

Munny Cahyani Lestari, Rosita dan Sri Marhanah: Strategi Penguatan Citra Cibaduyut
Sebagai Kawasan Wisata Kerajinan Sepatu di Kota Bandung

**STRATEGI PENGUATAN CITRA CIBADUYUT SEBAGAI KAWASAN WISATA
KERAJINAN SEPATU DI KOTA BANDUNG**

Munny Cahyani Lestari*(1), Rosita(2), Sri Marhanah(3)
(1) Mahasiswa, (2) (3) Penulis Penanggung Jawab

*Program Studi Manajemen Resort & Leisure
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia*

*E-mail: munnycahyani@rocketmail.com

ABSTRAK

Sepatu Cibaduyut merupakan salah satu produk wisata yang banyak diincar oleh banyak wisatawan ketika berkunjung ke kawasan wisata belanja ini. Sayangnya ketenaran kawasan wisata belanja sepatu ini tidak didukung dengan kondisi dari para pengrajin sepatu saat ini, produk China yang menguasai pasar, persaingan yang terjadi dengan para pendatang, regenerasi yang terhambat, bahan baku kulit yang sulit dicari, serta modal yang terbatas menjadi kendala yang banyak dialami oleh para pemilik bengkel sepatu dan pengrajin sepatu. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dihadapi pemilik bengkel sepatu dan pengrajin sepatu cibaduyut, kemudian menganalisis dan membuat strategi penguatan citra Cibaduyut. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data dan informasi mengenai pengrajin sepatu cibaduyut diperoleh dari data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi dengan 6 Pemilik Bengkel Sepatu, 21 Pengrajin Sepatu dan 3 orang narasumber dari Pemerintahan. Metode analisis data menggunakan Analisis SWOT dengan menentukan faktor internal dan faktor eksternal terlebih dahulu dan untuk menentukan isu-isu strategis digunakan Uji Litmus untuk mengetahui skor isu tertinggi. Dalam penelitian ini isu strategis tertinggi yaitu dengan skor 37 adalah Menjadikan Cibaduyut sebagai Industri Sepatu Kulit Percontohan dan Sentra Sepatu Kulit ber SNI pertama di Indonesia dan isu strategis tertinggi kedua dengan skor 33 adalah Mengoptimalkan peran Perguruan Tinggi sebagai partner kerjasama dengan Pemerintah untuk menciptakan situasi dimana generasi muda saat ini tertarik untuk belajar membuat sepatu dari mulai mendesain hingga menjadi sepatu seutuhnya, dan juga mengajak generasi muda saat ini untuk mencintai produk dalam negeri. Dari kedua isu strategis tersebut dibutuhkan peran aktif dari pemerintah sebagai pemegang kebijakan, swasta, masyarakat, perguruan tinggi terkait untuk bisa menghidupkan kembali Cibaduyut sebagai salah satu sentra sepatu kulit di Jawa Barat dan para generasi muda mau bekerja dan belajar membuat sepatu sebagai salah satu upaya menyelamatkan kerajinan turun temurun ini.

Kata Kunci: SWOT Cibaduyut, Wisata Kerajinan Sepatu, Pengrajin Sepatu, Strategi Penguatan Citra Kawasan Wisata

**STRATEGY OF STRENGTHENING IMAGE OF CIBADUYUT SHOE CRAFTS AS
A TOURISM DESTINATION IN THE CITY OF BANDUNG**

ABSTRACT

Cibaduyut shoes are tourism product sought by tourists when they visit this shopping area. Unfortunately the fame of this tourist shoe shopping area is not supported with the condition of the craftsmen's shoes this time. China product that overwhelms the market, competition with the settlers, regeneration is hampered, a hard leather raw materials sought, and the limited capital into many obstacles experienced by the owners of a shoe repair shop and a shoe craftsman. This study obtain to identify the internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) of the cibaduyut shoe craftsmen, then analyze and create a strategy for the Cibaduyut shoe image reinforcement. This study employed qualitative approach. Data and information regarding the Cibaduyut shoe craftsmen gained from primary and secondary data. The technique of data collection was done by field of observation, interview and documentation of 6 owner of a Shoe shop , 21 Shoe Craftsman and 3officers from the Government. Data was analyzed by using SWOT analysis and Litmus Test was used to define strategic issues. In this research the first highest strategic issue with the highest score of 37 was made the Cibaduyut Shoe Industry as a pilot and Center of leather shoes with SNI License first in Indonesia and the second strategic issues with a score of 33 is to optimize the College's role as a partner of a partnership with the Government to create a situation where the younger generation is currently interested in learning to make shoes from the start to design up to the complete shoe , and also invite young people to love domestic products. Both of this issues need the active role of the Government as a policy holder, private, community, and Collage that involved with the program to revive the Cibaduyut as one of the centers of leather shoes in West Java and the younger generation willing to work and learn to make the shoes as one of the efforts of the rescue craft is hereditary.

Key words: SWOT Cibaduyut,, Craft Shoe Tourism, Shoe Craftsmen, Strengthening strategy of tourism destination image

PENDAHULUAN

Salah satu kawasan wisata kerajinan yang terkenal di Bandung ialah Kawasan Wisata Kerajinan Sepatu Cibaduyut. Kawasan wisata kerajinan sepatu Cibaduyut memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan, karena Cibaduyut memiliki ciri khas yang jarang ditemui di kota atau kawasan wisata lain, yaitu sepatunya. Sepatu Cibaduyut merupakan salah satu produk wisata yang banyak diincar oleh banyak wisatawan ketika berkunjung kekawasan wisata belanja ini. Sepatu Cibaduyut sendiri telah menembus pasar internasional, terbukti ketika penulis melakukan wawancara kepada pedagang dan Bagian Litbang dari Keluarahan Cibaduyut diperoleh bahwa sepatu

Cibaduyut juga dipasarkan ke Malaysia dan Singapura. Didalam kawasan wisata kerajinan sepatu ini terdapat 828 unit usaha sepatu yang tersebar dengan jumlah toko/showroom sebanyak 176 unit dan 4 pusat perdagangan (Firmansyah, 2014).

Puncak kejayaan Cibaduyut dimulai pada tahun 1990, namun selama beberapa tahun terakhir, tepatnya pada periode 2008-2012, jumlah unit usaha dan jumlah pengrajin mengalami penurunan, hal tersebut dapat dilihat dari data dibawah ini:

**Tabel 1.1
Data potensi Sentra Alas Kaki Cibaduyut
Periode Tahun 2008-2012**

Tahun	Jumlah Unit Usaha	Jumlah Pengrajin
2008	845	3594
2009	643	3309

Munny Cahyani Lestari, Rosita dan Sri Marhanah: Strategi Penguatan Citra Cibaduyut
Sebagai Kawasan Wisata Kerajinan Sepatu di Kota Bandung

2010	577	3008
2011	310	1524
2012	377	2173

Sumber: *Dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung 2014*

Dari data diatas dapat diketahui bahwa pada tahun 2011 jumlah pekerja mengalami penurunan yang cukup drastis yaitu sebanyak 49,3% dari jumlah perkerja ditahun 2010, menurut salah satu pemilik unit usaha Bapak H.A.A Supriatna pemangkasan jumlah pekerja dikarenakan kenaikan harga bbm sebesar 30% sehingga beliau harus mengurangi jumlah pekerjanya yang pada awalnya berjumlah 20 orang menjadi 9 orang. Selain karena naiknya harga bbm masuknya produk impor yang menguasai pasar Cibaduyut serta diversifikasi produk yang terlalu banyak sehingga menyebabkan wisatwan yang berkunjung merasa tidak berada di Cibaduyut yang seperti sedia kala, kredit yang macet pun menjadi salah satu faktor pengurangan tenaga kerja hal ini mempersulit pengusaha sepatu dalam mendapatkan modal usahanya. Namun pada tahun berikutnya jumlah pekerja di kawasan wisata kerajinan sepatu Cibaduyut kembali meningkat.

Selain penurunan jumlah pekerja, jumlah unit usaha pun mengalami penurunan, penurunan jumlah unit usaha di kawasan wisata kerajinan sepatu Cibaduyut disebabkan oleh berbagai faktor, diantaranya adalah adanya sejumlah kebijakan yang dikeluarkan pemerintah dinilai menghambat pertumbuhan industri kulit dalam negeri, sehingga berdampak dengan melambatnya industri yang bergantung kepada bahan baku kulit. Kebijakan dan peraturan pemerintah yang ada bukannya meningkatkan perkembangan industri kulit, namun sebaliknya. Larangan *import* kulit mentah yang diberlakukan memiliki alasan karena akan membawa penyakit kuku dan mulut (PMK) hal tersebut menjadikan industri yang bergantung pada bahan baku kulit

kesulitan memperoleh kulit untuk proses produksi sepatu dan tas, pernyataan tersebut dikemukakan oleh Deptan pada saat Presentasi Pameran Dagang Internasional untuk barang-barang Kulit (GLS) yang berlangsung di Dusseldorf, Jerman pada tanggal 5-7 Maret 2006.

Kawasan wisata kerajinan sepatu Cibaduyut yang dulu terkenal dengan sepatu buatan tangan yang berkualitas kini disetiap toko yang ada di Cibaduyut banyak memajang sepatu yang bukan asli buatan tangan orang Cibaduyut melainkan sepatu buatan pabrik yang dikirim ke beberapa toko di Cibaduyut dan menjualnya di Cibaduyut. Masuknya barang pabrik ke toko yang ada di Cibaduyut merupakan dampak dari tergesernya pengrajin asli Cibaduyut dikarenakan sedikitnya modal yang dimiliki dan tidak adanya dukungan dari pemerintah terhadap pengrajin sepatu yang ada di Cibaduyut, dampak lain dari masuknya sepatu buatan pabrik ke Cibaduyut yaitu Cibaduyut kini terkenal sebagai sebuah pusat perbelanjaan sepatu bukan sebagai kawasan wisata kerajinan sepatu.

Cibaduyut yang awalnya merupakan kawasan wisata kerajinan sepatu yang memiliki unsur Pariwisata di dalamnya kini citranya berubah menjadi pusat perbelanjaan sepatu dan keberadaan pengrajin sepatu asli Cibaduyut tergeser oleh para pemilik-pemilik modal besar yang mengambil hak dan pendapatan masyarakat asli Cibaduyut.

Fenomena menurunnya citra Cibaduyut dari sentra kerajinan sepatu kulit hingga menjadi pusat perbelanjaan sepatu dan datangnya masyarakat luar Cibaduyut untuk membuka unit usaha kerajinan sepatu di Cibaduyut seharusnya disertai dengan memberdayakan masyarakat asli Cibaduyut yang memiliki keterampilan membuat sepatu, hal ini diperlukan agar terjadinya keseimbangan antara masyarakat asli dan pendatang, sehingga kedua belah pihak mendapatkan

keuntungan, namun kenyataan di lapangan sangatlah berbeda, masyarakat asli Cibaduyut seakan menjadi orang asing di rumah sendiri, karena seharusnya masyarakat asli Cibaduyut lah yang menguasai kawasan wisata belanja Cibaduyut di kota Bandung dengan hasil keterampilan tangannya berupa sepatu Cibaduyut yang berkualitas.

Didalam citra destinasi terdapat atribut yang mempengaruhi citra suatu destinasi wisata, menurut Berrli dan Martin (2004) dalam Utama (2014: 125) terdapat 9 (sembilan) atribut yang mempengaruhi citra destinasi, salah satunya adalah kesempatan wisatawan untuk bersenang-senang dan rekreasi (*tourist leisure and recreation*), dimanifestasikan dalam bentuk: kesempatan melakukan aktivitas wisata seperti memancing, berburu, diving, *trekking*, hiburan malam, berbelanja. Atribut citra destinasi diatas merupakan yang sesuai dengan kawasan wisata kerajinan sepatu Cibaduyut karena selain sebagai tempat kerajinan pembuatan sepatu Cibaduyut pun dikenal sebagai kawasan wisata belanja sepatu. Menurut Chon (1990) dan Chi (2005) dalam Utama (2014: 126) Atribut-atribut destinasi diatas, mempengaruhi citra destinasi sebagai hasil dari persepsi subjektif wisatawan yang berpengaruh terhadap pemilihan destinasi pariwisata oleh wisatawan tersebut. Citra destinasi mempengaruhi proses pemilihan destinasi wisatawan di masa yang akan datang sebagai konsekuensi evaluasi yang telah dilakukannya.

Cibaduyut yang merupakan kawasan wisata kerajinan sepatu memiliki banyak UKM-UKM yang tersebar di kawasan wisata kerajinan sepatu ini. Keberadaan UKM kerajinan sepatu di Cibaduyut perlu di berdayakan guna memperkuat citra Cibaduyut sebagai kawasan wisata kerajinan sepatu. Pemberdayaan UKM diperlukan karena memberikan banyak manfaat, seperti yang dijelaskan Undang-undang No.20 Tahun 2008 tujuan dari

pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah:

1. Mewujudkan struktur ekonomi perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan.
2. Menumbuh dan mengembangkan kemampuan usaha mikro kecil dan menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.
3. Meningkatkan peran mikro, kecil dan menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan pekerjaan, pemerataan pendapatan pertumbuhan ekonomi dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Perkembangan jumlah UKM periode 2006-2007 mengalami peningkatan sebesar 2,18% yaitu dari 48.779.151 unit pada tahun 2006 menjadi 49.840.489 unit pada tahun 2007. Pada tahun 2007, peran UKM terhadap penciptaan PDB nasional menurut harga berlaku tercatat sebesar Rp.2.121,31 Triliun atau 53,60% dari total PDB nasional, mengalami perkembangan sebesar Rp 335,9 Triliun atau 18,76% dibandingkan tahun 2006. Kontribusi Usaha Kecil tercatat sebesar Rp 1.496,25 Triliun atau 37,81% dan Usaha Menengah sebesar Rp.625,6 Triliun atau 15,79% selebihnya sebesar Rp.1.836,9 Triliun atau 46,40% merupakan kontribusi Usaha Besar.

Dalam UKM Kerajinan Sepatu peran utama dalam pembuatan sepatu adalah pengrajin sepatu yang memiliki keterampilan turun temurun. Menurut Sutardi dan Budiasih (2010:16) dalam Dekme (2015:4) pengrajin pada dasarnya merupakan pelaku yang menuangkan ide dan gagasan sehingga dapat menghasilkan sebuah kerajinan. Pengrajin adalah subyek yang terdiri dari satu orang saja, sementara subjeknya terdiri dari beberapa orang, maka dinamakan pengrajin. Pengrajin menghasilkan karya diantaranya dapat berupa karya seni atau berupa desain-

desain yang akhirnya dikembangkan menjadi produk kerajinan. Keterampilan pengrajin didapatkan secara turun temurun, proses pewarisan keterampilan membuat sepatu dilakukan dengan berbagai cara, pengrajin turun temurun bisa mendapatkan ilmu dan keterampilan tidak hanya dari keluarga saja, namun dengan adanya rasa kekeluargaan dan kebersamaan antar teman pergaulan dan masyarakat, bisa membantu seseorang untuk mendapatkan ilmu dan keterampilan tersebut. Lalu dengan adanya lembaga pendidikan yang didukung dengan tutor yang terampil maka memungkinkan bahwa perkembangan ilmu dan keterampilan yang didapatkan bisa lebih baik.

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengidentifikasi Sejarah Perkembangan Kawasan Wisata Kerajinan Sepatu Cibaduyut, mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal dari Pengrajin Kawasan Wisata Kerajinan Sepatu Cibaduyut dan hasil dari penelitian ini adalah untuk menyusun Strategi Penguatan Citra Cibaduyut sebagai Kawasan Wisata Kerajinan Sepatu di Kota Bandung.

METODE

Sentra industri sepatu Cibaduyut terletak di Kota Bandung bagian selatan, jarak dari Pusat Kota Bandung sekitar 5 km dan jarak dari Kabupaten Bandung bagian tengah 15 km dari ibu kota kabupaten. Secara geografis Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut terletak di Kecamatan Bojongloa Kidul Kota Bandung pada 107°35'44" BT sampai dengan 107°37'10" BT dan 6°55'52" LS sampai dengan 6°57'47" LS. Metode penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu metode atau desain penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sugiyono (2015:1) menjelaskan bahwa metode penelitian ini muncul karena terjadi perubahan paradigma dalam memandang suatu realitas/ fenomena/ gejala.

Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisi data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Berdasarkan penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah Kawasan Wisata Kerajinan Sepatu Cibaduyut, dan yang menjadi subjek penelitiannya antara lain:

1. Enam Pemilik Bengkel Sepatu di Kecamatan Bojongloa Kidul, diantaranya adalah :

Tabel 3.1
Bengkel Sepatu di Kecamatan Bojongloa Kidul

NO	Nama Bengkel Sepatu	Pemilik	Generasi
1	GHA Shoes	Pak Jurel	Generasi ke 8
2	Onasis Shoes	Pak Sudirman	Generasi ke 2
3	Linda Shoes	Pak Suhandi	Generasi ke 2
4	Boticelli	Pak Agus & Bu Nia	Generasi ke 2
5	Cibaduyut Jaya	Pak Angga	Generasi ke 3
6	Dinar Shoes	Bu Dedah	Generasi ke 2

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti (2016)

2. 21 Pengrajin Sepatu dari 6 Bengkel Sepatu, diantaranya adalah:

Tabel 3.2
Data Nama Pengrajin di 6 Bengkel Sepatu

No	Nama Pengrajin	Bengkel Sepatu
1	Pak Alex	GHA Shoes
2	Pak Julhan	GHA Shoes
3	Pak Asep	GHA Shoes
4	Pak Rian	GHA Shoes
5	Pak Riki	GHA Shoes
6	Pak Mamat	Onasis Shoes
7	Pak Amas	Onasis Shoes
8	Pak Soleh	Onasis Shoes
9	Pak Iin	Linda Shoes
10	Pak Udin	Linda Shoes
11	Pak Odih	Boticelli
12	Pak Ujang	Boticelli
13	Pak Indra	Boticelli
14	Pak Ujang	Cibaduyut Jaya
15	Pak Taryana	Cibaduyut Jaya
16	Pak Ajam	Cibaduyut Jaya
17	Pak Wawan	Dinar Shoes
18	Pak Asep	Dinar Shoes
19	Pak Gery	Dinar Shoes
20	Pak Iki	Dinar Shoes
21	Pak Eko	Dinar Shoes

Sumber : Hasil Olahan Data Peneliti (2016)

3. Pak H.Alex Ibrahim sebagai Koordinator Sub Unit Pengembangan IKM Persepatuan Cibaduyut.
4. Pak Pahala Siahaan sebagai Kepala Seksi IAKK Balai Pengembangan Perindustrian Jawa Barat
5. Bu Candra Saraswati sebagai Kepala Seksi Aneka Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat.

Sugiyono (2009:148) mengatakan bahwa instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.

Untuk mendukung peneliti sebagai instrumen penelitian, maka diperlukan alat bantu penelitian yang digunakan untuk mengambil data agar data yang didapatkan sesuai dengan yang diinginkan selain dengan menggunakan observasi lapangan. Ada pun alat yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah:

- a. Pedoman wawancara, digunakan sebagai tuntunan yang berupa coretan kecil pada saat melakukan wawancara sebagai pedoman dengan sample responden, yaitu pengrajin sepatu asli cibaduyut.
- b. Handphone (Kamera dan perekam suara), digunakan untuk mengumpulkan data berupa gambar yang didapat pada saat peneliti melakukan penelitian dan sebagai alat perekam ketika peneliti melakukan wawancara yang nantinya hasil wawancara akan ditranskripsikan dalam bentuk tulisan.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threats* (SWOT) atau bisa disebut juga analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis SWOT merupakan bentuk analisis situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif atau memberi gambaran

terhadap suatu masalah yang akan dipecahkan. Analisis ini menempatkan situasi dan kondisi sebagai faktor masukan yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing, baik itu kekuatan, kelemahan, peluang ataupun ancaman.

Dibawah ini dijelaskan beberapa langkah yang harus dilalui dalam penyusunan matriks SWOT. Matrik SWOT adalah alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Tabel 3.3
Matriks Analisis SWOT

Analisis Lingkungan Internal	KEKUATAN (Strength)	KELEMAHAN (Weakness)
	Menentukan faktor-faktor kekuatan internal	Menentukan faktor-faktor kelemahan internal
Analisis Lingkungan Eksternal	PELUANG (Opportunities)	Strategi S-O
	Menentukan faktor berdasarkan peluang eksternal	Merancang strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang
ANCAMAN (Threats)	Strategi S-T	Strategi W-T
	Menentukan faktor berdasarkan ancaman eksternal	Merancang strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman
		Merancang strategi yang meminimalisir kelemahan untuk memanfaatkan peluang
		Merancang strategi untuk meminimalisir kelemahan serta menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti (2014)

Berdasarkan Analisis SWOT diatas, dapat diidentifikasi dan ditetapkan beberapa isu strategis. Menurut Bryson (2007:192) identifikasi strategi yang dihadapi organisasi dilakukan melalui proses tahapan sebagai berikut:

- a. Mengkaji kembali kekuatan, kelemahan, peluang dan caman organisasi untuk menentukan indikator-indikator organisasi dengan lingkungannya.
- b. Memilih pendekatan yang cepat sesuai dengan situasi yang dihadapi

Munny Cahyani Lestari, Rosita dan Sri Marhanah: Strategi Penguatan Citra Cibaduyut
Sebagai Kawasan Wisata Kerajinan Sepatu di Kota Bandung

- c. Menyurutkan isu strategis dengan menggunakan kriteria prioritas dan logika.
- d. Menggunakan Uji Litmus untuk mengukur tingkat kestrategisan dari isu yang ada.
- e. Diskusikan dan revisi isu-isu bila diperlukan.
- f. Memformulasikan strategi untuk mengatasi isu-isu yang berkaitan dengan misi yang telah ditetapkan oleh organisasi.

1. Isu yang bersifat operasional memiliki rentang skor 13-20.
2. Isu yang bersifat moderat memiliki rentang skor 21-29.
3. Isu yang bersifat strategis memiliki rentang skor 30-39.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Cibaduyut merupakan sentra pembuatan dan pemasaran alas kaki terbesar dan sekaligus tertua di Kota Bandung. Para pengrajin didaerah ini sudah turun temurun. Dari ayah turun ke anaknya, lalu turun lagi ke saudara dan keponakannya. Sampai sekarang, diantara para pengrajin sudah ada yang termasuk generasi ke 3 dan ke 5. Tidak jarang anak-anak usia sekolah dipekerjakan, hal tersebut terpaksa mereka lakukan karena ingin membantu orang tuanya.

Pada tahun 1928 sentra UKM Sepatu Cibaduyut mulai tumbuh ketika Indonseia masih dikuasai oleh Belanda. Dirintis oleh beberapa pengrajin yang awalnya bekerja sebagai tukang di toko-toko sepatu milik orang Tionghoa di Kota Bandung.

Tahun 1940 jumlah pengrajin sepatu semakin meluas dan bertambah sampai mencapai daerah Cangukang dan Sukamenak. Kemampuan pengrajin pada saat itu sudah terbilang maju karena mereka sanggup menangani pesanan-pesanan dari pedagang besar maupun kecil baik yang berada didaerah Bandung maupun dari luar daerah Bandung. Pada tahun 1950 sudah terdapat sekitar 250 unit usaha yang bergerak dalam bidang pembuatan sepatu, kesadaran berorganisasi yang mulai tumbuh dari para pemilik unit usaha, mendorong mereka untuk membentuk suatu wadah kepengurusan atau organisasi, lalu terbentuklah organisasi yang diberi nama Gabungan Pengusaha Sepatu Desa Bojongloa (GPSDB). Organisasi tersebut merupakan organisasi yang dirintis oleh penyedia bahan baku pembuatan sepatu, dimana bahan baku yang didapatkan berasal dari luar daerah

Tabel 3.4
Daftar Pertanyaan dalam Uji Litmus

Pertanyaan Pokok	Operasional → Strategis		
	1	2	3
Kapan isu tersebut akan dilaksanakan?	saat ini	Tahun depan	Dua tahun atau lebih dari sekarang
Seberapa luas pengaruh isu tersebut terhadap organisasi?	1 unit atau bagian	2-3 bagian	Seluruh organisasi
Seberapa besar resiko peluang finansial bagi organisasi?	Kecil (≤10% dari anggaran)	Sedang (10-25 % dari anggaran)	Besar (≥25% dari anggaran)
Apakah strategi bagi pemecahan isu tersebut memerlukan persyaratan: a. Pengembangan tujuan dan program pengembangan baru? b. Perubahan yang nyata dalam hal sumber pajak/pembiayaan? c. Perubahan yang nyata dalam hal perubahan perundangundangan? d. Perubahan (modifikasi) fasilitas utama? e. Penambahan staf yang nyata?	Tidak Tidak Tidak Tidak Tidak		Ya Ya Ya Ya Ya
Seberapa jauh dapat dilakukan pendekatan yang terbaik bagi pemecahan isu tersebut?	Siap dilaksanakan	Membutuhkan parameter yang detail	Terbuka luas
Seberapa rendah tingkat manajer yang dapat memutuskan pemecahan isu tersebut?	Pengrajin Sepatu	Pemilik Bengkel Sepatu	Pemerintahan
Apakah konsekuensi yang mungkin terjadi jika isu tersebut tidak ditangani?	Ada gangguan, inefisiensi	Kekacauan pelayanan, kehilangan sumber dana	Kekacauan jangka panjang dan biaya besar
Seberapa banyak organisasi/ instansi lain terpengaruh dan terlibat dalam pemecahan isu tersebut?	Tidak ada	2-3 organisasi	>4 organisasi
Seberapa sensitifitas isu tersebut terkait dengan nilai-nilai masyarakat, sosial, politik, ekonomi, dan budaya ?	Tidak berpengaruh	Agak berpengaruh	Sangat sensitive

Sumber : Bryson (2007:210)

Bryson (2007: 210), klasifikasi pemberian nilai untuk masing-masing jawaban adalah sebagai berikut:

1. Jawaban yang sifatnya operasional diberikan nilai 1.
2. Jawaban yang sifatnya moderat diberikan nilai 2.
3. Jawaban yang sifatnya strategis diberikan nilai 3

Dari hasil skoring evaluasi isu strategis tersebut, selanjutnya dibuat klasifikasi berdasarkan rentang skor untuk memprioritaskan isu-isu tersebut:

dan beberapa diantaranya diperoleh dengan cara mengimpor. Seiring berkembangnya industri persepatuan di Cibaduyut, GPSDB pun berganti nama menjadi Koperasi Perkulitan dan Sepatu Indonesia (KOPSI) dengan jumlah 120 anggota.

Pada tahun 1977 pemerintah melalui Dinas Perindustrian Provinsi Jawa Barat, melakukan kerja sama dengan Lembaga Penelitian Pendidikan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES) membangun Pusat Pelayanan Fasilitas (Center Service Facility) atau yang saat ini lebih dikenal dengan Unit Pelayanan Teknis (UPT). Semenjak UPT dibentuk, kerjasama antar instansi pemerintah dan lembaga-lembaga swasta menjadi lebih efektif untuk melakukan pembinaan jangka panjang terhadap pengrajin sepatu Cibaduyut dan pada tahun 1989 Pemerintah Republik Indonesia meresmikan Cibaduyut sebagai daerah tujuan wisata juga membuat wartel (warung telekomunikasi) pertama di Cibaduyut, tujuan dibangunnya wartel pada saat itu adalah agar mempermudah pengrajin untuk berkomunikasi dengan pemasok bahan baku dan memperlancar pemesanan dari luar kota dan luar provinsi. Memasuki tahun 1990-an, Departemen Perdagangan bekerja sama dengan PT.POS Indonesia, melalui jalur kerjasama ini, pengrajin dan pengusaha mendapat kemudahan dalam pengiriman pesanan sepatu ke luar daerah, di masa ini wilayah kerja pengrajin meluas sampai Desa Sukamenak dan Cangkang, Kabupaten Bandung.

Pada tahun 2001 terbentuklah otonomi daerah, melalui Kanwil Deperindag menyerahkan sepenuhnya kewenangan dan asset pada Pemprov Jabar, termasuk UPT. Berdasarkan Keputusan Gubernur Jabar Nomor 33 Tahun 2003, UPT pun berubah nama menjadi Instalasi Pengembangan Industri Kecil Menengah (IKM) Persepatuan. Dengan perkembangan yang terus terjadi, berbagai industri pendukung seperti

Showroom /Outlet, pusat perdagangan, toko penjual bahan baku dan toko pendukung lain juga tumbuh di kawasan ini.

Seperti usaha atau industri lainnya, produk yang dihasilkan oleh para pengrajin sepatu yang ada di Cibaduyut pun pernah mengalami penurunan, tercatat pada tahun 2009 penjualan mencapai hingga angka Rp.413.736.608 dan menurun pada tahun 2010 tercatat mencapai angka hingga Rp.281.494.643, penjualan mengalami penurunan sebesar 32%. Ditahun 2008, pemerintah melalui Permendag No. 56/ M-DAG/ PER/ 12/ 2008 tentang ketentuan impor lima produk konsumsi, yakni alas kaki, garmen, produk elektronik, mainan, serta makanan dan minuman. Melalui peraturan pemerintah tersebut pemerintah berupaya untuk melindungi dan membangkitkan kembali kejayaan produk lokal buatan anak bangsa. Namun, pada bulan Juli tahun 2010 terjadi kerjasama Ekonomi antar Negara-negara ASEAN dengan Negara China, kerjasama tersebut adalah ASEAN - *China Free Trade Agreement*. Sejak saat itu terjadi Ekspor dan Impor produk sepatu antara Indonesia dengan China, dimana dalam hal tersebut China lebih diuntungkan, hal tersebut berdasarkan data pertumbuhan industri tekstil, barang kulit dan alas kaki yang hanya sebesar 0,04% pada kuartal ke-3 tahun 2010, pada saat yang bersamaan pertumbuhan total impor produk China naik mencapai angka 52%. Banyak upaya pemerintah untuk melestarikan produk lokal buatan anak bangsa, dalam bidang persepatuan pada tahun 2011, Menteri Perdagangan yang pada saat itu dipegang oleh Ibu Marie Elka Pangestu resmi mencangangkan tanggal 11 Maret sebagai Hari Sepatu Lokal, tujuan dari pencanangan Hari Sepatu Lokal adalah agar masyarakat Indonesia mau memakai dan cinta produk dalam negeri.

Hasil dari SWOT Studi Literatur dan Wawancara Lapangan

A. *Strength* (Kekuatan)

1. Usaha turun temurun ini mampu membuat Cibaduyut berkembang tidak hanya menjadi Kawasan wisata kerajinan sepatu namun mampu mengembalikan Kejayaan Cibaduyut di era 90an sebagai salah satu Sentra Sepatu Kulit di Jawa Barat.
2. Bahan baku umum yang mudah dijumpai.
3. Pemanfaatan Internet sebagai media untuk memasarkan produk sepatu.
4. Distribusi atau pengiriman sepatu yang sudah mencakup berbagai kota-kota besar di Indonesia.
5. Harga sepatu kulit asli Cibaduyut yang relative murah.
6. Pemilik bengkel sepatu lebih memilih menjadi mandiri dan tidak bermitra dengan merek terkenal.
7. Penggunaan alat tradisional dalam membuat sepatu.
8. Produksi sepatu dilakukan setiap hari menandakan bahwa peluang kerja menjadi pengrajin sepatu masih terbuka lebar dan sangat potensial.
9. Keterampilan dan pengalaman dalam membuat sepatu akan mempengaruhi penghasilan para pengrajin.

B. *Weakness* (Kelemahan)

1. Kurangnya jumlah pengrajin.
2. Penghasilan yang tidak menentu.
3. Rendahnya inovasi yang dimiliki IKM sepatu di Cibaduyut.
4. Regenerasi pengrajin sepatu yang terhambat.
5. Kendala yang saat ini dihadapi oleh bengkel sepatu adalah SDM, Modal dan Bahan Baku (kulit) , dan kendala yang dihadapi oleh para pengrajin sepatu saat ini adalah ketika datangnya desain atau model sepatu yang baru.
6. Cluster sudah tidak ada dan tidak berfungsi lagi dikarenakan bengkel sepatu lebih nyaman bekerja sendiri dan ada pun yang berganti usaha.

C. *Opportunity* (Peluang)

1. Keberadaan Sub Unit Pengembangan IKM Persepatuan Cibaduyut memiliki tugas untuk menyampaikan kebijakan dan Program Pelatihan yang diberikan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan.
2. Dicanangkannya Hari Sepatu Lokal pada tanggal 11 Maret.
3. Ketertarikan daerah lain terhadap perkembangan sepatu di Cibaduyut.
4. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat bekerjasama dengan Perguruan tinggi, LSM dan Asosiasi terkait gencar memberikan pelatihan peningkatan kemampuan dan keterampilan pengrajin.
5. Pemberdayaan pengrajin kecil oleh Catenzo

D. *Threat* (Ancaman)

1. Mahalnya harga kulit.
2. Murahannya harga produk impor dan mudahnya memasukan produk impor ke Indonesia.
3. Produk sepatu China yang mempunyai target pasar wanita dan anak-anak.
4. ACFTA sudah dimulai pada tahun 2010, namun produk-produk China mulai menonjolkan eksistensinya pada tahun 2013.
5. Tidak adanya MOU atau perjanjian tertulis diantara pemilik merek dan pengrajin.
6. Ketidaktahuan wisatawan ketika membeli sepatu di Cibaduyut dimanfaatkan oleh oknum pedagang

Isu strategis merupakan pokok-pokok masalah yang akan memudahkan perumusan strategi. Beberapa isu strategis penguatan citra Cibaduyut sebagai kawasan wisata kerajinan sepatu di Kota Bandung berdasarkan analisis SWOT melalui matriks SWOT yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Mengoptimalkan produksi, distribusi, pemasaran sepatu serta kegiatan dan regulasi dari Pemerintah untuk memperkuat citra Cibaduyut sebagai Sentra Sepatu Kulit di Jawa Barat. (S1,S2,S3,S4,S7,O2,O4)
2. Menjadikan Cibaduyut sebagai Industri Sepatu Kulit Percontohan dan Sentra Sepatu Kulit ber SNI pertama di Indonesia. (S2.S3,S4,S9, O3,O4)
3. Menciptakan keselarasan antara bengkel sepatu, pemilik merek terkenal, dan Pemerintah agar tersedianya lapangan kerja, persaingan yang sehat, rasa cinta pada produk dalam negeri dan memperkuat citra Cibaduyut sebagai Kawasan wisata kerajinan sepatu dan Sepatu Kulit di Jawa Barat. (S1,S5,S6,S8,S9,O1,O2,O5)
4. Mengoptimalkan peran Perguruan Tinggi sebagai partner kerjasama dengan Pemerintah untuk menciptakan situasi dimana generasi muda saat ini tertarik untuk belajar membuat sepatu dari mulai mendesain hingga menjadi sepatu seutuhnya, dan juga mengajak generasi muda saat ini untuk mencintai produk dalam negeri. (W1,W3,W4,O1,O2,O3,O4)
5. Menciptakan Cluster melalui keberadaan Catenzo dan pemilik bengkel sepatu melalui kerjasama. . (W2,W5,W6,O1,O5)
6. Menciptakan kondisi bengkel sepatu sebagai salah satu atraksi wisata dimana wisatawan bisa melihat secara langsung proses pembuatan sepatu, dari mulai pemilihan bahan,hingga menjadi sepatuseutuhnya. (S1,S2,S5,S7,S9,T1,T2,T3,T4,T6)
7. Mengoptimalkan peran bengkel sepatu sebagai salah satu penyedia lapangan kerja untuk para pengrajin dan sebagai salah satu sarana untuk belajar membuat sepatu. (S3,S4,S5,S6,S8,S9,T5)
8. Menyediakan sarana belajar membuat sepatu untuk para Generasi muda serta memperbaiki sistem kerjasama antar pengrajin dan pemilik merek. (W1,W2,W4,T5)
9. Memberikan pelatihan kepada pengrajin agar lebih inovatif, memberikan pinjaman modal , dan mengkaji ulang kebijakan ACFTA. (W3,W5,T2,T3,T4)
10. Menghidupkan kembali Cluster sebagai tempat dimana para pemilik bengkel, pengrajin dan Pemerintah bisa memberikan informasi bahan baku serta menyelenggarakan pelatihan dan pembinaan. (W5,W6,T1)

Sesuai dengan Konsep Bryson, maka isu-isu strategis yang didapatkan dari hasil analisis SWOT tersebut akan ditentukan tingkat kestrategisannya melalui uji tes Litmus. Dengan batasan penilaian jumlah skor 13-21 dinyatakan sebagai kategori isu yang tidak strategis (operasional), jumlah skor 22-30 dinyatakan sebagai kategori isu yang cukup strategis dan jumlah skor 31-39 dinyatakan sebagai kategori isu yang strategis. Berikut merupakan tabel Uji Litmus :

Munny Cahyani Lestari, Rosita dan Sri Marhanah: Strategi Penguatan Citra Cibaduyut Sebagai Kawasan Wisata Kerajinan Sepatu di Kota Bandung

Tabel 4.3
Hasil Uji Litmus terhadap Isu-isu Strategis

NO	Pertanyaan Pokok	Strategi											
		S-O			S-T			W-O			W-T		
		1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
1	Kapan isu tersebut akan dilaksanakan?	1	3	3	2	1	2	2	2	2	2	1	2
2	Seberapa luas pengaruh isu tersebut terhadap Kawasan Wisata Kerajinan Sepatu Cibaduyut?	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	Seberapa besar resiko / peluang financial bagi Kawasan Wisata Kerajinan Sepatu Cibaduyut?	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	Apakah strategi pemecahan isu tersebut memerlukan persyaratan?												
	a. Pengembangan tujuan dan program pengembangan baru?	1	3	2	3	1	3	2	2	2	2	2	2
	b. Perubahan yang nyata dalam hal pembiayaan?	2	3	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2
	c. Perubahan yang nyata dalam hal perundang-undangan atau regulasi?	2	3	2	1	1	2	1	1	3	1		
	d. Perubahan (modifikasi) fasilitas utama?	2	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2
e. Penambahan pengrajin yang nyata?	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	
5	Seberapa mudah pendekatan yang harus dilakukan untuk menangani isu strategis yang ada?	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
6	Siapa yang dapat memutuskan pemecahan isu tersebut?	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2
7	Apakah konsekuensi yang mungkin terjadi jika isu tersebut tidak ditangani?	2	1	1	1	3	2	2	1	2	2	2	2
8	Seberapa banyak organisasi yang terpengaruh dan terlibat dalam pemecahan isu tersebut?	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	Seberapa sensitifitas isu tersebut terkait dengan nilai-nilai masyarakat, sosial, politik ekonomi dan budaya?	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
	TOTAL SKOR	29	37	31	30	26	33	28	25	31	30		

Sumber : Hasil Olahan Data Peneliti (2016)

Melihat hasil skoring dan kriteria klasifikasi isu, maka 10 isu strategis yang telah diidentifikasi dapat diklasifikasi berdasarkan urutan prioritas seperti pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.4
Klasifikasi dan Penyusunan Skor Isu-isu Strategis

	Isu Strategis	Total Skor	Sifat Isu
1	Menjadikan Cibaduyut sebagai Industri Sepatu Kulit Percontohan dan Sentra Sepatu Kulit ber SNI pertama di Indonesia.	37	Strategis
2	Mengoptimalkan peran Perguruan Tinggi sebagai partner kerjasama dengan Pemerintah untuk menciptakan situasi dimana generasi muda saat ini tertarik untuk belajar membuat sepatu dari mulai mendesain hingga menjadi sepatu seutuhnya, dan juga mengajak generasi muda saat ini untuk mencintai produk dalam negeri	33	Strategis
3	Menciptakan keselarasan antara bengkel sepatu, pemilik merek terkenal, dan	31	Strategis

	Pemerintah agar tersedianya lapangan kerja, persaingan yang sehat, rasa cinta pada produk dalam negeri dan memperkuat Citra Cibaduyut sebagai Kawasan wisata kerajinan sepatu dan Sentra Sepatu Kulit di Jawa Barat.		
4	Memberikan pelatihan kepada pengrajin agar lebih inovatif, memberikan pinjaman modal, dan mengkaji ulang kebijakan ACFTA.	31	Strategis
5	Menciptakan kondisi bengkel sepatu sebagai salah satu atraksi wisata dimana wisatawan bisa melihat secara langsung proses pembuatan sepatu, dari mulai pemilihan bahan, hingga menjadi sepatu seutuhnya.	30	Strategis
6	Menghidupkan kembali Cluster sebagai tempat dimana para pemilik bengkel, pengrajin dan Pemerintah bisa memberikan informasi bahan baku serta menyelenggarakan pelatihan dan pembinaan.	30	Strategis
7	Mengoptimalkan produksi, distribusi, pemasaran sepatu serta kegiatan dan regulasi dari Pemerintah untuk memperkuat Citra Cibaduyut sebagai Sentra Sepatu Kulit di Jawa Barat.	29	Moderat
8	Menciptakan Cluster melalui keberadaan Catenzo dan pemilik bengkel sepatu melalui kerjasama.	28	Moderat
9	Mengoptimalkan peran bengkel sepatu sebagai salah satu penyedia lapangan kerja untuk para pengrajin dan sebagai salah satu sarana untuk belajar membuat sepatu.	26	Moderat
10	Menyediakan sarana belajar membuat sepatu untuk para generasi muda serta memperbaiki sistem kerjasama antar pengrajin dan pemilik merek.	25	Moderat

Sumber : Hasil Olahan Data Peneliti (2016)

Dari hasil klasifikasi isu-isu strategis, dapat diketahui urutan prioritas

penyelesaian dari masing-masing isu. Isu yang memiliki skor tertinggi pertama adalah Legalitas Produk, kedua adalah pelatihan dan pembinaan serta ketiga adalah menciptakan keselarasan antara bengkel sepatu, pemilik merek terkenal, dan Pemerintah dengan memanfaatkan program-program Pemerintah yang bertujuan meningkatkan kemampuan pengrajin serta melindungi produk dalam negeri. Isu-isu tersebut memerlukan prioritas pemecahan yang lebih tinggi.

KESIMPULAN

Sejarah panjang Cibaduyut sebagai salah satu sentra kerajinan sepatu kulit yang terkenal memberikan dampak yang cukup besar terhadap kemajuan industri sepatu di Indonesia. Namun pada tahun 2010 saat diberlakukannya *ASEAN-China Free Trade Agreement* Sejak saat itu terjadi Ekspor dan Impor produk sepatu antara Indonesia dengan China, dimana dalam hal tersebut China lebih diuntungkan, hal tersebut berdasarkan data pertumbuhan industri tekstil, barang kulit dan alas kaki yang hanya sebesar 0,04% pada kuartal ke-3 tahun 2010, pada saat yang bersamaan pertumbuhan total impor produk China naik mencapai angka 52%. Citra Cibaduyut sebagai salah satu sentra kerajinan sepatu kulit pun menurun dan kini Cibaduyut hanya dikenal sebagai salah satu pusat perbelanjaan sepatu dibandingkan dengan sentra kerajinan sepatu kulit.

Untuk mengembalikan kejayaan Cibaduyut sebagai sentra kerajinan sepatu kulit serta memperkuat citra Cibaduyut sebagai kawasan wisata kerajinan sepatu, maka dari hasil pengidektifikasian faktor eksternal dan internal dari kawasan wisata kerajinan sepatu Cibaduyut dihasilkan isu-isu dan program-program strategis penguatan citra Cibaduyut sebagai kawasan wisata kerajinan sepatu, isu dan program tersebut adalah :

1. Menjadikan Cibaduyut sebagai Industri Sepatu Kulit Percontohan

dan Sentra Sepatu Kulit ber SNI pertama di Indonesia.

- a. Merealisasikan Program pemberian Hak Paten dan SNI terhadap sepatu buatan Cibaduyut.
 - b. Meningkatkan kerjasama antara Pemerintah, Perguruan Tinggi, LSM serta Asosiasi terkait yang berada diluar Jawa Barat.
 - c. Mengkaji ulang dan meralisasikan program Hari Sepatu Lokal agar tidak hanya diperingati setiap tahun tapi setiap minggu.
 - d. Peningkatan mutu pengrajin untuk bisa mendapatkan ISO.
 - e. Pemenuhan bahan baku yang stabil dengan harga yang murah.
 - f. Perbaikan infrastruktur yang ada di Cibaduyut.
 - g. Penyediaan permesianan yang sesuai standar dan mampu mendukung pengrajin sepatu yang memiliki keterbatasan alat dan modal.
2. Mengoptimalkan peran Perguruan Tinggi sebagai partner kerjasama dengan Pemerintah untuk menciptakan situasi dimana generasi muda saat ini tertarik untuk belajar membuat sepatu dari mulai mendesain hingga menjadi sepatu seutuhnya, dan juga mengajak generasi muda saat ini untuk mencintai produk dalam negeri.
 - a. Mengadakan Event atau Pameran Produk Sepatu dalam negeri bekerjasama dengan Badan Eksekutif Mahasiswa.
 - b. Mengadakan Seminar bagaimana cara membuat sepatu dengan mengikut sertakan Mahasiswa sebagai partisipan.
 - c. Memaksimalkan pemanfaatan Media Sosial untuk mengedukasi generasi muda mengenai produk-produk dalam negeri.
 3. Menciptakan keselarasan antara bengkel sepatu, pemilik merek terkenal, dan Pemerintah agar

- tersedianya lapangan kerja, persaingan yang sehat, rasa cinta pada produk dalam negeri dan memperkuat Citra Cibaduyut sebagai Kawasan wisata kerajinan sepatu dan Sentra Sepatu Kulit di Jawa Barat.
- a. Menciptakan iklim usaha yang kondusif dengan informasi yang akurat mengenai potensi unggulan dan peluang penanaman modal.
 - b. Memaksimalkan peran Sub Unit Pengembangan IKM Persepatuan Cibaduyut sebagai sarana bertukar informasi dan wawasan antar pengrajin sepatu, pemilik bengkel sepatu, pemilik merek terkenal dan Pemerintah.
 - c. Mengajak dan mendukung para pemilik bengkel sepatu untuk melegalkan produk sepatunya agar memudahkan bengkel sepatu untuk mengeksport produknya ke luar negeri.
4. Memberikan pelatihan kepada pengrajin agar lebih inovatif, memberikan pinjaman modal, dan mengkaji ulang kebijakan ACFTA.
- a. Pemberian pelatihan dan pembinaan mengenai desain dan model.
 - b. Mendukung para pengrajin dan pemilik sepatu untuk bisa membuat desain sepatu khas Cibaduyut.
 - c. Pemberian pinjaman modal dengan bunga yang rendah dari pemerintah maupun swasta.
 - d. Pengkajian ulang kebijakan *ASEAN – China Free Trade Agreement* berdasarkan perundang-undangan dan kebijakan daerah yang berlaku.
5. Menciptakan kondisi bengkel sepatu sebagai salah satu atraksi wisata dimana wisatawan bisa melihat secara langsung proses pembuatan sepatu, dari mulai pemilihan bahan, hingga menjadi sepatu seutuhnya.
- a. Memperbaiki sarana dan prasarana pendukung kegiatan wisata para wisatawan di Cibaduyut.
 - b. Membangun kerjasama antara Dinas Perindustrian dan Perdagangan dengan Dinas Kepariwisata Provinsi Jawa Barat.
 - c. Memberikan edukasi dan wawasan mengenai kegiatan kepariwisataan kepada masyarakat, pengrajin sepatu dan pemilik bengkel sepatu.
 - d. Penerapan SAPTA PESONA di Kawasan wisata kerajinan sepatu di Cibaduyut.
 - e. Peningkatan perhatian aparaturnya terhadap pentingnya pengembangan wisata belanja dengan melibatkan masyarakat, pengrajin sepatu dan pemilik bengkel sepatu.
6. Menghidupkan kembali *Cluster* sebagai tempat dimana para pemilik bengkel, pengrajin dan Pemerintah bisa memberikan informasi bahan baku serta menyelenggarakan pelatihan dan pembinaan.
- a. Mengkaji ulang program-program yang sudah ada mengenai tujuan, fungsi dan manfaat dari Cluster.
 - b. Melakukan pertemuan antara pengrajin sepatu, bengkel sepatu dan pemerintah untuk menyuarakan keinginan atau aspirasi yang ingin diutarakan kepada Pemerintah.
 - c. Pengalokasian anggaran guna penambahan program dan fasilitas permesinan yang menunjang pengrajin dengan keterbatasan peralatan.
7. Mengoptimalkan produksi, distribusi, pemasaran sepatu serta kegiatan dan regulasi dari Pemerintah untuk memperkuat Citra Cibaduyut sebagai Sentra Sepatu Kulit di Jawa Barat.
- a. Kemudahan untuk mendapatkan bahan baku dengan harga yang

- terjangkau melalui kerjasama antar Pemerintah dan penyedia bahan baku.
- b. Memperluas jaringan pemasaran dan distribusi melalui program pemasaran dan promosi yang dilakukan dengan memanfaatkan Media Sosial.
 - c. Mengadakan kerjasama antara Sub Unit Pengembangan IKM Persepatuan Cibaduyut dengan Sub Unit Pengembangan Penyamakan Kulit Sukaregang.
8. Menciptakan Cluster melalui keberadaan Catenzo dan pemilik bengkel sepatu melalui kerjasama.
 - a. Mengadakan pertemuan rutin antara Catenzo dengan pemilik bengkel sepatu untuk bertukar informasi mengenai bahan baku dan pemasaran.
 - b. Menawarkan kerjasama yang menarik dengan bengkel sepatu maupun pengrajin sepatu kecil melalui rencana program yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.
 - c. Selalu melibatkan bengkel sepatu dan pengrajin sepatu kecil untuk memberikan kritikan, bantuan dan saran rencana pengembangan produk.
 9. Mengoptimalkan peran bengkel sepatu sebagai salah satu penyedia lapangan kerja untuk para pengrajin dan sebagai salah satu sarana untuk belajar membuat sepatu.
 - a. Menciptakan iklim kerja yang kondusif serta mendorong pengrajin untuk bekerja secara kreatif dan efisien.
 - b. Memberikan asuransi kesehatan dan kecelakaan kerja terhadap pengrajin sepatu yang bekerja di bengkel sepatu.
 - c. Memberikan kesempatan bagi pengrajin untuk bereksperimen dengan memberikan kebebasan membuat model sepatu.
 10. Menyediakan sarana belajar membuat sepatu untuk para generasi muda serta memperbaiki sistem kerjasama antar pengrajin dan pemilik merek.
 - a. Membuka lembaga pendidikan dan pelatihan membuat sepatu, dari mulai memilih bahan hingga menjadi sepatu yang siap jual.
 - b. Memberikan sertifikasi kepada pengrajin yang sudah lulus pendidikan dan pelatihan sebagai salah satu modal untuk bekerja.
 - c. Perubahan sistem kerjasama antara pengrajin kecil dengan pemilik merek terkenal dengan menggunakan MOU atau perjanjian tertulis.
 - d. Perubahan sistem pembayaran yang dilakukan pemilik merek terkenal terhadap hasil kerja pengrajin sepatu kecil.
 - e. Standarisasi kualitas sepatu yang dilakukan pemilik merek terkenal agar kualitas yang dihasilkan oleh pengrajin sepatu kecil memuaskan dan bisa dijual ke pasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Anggoro, M L. (2001). *Teori-Teori Dan Profesi Kehumasan: Serta Aplikasinya Di Indonesia*, Jakarta: Bumiaksara
- Ariesto I S & Adrianus A. (2010). *Terampil Mengolah Data Kualitatif Dengan NVIVO*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Bryson, J M. (2007). *Perencanaan Strategis bagi Organisasi Sosial*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Clow, K & Baack, D. (2002). *Integrated Advertising, Promotion, And Marketing Communication*. New jersey: Prentice hall
- HailinQu, et al. (2010) *A Model Of Destination Branding: Integrating The*

Munny Cahyani Lestari, Rosita dan Sri Marhanah: Strategi Penguatan Citra Cibaduyut
Sebagai Kawasan Wisata Kerajinan Sepatu di Kota Bandung

- Concepts Of The Branding And Destination Image.* Journal: Elsevier.com/locate/tourman
- Harrison, S. (1995) *.Public Relations an Introduction*, NewYork :Routledge
- Harrison, S. (2005). *Marketers Guide To Public Relation*, NewYork: John Willy And Sons, Inc.
- Hasan, I. (2006). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta :Bumi Aksara
- Kotler, P& Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Kusmayadi. (2000). *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisata*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Malhotra, N. (1999). *Marketing Research An Applied Orientation*. New jersey, Prentice hall.
- Moleong, L. J.(2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nasir, M. (1988) *.Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nasution.(2003). *Metode Research*, Jakarta : PT. BumiAksara
- Nawawi,H. & Martini, H.M.(1991). *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Penerbit Gadjah Mada University Press.
- Puwanti, N D. (2009). *Strategi Pemulihan Citra Wisata Alam Pasca Bencana Besar di Indonesi :Belajar dari Pengalaman Pemda Bantul-Yogyakarta dalam Penanganan Bencana Gempa Bumi*, Yogyakarta:Penerbit Gava Media.
- Rangkuti, F. (2014).*Analisis SWOT :Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta : Gramedia
- Rombe, E. (2009) *.Loyalitas Pelanggan dan Variabel yang Mempengaruhinya*, Bandung : UNPAD PRESS.
- Soemirat, S & Ardianto, E. (2012).*Dasar-Dasar Public Relation*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Suganda, H .(2007) *.Jendela Bandung Pengalaman BersamaKompas*, Jakarta. Penerbit Buku Kompas.
- Suganda, H. (2011) *.Wisata Parijs van Java (Sejarah, Peradaban, Seni, Kuliner dan Belanja)*, Jakarta. Peberbit Buku Kompas.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung : Alfabeta
- Sugiyono.(2011) *.Metode Penelitian kualitatif kuantitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono.(2012) *.Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono.(2015). *Memahami Penelitian Kualitatit*, Bandung :Alfabeta
- Utama, I G B R.(2014) *. Pengantar Industri Pariwisata*, Yogyakarta : Deepublish
- Yoeti, O. A . (1994) *.Pengantar Ilmu Pariwisata*, Bandung : Angkasa.
- Sumber Jurnal:**
- Baloglu, S & David B . (1997) *.Affective Image of Tourism Destinations* *.Journal of Travel Reseacrh*, Vol 35, No 4, hal 11-15
- Dekme, D. (2015) *. Pengrajin Noken Pada Kuku Bangsa Amungme di Desa Limau Asri Kecamatan Iwaka Kabupaten Mimika*. Halaman 4.
- Dewi, L G W L. (2013). *Pengembangan dan SistemPewarisan Kerajina Tenun Ikat Endek di Desa Sulang Klungkung Bali*. Halaman 6.
- Ecthner, C M & J.R. B R. (2003) *. “The Meaning and Measurement of Destination Image”*dalam *The Journal ofTourism Studies* Vol. 14, No.1
- Fauzi, R A&Tjokropandojo, D S. (2014) *. Keberlanjutan Sentra Industri Alas Kaki Cibaduyut Sebagai Pusat Pengembangan Ekonomi Lokal*. Halaman 120.
- Hadayati, E .(2012). *Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*. Halaman 9.
- Putri, R A ; Farida, N ; Dewi,R S. (2014). *Pengaruh CitraDestinasi, Fasilitas Wisata dan EXPERIENTIAL*

- MARKETING Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan (studi pada Pengunjung Domestik Taman Wisata Candi Borobudur)*. Halaman 4.
- Sebayang, A F. (2012) . *Modal Budayadan Daya Saing Klaster Industri: Studi Kasus Klaster Industri Alas Kaki Cibaduyut*. Disertasi S3. Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota .SekolahArsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan. Institut Teknologi Bandung.
- Tasci, A.D.A., & Gartner,W.C. (2007). Destination image and its functional relationships. *Journal of Travel Research*, volume 45.
- Wardhini,I K. (2014) . *Kajian Tentang Karakteristik Pengrajin Tahu di Desa Gelangor, Kabupaten Ponorogo*. Halaman 197.
- Wijayanti, A. (2014) . *Studi Fenomenologis Live In Desa Wisata (Studi Kasus mahasiswa BSI Yogyakarta)*. Halaman 12.
- Sumber Skripsi/Thesis dan Penelitian Lainnya:**
- Febrianto, Y F. (2014) .*Profil Dan Tanggapan Wisatawan Kawasan Wisata Belanja Cibaduyut Di Bandung*. S1 thesis, Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.
- Kusumah, M A. (2014) . *Studi Deskriptif Tentang Perkembangan Usaha Sentra Alas Kaki Cibaduyut*.S1 thesis,Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.
- Kuswardhani, M & Hariani, D. (2012) .*Strategi Pengembangan Kepariwisata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Boyolali*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Octavia. J. (2014) .*Pengaruh Sikap Kewirausahaan dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Produsen Sepatu Cibaduyut Kota Bandung*. S1 thesis. Universitas Komputer Indonesia. Bandung.
- Sumber Perundang-Undangan :**
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
- Sumber Internet:**
- Zam Saja . 2013.<http://www.seputarjabar.com/2013/10/unesco-tetapkanbandung-sebagai-kota.html>. Diakses Maret 2016.
- _____.2015.<http://jabar.bps.go.id/su-byek/kunjungan-tamu-asing-ke-jawa-barat-melalui-bandara-husen-sastranegara-dan-pelabuhan-muaraja-2>.Diakses5 Mei 2015
- _____.kbbi.web.id/rajin . Diakses 13 Maret 2016.
- _____.[Id.m.termwiki.com/turun-temurun-train](http://id.m.termwiki.com/turun-temurun-train) . Diakses 13 Maret 2016.
- _____.2011.<https://rubrikbahasa.wordpress.com/2011/06/15/pengrajin-atau-perajin/>Diakses 13 Maret 2016.
- _____.2016.<http://portal.bandung.go.id/site/gov-kecamatan/detail/Bojongloa-Kidul> . Diakses 26 Maret 2016.
- _____.2016.<http://ppid.bandung.go.id/wp-content/uploads/2016/01/PROFIL-DAN-TIPOLOGI-Januari-juni-2015.pdf>. Diakses 05 April 2016.
- HilariWigati. 2014.<https://www.youtube.com/watch?v=fSLH59UA5LY>. Diakses 28 Maret 2016.
- Ramdans Muhammad. 2014.<https://www.youtube.com/watch?v=DoLy5S6796c>. Diakses 28 Maret 2016.
- Damae Wardani. 2014.<https://www.youtube.com/watch?v=ZaVMxx31ijc>. Diakses 28 Maret 2016.
- Fortrayz.2015.<http://dokumen.tips/documents/sepatu-cibaduyut.html> .Diakses 29 Maret 2016