan pedoman OPD dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya. Visi adalah pandangan ideal ke depan yang ingin diwujudkan dalam kurung waktu tertentu untuk mendukung pelaksanaan



kewenangan otonomi daerah bidang kebudayaan dan pariwisata sebagai antisipasi perkembangan lingkungan strategis dan era globalisasi. Dengan memperhatikan Visi Bupati dan Wakil Bupati terpilih periode 2016-2021 serta tantangan pembangunan kepariwisataan ke depan. Visi dirumuskan sebagai berikut: Menggapai Masyarakat Sejahtera melalui pengembangan Kepariwisataan (*Tourism and Culture developmet for prosperity*) Dengan Berlandaskan Pada Nilai Religi Dan Kearifan Lokal.

Visi ini mengandung arti :

- a. Kepariwisatan merupakan salahsatu sektor andalan kabupaten Bulukumba yang perlu mendapatkan prioritas, yang selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan pendapatan asli daerah maupun pendapatan masyarakat.
- b. Sebagai upaya pengembangan kepariwisataan dengan obyek sasaran pada pemamfaatan sumber daya alam,pelestarian nilai-nilai budaya sebagai daya tarik wisata.
- c. Sebagai perwujudan daerah tujuan wisata andalan Sulawesi Selatan, maka sektor kepariwisataan menjadi salah satu bidang andalan untuk menopang peningkatan perekonomian untuk menggapai masyarakat yang sejahtera
- d. Nilai religi dan kearifan lokal menjadi landasan kokoh dalam pengembangan kepariwisataan yang akuntabel dan transparan.

Misi adalah pernyataan mengenai hal-hal yang harus dilaksanakan untuk mencapai tujuan, sejalan upaya pencapaian visi yang telah ditetapkan dengan

memperhatikan kondisi objektif. Maka Misi pembangunan kepariwisataan Kabupaten Bulukumba adalah:

- a. Mengembangkan destinasi pariwisata potensial (*tourism destination development*) yang berkelanjutan dan terencana.
  - b. Menerapkan suatu system pemasaran yang inovatif dan bertanggung jawab (*Innovative and responsible marketing*).
  - c. Mengembangkan industri pariwisata untuk peningkatan ekonomi daerah.
  - d. Mengembangkan kapasitas sumber daya kepariwisataan yang berdaya saing.
  - e. Menciptakan tata kelembagaan yang akuntabel, transparan, dan responsive.
2. Susunan Organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba

Susunan organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor: 14 Tahun 2016 Tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah setelah perubahan dari Peraturan Daerah Nomor: 10 tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Kabupaten Bulukumba sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Daerah Nomor : 11 Tahun 2014 tentang perubahan kedua atas Peraturan Daerah Nomor: 10 tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Kabupaten Bulukumba.

Dinas pariwisata Kabupaten Bulukumba mempunyai beberapa tugas pokok dan fungsi sebagai berikut :

## 1. Kepala Dinas Pariwisata

Kepala Dinas Pariwisata mempunyai tugas pokok membantu Bupati dalam mengkoordinasikan penyelenggaraan kepariwisataan. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) maka uraian tugas jabatan Kepala Dinas adalah sebagai berikut :

- a. Merumuskan rencana strategis Dinas Pariwisata;
- b. Mengoordinasikan kebijakan kepariwisataan agar tercipta sinkronisasi dan integrasi kebijakan Pemerintah Daerah;
- c. Mengendalikan penyelenggaraan kepariwisataan di daerah;
- d. Melaksanakan pengendalian, penempatan dan pembinaan kepegawaian lingkup Dinas Pariwisata;
- e. Mengendalikan pengelolaan sumber daya keuangan Dinas Pariwisata;
- f. Menyelenggarakan urusan umum Dinas Pariwisata;
- g. Mengevaluasi secara berkala pelaksanaan kebijakan Pemerintah Daerah lingkup Dinas Pariwisata;
- h. Mengkonsultasikan dan mengkoordinasikan program dan kegiatan dengan pemerintah Pusat, Propinsi dan lembaga lainnya dalam rangka terciptanya keselarasan program dan kegiatan antar tingkatan pemerintahan dalam lingkup kerja dan kewenangan Dinas Pariwisata;
- i. Mendistribusikan dan memberi petunjuk pelaksanaan tugas kepada bawahan;
- j. Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
- k. Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan; dan

1. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai dengan bidang tugasnya.

2. Sekretariat

Sekretariat dipimpin oleh Sekretaris yang mempunyai tugas pokok membantu Kepala Dinas mengkoordinasikan penyelenggaraan kesekretariatan Dinas Pariwisata. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) maka uraian tugas jabatan Sekretaris adalah sebagai berikut :

- a. Menyusun program dan laporan kegiatan Dinas Pariwisata;
- b. Mendistribusikan dan memberi petunjuk pelaksanaan tugas kepada bawahan sehingga pelaksanaan tugas berjalan lancar;
- c. Memantau dan mengevaluasi pelaksanaan tugas dan kegiatan bawahan;
- d. Melaksanakan pelayanan dan penatausahaan kesekretariatan Dinas Pariwisata;
- e. Merumuskan pedoman dan/atau petunjuk teknis pelaksanaan penyelenggaraan urusan kesekretariatan Dinas Pariwisata;
- f. Mengevaluasi berkala pelaksanaan kegiatan kesekretariatan;
- g. Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
- h. Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan;
- i. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai bidang tugasnya.

3. Bidang Industri dan Destinasi Pariwisata

Bidang Industri dan Destinasi Pariwisata dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang mempunyai tugas pokok membantu Kepala Dinas mengkoordinasikan penyusunan program, kegiatan, penyelenggaraan pelayanan, memantau dan mengevaluasi penyelenggaraan Industri dan Destinasi Pariwisata; Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) maka uraian tugas jabatan Kepala Bidang Industri dan Destinasi Pariwisata adalah sebagai berikut :

- a. Mengkoordinasikan penyusunan program dan kegiatan Bidang Industri dan Destinasi Pariwisata;
- b. Melaksanakan pengelolaan Bidang Industri dan Destinasi Pariwisata;
- c. Merumuskan pedoman dan/atau petunjuk teknis penyelenggaraan industri dan destinasi Pariwisata;
- d. Mengevaluasi berkala pelaksanaan kegiatan industri dan destinasi Pariwisata;
- e. Mengumpulkan, mengolah dan menyajikan data industri dan destinasi Pariwisata;
- f. Mendistribusikan tugas dan memberi petunjuk pelaksanaan kepada bawahan;
- g. Mengevaluasi serta menilai pelaksanaan tugas bawahan;
- h. Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
- i. Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan; dan
- j. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai dengan bidang tugasnya.

#### 4. Bidang Pemasaran Pariwisata Dalam dan Luar negeri

Bidang Pemasaran Pariwisata Dalam dan Luar Negeri dipimpin oleh seorang Kepala Bidang mempunyai tugas pokok membantu Kepala Dinas mengkoordinasikan penyusunan program, kegiatan, penyelenggaraan pelayanan, memantau dan mengevaluasi penyelenggaraan urusan pemasaran pariwisata dalam dan luar negeri. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) maka uraian tugas jabatan Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata Dalam dan Luar negeri adalah sebagai berikut:

- a. Mengoordinasikan penyusunan program dan kegiatan Bidang Pemasaran Pariwisata Dalam dan Luar Negeri;
- b. Melaksanakan pengelolaan Bidang Pemasaran dan Promosi Pariwisata Dalam dan Luar Negeri;
- c. Merumuskan pedoman dan/atau petunjuk teknis penyelenggaraan Pemasaran Pariwisata Dalam dan Luar Negeri;
- d. Mengevaluasi berkala pelaksanaan kegiatan Pemasaran Pariwisata Dalam dan Luar Negeri;
- e. Mendistribusikan tugas dan memberi petunjuk pelaksanaan kegiatan kepada bawahan;
- f. Memantau dan mengevaluasi serta menilai pelaksanaan tugas bawahan;
- g. Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
- h. Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan; dan
- i. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai dengan bidang tugasnya.

## 5. Bidang Pengendalian Usaha Pariwisata

Bidang Pengendalian Usaha Pariwisata dipimpin oleh seorang Kepala Bidang mempunyai tugas pokok membantu Kepala Dinas mengkoordinasikan penyusunan program, kegiatan, penyelenggaraan pelayanan, memantau dan mengevaluasi penyelenggaraan Pengendalian Usaha Pariwisata Dinas Pariwisata. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) maka uraian tugas jabatan Kepala Bidang Pengendalian Usaha Pariwisata adalah sebagai berikut :

- a. mengkoordinasikan penyusunan program dan kegiatan Bidang Pengendalian Usaha Pariwisata;
- b. melaksanakan pengelolaan Bidang Pengendalian Usaha Pariwisata;
- c. merumuskan pedoman dan/atau petunjuk teknis penyelenggaraan Bidang Pengendalian Usaha Pariwisata;
- d. melaksanakan pemantauan dan evaluasi berkala pelaksanaan kegiatan Bidang Pengendalian Usaha Pariwisata;
- e. menyusun rencana dan program kerja Bidang Pengendalian Usaha Pariwisata;
- f. melaksanakan pemantauan, evaluasi, pengendalian dan penertiban serta pemberian sanksi terhadap pelanggaran usaha Pariwisata;
- g. melaksanakan pengendalian dalam upaya pencegahan kerusakan lingkungan akibat pembangunan sarana dan prasarana Pariwisata;
- h. menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
- i. melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan; dan

- j. melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai dengan bidang tugasnya.

#### 6. Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata

Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dipimpin oleh seorang Kepala Bidang mempunyai tugas pokok membantu Kepala Dinas mengkoordinasikan penyusunan program, kegiatan, penyelenggaraan pelayanan, memantau dan mengevaluasi penyelenggaraan urusan pengembangan sumber daya pariwisata dinas pariwisata. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) maka uraian tugas jabatan Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata adalah sebagai berikut :

- a. Menyusun program dan kegiatan Pengembangan Sumber Daya Pariwisata;
- b. Merumuskan pedoman dan/atau petunjuk teknis penyelenggaraan Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata;
- c. Menyiapkan bahan penyusunan rencana dan program kerjasama dan kemitraan serta usaha peningkatan peran serta masyarakat dan swasta dalam kegiatan kePariwisataan;
- d. Menyiapkan bahan perumusan, penerapan dan pengembangan serta pemantauan, evaluasi, pelaporan dan kerja sama pelaksanaan kompetensi sumber daya manusia di bidang ke pariwisataan;
- e. Melaksanakan koordinasi dengan lembaga kepariwisataan untuk pengembangan sumber daya pariwisata;



- f. Mendistribusikan tugas dan memberi petunjuk pelaksanaan kepada bawahan;
- g. Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas;
- h. Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan;
- i. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai dengan bidang tugasnya

Susunan organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba terdiri atas :

- a. Kepala Dinas
- b. Sekretaris
  - 1) Sub Bagian Umum dan Kepegawaian
  - 2) Sub Bagian Keuangan
  - 3) Sub Bagian Program dan Pelaporan
- c. Bidang Industri dan Destinasi Pariwisata
  - 1) Seksi Pengelolaan Daya Tarik Wisata dan Daftar Usaha Pariwisata
  - 2) Seksi Pengelolaan Kawasan Strategis dan Destinasi Pariwisata
- d. Bidang Pemasaran Pariwisata Dalam dan Luar Negeri
  - 1) Seksi Sarana Pengembangan Promosi dan Pemasaran.
  - 2) Seksi Pengembangan Kerjasama, Event dan Daya Tarik Wisata
- e. Bidang Pengendalian Usaha Pariwisata
  - 1) Seksi Pengendalian Obyek dan Daya Tarik Wisata
  - 2) Seksi Pengendalian Usaha Sarana dan Jasa Pariwisata
- f. Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata
  - 1) Seksi Pengembangan SDM Aparatur Kepariwisata

## 2) Seksi Hubungan Kelembagaan Kepariwisata

## 3. Susunan Kepegawaian

Dalam menjalankan tugas pokok dan fungsi tersebut Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba terbagi atas empat bidang satu sekretariat. Sedangkan jumlah pegawai pada Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba berjumlah 34 orang dengan komposisi sebagai berikut :

## a) Menurut Jenis Kelamin

Jumlah pada Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba menurut jenis kelamin. Laki-laki sebanyak 21 orang (54,5%) terdiri dari 12 orang Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan 9 orang tenaga kontrak, sedangkan jenis kelamin perempuan sebanyak 13 orang (45,5%) yang terdiri dari Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebanyak 8 orang dan tenaga kontrak sebanyak 5 orang. Sebagaimana dapat dilihat pada tabel 1 berikut :

**Tabel 2**  
**Komposisi Pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba**  
**Menurut Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	PNS	Tenaga Kontrak	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	12	9	21	54,5 %
2	Perempuan	8	5	13	45,5%
Total		20	14	34	100 %

Sumber: Data Kepegawaian Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba 2017

## b) Menurut tingkat pendidikan :

Tingkat pendidikan pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba. Pasca Sarjana yang PNS sebanyak 5 orang, Sarjana

sebanyak 21 orang terdiri dari 12 orang Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan 9 orang tenaga kontrak, 3 orang Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang berpendidikan Diploma 3 (D3), 3 orang tenaga kontrak berpendidikan SMA, 1 orang tenaga kontrak dengan pendidikan SLTP, dan 1 orang tenaga kontrak berpendidikan SD. Sebagaimana dapat dilihat pada table 2 berikut :

**Tabel 3**  
**Komposisi Pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba**  
**Menurut Tingkat Kepegawaian**

No	JENIS PENDIDIKAN	PNS	TENAGA KONTRAK	JUMLAH
1	Pasca Sarjana	5	-	5
2	Sarjana	12	9	21
3	Diploma 3 (D3)	3	-	3
4	SMA	-	3	3
5	SLTP	-	1	1
6	SD	-	1	1
Total		20	14	34

Sumber : Data Kepegawaian Dinas Pariwisata Kabupaten  
Bulukumba 2017

c) Menurut Golongan / Pangkat :

Komposisi Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba menurut golongan / pangkat sebagian besar adalah pegawai golongan III sebanyak 17 orang (59,1%), golongan II sebanyak 14 orang (18,18%) dan golongan IV sebanyak 3 orang (22,72%). Sebagaimana dapat dilihat pada table 3 berikut :

**Tabel 4**  
**Komposisi Pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba**  
**Menurut Golongan / Pangkat**

No	Golongan / Pangkat	Jumlah	Presentase
1	Golongan 1V	3	22,72%
2	Golongan III	17	59,1%
3	Golongan II	14	18,18%
Total		34	100%

Sumber : Data Kepegawaiaan Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba  
2017

### **C. Peran Pemerintah Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perahu Pinisi Di Kabupaten Bulukumba**

#### **1. Peran Pemerintah**

Peran pemerintah dalam pemasaran perahu pinisi memiliki peranan penting untuk membantu para pengusaha Pinisi dalam meningkatkan hasil produksinya. Peran pemerintah berkaitan dengan pemberdayaan yaitu mengarahkan masyarakat menciptakan kesejahteraan pada kemandirian dan memperbaiki material secara adil dan merata. Maka dari itu, dengan adanya peran pemerintah yang secara langsung optimal dan mendalam untuk membangun masyarakat. Selain itu pemerintah memiliki beragam cara dan peran dalam metode pemasaran seperti regulator, dinamisator dan fasilitator.

Adapun beberapa bentuk peran pemerintah dalam pemasaran Perahu Pinisi, yaitu:

a. Regulator

Regulator merupakan salah satu faktor yang turut mempengaruhi penyelenggaraan pembangunan, pemerintah mengarahkan masyarakat di bidang permodalan guna mendukung dalam pembangunan usahanya.

Beberapa informan mengungkapkan bahwa peran pemerintah dalam bentuk regulator seperti memberikan event dan bimbingan atau arahan terkait pengembangan usaha perahu pinisi. Hal ini tergambar dari hasil wawancara sebagai berikut :

“Disini kami memberi bimbingan atau arahan dengan mengadakan event-event (festival pinisi) dipesisir pantai bira untuk parah pengusaha maupun masyarakat dari seluruh Sulawesi selatan dalam mengelola dan meningkatkan pemasaran perahu pinisi”

(A.A, Seksi Hubungan Kelembagaan Kepariwisata, 15 Agustus 2018)

Selain beberapa informan mengemukakan belum adanya kebijakan pemerintah terhadap pemasaran perahu pinisi dan kebijakan dengan pemerintah daerah lain terkait perolehan bahan baku. Hal ini sesuai dengan pernyataan sebagai berikut :

“Pemerintah biasanya memberikan izin pelaksanaan even festival pinisi, selain itu terkait masalah investor kapal pinisi belum adanya kebijakan pemerintah Bulukumba maupun Pemprov Sulsel memudahkan investor memesan pembuatan perahu ke pengrajin kapal di Tanahberu. Atas masalah itu maka kami meminta ke Pemerintah di Bulukumba dan Sulsel untuk segera membuat kebijakan terkait mudahnya masuk investor yang menjatuhkan harga dimana bahan baku semakin langka”

(SH, Pengusaha Perahu Pinisi, 26 Agustus 2018)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Seksi Hubungan Kelembagaan Kepariwisata dan pengusaha Perahu Pinisi dapat dikatakan bahwa peranan pemerintah sebagai regulator yaitu memberikan izin pengadaan event-event kepada pengusaha dalam mengelola dan meningkatkan produktivitas dan

hasil pemasaran. Pemerintah juga harus mengambil kebijakan tentang mudahnya investor memesan Perahu Pinisi yang menjatuhkan harga, hal ini dinilai mematikan pengusaha lokal nantinya sehingga kedepan pengusaha Pinisi tidak berkembang yang dimana bahan baku juga semakin semakin langka.

Pemerintah Bulukumba berencana akan memperketat sistem penjualan Perahu Pinisi terhadap warga negara asing (WNA). Hal ini tergambar dari hasil wawancara sebagai berikut :

“iya, kita akan dorong dibuatkan Perbup dulu, baru menyusul Perdanya. Ini penting guna menjaga ikon Bulukumba”  
(AT, Bidang Pemasaran Dalam dan Luar Negeri 20 Agustus 2018)

Selain itu hasil wawancara yang dilakukan oleh Seksi Hubungan Kelembagaan Kepariwisata A.A terkait regulasi perahu pinisi mengungkapkan bahwa harus ada batasan atau aturan-aturan mengenai pemesanan atau pembuatan perahu pinisi yang dilakukan oleh warga negara asing (WNA). Adapun hasil wawancara tergambar sebagai berikut :

“Tidak boleh dibiarkan. Kapal pinisi ini adalah produk asli Bulukumba, tidak boleh seenaknya pengusaha asing membuat perahu pinisi disini. WNA hanya boleh memesan atau membeli dari pengrajin kapal lokal asli Bulukumba”  
(A.A, Seksi Hubungan Kelembagaan Kepariwisata, 15 Agustus 2018)

Hal ini sesuai dengan pernyataan Hj. U mengenai warga negara asing yang mengancam pengusaha dan pengrajin Perahu Pinisi local. Hasil wawancara sebagai berikut :

Senada dengan yang diungkapkan oleh informan AT pinisi sangat berpotensi diklaim oleh daerah lain sehingga dibuatkan Ranperda Pelestarian Pinisi. Hal ini tergambar dari hasil wawancara sebagai berikut :

“Pinisi sangat berpotensi diklaim oleh daerah lain karena banyaknya masyarakat Kabupaten Bulukumba yang merantau dan tinggal di daerah tertentu dan membuat perahu pinisi sehingga diklaim oleh daerah tersebut. Latar belakang dibuatnya Ranperda Pelestarian Pinisi karena pinisi sebagai aset pemerintah. Banyaknya kasus klaim yang terjadi oleh pihak asing karena tidak kuatnya bukti yang mengikat”  
(AT, Bidang Pemasaran Dalam dan Luar Negeri 20 Agustus 2018)

Saat ini Rancangan Peraturan Daerah (Ranperda) tentang Pelestarian Pinisi tengah digarap di DPRD Bulukumba. Mengingat kapal khas Bugis-Makassar itu merupakan aset pemerintah dan dikhawatirkan ada pihak asing yang mengklaim kepemilikannya. Selain itu, kapal pinisi banyak dibicarakan publik baik dalam negeri maupun luar negeri setelah melakukan pelayaran ke Vancouver pada 1986 silam. Dimana pinisi sangat berpotensi diklaim oleh daerah lain karena banyaknya masyarakat Kabupaten Bulukumba yang merantau dan tinggal di daerah tertentu dan membuat perahu pinisi sehingga diklaim oleh daerah tersebut. Hal ini juga dibenarkan anggota DPRD Bulukumba, saat Uji Publik Tentang Pinisi. Latar belakang dibuat Ranperda Pelestarian Pinisi karena pinisi sebagai aset pemerintah. Banyaknya kasus klaim yang terjadi oleh pihak asing karena tidak kuatnya bukti yang mengikat, sehingga Perda Pinisi perlu dibuat.

Selain kasus pengklaiman pinisi di daerah lain, pengusaha kapal lokal di daerah Bulukumba itu sendiri terancam dikarenakan WNA membuka usaha kapal di Bulukumba. Adapun hasil wawancara tergambar sebagai berikut :

“Sejak adanya WNA yang membuka usaha kapal di Bulukumba, pengusaha kapal lokal berkurang, karena WNA memiliki dana cukup besar. Sekarang ini bukan hanya perahu yang dia kerja. Tapi, sudah membuat kapal feri. Dia yang buat kelengkapan kapal mulai instalasi, listrik dan kelengkapan lain dikerjakan oleh WNA. Kasian warga lokal” (Hj. U, Pengusaha Perahu Pinisi, 02 September 2018)

Selain itu SH selaku pengusaha Perahu Pinisi mengatakan tugas pemerintah daerah adalah mengurus Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) Perahu Pinisi. Adapun hasil wawancara sebagai berikut:

“Pinisi berhasil masuk sebagai warisan budaya takbenda oleh Unesco. Hak cipta pembuatan perahu Pinisi juga telah dimiliki oleh masyarakat Bulukumba. Saat ini, tugas pemerintah daerah adalah mengurus Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) Perahu Pinisi” (SH, Pengusaha Perahu Pinisi, 26 Agustus 2018)

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh Seksi Hubungan Kelembagaan Kepariwisata dan Bidang Pemasaran mengatakan bahwa Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Bulukumba, berencana akan memperketat sistem penjualan kapal Perahu Pinisi terhadap warga asing (WNA). Upaya ini dilakukan agar kearifan lokal perahu pinisi yang menjadi kebanggaan masyarakat Bulukumba tetap terjaga dengan baik. Dalam aturan ini memuat sistem penjualan bagi warga luar negeri, sebab dikhawatirkan jika dijual bebas, mereka akan belajar bagaimana cara membuat padahal pinisi ini merupakan ciri khas atau ikon Bulukumba.

Saat ini Rancangan Peraturan Daerah (Ranperda) tentang Pelestarian Pinisi tengah digarap di DPRD Bulukumba. Mengingat kapal khas Bugis-Makassar itu merupakan aset pemerintah dan dikhawatirkan ada pihak asing yang mengklaim kepemilikannya. Latar belakang dibuat Ranperda Pelestarian Pinisi karena Pinisi sebagai aset pemerintah. Banyaknya kasus



klaim yang terjadi oleh pihak asing karena tidak kuatnya bukti yang mengikat, sehingga Perda Pinisi perlu dibuat. Pinisi berhasil masuk sebagai warisan budaya takbenda oleh Unesco. Hak cipta pembuatan Perahu Pinisi juga telah dimiliki oleh masyarakat Bulukumba. Saat ini, tugas pemerintah daerah adalah mengurus Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) perahu Pinisi.

Selain melakukan penertiban, pemerintah Bulukumba juga berencana akan melakukan koordinasi dengan pihak imigrasi Makassar agar melakukan penertiban, memeriksa visa dan paspor yang digunakan. Bahkan, pemerintah meminta WNA yang terlibat dalam pembuatan Pinisi ditindaki, Karena kehadirannya dianggap merugikan pengusaha lokal.

#### b. Dinamisator

Dinamisator merupakan pemberian motivasi terhadap pengrajin dan pengusaha Perahu Pinisi mengenai permasalahan dalam pembuatan dan pemasaran Perahu Pinisi demi menjaga dan memelihara warisan budaya.

Adapun beberapa hasil wawancara terkait dengan peran pemerintah dalam bentuk dinamisator sebagai berikut:

“Pengusaha dan pemerintah harus tahu persis dalam memberikan peningkatan kerja kepada para pekerja. Maka dari hal tersebut pengusaha dan pemerintah harus meningkatkan motivasi para pekerja dalam meningkatkan kinerja masing-masing dengan menerapkan peningkatan motivasi dalam memberikan bonus kerja atau berupa penambahan gaji/upah jika target yang diberikan kepada pekerja dapat tercapai”  
(A.A, Seksi Hubungan Kelembagaan Kepariwisata, 15 Agustus 2018)

Pengaruh motivasi dalam keberlanjutan usaha Perahu Pinisi di Kabupaten Bulukumba menerapkan peningkatan motivasi dengan memberikan bonus

gaji/upah jika target yang diberikan kepada karyawan dan pekerja dapat tercapai. Pemberian bonus yang diterapkan ini memberikan perubahan yang sangat signifikan dalam mencapai target perusahaan.

Keberlanjutan usaha Perahu Pinisi sangat ditentukan dari manajemen kepemimpinan yang ingin dicapai sebuah perusahaan, hal itu dapat tercapai jika sebuah pencapaian sesuai dengan target yang telah ditentukan. Pencapaian akan terwujud jika karyawan dan pekerja sinergis dalam melaksanakan tugasnya masing-masing dan untuk memaksimalkan kerja karyawan dan pekerja dalam melaksanakan tugasnya masing-masing maka perusahaan harus mengetahui apa yang dapat meningkatkan kinerja keduanya.

Informan AT selaku Bidang Pemasaran mengatakan bahwa setelah melakukan survei dilanjutkan dengan pertemuan guna meningkatkan pemasaran perahu pinisi. Hasil wawancara sebagai berikut :

“Setelah melakukan survei kelapangan, kami mengadakan pertemuan atau rapat dengan para pengusaha perahu pinisi untuk mengadakan event-event (festival pinisi) guna untuk meningkatkan pemasaran Perahu Pinisi”  
(AT, Bidang Pemasaran Dalam dan Luar Negeri 20 Agustus 2018)

Selain itu informan AT sebagai Bidang Pemasaran mengungkapkan dalam melaksanakan event selain sebagai salah satu alat yang digunakann untuk mengenalkan Perahu Pinisi ke masyarakat, pemberi motivasi terhadap pengusaha dan pengrajin, event yang dilaksanakan juga harus memiliki kriteria. Hal ini tergambar dari hasil wawancara dengan informan AT :

"...Kriterianya antara lain, diselenggarakan rutin dengan jadwal tetap, tersosialisasi luas melampaui batas regionalnya, pengunjung melewati batas wilayah, mendatangkan turis mancanegara, Selain itu syarat lain

yang perlu dipenuhi yaitu event tersebut harus diselenggarakan profesional, didukung aksesibilitas dan amenitas, dan event juga harus unik dan brand khusus”

(AT, Bidang Pemasaran Dalam dan Luar Negeri 23 Agustus 2018)

Salah satu cara pemberian motivasi terhadap pengusaha dan pengrajin Perahu Pinisi yaitu dengan mengadakan event-event. Namun event yang dilakukan harus memenuhi beberapa kriteria seperti diselenggarakan rutin dengan jadwal tetap, tersosialisasi luas melampaui batas regionalnya, pengunjung melewati batas wilayah, mendatangkan turis mancanegara. Selain itu syarat lain yang perlu dipenuhi yaitu event tersebut harus diselenggarakan profesional, didukung aksesibilitas dan amenitas dan event juga harus unik dan brand khusus.

Selain informan SH mengungkapkan selaku pengusaha Perahu Pinisi bahwa pemerintah kabupaten Bulukumba akan terus mengakomodir para pelaku usaha UKM (Usaha Kecil Menengah) untuk terus berkembang. Hasil wawancara tergambar sebagai berikut :

“Pemerintah berharap agar para pengrajin bias lebih berinovasi dalam berkarya, apalagi pinisi merupakan ikon dari kabupaten Bulukumba. Pemerintah kabupaten Bulukumba akan terus mengakomodir para pelaku usaha UKM (Usaha Kecil Menengah) untuk terus berkembang. Salah satu program pemerintah adalah bagaimana sahabat-sahabat pelaku UKM bisa berkembang menjadi lebih baik, pemerintah kabupaten Bulukumba melalui dinas-dinas terkait akan terus memperhatikan para pelaku UKM”

(SH, Pengusaha Perahu Pinisi, 26 Agustus 2018)

Usaha kecil menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung. Dimana pemerintah kabupaten

Bulukumba akan terus mengakomodir para pelaku usaha kecil menengah untuk terus berkembang menjadi lebih baik melalui dinas-dinas terkait akan terus memperhatikan para pelaku UKM.

c. Fasilitator

Pemerintah daerah Kabupaten Bulukumba memberikan bantuan atau fasilitas kepada Bidang Pemasaran atau pengusaha-pengusaha Perahu Pinisi lainnya tercipta agar tujuan bersama. Beberapa hasil wawancara yang dilakukan kepada informan salah satunya A.A dan AT selaku Seksi Hubungan Kelembagaan Kepariwisata dan Bidang Pemasaran mengatakan :

“Saat ini, pembuat Kapal Pinisi semakin kuat posisinya, sebab pemerintah telah memberikan perhatian besar pada kelompok Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada dalam masyarakat melalui upaya pemberdayaan (UMKM) dari pemerintah”  
(A.A, Seksi Hubungan Kelembagaan Kepariwisata, 19 Agustus 2018)

Pembuat Kapal Pinisi semakin kuat posisinya, sebab pemerintah telah memberikan perhatian besar pada kelompok Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada dalam masyarakat melalui upaya pemberdayaan (UMKM) dari pemerintah yang tertuang dalam Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang menyatakan bahwa prinsip-prinsip pemberdayaan UMKM yang dilakukan oleh pemerintah adalah menumbuhkan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, untuk berkarya dengan prakarsa sendiri, selalu mendorong pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, serta secara berkelanjutan melakukan upaya peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Selain itu, fasilitas-fasilitas yang diberikan pemerintah salah satunya penyediaan air bersih, listrik, jalan, parker dan lain-lain. Hal ini tergambar dari hasil wawancara sebagai berikut :

“Peningkatan sarana dan prasarana dasar di tempat pembuatan perahu pinisi seperti air bersih, listrik, jalan, parkir, dan lain – lain yang dari tahun ke tahun mulai dibenahi, sehingga memudahkan akses dalam pemasaran perahu pinisi”

(AT, Bidang Pemasaran Dalam dan Luar Negeri 23 Agustus 2018)

Pemerintah kabupaten Bulukumba meningkatkan fasilitas sarana dan prasarana di tempat pembuatan Perahu Pinisi seperti air bersih, jalan, parkir dan lain-lain, sehingga memudahkan akses dalam pemasaran Perahu Pinisi.

Selain itu informan Hj. U juga mengungkapkan bahwa salah satu fasilitas yang diberikan pemerintah dalam pemasaran Perahu Pinisi yaitu menyediakan sarana dan prasarana dalam melaksanakan event. Adapun hasil wawancara sebagai berikut:

“Salah satu fasilitas yang diberikan pemerintah salah satunya menyediakan sarana dan prasarana dalam hal pengadaan event, dimana event ini merupakan salah satu cara efektif dalam mempromosikan daerah dan Perahu Pinisi yang akhirnya mensejahterakan masyarakat”

(Hj. U, Pengusaha Perahu Pinisi, 02 September 2018)

Pengadaan Event merupakan strategi dalam mendukung kegiatan pelestarian Perahu Pinisi agar dapat memberikan pengaruh bagi peningkatan kualitas lingkungan di kawasan pembuat Perahu Pinisi. Strategi tersebut harus dibarengi dengan peningkatan sarana dan prasarana penunjang

sehingga mampu mengoptimalkan segala potensi yang dimiliki di kawasan pembuatan perahu pinisi dalam pengembangannya.

Berbeda halnya dengan informan NS salah satu pengrajin Perahu Pinisi mengatakan bahwa fasilitas yang diberikan oleh pemerintah belum maksimal, hal ini tergambar dari hasil wawancara sebagai berikut :

“Fasilitas dari pemerintah itu belum sepenuhnya maksimal. Kami para pembuat Perahu Pinisi terkendala dimasalah bahan baku seperti kayu, jangkan mau dijual, saat proses pembuatan mulai ada kendala”  
(AD, Pengrajin Perahu Pinisi, 07 September 2018)

Dengan demikian, peran pemerintah dalam mensejahterakan pekerja Perahu Pinisi, yaitu mempersiapkan modal atau dana tambahan, apabila terjadi lonjakan pengeluaran yang tak terduga, penyediaan dan pembelian bahan baku serta anggota DPRD Kabupaten Bulukumba yakni Komisi B dan Komisi A telah menyepakati tentang pembentukan Asosiasi Pekerja yang nantinya bias menangani isu-isu atau masalah-masalah mengenai pekerja Pinisi dengan bekerja sama dengan notaris sukma untuk legitimasi serta akan memasukkan dalam APBD Kabupaten Bulukumba untuk peningkatan pendapatan pkerja Pinisi, kemudian mempermudah pekerja mendapatkan asuransi kecelakaan, kesehatan, kematian dan jaminan hari tua. Pekerja Pinisi yang ada di Bali sudah mendapatkan JAMSOSTEK karena pengusaha Pinisi yang ada di Bali memotong gaji para pekerja setiap bulan kemudian mendaftarkan di JAMSOSTEK.

## 2. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan suatu manajemen yang disusun untuk mempercepat pemecahan persoalan pemasaran dan membuat keputusan-keputusan yang bersifat strategis. Dalam strategi pemasaran terdiri atas beberapa elemen-elemen yang saling berkaitan. Seperti perencanaan suatu produk, pemilihan pasar, penetapan harga, komunikasi pemasaran (promosi), dan sistem pemasaran. Dalam konteks penyusunan strategi, pemasaran memiliki 2 dimensi yaitu dimensi saat ini dan dimensi yang akan datang. Dimensi saat ini berkaitan dengan hubungan yang telah ada antara perusahaan dengan lingkungannya, sedangkan dimensi yang akan datang yang diharapkan akan dapat terjalin program tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.

### a. Produk

Produk merupakan kombinasi penawaran barang dan jasa perusahaan kepada pasar.

Adapun hasil wawancara yang dilakukan oleh beberapa informan terkait produk Perahu Pinisi yaitu sebagai berikut :

“Peluang usaha pembuatan perahu pinisi merupakan produk dalam negeri yang melegenda. Kapal Pinisi dibuat dengan menggunakan tangan, tanpa bantuan mesin sama sekali. Untuk berlayarnya pun menggunakan layar bukan mesin tapi dapat mengarungi lautan sampai afrika, hal ini yang membuat perahu pinisi diminati sampai mancanegara”

(AT, Bidang Pemasaran Dalam dan Luar Negeri 26 Agustus 2018)

Indonesia terkenal sebagai pembuat kapal terbaik. Perahu pinisi dibuat menggunakan tangan tanpa bantuan mesin sama sekali. Untuk berlayar pun menggunakan layar bukan mesin, tapi dapat mengarungi lautan samapai

Afrika. Sebagian besar masyarakat Bulukumba berprofesi sebagai pembuat kapal Pinisi peluang usaha pembuatan perahu pinisi bisa menjadi bisnis yang menguntungkan.

Wawancara juga dilakukan kepada informan pengrajin Perahu Pinisi. Informan AD mengatakan bahwa perahu pinisi salah satu produk yang sangat diminati dari segi bentuk, filosofi maupun pengerjaannya. Berikut ini hasil wawancara sebagai berikut:

“Pinisi adalah salah satu produk yang sangat diminati baik dari segi bentuk, filosofinya maupun cara pengerjaannya. Kalau tanpa seni dan keilmuan tingkat tinggi tentu Pinisi tidak akan mampu mengaruhi ganasnya samudra dan mengantarkan warga Sulawesi Selatan ke berbagai pulau di Indonesia maupun di negara lain”  
(AD, Pengrajin Perahu Pinisi, 07 September 2018)

Perahu pinisi merupakan salah satu produk yang dihasilkan di Kabupaten Bulukumba yang banyak diminati sampai di mancanegara. Pinisi salah satu produk yang diminati baik dari segi bentuk maupun filosofinya, perahu pinisi dari segi model memang beda dari perahu atau kapal pada umumnya dimana perahu ini dijumpai beberapa tiang layar. Awalnya perahu pinisi hanya ada dua tiang saja namun seiring berkembangnya waktu kini bias dipasang hingga tujuh tiang sesuai pesanan dan kebutuhan. Modelnya yang unik dan tentu saja didukung kualitas yang bagus membuat Perahu Pinisi selalu menjadi Primadona para konsumennya. Apalagi cara pembuatan Perahu Pinisi ini masih terbilang manual.

Hal serupa juga diungkapkan oleh informan SH salah satu pengusaha Perahu Pinisi, hasil wawancara sebagai berikut:



“Kapal pinisi di kabupaten Bulukumba merupakan produk yang banyak digemari dikalangan mancanegara Hal tersebut terbukti dari hasil penjualan yang melebihi target yang di inginkan oleh perusahaan terhadap hasil penjualan perahu pinisi yaitu 40%, sedangkan target yang dicapai yaitu 45% dari hasil penjualan”

(SH, Pengusaha Perahu Pinisi, 28 Agustus 2018)

Adapun kesimpulan wawancara dari beberapa informan di atas dapat dikatakan bahwa Pinisi merupakan salah satu produk yang banyak digemari di masyarakat bahkan sampai mancanegara. Perahu pinisi diminati baik dari segi bentuk, filosofi maupun cara pengerjaannya. Hal tersebut terbukti dari hasil penjualan Perahu Pinisi yang melebihi target yang diinginkan oleh pengusaha terhadap penjualan perahu pinisi yaitu 40% target yang dicapai yaitu 45% dari hasil penjualan.




Di samping keberhasilan dalam penjualan Perahu Pinisi ada beberapa kendala mengenai bahan baku yakni berkurangnya bahan baku seperti kayu di Kabupaten Bulukumba. Hal ini tergambar dari hasil wawancara kepada NS salah satu pengrajin Perahu Pinisi sebagai berikut :


”Sekarang bahan baku sudah berkurang, biasanya didatangkan dari Kendari, Sulawesi Tenggara. Dulunya kita tebang kayu di Bulukumba dan saya sendiri yang pergi untuk tebang kayu karena ada ritualnya sebelum menebang kayu”

(NS, Pengrajin Perahu Pinisi, 10 September 2018)

Dari beberapa penjelasan dari informan adapun jenis-jenis kapal Pinisi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Table 5**  
**Jenis-Jenis Kapal Pinisi, Tipe Kapal, Harga Dan Promosi**

No	Jenis Kapal	Tipe Kapal	Harga	Bentuk Promosi
1	Kapal Pinisi 	Kapal Pesiar Mewah  Panjang : 20 - 30 meter Lebar : 6 - 10 Meter	1 - 2 M	Media Online, melalui web atau blogger
2	Kapal Pinisi 	Kapal wisata  Panjang : 10 - 20 meter Lebar : 4 - 8 Meter	500 - 1 M	Media online, pemasangan iklan-iklan
3	Kapal Pinisi La Hilla 	Kapal Pesiar 30 Gross Tonase (GT)  Panjang : 12 meter Lebar : 4.75 Meter	4.75 M	Bekeja sama dengan pihak pemesan kapal pinisi atau memesal langsung ke pengusaha perahu pinisi
	Kapal Pinisi Lamima	Kapal Pesiar Mewah	6.5 M	Kerja sama langsung

4		Panjang : 120 Meter Lebar : 50 Meter	dengan pihak pemesan kapal pinisi atau memesan langsung ke pengusaha perahu pinisi
---	---	---	--

#### 1) Manajemen Pertukangan

Untuk membuat suatu unit perahu diperlukan sekelompok tukang yang jumlahnya sangat bervariasi. Hal tersebut tergantung dari besar kecilnya perahu yang akan dibuat. Keanggotaan suatu kelompok tukang ada yang sifatnya sementara (tidak terikat) sebab apabila perahu telah selesai dibuat para sawi dapat beralih, pindah kelompok atau mencari punggawa lain. Walaupun hal ini bukan suatu yang resmi namun ketaatan pada sistem dan struktur kerja dapat dipatuhi. Secara sederhana “struktur” tersebut terdiri dari punggawa (kepala tukang) atau panrita, sawi yang terdiri dari sawi kabusu dan sawi pemula; sambalu (pemilik perahu) dan ledeng yang merupakan dewan musyawarah.

#### 2) Punggawa atau Panrita Lopi (*Pungkaha-Konjo*)

Toko utama dalam satu unit pembuatan perahu ialah punggawa (*pungkaha-Konjo*) atau Panrita Lopi (tukang ahli). Punggawa adalah penanggung jawab utama atas seluruh pekerjaan perahu mulai dari pengolahan kayu di hutan hingga perahu selesai diproses di Bantilang.

Tukang-tukang lainnya disebut sawi. Sawi terbagi atas dua kategori, yaitu sawi kabusu dan sawi pemula. Sawi kabusu yaitu sawi yang sudah menerimaupah 1 porsi (100%) dari pembagian upah borongan. Sawi Kabusu ini terdiri dari beberapa tingkatan yaitu Sawi senior (calon Punggawa), sawi senior biasa dan sawi yang baru kabusu. Sawi pemula yaitu anak pra-remaja yang baru pertama kali terlibat dalam pembuatan perahu, yang terdiri dari tiga strata yaitu sawi sikasusu, sawi sipolong, dan sawi tallung kasusu. Dengan melihat gambar dari struktur manajemen pertukangan perahu, dapat dipahami bahwa seorang punggawa memiliki otoritas besar terhadap sawinya. Selain itu seorang punggawa memiliki peran ganda dalam proses pembuatan perahu yaitu:

- a) Sebagai penanggung jawab borongan pembuatan perahu, dimana seorang punggawa berperan sebagai majikan langsung dari para sawi yang dipimpinya.
- b) Sabagai “guru” dari sawinya, dimana seorang punggawa akan mentransfer ilmu dan pengetahuanya dalam pembuatan perahu kepada sawinya.

#### b. Harga

Komponen harga produk dan jasa terbagi atas 3 elemen, yaitu biaya produksi, biaya koordinasi dan profit margin. Dalam menciptakan harga produk produsen harus lebih memperhitungkan seberapa banyak biaya produksi sehingga tidak terlalu rendah atau tinggi. Adapun beberapa hasil wawancara terkait masalah harga :

“kalau jenis kapal standar biaya pembuatannya biasa mencapai Rp. 1,6 M dan harga penjualannya bisa mencapai Rp. 2,8 M dengan tingkat pencapaian 50 persen dari 100 persen”

(SH, Pengusaha Perahu Pinisi, 28 Agustus 2018)

Dari hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa modal dan hasil penjualan sangat memberikan gambaran keuntungan dan terlihat juga bahwa harga sangat mempengaruhi jenis barang yang diinginkan, meskipun pencapaian dari hasil penjualan belum sesuai dengan target.

Harga Perahu Pinisi sangat bervariasi tergantung dari ukuran, jenis, waktu penyelesaian dan bahan baku perahu itu sendiri. Hal ini tergambar dari hasil wawancara dari beberapa informan sebagai berikut :

“Kalau masalah harga kami kurang tahu karena itu urusan pengusaha Perahu Pinisi dengan pembeli, yang kami tahu selaku pengrajin Perahu Pinisi kami digaji Rp. 50 juta per bulan untuk 10-12 orang pekerja tergantung dari ukuran dan tingkat kerumitan dari perahu itu sendiri”

(IW, Pengrajin Perahu Pinisi, 15 September 2018)

Harga sebuah Perahu Pinisi bervariasi tergantung dari ukuran dan jenis. Hal ini tergambar dari hasil wawancara yang dilakukan oleh informan Hj. U sebagai berikut :

“Dari ratusan juta rupiah, hingga 10 milyar per kapal, tergantung bentuk, fungsi, waktu pengerjaan, dan tingkat kesulitannya. Malah ada bule yang mau membuat pinisi untuk kapal pesiar, dia minta jadi hanya dalam waktu 6 bulan. Itu juga beda lagi hitungannya. Dalam pembuatannya pula, dengar-dengar mereka tidak memakai standar yang baku. Pake feeling dan ada ritual tersendiri”

(Hj. U, Pengusaha Perahu Pinisi, 04 September 2018)

Menurut informan Hj. U penetapan harga suatu produk dalam hal ini adalah Perahu Pinisi dapat dilihat dari berbagai aspek yakni dari bentuk, fungsi, waktu pengerjaan dan tingkat kesulitannya. Dengan kata lain, penetapan harga merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh

pengusaha untuk memberikan nilai suatu produk dengan mengkalkulasikan terlebih dahulu segala macam biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh keuntungan serta mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga.

Hal ini disampaikan oleh informan AT selaku Bidang Pemasaran mengatakan bahwa Perahu Pinisi pernah terjual sampai 6 milyar. Hasil wawancara sebagai berikut :

“Sejumlah pengusaha lokal di daerah itu telah menjual kapal pinisi ratusan juta hingga Rp 6 miliar. Kenapa Mahal? Karena proses pengerjaannya, pemilihan kayu hingga ritualnya rumit. Anda bisa membayangkan bahwa hari dan waktu masa pengerjaannya tidak sembarang waktu dan setiap waktu memiliki sarat makna. Makanya mahal karena menggunakan bahan-bahan kayu kuat dan Pinisi memiliki filosofi”

(AT, Bidang Pemasaran Dalam dan Luar Negeri 26 Agustus 2018)

Selain itu pengrajin Perahu Pinisi mengungkapkan bahwa harga Perahu Pinisi bervariasi berdasarkan bentuk, ukuran dan jenis Perahu Pinisi itu sendiri. Hal ini tergambar dari hasil wawancara sebagai berikut :

“Harga jual kapal pinisi tergantung dari jenisnya seperti untuk 30 Gross Tonase (GT) senilai Rp 500 juta hingga Rp 1 miliar, 100 GT senilai Rp 1,5-3 miliar dan 200 GT Rp 4-6 miliar. Sedang batas pengerjaan Diungkapkan bahwa harga jual kapal pinisi untuk 30 Gross Tonase (GT) dikerjakan selama empat bulan, 100 GT selama 12 bulan dan 200 GT selama 24 bulan masa pengerjaannya”

(AD, Pengrajin Perahu Pinisi, 07 September 2018)

Dari hasil wawancara dari beberapa informan dapat disimpulkan bahwa harga setiap Perahu Pinisi ditentukan oleh bentuk kapal, serta bahan yang akan digunakan. Biasanya kapal yang dipesan untuk kapal pesiar dengan ukuran yang lebih besar harganya mencapai miliaran rupiah. Pembuatan satu buah kapal Pinisi dibutuhkan jangka waktu selama satu hingga dua tahun

dengan pekerja sebanyak 10 orang yang dipimpin oleh punggawa atau kepala tukang.

Hal ini juga sesuai yang diungkapkan oleh informan A.A harga juga dipengaruhi oleh ukuran dan jumlah orang yang mengerjakan perahu tersebut. Hasil wawancara tergambar sebagai berikut :

“perahu pinisi dengan ukuran 400 ton, panjang 36 meter, lebar 9 meter, dan tinggi 4,2 meter dengan jumlah sawi 10 orang dan punggawa dengan nilai borongan sebesar Rp. 145.000.000 perbulannya. Degan harga total Rp. 13.000.000.000 menggunakan dua mesin kapal yaitu mesin utama 300 pk dan mesin cadangan 260 pk. Nilai kontrak dalam pembuatan kapal tersebut sebesar Rp. 7.500.000.000 dimana klien (pemesan) yang memesan kapal ini berasal dari Turki” (A.A, Seksi Hubungan Kelembagaan Kepariwisata, 19 Agustus 2018)

Industri pembuatan Perahu Pinisi merupakan usaha yang dalam pembuatannya mempunyai ukuran yang sangat bervariasi, berukuran mulai dari 50-400 ton. Dalam pembuatan Perahu Pinisi dengan ukuran 400 ton, panjang 36 meter, lebar 9 meter, dan tinggi 4,2 meter dengan jumlah sawi 10 orang dan punggawa dengan nilai borongan sebesar Rp. 145.000.000 perbulannya. Degan harga total Rp. 13.000.000.000 menggunakan dua mesin kapal yaitu mesin utama 300 pk dan mesin cadangan 260 pk. Nilai kontrak dalam pembuatan kapal tersebut sebesar Rp. 7.500.000.000 dimana klien (pemesan) yang memesan kapal ini berasal dari Turki. Adapun beberapa negara yang menjadi peminat kapal Pinisi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Table 6**  
**Jenis Kapal, Negara Yang Memesan dan Harga**

No	Jenis Kapal	Negara Yang Memesan	Harga
1	Kapal Pinisi Wisata	Malaysia, Singapura, Jepang, Australia, Italia dan beberapa negara lainnya	500 Jt- 1 M
2	Kapal Pesiar	Turki, Kanada, Australia	1 - 2 M
3	Kapal Pesiar Lamima	Australia	6.5 M
4	Kapal Pesiar La Hilla	Cina, Jepang, Turki	4.75 M

c. Promosi

Promosi merupakan salah satu bentuk pemasaran yang digunakan oleh pengrajin Perahu Pinisi di Kabupaten Bulukumba dengan berbagai macam cara, karena pengrajin yang ada di Kabupaten Bulukumba juga sangat banyak, jadi mereka memiliki cara masing-masing dalam hal memasarkan atau menjual Perahu Pinisinya di luar maupun dalam negeri. Berikut hasil wawancara yang dilakukan kepada salah satu informan SH selaku pengusaha Perahu Pinisi sebagai berikut :

“Kita melakukan promosi melalui media online, dalam penjualan perahu pinisi masih dalam penggunaan pemasaran dengan cara memasang iklan-iklan pada media online. Dalam iklan yang dipasangkan dan dipasarkan terdapat ciri-ciri perahu pinisi, tipe dan harga. Harganya pun tergantung dari tipe perahu yang dipesan dan melampirkan nomor telepon yang dapat dihubungi pada iklan tersebut supaya peminat dapat menghubungi secara langsung tanpa datang ketempat pembuatan perahu pinisi. 75% pemesan kapal berasal dari luar negeri. Dengan cara memasang iklan di media online saya banyak mendapat telepon dari pemesan perahu pinisi, meskipun saya belum memiliki web atau blog pribadi untuk pemesanan perahu/kapal pinisi”  
(SH, Pengusaha Perahu Pinisi, 30 Agustus 2018)



Berbeda halnya dengan informan SH yang melakukan promosi melalui media online. Hj. U juga selaku pengusaha Perahu Pinisi mengatakan bahwa dia melakukan promosi atau penjualan melalui pihak-pihak yang sudah bekerjasama dengan dirinya dalam penjualan perahu pinisi. Hal ini tergambar dari hasil wawancara sebagai berikut:

“Pemasaran perahu pinisi yang saya gunakan belum menggunakan media online, karena saya tidak mengerti yang nama komputer. Komputer itu sangat asing bagi saya apalagi yang namanya media online atau internet. Saya sering mendengarnya tapi tidak tau apa kegunaannya. Pemasaran yang saya lakukan adalah penjualan atau promosi melalui pihak-pihak yang sudah bekerja sama dengan dirinya dalam penjualan perahu pinisi. Dan biasanya peminat atau pembeli datang langsung mengunjungi pembuatan perahu pinisi. Seperti halnya peminat dari luar negeri atau kita kenal dengan bule-bule, mereka biasanya bertujuan untuk mengunjungi objek wisata pantai bira tapi mereka menyempatkan diri untuk mampir ke tempat pembuatan perahu pinisi, biasanya salah satu dari mereka berminat atau tertarik memesan perahu pinisi untuk dijadikan sebuah alat transportasi mereka. Dan biasanya peminat juga mendapatkan informasi dari pengunjung-pengunjung yang datang sebelumnya. Alat-alat yang digunakan dalam mengerjakan perahu pinisi menggunakan alat mesin serut dengan dengan listrik. dan pengerjaan perahu biasanya memakan waktu 9 bulan dengan 12 orang pekerja. Pembagian hasil dibagi sesuai dengan kerjanya. Baik itu pihak yang membantu dalam pemasaran perahu pinisi”

(Hj. U, Pengusaha Perahu Pinisi, 04 September 2018)

Hal ini juga diungkapkan oleh informan IW selaku pengrajin Perahu Pinisi. Selain IW sebagai pengrajin dia juga menjual perahu pinisi buatannya ke masyarakat. Adapun hasil wawancara sebagai berikut :

“Tidak menggunakan media online dalam pemasaran perahu pinisi karena saya tidak mengerti apa itu media online atau internet dan saya tidak bekerja sama dengan pihak manapun dalam pemasaran perahu yang saya buat, karena pembeli atau peminat biasanya datang langsung kesini. Saya biasanya membuat perahu pinisi meskipun tidak ada yang pesan sebelumnya. Jadi, saya hanya menjual perahu yang sudah dibuat sebelumnya. Tidak seperti pengrajin-pengrajin yang lain yang hanya membuat perahu kalau pesanan sudah jelas ada”.

(IW, Pengrajin Perahu Pinisi, 17 September 2018)

Beberapa informan di atas memberikan keterangan mengenai proses pemasaran Perahu Pinisi baik secara langsung maupun perantara. Dalam hal pemasaran Perahu Pinisi pengusaha atau bidang pemasaran menggunakan media online, penyalur atau distributor adalah orang-orang yang sebelumnya menjadi juragan yang membiayai seluruh proses pengerjaan Perahu Pinisi. Mereka bertanggung jawab dalam hal menyiapkan dana, lokasi dan tenaga kerja. Dalam memasarkan Perahu Pinisi banyak pihak yang terkait dan membantu di dalam mempromosikan dan memasarkan perahu pinisi melalui media online. Diantaranya Dinas Parawisata, komunitas-komunitas blogger Bulukumba, dan lain-lain.

Sebagian orang yang dikenal dengan makelar yang juga mengambil alih dalam pemasaran Perahu Pinisi tersebut dalam mempromosikan ke peminat Perahu Pinisi. Karena juragan atau pengrajin Perahu Pinisi yang ada di Kabupaten Bulukumba belum secara personal memasarkan Perahu Pinisi buataannya dengan menggunakan media online. Karena mereka sendiri lebih memfokuskan pada pembuatan Perahu Pinisinya. Dan mereka sudah memberikan kepercayaan kepada orang-orang yang sudah diajak bekerja sama dalam mempromosikan dan memasarkan Perahu Pinisi dengan cara media online.

Selain itu informan AT mengungkapkan bahwa para pengusaha Perahu Pinisi memiliki beberapa cara dalam memasarkan atau melakukan promosi penjualannya. Hasil wawancara sebagai berikut :

“Pemasaran yang digunakan juga bermacam-macam dalam penjualannya. Mereka para pengusaha dalam melakukan pemasaran melalui media online

sangat berpengaruh, karena media online para pengrajin Perahu Pinisi sangat dikenal sebagai pengrajin yang sukses dan handal dalam pembuatan Perahu Pinisi. Meskipun ada beberapa pengusaha yang belum memiliki web yang resmi dalam penjualan Perahu Pinisi di media online, diantaranya pengunjung-pengunjung yang datang dan berniat baik menulis artikel-artikel di media online. Dan kami maupun pemerintah kabupaten Bulukumba juga berperan penting dalam hal pemasaran Perahu Pinisi, kami memiliki situs [www.bulukumba.tourisme](http://www.bulukumba.tourisme) dalam situs ini banyak informasi-informasi yang bias didapatkan mengenai Perahu Pinisi. Karena dalam situs ini di tampilkan juga sebagai objek wisata yang ada di kabupaten Bulukumba. Selain pemasaran melalui media online, ada acara lain yang digunakan dalam penjualan perahu pinisi, ada secara langsung dan melalui perantara. Secara langsung seperti halnya dengan peminat yang mendatangi tempat pembuatan perahu pinisi. Sedangkan yang melalui perantara orang yang menjadi makelar dalam penjualan Perahu Pinisi” (AT, Bidang Pemasaran Dalam dan Luar Negeri 27 Agustus 2018)

Pemasaran yang digunakan dalam mempromosikan Perahu Pinisi bermacam-macam cara seperti melalui media online maupun secara langsung dan melalui perantara. Para pengusaha dalam melakukan pemasaran melalui media online sangat berpengaruh, karena media online para pengrajin Perahu Pinisi sangat dikenal sebagai pengrajin yang sukses dan handal dalam pembuatan Perahu Pinisi. Meskipun ada beberapa pengusaha yang belum memiliki web yang resmi dalam penjualan Perahu Pinisi di media online, diantaranya pengunjung-pengunjung yang datang dan berniat baik menulis artikel-artikel di media online. Dan kami maupun pemerintah Kabupaten Bulukumba juga berperan penting dalam hal pemasaran Perahu Pinisi, kami memiliki situs [www.bulukumba.tourisme](http://www.bulukumba.tourisme) dalam situs ini banyak informasi-informasi yang bias didapatkan mengenai Perahu Pinisi. Karena dalam situs ini di tampilkan juga sebagai objek wisata yang ada di Kabupaten Bulukumba. Secara langsung seperti halnya dengan peminat yang mendatangi tempat

pembuatan Perahu Pinisi. Sedangkan yang melalui perantara orang yang menjadi makelar dalam penjualan Perahu Pinisi.

Hal ini senada yang diungkapkan oleh informan AD bahwa selain media online yang digunakan dalam pemasaran Perahu Pinisi juga ada pihak terkait dalam membantu memasarkan Perahu Pinisi para pengusaha. Hasil wawancara tergambar sebagai berikut :

“Pemasaran melalui media online dalam penjualan Perahu Pinisi bukan digunakan secara personal bagi para pengusaha perahu pinisi, yakni ada pihak yang terkait membantu dalam memasarkan hasil karya perahu pinisi dengan cara memasang iklan di media online, dan pemasaran atau promosi tersebut banyak yang merespon dan sangat berpengaruh dalam pemesanan Perahu Pinisi. Karena di sini tempat pengrajin perahu pinisi sangat banyak, jadi tentu saja persaingan dalam penjualan perahu pinisi pasti ada”

(AD, Pengrajin Perahu Pinisi, 09 September 2018)

Pemasaran Perahu Pinisi menggunakan media online memiliki keuntungan yang sangat banyak dirasakan oleh para pengusaha Perahu Pinisi. Selain menghemat waktu, pengrajin juga dapat menghemat tenaga dalam berinteraksi pada orang-orang yang ingin memesan Perahu Pinisi. Dalam wawancara di atas pemasaran melalui media online dalam penjualan Perahu Pinisi bukan digunakan secara personal bagi para pengusaha Perahu Pinisi, yakni ada pihak yang terkait membantu dalam memasarkan hasil karya Perahu Pinisi dengan cara memasang iklan di media online, dan pemasaran atau promosi tersebut banyak yang merespon dan sangat berpengaruh dalam pemesanan Perahu Pinisi. Karena di sini tempat pengrajin Perahu Pinisi sangat banyak, jadi tentu saja persaingan dalam penjualan Perahu Pinisi pasti ada.

#### d. Distribusi

Distribusi merupakan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan atau pengusaha Perahu Pinisi untuk membuat produk agar mampu diperoleh serta tersedia bagi pelanggan sasaran.

Terkait distribusi yang dilakukan kepada informan SY salah satu pengusaha Perahu Pinisi mengatakan bahwa dirinya juga bertindak sebagai distributor atau penyalur. Hasil wawancara sebagai berikut :

“Saya memiliki CV sebagai produksi perahu pinisi mendistribusikan perahu pinisi dengan sasaran semua unsur unsur yang bias terlibat dalam proses jual beli, seperti ada produk yang dijual baik secara langsung maupun tidak seperti memasang iklan di media online serta ada peminat atau pembeli”

(SH, Pengusaha Perahu Pinisi, 30 Agustus 2018)

Hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa informan SY selaku pemilik CV yang berperan sebagai produksi Perahu Pinisi mendistribusikan perahu pinisi dengan sasaran semua pihak yang bias terlibat dalam proses jual beli. Dalam hal ini pembeli dapat memesan perahu, disisi lain distributor juga bias mencantumkan tag blog Perahu Pinisi ke blog mereka untuk disebar ke internet. Dengan demikian, ada banyak transaksi yang muncul melalui pemasaran perahu pinisi.

Selain itu informan IW mengungkapkan bahwa dalam pembuatan Perahu Pinisi ada distribusi pendapatan industri.hal ini tergambar dari hasil wawancara sebagai berikut :

“Disini ada namanya distribusi pendapatan, samal halnya dengan sistem bagi hasil yang disepakati dalam bentuk kesepakatan yang tidak tertulis ang dilandari dengan kepercayaan bagi masing-masing pihak. Dimana pengusaha atau juragan keuntungan yang diperoleh adalah keuntungan bersih, kalau ponggawa atau kepala tukang itu 10% dari

nilai krontak upah borongan, sedangkan sawi atau tukang biasa setelah 10% dikeluarkan untuk upah ponggawa dan 20% untuk prestasi kerja” (IW, Pengrajin Perahu Pinisi, 17 September 2018)

Dalam pembuatan Perahu Pinisi telah disepakati mengenai aturan distribusi pendapatan. Sistem bagi hasil disepakati dalam bentuk kesepakatan yang tidak tertulis yang dilandari dengan kepercayaan bagi masing masing pihak yang terlibat dalam pembuatan Perahu Pinisi. Pendapatan pengusaha Perahu Pinisi yang diperoleh adalah keuntungan bersih dari pembuatan Perahu Pinisi tersebut, keuntungan kepala tukang adalah 10% dari nilai kontrak upah borongan, sedangkan keuntungan yang diperoleh tukang biasa sisa dari nilai kontrak upah borongan setelah dikeluarkan 10% untuk upah kepala tukang dan 20% untuk prestasi kerja.

Dengan demikian, dengan adanya peran pemerintah dan strategi pemasaran terhadap perahu pinisi mengalami peningkatan hasil produksi perahu pinisi mulai dari pembuatan hingga ketahap pemasaran dan penjualan. Adapun beberapa unsur yang menjadai landasan pokok penulis dalam mengumpulkan informasi tentang perkembangan atau peningkatan dalam pemasaran perahu pinisi di Kabupaten Bulukumba adalah sebagai berikut :

- a) Melakukan observasi langsung ke daerah atau lokasi pembuatan perahu pinisi yang terdapat di Kabupaten Bulukumba.
- b) Memperhatikan bahan baku serta alat-alat yang di gunakan pada proses pembuatan perahu pinisi sampai selesai.
- c) Melakukan interaksi langsung pada pihak-pihak yang terkait dalam proses pembuatan perahu pinisi, yaitu juragan, punggawa dan sawi.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Adapun peran pemerintah dan strategi pemasaran Perahu Pinisi di Kabupaten Bulukumba dari wawancara di beberapa informan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

##### 1. Peran pemerintah

- a. Regulator : 1) memberikan izin pengadaan event-event kepada pengusaha dalam mengelola dan meningkatkan produktivitas dan hasil pemasaran; 2) membuat rancangan Peraturan Daerah (Ranperda) tentang Pelestarian Pinisi Bulukumba; 3) Pemerintah Bulukumba akan memperketat sistem penjualan kapal Perahu Pinisi terhadap Warga Negara Asing (WNA) yang menjatuhkan harga.
- b. Dinamisor : 1) peningkatan motivasi dengan memberikan bonus gaji/upah jika target yang diberikan kepada karyawan dan pekerja dapat tercapai; 2) pemberian motivasi terhadap pengusaha dan pengrajin Perahu Pinisi yaitu dengan mengadakan event-event.
- c. Fasilitator : 1) pemerintah memberikan perhatian besar pada kelompok Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada dalam masyarakat melalui upaya pemberdayaan; 2) Pemerintah kabupaten Bulukumba meningkatkan fasilitas sarana dan prasarana di tempat pembuatan Perahu Pinisi seperti air bersih, jalan, parkir dan lain-lain, sehingga memudahkan akses dalam pemasaran Perahu Pinisi.

## 2. Strategi Pemasaran

- a. Produk : peluang usaha pembuatan perahu pinisi merupakan produk dalam negeri yang melegenda. Perahu Pinisi dibuat dengan menggunakan tangan, tanpa bantuan mesin sama sekali.
- b. Harga : harga Perahu Pinisi bervariasi berdasarkan bentuk, ukuran dan jenis Perahu Pinisi itu sendiri. Mulai dari ratusan juta hingga milyaran.
- c. Promosi : memasarkan Perahu Pinisi melalui media online, memasang periklanan, miniature dan lain-lain.
- d. Distribusi : mendistribusikan Perahu Pinisi dengan sasaran semua pihak yang bias terlibat dalam proses jual beli.

### **B. Saran**

Adapun saran yang dapat diberikan setelah melihat kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya pemerintah membuat regulasi Perahu Pinisi tentang batasan atau aturan-aturan mengenai pemesanan atau pembuatan Perahu Pinisi.
2. Atas masalah kurangnya bahan baku pembuatan Perahu Pinisi pemerintah sebaiknya melakukan kerjasama atau koordinasi dengan pemerintah lain yang memiliki potensi alam yang melimpah.
3. Diharapkan kepada masyarakat sekitar agar tetap mempertahankan budaya pembuatan kapal Pinisi dengan cara memberikan bimbingan atau pembelajaran kepada generasi muda agar Perahu Pinisi tetap terjaga kelestariannya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, Raharjo. 2011. *Manajemen Pemerintah Daerah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Angipora P. Marius. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta. PT RajaGrafindo Persada.
- Amstrong, Gary and Philip, Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta. Penerbit Prenhalindo.
- Assuri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasarsan*. Jakarta. PT RajaGrafindo Persada.
- David, F.R. 2010. *Manajemen Strategis*. Jakarta. Salemba Empat.
- Kansil, Christine S.T. 2002. *Pemerintah Daerah Di Indonesia*. Jakarta. Sinar Grafika.
- Kotler, Philip. 2007. *Pemasaran Di SektorPublik*. Jakarta. PT INDEKS.
- Kotler, Philip dan Amstrong Gary. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Labolo, Muhadam. 2010. *Memahami Ilmu Pemerintahan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Lisbijanto, Herry. 2013. *PerahuPinisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mardiasmo. 2009. *Akuntansi Sektor Publik*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Meleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, Zaidan. 2013. *Manajemen Pemerintahan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Nurbiyati, Titik. 2005. *Manajemen Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta. Penerbit KAYON
- Purnomo, Setiawan H Ari. 2007. *Manajemen Strategi*. Jakarta. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Radiosunu. 2001. *Manajemen Pemasaran (Satu Pendekatan Analisis)*. Yogyakarta. BPFE

- Rangkuti, Freddy. 2008. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedi Pustaka Utama.
- Silalahi, Ulber. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Soekanto, Soerjono. 2002. *Pemerintah: Tugas Pokok Dan Fungsi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Bogor. PT IPB Press.
- Syafi'ie, Inu Kencana. 2005. *Pengantar Ilmu Pemerintah*. Bandung: PT Rafika Aditama.
- Thoha, Miftah. 2004. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta.CV Andi Offset.
- Triton PB. S.Si. 2007. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta. Tugu Publisher.
- Umar, husein. 2005. *Strategic Management In Action*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar.2009. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara

**Sumberlain :**

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah

## RIWAYAT HIDUP



A. Rini Purnamasari, lahir pada tanggal 24 november 1996 di Lingkungan Balleanging Kelurahan Ballasaraja Kecamatan Bulukumpa Kabupaten Bulukumba Sulawesi Selatan. Penulis merupakan anak ke 2 dari 3 bersaudara, dari pasangan A. Muh. Yusuf dan A. Yuliati. Penulis pertama kali masuk pendidikan sekolah dasar di SDN 61 Balleanging pada tahun 2004 dan tamat pada tahun 2009.

Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke MTsN 410 Tanete dan tamat pada tahun 2011. Setelah tamat MTsN, penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 2 Bulukumba dan tamat pada 2014. Dan pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik melalui Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB). Adapun organisasi yang penulis ikuti di dalam kampus yaitu Kader Muhammadiyah.