

STRATEGI PENGEMBANGAN KAMPUNG TEMATIK BERBASIS KLASTERISASI INDUSTRI KREATIF DAN KAMPUNG WISATA

THEMATIC VILLAGE DEVELOPMENT STRATEGY BASED ON CLUSTERING CREATIVE INDUSTRIES AND TOURISM VILLAGES

Bidang sumber daya alam dan investasi Bappeda kab Bandung
email: bidek.bappedabandungkab@gmail.com

Abstract

Bandung Regency encourages the development of rural economy in Bandung Regency through the Sabilulungan 1000 Kampung Program. So it is necessary to develop thematic village development strategy based on the clustering of creative industries and tourism villages. Based on these conditions, efforts are needed to identify potentials and problems currently faced. Therefore, by using SWOT analysis method Participatory Rural Appraisal Approach (PRA) to re-explore the potential and problems of the region based on real conditions and the results are expected to be a guide for the community, private sector, and local government in developing shoe thematic villages in Cangkuang Kulon Village. The results are based on eleven development strategies and four stages of development. Phase 1: Strengthening Internal Institutions and Policy Socialization; Phase 2: Improving The Quality of Human Resources, Innovation, and Entrepreneurship, IT Education; Stage 3: Strengthening Business Infrastructure; Stage 4: Market Expansion and Regional Image.

Keywords: *Development Strategy, Thematic Village. Creative industries*

Abstrak

Kabupaten Bandung mendorong pengembangan perekonomian perdesaan di Kabupaten Bandung melalui Program Sabilulungan 1000 Kampung. Maka perlu strategi Pengembangan kampung tematik dengan berdasarkan klasterisasi industri kreatif dan kampung wisata. Berdasarkan kondisi tersebut, dibutuhkan upaya untuk mengidentifikasi potensi dan masalah yang saat ini dihadapi. Maka dengan menggunakan metoda analisis SWOT Pendekatan Participatory Rural Appraisal (PRA) untuk menggali kembali potensi dan permasalahan wilayah berdasarkan kondisi riil dan hasilnya diharapkan menjadi panduan bagi masyarakat, swasta, serta pemerintah daerah dalam mengembangkan kampung tematik sepatu di Desa Cangkuang Kulon. Hasilnya diturunkan kedalam sebelas strategi pengembangan dan empat tahapan pengembangan. Tahap 1: Penguatan Kelembagaan Internal dan Sosialisasi Kebijakan; Tahap 2: Peningkatan Kualitas SDM, Inovasi, dan Kewirausahaan, Pendidikan IT; Tahap 3: Pemantapan Prasarana Bisnis; Tahap 4: Perluasan Pasar dan Citra Kawasan.

Kata kunci: Strategi Pengembangan, Kampung Tematik, Industri Kreatif.

A. PENDAHULUAN

Kabupaten Bandung adalah salah satu kabupaten di Jawa Barat yang yang memiliki banyak sumberdaya, baik di sektor pertanian, peternakan, pariwisata, industri, dan lain sebagainya. Sumber daya tersebut berlokasi tersebar di berbagai desa dan kecamatan dan tidak jarang lokasinya berdekatan satu sama lain. Karenanya Pemerintah Kabupaten Bandung menangkap potensi tersebut kedalam program Sabululungan 1000 Kampung.




Pembangunan Sabilulungan Bandung 1000 Kampung berangkat dari keinginan untuk memperkuat pembangunan dari desa (bottom up planning), harapannya desa yang kuat akan menjadi pilar untuk pembangunan negara yang kuat. Pengembangan 1000 kampung ini sejalan dengan arah kebijakan dalam RPJMD Kabupaten Bandung 2016-2021 yang menyebutkan bahwa pada tahun 2019 ini, Tema Pembangunan Kabupaten Bandung adalah “Peningkatan Kemandirian dan Daya Saing Melalui Sabilulungan Bandung 1000 Kampung yang Terintegrasi dan Berbasis Kinerja”. Tema pembangunan ini tertuang dalam mendukung prioritas pembangunan dan inovasi pembangunan di 2019 sehingga pembangunan Kabupaten Bandung tahun 2019 akan terintegrasi dengan baik.

Salah satu kampung tematik yang berpotensi untuk dikembangkan di Kabupaten Bandung adalah Kampung Sepatu di Desa Cangkuang Kulon Kecamatan Dayeukolot Kabupaten Bandung. Desa Cangkuang Kulon berbagai memiliki potensi industri sepatu yang berkembang dengan hadirnya ratusan pelaku industri sepatu. Desa ini merupakan salah satu dari 8 kelurahan/desa yang menjadi bagian dari Sentra Sepatu Cibaduyut. Sentra sepatu Cibaduyut sejak tahun 1920 dikenal sebagai pusat industri sepatu di Indonesia. Produk industri Cibaduyut yang utama adalah sepatu kulit yang dibuat handmade oleh pengusaha lokal. Keunggulan dari produk sepatu Cibaduyut antara lain karena tingginya kreatifitas dan kualitas bahan yang digunakan sehingga terkesan unik dan awet. Industri sepatu Cibaduyut memanfaatkan tenaga kerja lokal yang telah menekuni bisnis sepatu secara turun temurun.

Industri sepatu/alas kaki merupakan salah satu industri andalan di Indonesia. Karakteristik industri alas kaki di yang relatif padat karya mendorong penggunaan tenaga kerja yang besar di sektor ini. Namun, keberjalanan kegiatan industri sepatu khususnya di Desa Cangkuang Kulon ini belum maksimal keberjalanannya dikarenakan pengembangan industri yang masih bersifat parsial antar aktor. Belum ada integrasi pengembangan dalam satu kesatuan kawasan. Karenanya diperlukan intervensi pemerintah guna mendorong tercapainya tujuan pembangunan kampung tematik yang diharapkan.

Partisipasi masyarakat dalam keberjalanan program 1000 kampung di Kampung Sepatu Cangkuang Kulon masih menjadi kendala yang menghambat keberjalanan Program Sabilulungan 1000 Kampung. Para pelaku industri masing-masing bergerak secara individualis, mengakibatkan belum terciptanya kohesi sosial yang kuat untuk mewujudkan Kampung Tematik yang diharapkan. Maka pendekatan berbasis masyarakat menjadi cara agar masyarakat lebih dapat terlibat dan sehingga penduduk lokal dapat berpartisipasi aktif dalam menentukan arah pengembangan kampungnya sendiri. Masyarakat didorong untuk tidak hanya menjadi objek tetapi juga dipandang sebagai subjek pembangunan. Metode Participatory Rural Appraisal (PRA) atau Pemahaman Partisipatif Kondisi Pedesaan merupakan pendekatan dan metode yang memungkinkan masyarakat secara bersama-sama menganalisis permasalahan diwilayahnya dalam rangka merumuskan perencanaan dan kebijakan secara nyata. Metode dan pendekatan ini banyak dipakai sebagai landasan pembangunan di negara-negara berkembang. Dalam paradigma pembangunan berkelanjutan, manusia ditempatkan sebagai inti dalam proses pembangunan. Manusia dalam proses pembangunan tidak hanya sebagai penonton tetapi mereka harus secara aktif ikut serta dalam perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan menikmati hasil pembangunan. Metode dan pendekatan yang tampaknya sesuai dengan tuntutan paradigma itu adalah metode dan pendekatan yang partisipatif.

Disisi lain bagi pemerintah terdapat kesulitan dalam menentukan bentuk program dan kegiatan yang tepat dikarenakan informasi lapangan mengenai kondisi nyata kegiatan ekonomi masyarakat di Kampung Sepatu belum optimal didapatkan, sehingga pemerintah kurang memiliki gambaran intervensi yang perlu dan tepat untuk diberikan. Hal ini yang



akan memengaruhi keberhasilan dan ketepatan program yang dijalankan. Berdasarkan alasan tersebut, maka perlu dilakukan kajian Pengembangan Kampung Sepatu Desa Cangkuang Kulon Kecamatan Dayeuhkolot dengan Pendekatan Participatory Rural Appraisal (PRA) untuk menggali kembali potensi dan permasalahan wilayah berdasarkan kondisi riil dan hasilnya diharapkan menjadi panduan bagi masyarakat, swasta, serta pemerintah daerah dalam mengembangkan kampung tematik sepatu di Desa Cangkuang Kulon sehingga program-program dan kegiatan yang dilaksanakan dapat lebih berdaya guna dan tepat sasaran dalam meningkatkan perekonomian masyarakat.

B. METODE PENELITIAN

Bhandari (2003) menyebutkan terdapat 7 jenis teknik utama yang dapat dilakukan, didalam melakukan PRA yaitu revid data sekunder, observasi langsung, wawancara semi terstruktur, pemetaan sosial, dan pemetaan sosial, pencatatan alur sejarah, diagram venn, dan Focus Group Discussion (FGD). Dalam penelitian PRA di Kampung Sepatu Desa Cangkuang Kulon Kecamatan Dayeuhkolot, tidak seluruh metodologi pengumpulan data tersebut dipergunakan. Metode-metode yang digunakan dalam kajian ini antara lain:

1. **Secondary Data Review (SDR) – Review Data Sekunder.** Merupakan cara mengumpulkan sumber-sumber informasi yang telah diterbitkan maupun yang belum disebar. Tujuan dari usaha ini adalah untuk mengetahui data manakah yang telah ada sehingga tidak perlu lagi dikumpulkan. Data sekunder didapatkan melalui berbagai institusi pemerintahan terkait yaitu: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung, BAPPEDA Kabupaten Bandung, Kecamatan Dayeuhkolot dan Desa Cangkuang Kulon
2. **Direct Observation – Observasi Langsung.** *Direct Observation* adalah kegiatan observasi secara langsung pada obyek masyarakat atau komunitas. Tujuannya adalah untuk melakukan cross-check terhadap jawaban yang disebutkan oleh masyarakat.
3. **Semi-Structured Interviewing (SSI) – Wawancara Semi Terstruktur.** Adalah wawancara yang mempergunakan panduan pertanyaan sistematis yang masih mungkin untuk berkembang selama interview dilaksanakan, karena pertanyaan bersifat memberikan umpan bagi responden untuk memberikan jawaban yang lebih detail. SSI dapat dilakukan kepada beberapa jenis responden yang dianggap mewakili informasi. Pada penelitian kali ini dilakukan wawancara semi terstruktur kepada pihak-pihak yang dianggap memahami kegiatan industri di Kampung Sepatu secara baik diantaranya Kepala Desa Cangkuang Kulon dan beberapa pelaku industri sepatu
4. **Focus Group Discussion – Diskusi Kelompok Terfokus.** Teknik ini berupa diskusi antara beberapa orang untuk membicarakan hal-hal bersifat khusus secara mendalam. Tujuannya untuk memperoleh gambaran terhadap suatu masalah dari misalnya program tertentu dengan lebih rinci serta melakukan evaluasi terhadap program tersebut.

Metoda Analisis Data

Pembahasan dilakukan dengan mengidentifikasi kondisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal, diteruskan dengan analisis SWOT dan analisis *general electric* (GE) untuk menentukan strategi pengembangan Industri Kecil Menengah (UKM) sepatu. Batasan basis unit internal dan eksternal dalam penelitian strategi ini adalah : (1) unit internal adalah pengusaha dan tenaga kerja industri kecil sepatu di Desa Cangkuang Kulon. Sedangkan (2)



unit eksternal adalah pemerintah daerah baik di level kabupaten, provinsi, dan nasional, konsumen, iklim usaha, dan Industri terkait dari daerah lain.

Dalam menganalisis data dan informasi untuk mendapatkan perencanaan dalam mengembangkan kegiatan produksi sepatu di Desa Cangkuang Kulon, kegiatan ini menggunakan metoda analisis SWOT yang merupakan akronim dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (kesempatan), dan *Threat* (Ancaman) (Oreski, 2012). Analisis ini banyak digunakan sebagai alat untuk membantu merumuskan rencana atau strategi bagi suatu organisasi atau praktik tertentu secara sistematis. Selain itu, metoda ini juga dapat mengidentifikasi faktor apa yang paling berpengaruh dan dapat berkontribusi lebih besar di dalam strategi yang dirumuskan (Khalifipour, Soffianaian, & Fakheran, 2012). Metoda SWOT merupakan langkah pertama dalam proses perencanaan strategis dengan tujuan utama mengembangkan dan mengadopsi strategi yang dihasilkan dari hubungan yang baik antara situasi internal dan eksternal. Oleh karena itu, strategi yang disusun dapat membangun kekuatan internal, mengurangi kelemahan dan mengeksploitasi kesempatan yang ada untuk menghadapi ancaman yang sedang atau mungkin dihadapi (Lu, 2010).

Terdapat dua kondisi yang dianalisis dengan metoda ini, yaitu situasi internal dan situasi eksternal. Dua situasi tersebut di analisis untuk mendapatkan strategi yang dapat merespon situasi yang ada (Oreski, 2012). Berdasarkan hal tersebut, maka salah satu keunggulan dari metoda ini adalah adanya keseimbangan antara aspek internal dan eksternal sehingga analisis menjadi lebih komperhensif. Kekuatan dan kelemahan ditentukan oleh elemen atau faktor-faktor internal sedangkan faktor eksternal menentukan kesempatan dan ancaman. Kekuatan adalah sumber daya yang dimiliki dan mampu meningkatkan performa. Kekuatan juga merupakan hal yang masih dapat dikendalikan oleh internal. Selanjutnya, *weakness* atau kelemahan adalah hal yang berasal dari sistem internal yang dapat menyebabkan internal kehilangan daya saing atau efisiensi. Berbeda dengan kekuatan dan kelemahan, kesempatan dan ancaman merupakan hal yang berada di luar kendali.

C. TINJAUAN LITERATUR

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2014) dalam Ardhala (2016) menyatakan bahwa Industri kreatif sebagai kegiatan kreatif berbasis pengetahuan yang menghubungkan produsen, konsumen, dan tempat-tempat dengan memanfaatkan teknologi, bakat atau keterampilan untuk menghasilkan produk budaya yang berarti tidak berwujud, konten kreatif dan pengalaman. Turok (2003) dalam Ardhala (2016) menambahkan bahwa industri kreatif diproduksi oleh industri/usaha kecil yang bergerak berdasarkan prinsip-prinsip kewirausahaan (*enterpreneurship*) yang bersifat fleksibel dalam menghadapi perubahan pasar. Sementara itu, *United Nations Coference on Trade and Development* (UNCTAD) (2008) menjelaskan lebih rinci mengenai industri kreatif yaitu:

1. Industri yang siklus kreasi, produksi dan distribusi dari barang dan jasa menggunakan modal kreatifitas dan intelektual sebagai input utama,
2. Bagian dari serangkaian aktivitas berbasis pengetahuan, berfokus pada seni yang berpotensi mendatangkan pendapatan dari perdagangan dan hak atas kekayaan intelektual,
3. Terdiri dari produk-produk yang dapat disentuh dan intelektual yang tidak dapat disentuh atau jasa-jasa artistik dengan muatan kreatif, nilai ekonomis dan tujuan pasar,
4. Bersifat lintas sektor antara seni, jasa dan industri dan
5. Bagian dari suatu sektor dinamis dalam dunia perdagangan



Terdapat 14 jenis subsektor industri kreatif yang ada di Indonesia yaitu periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fesyen, video film dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer, televisi dan radio, serta riset dan pengembangan. Berdasarkan jenis-jenis/subsektor industri kreatif tersebut, sepatu termasuk kedalam jenis industri kreatif jenis Fesyen dan Kerajinan. Fesyen, yaitu kegiatan yang berkaitan dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki dan desain aksesoris mode lainnya, selain itu juga terdapat konsultasi lini produk fesyen serta distribusi produk fesyen. Termasuk dalam subsektor kerajinan karena industri alas kaki dihasilkan oleh tenaga pengrajin dan diproduksi dalam jumlah relatif kecil.

Ardhala (2016) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi berkembangnya industri kreatif di Indonesia adalah:

1. **Dari segi pemerintah:** memberikan arahan edukasi, memberikan penghargaan insan kreatif dan konservasi serta dengan memberikan insentif bagi pelaku sektor industri kreatif.
2. **Dari sisi bisnis:** aspek yang perlu untuk diperhatikan adalah dengan memberikan pelatihan mengenai kewirausahaan, *business coaching and mentoring*; skema pembiayaan, pemasaran dan *business matching* serta adanya komunitas kreatif.
3. **Dari segi cendekiawan:** aspek yang perlu diperhatikan adalah dengan memberikan kurikulum berorientasi kreatif dan *entrepreneurship*, memberikan kebebasan pers dan akademik, melaksanakan riset inovatif multidisiplin, serta lembaga pendidikan dan pelatihan.

Bakhtiar dan Sriyanto (2009) dalam Ardhala (2016), menambahkan faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan industri kreatif dapat dilihat dari segi pengembangan kreatifitas yang terbagi kedalam empat aspek sebagai berikut:

1. *Creative person.* Faktor yang berpengaruh terhadap perkembangan industri kreatif adalah terkait dengan sumberdaya manusia yang kreatif yang dapat dilihat dari segi motivasi, kompetensi serta bakat minat.
2. *Organization context:* kinerja perusahaan, struktur, budaya, kebijakan dan sistem komunikasi
3. *Environment:* pemberdayaan sumber daya eksternal(modal dan kemitraan), teknologi, persaingan dan peraturan pemerintah
4. *Product innovation* (dari segi desain, bahan baku, alat atau pemanfaatan (limbah).

Yunidiawati (2014) menambahkan bahwa inovasi produk yang dilakukan industri kreatif dapat berupa mengembangkan atribut produk baru, mengembangkan tingkat mutu dan mengembangkan model dan ukuran produk.

Selain itu Florida (2002) dalam Ardhala (2016) berpendapat bahwa keberhasilan industri kreatif ditentukan oleh 3T yaitu Talenta, Toleransi dan Teknologi yang ketiganya dijabarkan sebagai berikut:

1. Faktor Talenta meliputi aspek pekerja kreatif, aspek budaya dan aspek modal sumber Daya Manusia. Kreativitas adalah jantung inovasi, maka pekerja kreatif menentukan kelangsungan industri kreatif. Florida (2002) membagi pekerja ke dalam dua kategori utama yaitu pekerja kreatif (*creative class*) dan pekerja biasa (*working class*). Semakin tinggi proporsi pekerja kreatif maka akan semakin tinggi kinerja industri kreatif dalam sebuah kawasan wisata.
2. Faktor toleransi meliputi aspek sikap, nilai dan ekspresi diri.
3. Faktor terakhir adalah teknologi yang mendukung penciptaan produk kreatif.



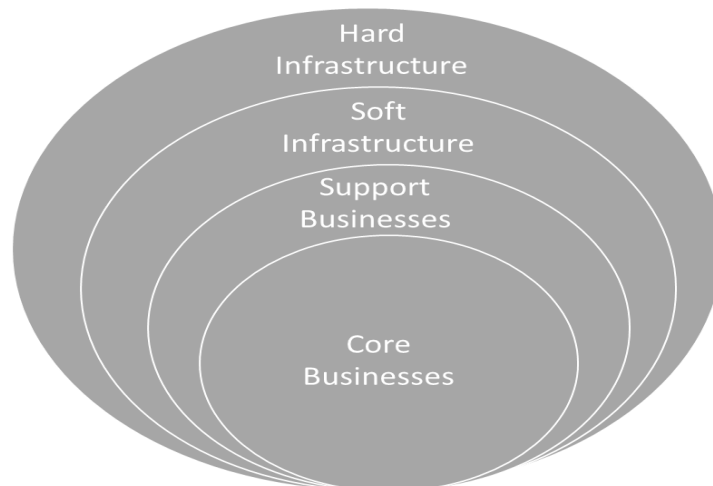
Klaster Industri

Michael Porter dalam bukunya *Clusters and The New Economics of Competition* (1998) : Klaster didefinisikan sebagai “konsentrasi geografis perusahaan yang saling berhubungan, pemasok, penyedia jasa, perusahaan-perusahaan di industri terkait, dan lembaga-lembaga terkait (misalnya universitas, lembaga standar dan asosiasi perdagangan) di bidang-bidang tertentu yang bersaing tetapi juga bekerja sama (Porter 1998). Penumbuhkembangan klaster mengandung empat faktor penentu atau dikenal dengan nama diamond model yang mengarah kepada daya saing industri, yaitu: (1) faktor input (*input condition factor*), (2) kondisi permintaan (*demand condition*), (3) industri pendukung dan terkait (*related and supporting industries*), serta (4) strategi perusahaan dan pesaing (*context for firm and strategy*). Kegiatan-kegiatan dalam klaster dihubungkan oleh kesamaan dan komplementaritas. Klaster memberikan nilai tambah kepada pengembangan ekonomi melalui pembentukan kelompok jejaring bisnis pada sektor spesifik dan meningkatkan kemampuan bisnis dengan menyediakan dukungan khusus. Klaster juga mampu mendorong terciptanya spesialisasi ekonomi dari wilayah tertentu.

Berikut manfaat-manfaat yang akan didapatkan dari *clustering*:

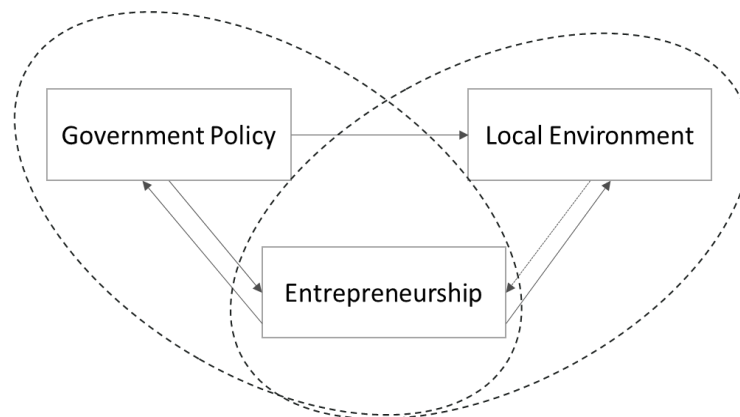
1. Mengurangi resiko, biaya dan batasan terhadap informasi, input, dan produk komplementer;
2. Mengadaptasi aturan atau standar-standar berdasarkan nilai atau konteks lokal;
3. Terbentuk saluran penjualan bersama sehingga mampu menambah jejaring penjualan bagi masing-masing perusahaan;
4. Berbagi personil atau tenaga kerja;
5. Meningkatkan daya terika sehingga mampu menarik investasi;
6. Mendorong inovasi.

Klaster terdiri dari empat komponen utama, yaitu bisnis inti, bisnis pendukung, infrastruktur pendukung yang bersifat *hard*, dan yang terakhir adalah infrastruktur pendukung yang bersifat *soft* (Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship of Croatia, 2013). Bisnis inti adalah bisnis utama yang ada di dalam klaster dan bisnis-bisnis yang mendapatkan pendapatannya dari mayoritas konsumen di luar klaster. Bisnis pendukung adalah bisnis yang baik secara langsung maupun tidak langsung mendukung bisnis inti di dalam klaster. Bisnis pendukung ini mencakup kegiatan penyuplai bahan baku, mesin, jasa keuangan atau modal, pemasaran, desain, dan lainnya yang mendukung bisnis inti. Selanjutnya adalah infrastruktur pendukung yang bersifat *hard* atau fisik yang melingkupi, jalan, pelabuhan, jaringan komunikasi, dan lainnya yang dapat memberikan nilai kompetitif terhadap kawasan tersebut. Komponen terakhir adalah infrastruktur pendukung yang bersifat *soft* atau non-fisik. Infrastruktur ini menekankan kepada kemampuan keterlibatan pelaku industri dan masyarakat lebih luas baik yang berada di dalam klaster maupun diluar klaster, seperti institusi pendidikan, profesional, dan lainnya yang mampu berkontribusi terhadap pengembangan klaster.



Gambar Error! No text of specified style in document.. Komponen Kluster
 Sumber: Cluster Navigators Ltd, 2002

Kluster mampu berkontribusi kepada peningkatan daya saing ekonomi yang lebih luas lagi melalui fasilitasi perubahan kebijakan, mendorong dialog antara swasta-publik, dan menjadi katalis untuk pengembangan inisiasi sektor swasta yang lebih luas lagi. Di dalam kluster, terdapat hal yang menjadi faktor penting dalam keberhasilan kluster, yaitu kewirausahaan (Feldman, Francis, & Bercovitz, 2005). Hal tersebut terjadi karena budaya atau sifat kewirausahaan mampu mempengaruhi performa wilayah dan dapat memperkuat proses pembentukan kluster. Selain itu, kewirausahaan merupakan agen penting dalam inovasi dan kluster yang baik merupakan kluster yang mampu menciptakan lingkungan yang dapat mendorong kegiatan kewirausahaan.



Gambar 2. Konsep Pengembangan Kawasan Industri Sepatu Berdaya Saing
 Sumber: Feldman, Francis, & Bercovitz (2005)

Kesuksesan pengembangan kewirausahaan dalam suatu kluster bergantung dengan kebijakan pemerintah sebagaimana dapat dilihat pada gambar sebelumnya. Kebijakan dan program intervensi pemerintah harus mampu menciptakan ekosistem usaha yang baik bagi inovasi dan kewirausahaan. Pemerintah dalam hal ini berperan sebagai regulator dan penyedia intensif melalui program-program. Selain pemerintah juga dibutuhkan organisasi kluster itu sendiri yang memiliki peran sebagai fasilitator, *enabler* untuk hal-hal yang lebih operasional seperti akses terhadap pasar, pengembangan kapasitas kewirausahaan, penciptaan dan difusi pengetahuan. Selain organisasi kluster, terdapat banyak aktor lain seperti agen pembangunan daerah, inkubator, pusat teknologi, dan institusi pendidikan.



Berikut merupakan pihak-pihak beserta perannya yang mampu mendorong kewirausahaan di dalam kluster (Lämmer-Gamp, Köcker, Köhler, Pflanz, & Iszak, 2016):

Kluster perlu dibangun secara berkelanjutan, Bank Indonesia merumuskan sebuah konsep kluster berkelanjutan, yang terdiri atas 4 aspek sebagai pilar, yaitu prasarana bisnis, SDM kluster, kelembagaan kluster dan peran pemerintah.



Gambar 3. Komponen Kluster yang Berkembang dan Berkelanjutan

Sumber: Bank Indonesia, Buku Kajian Identifikasi Sukses Kluster

Kluster berkembang dan berkelanjutan berarti kluster berlangsung terus menerus dalam memanfaatkan berbagai sumber daya, dan memberikan dampak positif yang semakin luas dari waktu ke waktu, baik dalam peningkatan ekonomi, perbaikan kondisi/kehidupan sosial, dan perbaikan lingkungan fisik.

Kluster sebagai sebuah *platform* dirancang sebagai pendekatan dalam pengembangan ekonomi menuju daya saing. Oleh karena itu terjadinya interaksi bisnis antar entitas menjadi prioritas penguatan dalam mengembangkan kluster. Bisnis merupakan usaha untuk mendapatkan nilai tambah melalui proses-proses tertentu. Dalam proses tersebut dibutuhkan segala sesuatu sebagai penunjang utama untuk mendapatkan tujuan bisnisnya. Tujuh faktor keberhasilan pengembangan kluster, yaitu :

1. Akses pasar
2. Akses informasi Pasar
3. Akses jasa spesialis
4. Kedekatan dengan pemasok
5. Akses pada jasa pendukung bisnis
6. Akses pada sumber keuangan



7. Terdapat perusahaan besar

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan penggerak kluster dan pembangun sistem nilai bisnis dalam bentuk kelembagaan. SDM bukan sekedar sumber daya belaka, melainkan juga merupakan modal atau aset bagi institusi atau organisasi, termasuk organisasi kluster. Sebagai aset bahkan SDM sangat bernilai dan dapat dilipatgandakan, dikembangkan, dan juga bukan sebagai beban biaya. Dalam hal ini SDM berkualitas akan menyokong pertumbuhan kelembagaan kluster tidak hanya sebagai pengelola, namun juga sebagai entitas bisnis yang berpeluang membangun kekuatan kolektif karena kemampuan terpadu dari daya pikir dan daya fisik yang dimiliki oleh setiap individu. Oleh karena itu pada aspek ini terdapat 2 dari 16 faktor keberhasilan kluster yang melekat pada karakter SDM, yaitu :

1. Kompetensi dan keahlian yang kuat
2. Basis inovasi yang kuat

Kelembagaan kluster tidak sekedar dimaknai sebuah organisasi yang mengelola bagaimana kluster beroperasi, tetapi juga bermakna bagaimana pranata dan sistem terbangun antar pelaku di dalam kluster untuk menyelesaikan masalah dan memenuhi kebutuhan hidup secara bersama-sama. Kelembagaan kluster yang kuat akan menjadi daya tarik SDM sebagai asset untuk meningkatkan utilitasnya dalam kluster. Namun demikian sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, kualitas SDM jugalah yang akan membangun sistem yang telah melembaga di dalam kluster tersebut. Terdapat hubungan timbal balik antara aspek SDM dengan kelembagaan kluster. Kelembagaan kluster akan mempengaruhi sejauh mana prasarana bisnis dapat diakses dan tumbuh. Faktor-faktor penentu keberhasilan kluster pada aspek ini adalah :

1. Modal sosial yang kuat
2. Kemitraan dan networking
3. Kepemimpinan dan visi bersama
4. Budaya kewirausahaan yang kuat
5. Persaingan
6. Spesialisasi

Kampung Wisata

Menurut Undang-undang no 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, Pariwisata adalah "Berbagai macam kegiatan wisata dan didukung fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha". Menurut WTO atau World Tourism Organization, Pariwisata adalah kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya. Pariwisata dalam UU No 10 Tahun 2009, terbentuk atas empat komponen, yaitu destinasi, kelembagaan, pemasaran, dan industri pariwisata.

Salah satu bentuk dari destinasi wisata yang berkembang saat ini adalah hadirnya Kampung Wisata. Kampung wisata merupakan bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat di mana terdapat sekelompok wisatawan yang dapat tinggal atau berdekatan dengan lingkungan tradisional tersebut untuk belajar mengenai kehidupan masyarakatnya.

Pendapat Silas (1996), menyatakan bahwa terdapat kriteria umum yang lebih dahulu dipenuhi bagi calon kampung wisata yakni, letaknya yang tidak terlalu sulit untuk ditemukan dan dicapai oleh pengunjung, terdapat kekhasan fisik dan non fisik serta ada hasil tertentu dari penduduk yang dapat dijual sebagai cenderamata atau buah tangan. Selain itu Sastrayuda (2010) menyatakan bahwa beberapa kriteria penting yang harus dimiliki oleh kampung wisata agar menarik perhatian pengunjung adalah:



1. Keunikan, keaslian dan sifat khas;
2. Letaknya berdekatan dengan daerah alam yang luar biasa;
3. Berkaitan dengan kelompok masyarakat berbudaya yang secara hakiki menarik minat pengunjung serta
4. Memiliki peluang berkembang baik dari segi prasarana dasar maupun lainnya

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Cangkang Kulon adalah salah satu desa yang menjadi bagian dari sentra Sepatu Cibaduyut. Dikutip dari Miftahuddin (2011), sentra sepatu Cibaduyut sudah terbentuk sejak tahun 1920. Menurut sejarahnya, sentra sepatu ini dirintis oleh beberapa orang warga setempat yang kesehariannya bekerja pada sebuah pabrik sepatu di Kota Bandung. Berbekal keterampilan dari pabrik sepatu tempat bekerja, para pengrajin tersebut memberanikan diri membuka usaha pembuatan sepatu secara kecil-kecilan di rumah masing-masing dengan bantuan anggota keluarga. Ternyata sepatu yang diproduksi cukup laku sehingga para pengrajin mulai merekrut pekerja dari warga sekitar. Akhirnya keterampilan membuat sepatu tersebut menyebar di daerah Cibaduyut dan berlanjut secara turun temurun sampai sekarang.

Secara geografis, sentra sepatu Cibaduyut terletak 5 Km dari pusat kota Bandung kearah selatan dengan luas areal mencapai 14 Km² yang meliputi 5 (lima) kelurahan di wilayah administratif Kota Bandung dan 3 (tiga) desa di wilayah administratif Kabupaten Bandung.

Tabel 1. Sentra Sepatu Cibaduyut

Kota Bandung Kecamatan Bojongloa Kidul	Kabupaten Bandung Kecamatan Dayeuh Kolot
1. Kelurahan Kebon Lega	6. Desa Cangkang Kulon
2. Kelurahan Cibaduyut	7. Desa Cangkang Wetan
3. Kelurahan Cibaduyut Wetan	8. Desa Suka Menak
4. Kelurahan Cibaduyut Kidul	
5. Kelurahan Mekar Wangi	

Sumber: Miftahuddin (2011)

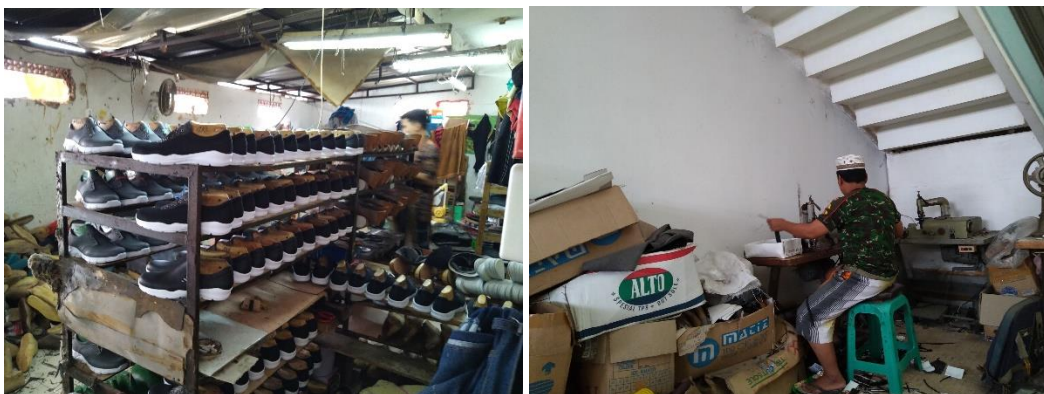
Industri kecil yang ada di Desa Cangkang Kulon berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan tahun 2017 khusus untuk komoditas sepatu yaitu terdapat 32 industri kecil dan 1 industri menengah. Total nilai investasi industri sepatu di Desa Cangkang Kulon sebesar Rp 1.929.500.000. Adapun jenis-jenis produk yang diproduksi antara lain: aksesoris sepatu, industri sepatu TNI, les/percetakan sepatu, pembuatan sol sepatu, dan pengrajin sepatu.



Gambar 4. Proses pembuatan sepatu di sentra Cibaduyut

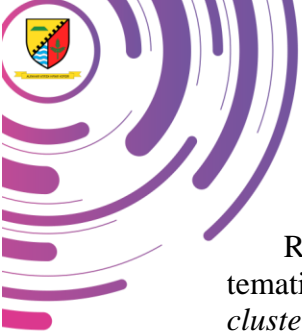
Sumber : dikutip dari Miftahuddin (2011), yaitu:

1. Memilih bahan baku kulit untuk pembuatan sepatu dengan cara mengatur kualitas dari kulit yang akan di pakai (*Quality Control*).
2. Pembuatan pola
3. Pemotongan kulit sesuai dengan pola
4. Proses seset untuk mengurangi ketebalan kulit.
5. Penyetelan sepatu dan memeriksa kembali kualitas potongan kulit.
6. Pembuatan Upper (potongan kulit atasan)
7. Melakukan lopen manual (pengeleman) menggunakan lem kentang.
8. Penjahitan rosol
9. Persiapan outsole
10. Proses pres dan frinding.
11. Pengecekan produksi sol
12. Penyempotran (spraying)



Gambar 5. Proses Pembuatan Sepatu

Sumber: Hasil Observasi, 2019



Rencana pembangunan Kabupaten Bandung akan lebih diarahkan ke dalam lima tematik pembangunan unggulan meliputi tematik pariwisata, tematik investasi, tematik cluster pendidikan, tematik kemiskinan, dan tematik Bandung sehat. Penetapan lima tematik pembangunan ini sejalan dalam mendukung optimalisasi pengembangan kapasitas masyarakat lokal, serta optimalisasi pengembangan potensi wilayah. Dengan demikian dengan mendorong implementasi lima tematik pembangunan ini diharapkan mampu mendorong pengembangan wilayah, khususnya kawasan perdesaan. Pembangunan tematik Kabupaten Bandung memiliki pengertian sebagai pembangunan terpadu yang mengkaitkan beberapa tema pembangunan dalam rangka mewujudkan pembangunan yang lebih terintegrasi, serta agar memiliki kesamaan tujuan antar sektor pembangunan. Pemilihan konsep tematik didasarkan pada persoalan eksisting, yang mana sektor-sektor pembangunan cenderung berfokus pada pembangunan sektor masing-masing dengan mengabaikan keterkaitannya dengan sektor lain. Terkotak-kotaknya sektor pembangunan seringkali mengakibatkan adanya ketidaksinkronan pembangunan antar sektor yang dapat menghambat pembangunan wilayah. Melalui pengembangan tematik diharapkan akan tercipta sinergi yang memperkuat pembangunan wilayah. Dengan kata lain, pengintegrasian sektor pembangunan akan menjadi katalisator bagi pembangunan.



Gambar 6. Konsep 1000 Kampung

Sumber: RPJMD Kab. Bandung 2016-2021

Pemilihan lima tematik pembangunan 1000 Kampung didasarkan pada potensi eksisting serta prediksi prospek kedepan. Dengan pengembangan lima tematik pembangunan ini diharapkan akan menjadi pendorong percepatan pencapaian visi pembangunan Kabupaten Bandung dalam memantapkan pembangunan Kabupaten Bandung yang maju, mandiri dan berdaya saing pada tahun 2021. Adapun yang menjadi kegiatan pembangunan unggulan setiap tematik pembangunan tersebut adalah sebagai berikut:



Tematik Pariwisata

Kabupaten Bandung memiliki banyak potensi pariwisata, baik yang itu untuk objek-objek wisata yang sudah dikembangkan maupun yang belum dikembangkan. Konsep pengembangan tematik pariwisata di Kabupaten Bandung bertujuan untuk menggabungkan sektor-sektor diluar sektor pariwisata untuk mendukung pembangunan pariwisata Kabupaten Bandung.

Tematik Investasi

Pemerintah kabupaten Bandung memandang penting investasi sebagai salah satu determinan untuk menggerakkan perekonomian wilayah. Pengembangan investasi di Kabupaten Bandung menjadi inovatif sebab diarahkan pada pengembangan UKM kreatif melalui pemberian insentif dan disinsentif kepada para pelaku UKM. Insentif yang diberikan antara lain berupa kemudahan pengurusan perizinan UKM, fasilitasi pembuatan desain kemasan, serta pemberian pelatihan wirausahawan kepada para pelaku UKM-UKM yang memiliki kontribusi besar terhadap pengembangan komunitas. Disisi lain, komunitas lokasi UKM akan dikembangkan menjadi pusat pertumbuhan yang diharapkan akan menjadi magnet bagi potensi investasi yang lebih besar. Melalui implementasi kebijakan tematik investasi ini diharapkan dapat menjadi katalisator dalam mendukung terwujudnya pembangunan 1000 kampung. Tematik investasi dalam implementasinya akan melibatkan beberapa stakeholder, mulai dari perangkat daerah, masyarakat dan dunia usaha.

Tematik Pendidikan

Penetapan tematik pendidikan dilatarbelakangi oleh adanya potensi strategis wilayah, antara lain kawasan SOR Soroja sebagai *cluster* olah raga terpadu, kawasan sekitar puseur budaya dan Gedong Budaya Sabilulungan sebagai *cluster* seni budaya, serta kawasan pendidikan tinggi, diantaranya Telkom University sebagai *cluster* teknopolis. Pengembangan *cluster* tematik pendidikan dengan tematemata pendidikan yang bervariasi (olahraga, agrikultur, seni budaya, teknologi) akan mampu menciptakan sumber daya manusia Kabupaten Bandung yang unggul. Lebih daripada itu, pembangunan *cluster* pendidikan disamping akan meningkatkan kualitas sumber daya manusia, juga akan mendukung dalam percepatan pembangunan Kabupaten Bandung.

Tematik Kemiskinan

Salah satu inovasi yang diusung bagi penanggulangan kemiskinan di kabupaten Bandung yaitu melalui pengembangan rasta (beras sejahtera). Disamping itu penanggulangan kemiskinan juga akan diarahkan melalui penekanan tingkat pengangguran yang terintegrasi dengan pengembangan investasi di sektor UKM yang telah dipaparkan sebelumnya. Dalam pelaksanaannya, upaya penanggulangan kemiskinan ini akan bersifat lintas sektor. Disamping Dinas Sosial sebagai *leading sector* penanggulangan kemiskinan, penanggulangan kemiskinan di Kabupaten Bandung akan bersifat lintas perangkat daerah dengan turut melibatkan Dinas Tenaga Kerja, Dinas Pendidikan, Dinas Kesehatan, Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa, Dinas Koperasi dan UKM, Dinas pertanian, serta Dinas Pengendalian Penduduk, Keluarga Berencana, Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.

Tematik Bandung Sehat

Penetapan sembilan tatanan Bandung Sehat akan membantu perkuatan seluruh sektor pembangunan di Kabupaten Bandung, mulai dari sektor kesehatan, pendidikan, ekonomi,



infrastruktur serta sektor keamanan dan ketertiban wilayah. Kesembilan tatanan dalam perwujudan Bandung Sehat adalah:

1. Kawasan permukiman, sarana, dan prasarana umum
2. Kawasan sarana lalu lintas tertib dan pelayanan transportasi
3. Kawasan pertambangan sehat
4. Kawasan hutan sehat
5. Kawasan industri perkantoran sehat
6. Kawasan pariwisata sehat
7. Kawasan pangan dan gizi
8. Kehidupan masyarakat sehat yang mandiri
9. Kehidupan sosial yang sehat

Berdasarkan karakteristik tersebut, Kampung Sepatu di Desa Cangkuang Kulon memenuhi kriteria sebagai salah satu kampung tematik investasi. Dimana kehadiran kampung tematik menjadi pendorong kehadiran UKM-UKM dan industri sepatu baik dari produksi hulu hingga hilir.

Isu Strategis Pengembangan Industri Kreatif

Isu strategis adalah kondisi atau hal yang harus diperhatikan atau dikedepankan dalam perencanaan pembangunan karena dampaknya yang signifikan bagi entitas (daerah/masyarakat) di masa datang. Berdasarkan kondisi pada masing-masing komponen SWOT, diketahui bahwa perkembangan industri sepatu di Desa Cangkuang Kulon menghadapi kondisi-kondisi tertentu dilihat ringkasan dari faktor-faktor pada masing-masing komponen dan dengan membenturkan komponen-komponen SWOT (SO, ST, WO, dan WT) sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. SWOT yang Dimiliki Kampung Sepatu Cangkuang Kulon

Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
S1 Produk sepatu Cibaduyut berkualitas baik	W1 Keterbatasan modal akibat harga bahan baku yang semakin tinggi
S2 Bahan baku mudah didapatkan	W2 Makin berkurangnya tenaga kerja yang terampil akibat rendahnya daya saing pendapatan
S3 Tenaga kerja terampil dan berpengalaman (dapat membuat berbagai macam desain dan model)	W3 Masih rendahnya akses pelaku industri terhadap legalitas merek sepatu lokal
S4 Harga produk yang terjangkau	W4 Maraknya pembuatan sepatu berjenis tiruan
S5 Dibuat secara handmade	W5 Minimnya pemahaman pelaku industri dalam memanfaatkan informasi dan teknologi sebagai sarana pemasaran sepatu
S6 Sudah ada beberapa merk-merk lokal yang coba dikembangkan pengusaha lokal	W6 Belum terkoordinasinya asosiasi pengerajin sepatu secara menyeluruh.
S7 Lokasi industri yang sudah teraglomerasi (berkumpul)	



- W7** Kohesi sosial antar pelaku industri rendah
- W8** Lemahnya daya tawar pelaku industri sepatu lokal dalam menentukan harga pasar
- W9** Keterbatasan akses terhadap mesin sepatu terkini
- W10** Infrastruktur pendukung kampung wisata belum memadai

Peluang (O)	Tantangan (T)
<p>O1 Permintaan sepatu selalu ada dan menjadi bagian dari kebutuhan manusia</p> <p>O2 Citra Cibaduyut sudah dikenal sebagai salah satu sentra industri sepatu di Indonesia yang berkualitas baik</p> <p>O3 Hadirnya kulit sintetis mengurangi biaya produksi</p> <p>O4 Kerjasama dengan merk-merk sepatu terkenal/distributor besar</p> <p>O5 E-commerce sudah semakin berkembang</p> <p>O6 Dapat dikembangkan menjadi kawasan wisata belanja.</p> <p>O7 Sudah ada kerjasama pelatihan IT dengan akademisi</p>	<p>T1 Kekosongan bahan baku saat permintaan tinggi (menjelang puasa)</p> <p>T2 Persaingan dengan sepatu impor buatan China</p> <p>T3 Harga bahan baku selalu meningkat terpengaruh oleh nilai tukar rupiah</p> <p>T4 Permintaan besar untuk sepatu tiruan merk terkenal</p> <p>T5 Minimnya sarana informasi bantuan permodalan</p> <p>T6 Ketergantungan terhadap distributor besar</p>

Sumber: Hasil Analisis, 2019

Tabel 2. komponen-komponen SWOT (SO, ST, WO, dan WT)

No	Komponen	Kondisi yang Dihadapi
1	Kekuatan (S)-Peluang (O)	Sepatu hasil produksi pelaku industri di Desa Cangkuang Kulon memiliki potensi untuk berkembang karena memiliki kekuatan dari segi kualitas, keterampilan SDM, maupun harga yang terjangkau dengan didukung oleh kuatnya citra Desa Cangkuang Kulon sebagai salah satu desa penghasil sepatu di kawasan Cibaduyut membuat daerah ini tepat untuk dikembangkan menjadi Kampung Sepatu. Lebih jauh kampung sepatu ini dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata



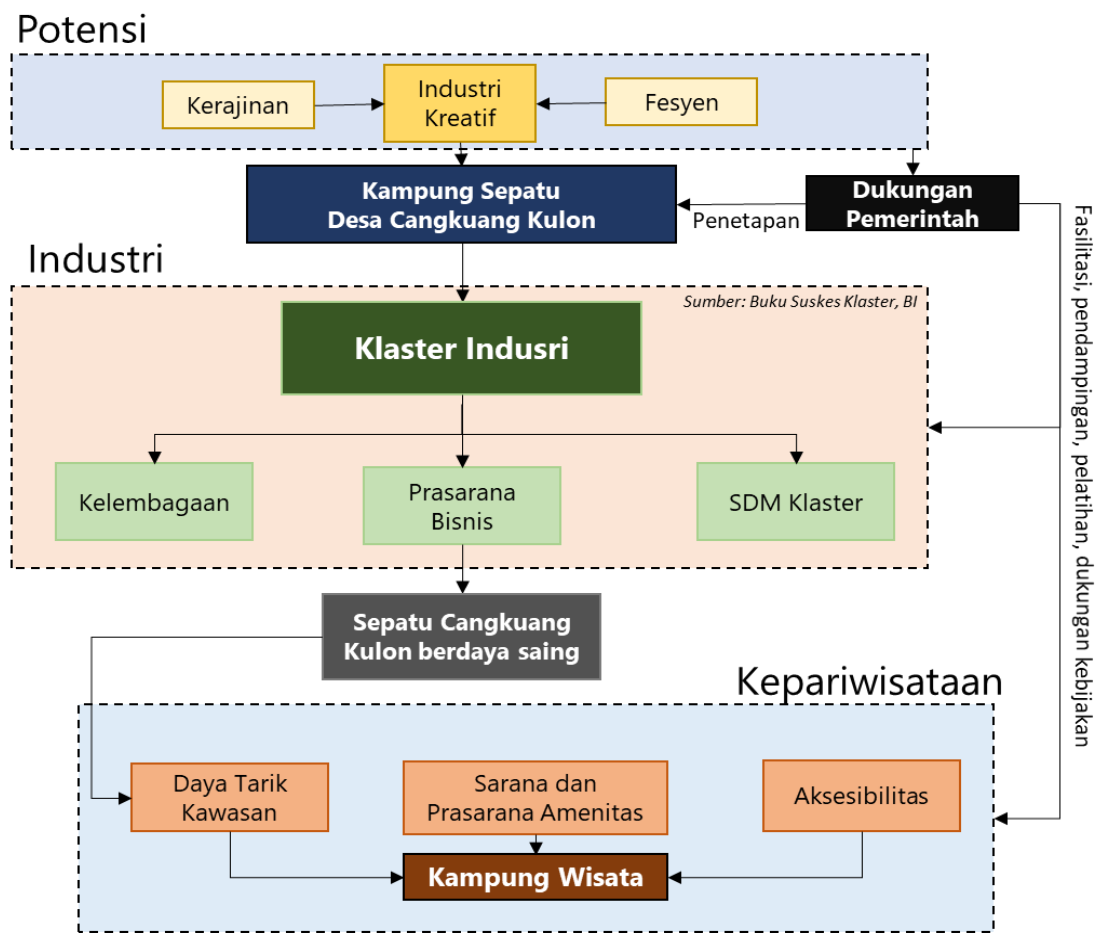
No	Komponen	Kondisi yang Dihadapi
		belanja dan kreatif melihat potensi yang dimilikinya.
2	Kekuatan (S)- Ancaman (T)	Meskipun memiliki potensi untuk berkembang dan berdaya saing di pasaran, namun terdapat kendala eksternal yang dihadapi oleh para pelaku industri sepatu seperti kekosongan bahan baku terutama saat permintaan tinggi, ketergantungan dengan bahan baku kulit sintetis asal China, permintaan yang besar akan sepatu KW, serta minimnya sarana informasi bantuan permodalan menghambat produktivitas para pelaku industri sepatu.
3	Kelemahan (W)- Peluang (O)	Kelemahan dari industri sepatu Desa Canguang Kulon dari segi permodalan yang terbatas, branding sepatu lokal yang belum kuat dipasaran, kelembagaan antar pelaku industri yang belum terbentuk, rendahnya kerjasama antar pelaku, dan ketergantungan terhadap distributor besar menghambat pemanfaatan peluang dalam pengembangan industri sepatu secara lebih luas. Dari segi pengembangan pariwisata, belum terbentuk pasar wisatawan kreatif yang mengunjungi Desa Canguang Kulon sebagai destinasi wisata.
4	Kelemahan (W)- Ancaman (T)	Kelemahan industri sepatu Desa Canguang Kulon dari segi aspek produksi, pemasaran, kelembagaan, dan minimnya infrastruktur penunjang membuat menyulitkan masyarakat untuk menghadapi tantangan akan pembuatan sepatu tiruan yang melanggar hukum. Minimnya kohesi sosial antar pelaku usaha menyebabkan potensi konflik yang terjadi antar pelaku industri terutama mengenai pembagian bantuan oleh pemerintah.

Sumber: Hasil Analisis, 2019

Berdasarkan hasil sintesa di atas, terdapat 4 aspek utama yang perlu diperhatikan dalam pengembangan kampung sepatu ini antara lain aspek kelembagaan, pemasaran, produksi, dan infrastruktur. Kelemahan pada keempat aspek tersebut menyebabkan rendahnya daya saing dan kemampuan para pelaku industri untuk meningkatkan kesejahteraan mereka melalui industri sepatu. Oleh karena itu, isu strategis dalam pengembangan kampung sepatu adalah: rendahnya daya saing sepatu produksi pengerajin Desa Canguang Kulon akibat lemahnya aspek kelembagaan, pemasaran, produksi, dan infrastruktur yang mendukung keberjalanan industri.

Dalam memilih konsep pengembangan ini perlu memperhatikan kondisi eksisting dan juga kondisi yang diharapkan sebagaimana disebutkan dalam tujuan dan sasaran. Dalam mencapai tujuan pengembangan sebagaimana telah dijelaskan, dicanangkan konsep yang mampu memberikan kerangka kontekstual, fungsional, serta sosial yang mampu mendorong terjadinya aktivitas-aktivitas produksi Sepatu Cangkung Kulon yang berdaya saing dan kegiatan lainnya yang berkaitan agar dapat menggerakkan perekonomian baik lokal Desa Cangkung Kulon maupun perekonomian Kabupaten Bandung secara lebih luas.

Konsep pengembangan industri sepatu Desa Cangkung Kulon, mengkombinasikan konsep **klaster industri kreatif** dan **kampung wisata**. Berikut ini adalah diagram alir konsep pengembangan Kampung Sepatu Desa Cangkung Kulon:



Gambar 7. Konsep Pengembangan Kampung Sepatu Desa Cangkung Kulon

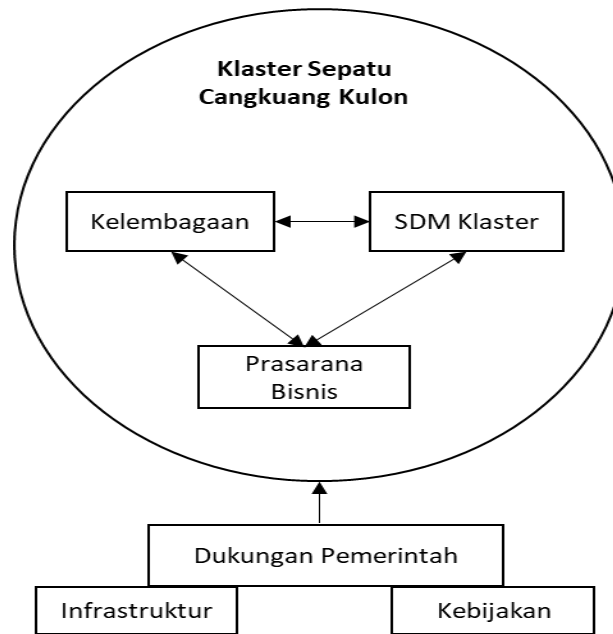
Sumber: Hasil Analisis, 2019

Dari bagan di atas, dapat dijelaskan, bahwa berangkat dari potensi yang dimiliki oleh Desa Cangkung Kulon yaitu industri kreatif berbasis fesyen dan kerajinan. Potensi ini dimanfaatkan oleh Pemerintah Kabupaten Bandung untuk menjadikan Cangkung Kulon sebagai peluang dalam pengembangan ekonomi lokal dalam bentuk kampung tematik. Dalam pengembangan kampung tematik ini terdapat dua konsep yang berbeda yaitu Klaster Industri dan Kampung Wisata.



Klaster Industri Kreatif Fesyen dan Kerajinan Sepatu

Seperti yang telah dibahas dalam tinjauan literatur, klaster merupakan suatu konsep yang menawarkan kerangka baik fungsional maupun spasial pada suatu kawasan. Empat komponen penting yang perlu diperhatikan dalam pengembangan Klaster Sepatu Canguang Kulon sebagaimana digambarkan pada gambar dan penjelasan berikut:



Gambar . 8 Konsep Klaster dalam Pengembangan Klaster Industri Kreatif Sepatu Canguang Kulon

1. Kelembagaan

Aspek kelembagaan yang perlu terbangun didalam klaster antara lain terdapatnya modal sosial, kemitraan dan *networking*, kepemimpinan dan visi bersama, budaya kewirausahaan yang kuat, persaingan dan spesialisasi industri di dalam kawasan Kampung Sepatu.

2. Prasarana Bisnis

Prasarana bisnis yang perlu terbangun didalam klaster antara lain terdapatnya akses pasar, akses informasi pasar, akses jasa spesialis, kedekatan dengan pemasok, akses pada jasa pendukung bisnis, akses pada sumber keuangan.

3. SDM Klaster

SDM Klaster yang perlu terbangun didalam klaster antara lain terbentuknya kompetensi dan keahlian yang kuat serdta basis inovasi yang kuat.

4. Dukungan Pemerintah

Klaster juga memerlukan tata kelola yang mendukung. Untuk mewujudkan tata kelola yang mendukung Klaster, dibutuhkan peran pemerintah berbagai level dan sektor. Peran utama pemerintah dalam hal ini adalah sebagai berikut:

- a. Kebijakan-kebijakan yang mendorong dukungan terhadap kawasan Kampung Sepatu
- b. Strategi yang mampu mengaktifkan dukungan berbagai pihak (akademisi, pengusaha, pemerintah baik di level kabupaten, provinsi, dan nasional, serta masyarakat)
- c. Pihak yang memberikan (*deliver*) dukungan
- d. Kemauan politik untuk mencapai hal yang diinginkan

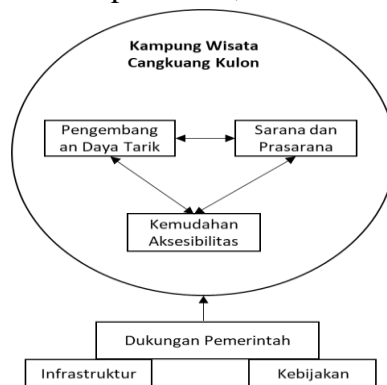
Berikut merupakan contoh-contoh kebijakan pemerintah dalam mendukung keberadaan kluster:

- a. Membuat fondasi pendukung melalui penyediaan kebutuhan dasar seperti pendidikan untuk masyarakat yang tinggal di kawasan tersebut, jalan, publik transportasi, air, infrastruktur pengelola limbah, sanitasi, pelayanan kesehatan, dan lainnya.
- b. Mendorong kebijakan yang mendukung dan mendorong bukan menghambat
- c. Kolaborasi dan kerjasama antar berbagai level dalam pengembangan kluster industri
- d. Menciptakan dan mendukung jaringan komunikasi antar pihak
- e. Menciptakan pendukung kewirausahaan dan jejaring pembelajaran
- f. Menciptakan tenaga kerja dengan keterampilan khusus yang dibutuhkan
- g. Merangsang inovasi dan kewirausahaan
- h. Menyediakan pendanaan atau mencari alternatif pendanaan lainnya
- i. Mendorong program pembiayaan yang kompetitif
- j. Investasi berbasis *Research & Development*

Kampung Wisata Belanja dan Kreatif

Kampung Sepatu sebagai daya tarik wisata tertuang dalam Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Nomor 4 Tahun 2019 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2018-2025. Kampung termasuk dalam Daya Tarik Wisata Pendukung Kawasan Strategis Pariwisata Daerah (KSPD) wisata alam, budaya, dan sejarah Dayeuhkolot, Baleendah, dan Bojongsoang. Kampung Sepatu ini mendukung DTW unggulan disekitarnya yaitu Makam Bupai Ulama, Tugu M.Tha, Situ Sipatahunan, dan Danau Retensi Cieunteung.

Pengembangan Desa Cangkuang Kulon dengan konsep kampung wisata belanja dan kreatif menjadi tahap lanjutan setelah terbentuknya kluster industri yang kuat. Aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam pengembangan Kampung Wisata terdiri atas 3 hal, yaitu pengembangan daya tarik, sarana dan prasarana, dan kemudahan aksesibilitas



Gambar 9. Konsep Pengembangan Kampung Wisata Industri Sepatu Cangkuang Kulon



1. Pengembangan Daya Tarik

Suatu kawasan wisata harus memiliki daya tarik/ciri khas yang membuat wisatawan ingin datang ke kampung sepatu Cangkuang Kulon. Sehingga pembentukan ciri khas/citra kawasan yang menarik diperlukan dalam pengembangan kampung wisata. Daya Tarik juga dapat dibentuk dengan pengembangan aktivitas di dalam kawasan. Aktivitas yang dapat ditawarkan terkait dengan keunggulan kampung tersebut. Sepatu dapat menjadi daya tarik wisata belanja maupun wisata kreatif, dimana wisatawan dapat melihat dan mempelajari proses pembuatan sepatu kepada para pengerajin di Kampung Sepatu.

2. Sarana dan Prasarana

Sarana dan Prasarana yang perlu terbangun didalam kampung wisata khususnya keberadaan gerai/showroom untuk wisata belanja serta bengkel/workshop untuk wisata kreatif beserta instrukturinya. Selain itu, keberadaan sarana dan prasarana amenities kepariwisataan lainnya yang mendukung pembentukan wisata kreatif seperti homestay/rumah makan menjadi hal yang penting untuk menciptakan kenyamanan bagi wisatawan.

3. Kemudahan Aksesibilitas

Untuk menuju tempa wisata, wisatawan memerlukan aksesibilitas yang baik untuk menuju destinasi wisata yang diinginkan. Sehingga jika direncanakan Desa Cangkuang Kulon menjadi daya tarik wisata maka kemudahan transportasi contohnya keberadaan angkutan umum yang dapat diandalkan, sarana parkir, maupun jalan yang baik harus terwujud.

4. Dukungan Pemerintah

Pengembangan kampung wisata memerlukan tata kelola pemerintah yang mendukung. Untuk mewujudkan tata kelola yang mendukung kampung wisata, dibutuhkan peran pemerintah berbagai level dan sektor. Peran utama pemerintah dalam hal ini adalah sebagai berikut:

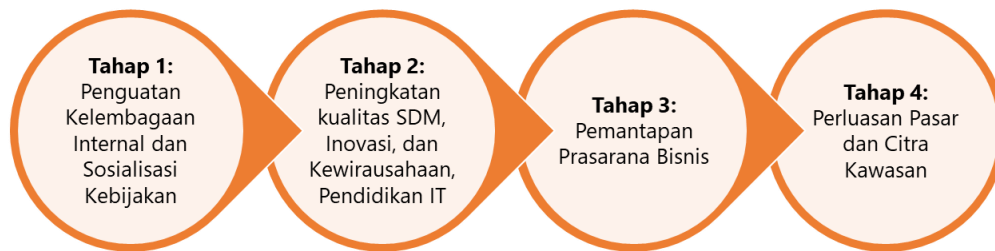
- a. Kebijakan-kebijakan yang mendorong dukungan terhadap kampung wisata di Kampung Sepatu Cangkuang Kulon
- b. Strategi yang mampu mengaktifkan dukungan berbagai pihak (akademisi, pengusaha, pemerintah baik di level kabupaten, provinsi, dan nasional, serta masyarakat)
- c. Pihak yang memberikan (*deliver*) dukungan
- d. Kemauan politik untuk mencapai hal yang diinginkan

Berikut merupakan contoh-contoh kebijakan pemerintah dalam mendukung keberadaan kampung wisata:

- a. Penguatan SDM dan sadar wisata masyarakat Cangkuang Kulon.
- b. Pembangunan infrastruktur jalan, publik transportasi, dan lainnya yang mendukung kemudahan wisatawan menuju Kampung Sepatu
- c. Pembangunan sarana dan prasarana amenities di area kampung wisata.
- d. Mendorong kebijakan yang mendukung dan mendorong bukan menghambat
- e. Kolaborasi dan kerjasama antar berbagai level dalam pengembangan kampung wisata

- f. Menciptakan dan mendukung jaringan komunikasi antar pihak
- g. Meningkatkan Sapta Pesona di area Kampung Sepatu bekerja sama dengan masyarakat setempat
- h. Mempromosikan Kampung Wisata sepatu Cangkung Kulon kepada pihak luas
- i. Menyediakan pendanaan atau mencari alternatif pendanaan lainnya
- j. Mendorong program pembiayaan yang kompetitif
- k. Investasi berbasis *Research & Development*

Dalam pengembangan kawasan sentra sepatu Cangkung Kulon, dikembangkan empat tahap utama dimana masing-masing tahapan memiliki kondisi yang diharapkan untuk dicapai sebagaimana dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 10. Tahap Pengembangan Kampung Sepatu Cangkung Kulon

Sumber: Hasil Sintesis, 2019

Pada setiap tahapan terdapat kondisi yang diharapkan terjadi, pengembangan ini bersifat sekuensial, artinya kondisi pada tahap tertentu dapat terwujud bila kondisi pada tahapan pengembangan sebelumnya telah tercapai. Kondisi yang diharapkan pada setiap tahap pengembangan antara lain:

Tahap pertama merupakan tahap **penguatan kelembagaan internal dan sosialisasi kebijakan**. Sebagaimana yang telah dijelaskan pada BAB 4,5, dan 6 diketahui bahwa kelembagaan Kampung Sepatu masih terbilang lemah, belum terdapat asosiasi/lembaga berbadan hukum yang menaungi keberjalanan dan kegiatan pengembangan kampung sepatu secara menyeluruh. juga sifat individualistis yang masih kuat antar pelaku industri. Pembentukan lembaga hukum ini akan mempermudah pengorganisasian masyarakat pada internal maupun eksternal kawasan, tanpa adanya organisasi, tidak akan ada sistem manajerial yang menaungi keberjalanan Kampung Sepatu. Bukan hanya pembentukan lembaga hukum, kohesi sosial atau kedekatan antar pelaku industri didalam pun harus diperkuat, karena modal sosial yang kuat menjadi kunci keberhasilan pengembangan klaster industri. Masyarakat perlu memiliki cita-cita, visi, misi, serta tujuan bersama yang ingin dicapai, semangat pembangunan perlu muncul dari dalam agar tercipta keberlanjutan dari pencetus ide kampung sepatu oleh pemerintah. Terkait dengan peran Pemerintah Daerah Kabupaten, pada tahap ini perlu dibentuk kesepahaman bersama antara pemerintah dan masyarakat dalam bentuk sosialisasi kebijakan, program, dan kegiatan yang mendukung keberhasilan Kampung Sepatu, agar apa yang diharapkan pemerintah dan masyarakat dapat berjalan secara bersinergi.

Tahap kedua adalah tahap **peningkatan kualitas SDM, inovasi dan kewirausahaan, serta pendidikan IT**. Pada tahap ini diharapkan para pelaku industri mendapatkan berbagai pengetahuan yang dibutuhkan dalam pengembangan bisnis sepatu. Pemahaman dan informasi diberikan melalui pendidikan dan pelatihan, seminar, maupun workshop agar bisnis para pelaku industri tidak stagnan pada penyediaan sepatu sesuai permintaan pasar



yang sudah berjalan saja melainkan termotivasi untuk mengembangkan bisnis mereka, dengan berbagai inovasi produk yang disertai jiwa kewirausahaan. Pemahaman informasi dan teknologi khususnya dalam penggunaan media informasi dan teknologi harus disebarluaskan kepada para pelaku industri agar peluang pemasaran melalui e-commerce yang sudah semakin diminati oleh konsumen di Indonesia dapat dimanfaatkan dengan maksimal. Di tahap ini, peran akademisi, pegiat bisnis, dan social entrepreneur sangatlah penting sebagai pihak yang dapat memberikan informasi dan pengetahuan baru kepada para pelaku industri.

Tahap ketiga adalah tahap **pemantapan prasarana bisnis**. Apabila kondisi yang diharapkan pada tahap satu dan dua telah tercapai, maka saatnya bagi pemerintah untuk mendorong, memfasilitasi, serta memudahkan terpenuhinya kebutuhan faktor produksi seperti akses terhadap keuangan/modal, bahan baku, dan mesin. Dengan peningkatan kualitas SDM yang telah diberikan pada Tahap 2 sebelumnya, diharapkan faktor produksi dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya oleh pelaku industri sehingga tidak menimbulkan kesia-siaan. Selain itu kebutuhan akan infrastruktur yang memadai juga diwujudkan pada tahap ini seperti jalan yang layak, IPAL, drainase, persampahan dan sebagainya.

Tahap keempat adalah **perluasan pasar dan citra kawasan**. Pada tahap ini, diharapkan produk sepatu Desa Cangkung Kulon dapat dikenal luas, dan kampung sepatu menjadi sentra sepatu yang menjadi daya tarik wisata. Program dan kegiatan yang dilakukan pada tahap ini antara lain, promosi produk dengan berbagai cara baik itu melalui event, media cetak dan elektronik, maupun pelibatan tokoh-tokoh masyarakat. Dilakukan pula lapenataan kawasan kampung sepatu agar menarik dan nyaman dikunjungi, serta pemantapan infrastruktur yang dapat menguatkan citra Desa Cangkung Kulon sebagai Kampung Sepatu.

Agar dapat mencapai tujuan, masing-masing tahapan terdapat pengawasan dari berbagai *stakeholders* dan evaluasi berkala yang melibatkan tidak hanya pemerintah daerah saja tetapi juga masyarakat, pelaku industri serta usaha, swasta, dan akademisi.

E. PENUTUP

Kesimpulan

Tujuan pengembangan dari Pembentukan Desa Cangkung Kulon sebagai Kampung Sepatu adalah *meningkatkan daya saing sepatu produksi pengerajin industri rumahan di Desa Cangkung Kulon dengan meningkatkan kapasitas kelembagaan, pemasaran, produksi dan infrastruktur*. Untuk mencapai tujuan tersebut konsep klaster industri dan kampung wisata digunakan karena beberapa keunggulannya sebagaimana telah dibahas pada bab sebelumnya. Konsep tersebut diturunkan kedalam sebelas strategi pengembangan antara lain (1) meningkatkan kemudahan akses terhadap legalitas perusahaan dan produk, (2) meningkatkan kemudahan akses terhadap pengadaan faktor produksi, (3) meningkatkan kualitas faktor produksi, (4) membuat lembaga antar pelaku industri sepatu yang menyeluruh dan berbadan hukum, (5) meningkatkan kohesi sosial antar pelaku industri, (6) meningkatkan jiwa kewirausahaan masyarakat, (7) memperkuat branding merek sepatu lokal yang diproduksi oleh masyarakat asli Desa Cangkung Kulon, (8) memperluas jangkauan pemasaran sepatu Cangkung Kulon, (9) menciptakan Desa Cangkung Kulon menjadi kawasan wisata sepatu disamping Kawasan Cibaduyut Kota Bandung yang telah ada, (10) memantapkan infrastruktur pendukung klaster industri, dan (11) memantapkan infrastruktur pendukung kampung wisata.

Guna mencapai tujuan pengembangan Kampung Sepatu yang diharapkan, dirumuskan empat tahap pengembangan dimana masing-masing tahap memiliki kondisi yang ingin



dicapai. Tahapan pengembangan tersebut terdiri atas Tahap 1: Penguatan Kelembagaan Internal dan Sosialisasi Kebijakan; Tahap 2: Peningkatan Kualitas SDM, Inovasi, dan Kewirausahaan, Pendidikan IT; Tahap 3: Pemantapan Prasarana Bisnis; Tahap 4: Perluasan Pasar dan Citra Kawasan. Di dalam kajian ini, pada Tabel Indikasi Program dan Kegiatan dapat dilihat mengenai program dan kegiatan apa saja yang diprioritaskan pada setiap tahap agar mampu mencapai kondisi yang diharapkan. Indikasi program dan kegiatan yang telah disusun tersebut dapat menjadi pertimbangan dalam penyusunan kebijakan Pemerintah Kabupaten Bandung untuk mewujudkan Kampung Sepatu Cangkang Kulon.

REFERENSI

- Adisasmita, R. (2005). *Dasar-Dasar Ekonomi Wilayah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Aiginger, K., & Rossi-Hansberg, E. (2006). Specialization and concentration: A note on theory and evidence. *Empirica*, 33(4), 255–266.
- Benneworth, P. (2004). In what sense ‘regional development?’: Entrepreneurship, underdevelopment and strong tradition in the periphery. *Entrepreneurship & Regional Development*, 16(6), 439–458.
- Chambers, R. (1994). Participatory rural appraisal (PRA): Challenges, potentials and paradigm. *World Development*, 22(10), 1437–1454.
- Feldman, M., Francis, J., & Bercovitz, J. (2005). Creating a cluster while building a firm: Entrepreneurs and the formation of industrial clusters. *Regional Studies*, 39(1), 129–141.
- Gunawan, A. S., & Marwan, A. (1982). Anggaran perusahaan. *BPFE*, (Jilid I).
- Hindle, K. (2010). How community context affects entrepreneurial process: A diagnostic framework. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(7–8), 599–647.
- Iammarino, S., & McCann, P. (2006). The structure and evolution of industrial clusters: Transactions, technology and knowledge spillovers. *Research Policy*, 35(7), 1018–1036.
- Khalifipour, H., Soffianaian, A., & Fakheran, S. (2012). Application of SWOT Analysis in Strategic Environmental Planning: A Case Study of Isfahan/Iran. *International Conference on Applied Life Sciences*. IntechOpen.
- Kotler, P. (2004). A three-part plan for upgrading your marketing department for new challenges. *Strategy & Leadership*, 32(5), 4–9.
- Lämmer-Gamp, T., Köcker, G. M. zu, Köhler, T., Pflanz, K., & Iszak, scö. (2016). *Clusters and Entrepreneurship in Emerging Industries*. European Commission’s Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs.
- Lestari, M. D. A. B., & Siagian, M. C. A. (2018). Perancangan Sarung Majalaya Untuk Busana Ready To Wear. *EProceedings of Art & Design*, 5(3).
- Lu, W. (2010). Improved SWOT approach for conducting strategic planning in the construction industry. *Journal of Construction Engineering and Management*, 136(12), 1317–1328.
- Maier, N. (1965). *Psychology in industry (3rd ed.)*. Boston: Houghton Mifflin.
- Malmberg, A., Sölvell, Ö., & Zander, I. (1996). Spatial clustering, local accumulation of knowledge and firm competitiveness. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 78(2), 85–97.
- Marshall, A. (2009). *Principles of economics: Unabridged eighth edition*. Cosimo, Inc.



- Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship of Croatia. (2013). *Guidelines for Cluster Development A Handbook for Practitioners*.
- Mubaranto, H., & Baga, L. M. (2018). STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL TAHU DI KABUPATEN TEGAL. *Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah*, 8(1).
- Oktaviani, E., Sachari, A., & Setiawan, P. (2017). Identifikasi Motif Lokal Sarung Majalaya Generasi Pertama. *Arena Tekstil*, 31(2).
- Oreski, D. (2012). Strategy development by using SWOT–AHP. *Tem Journal*, 1(4), 283–291.
- Partnership for Action on Green Economy. (2017). *Green Industrial Policy; Concept, Policy, Country Experiences*. UN ENVIRONMENT.
- Pike, A., Rodríguez-Pose, A., & Tomaney, J. (2010). *Handbook of local and regional development*. Routledge.
- Porter, M. E. (2000). Location, competition, and economic development: Local clusters in a global economy. *Economic Development Quarterly*, 14(1), 15–34.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rosenfeld, S. (2005). Industry clusters: Business choice, policy outcome, or branding strategy. *Journal of New Business Ideas and Trends*, 3(2), 4–13.
- SETIADI, S. (2009). *Pengaruh Upah dan Jaminan Sosial terhadap Produktivitas Kerja Karyawan di PT Semarang Makmur Semarang* (PhD Thesis). Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro.
- Soegoto, E. S. (2013). *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*. Elex Media Komputindo.
- Stimson, Robert J., Stough, R. R., & Roberts, B. H. (2006). *Regional economic development: Analysis and planning strategy*. Springer Science & Business Media.
- Stimson, Robert John, Stough, R., & Salazar, M. (2009). *Leadership and institutions in regional endogenous development*. Edward Elgar Publishing.
- Trettin, L., & Welter, F. (2011). Challenges for spatially oriented entrepreneurship research. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(7–8), 575–602.