

FACTOR ANALYSIS OF FOOTWEAR INDUSTRY COMPETITIVENESS CIBADUYUT BANDUNG

Yuyun Yuniarti

Departement of Business Administrative Science
Faculty of Social and Political Sciences University of Pasundan
Email : yuniarti_y@yahoo.com

Sam'un Jaja Raharja

Departement of Business Administrative Science
Faculty of Social and Political Sciences University of Padjadjaran
Email : s.raharja2016@unpad.ac.id harja_63@yahoo.com

ABSTRACT

Cibaduyut industry is one of the industries that produce footwear, especially shoes that are the raw material from the skin. Carry out its business in the shoe industry Cibaduyut facing various problems, especially problems related to lack of competitiveness. The lack of competitiveness caused by the perpetrators of the shoe industry Cibaduyut not apply competitiveness factors both external and internal nature. The method used in this research is qualitative method with descriptive approach. For the data collection methods used are literature studies and documentation, participatory observation and in-depth interviews with informants. The results showed that the activity of making shoes Cibaduyut Bandung can not be competitive due to the weak implementation of competitiveness factors, especially concerning factors employee skills and the availability of technology.

Keywords: competitiveness, the footwear industry

ANALISIS FAKTOR DAYA SAING INDUSTRI ALAS KAKI CIBADUYUT KOTA BANDUNG

ABSTRAK

Industri Cibaduyut merupakan salah satu industri yang menghasilkan produk alas kaki, terutama sepatu yang bahan bakunya dari kulit. Dalam menjalankan usahanya industri sepatu Cibaduyut menghadapi berbagai masalah terutama masalah yang menyangkut lemahnya daya saing. Lemahnya daya saing tersebut disebabkan oleh para pelaku industri sepatu Cibaduyut belum menerapkan faktor daya saing baik yang bersifat eksternal maupun yang bersifat Internal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Untuk pengumpulan data metode yang digunakan adalah studi pustaka dan dokumentasi, pengamatan partisipatif dan wawancara mendalam dengan para informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan pembuatan sepatu Cibaduyut Kota Bandung belum bisa berdaya saing disebabkan oleh lemahnya penerapan faktor daya saing terutama yang menyangkut faktor keahlian pekerja dan faktor ketersediaan teknologi.

Kata kunci : daya saing, industri sepatu, cibaduyut

PENDAHULUAN

Industri kecil dan menengah mempunyai peran yang sangat penting didalam pembangunan dan perumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang, seperti Indonesia, tetapi juga di negara-negara maju seperti Jepang, Amerika Serikat dan negara-negara di Eropa. Di Indonesia sudah sering dinyatakan didalam banyak seminar dan lokakarya, dibahas di media massa bahwa UMKM di Indonesia sangat penting sebagai sumber pertumbuhan kesempatan kerja dan pendapatan.

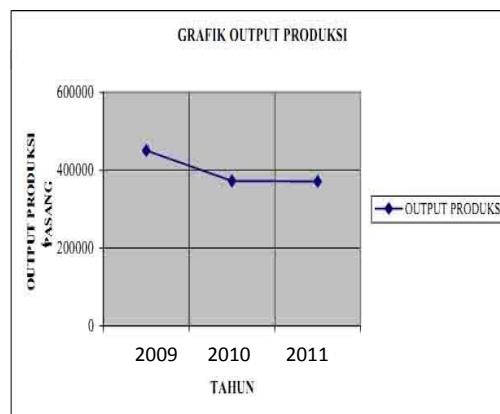
Dalam menghadapi persaingan pasar yang bersifat global, maka perusahaan-perusahaan di Indonesia dituntut untuk masuk dalam kanchah organisasi perusahaan yang bersifat global. seperti *WTO (World Trade Organization)*, *GATT (General Agreement Tariff and Trade)*, *AFTA (Asean Free Trade Area)*, dan *ACFTA (Asean China Free Trade Agreement)*.

Persaingan yang cukup ketat ini menjadi salah satu pemacu kegiatan pelaku usaha di bidang industri baik itu yang termasuk industri kecil, industri sedang maupun industri besar.

Industri alas kaki (sepatu) Cibaduyut adalah salah satu industri andalan yang ada di Kota Bandung, Berdasarkan data pada Dinas Koperasi dan UKM ternyata jumlah pengrajin sepatu Cibaduyut sangat banyak, baik pengrajin tetap maupun "musiman".

Sejak diberlakukannya pasar bebas (AFTA) maupun ACFTA (Globalisasi Perdagangan Dengan Cina), kegiatan pengembangan industri alas kaki di Cibaduyut mengalami penurunan sejak tiga tahun terakhir. Pada tahun 2009 bisa memproduksi 5.000 pasang sepatu, tahun 2010 memproduksi 3000 pasang sepatu dan tahun 2011 memproduksi 3.000 pasang sepatu, maka sejak tiga tahun tersebut.

Hal ini terjadi sejak pemberlakuan bisnis global, naiknya harga bahan baku produk sehingga tidak bisa bersaing dengan produk luar, dan banyaknya produk sepatu asal Cina masuk ke Indonesia. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari grafik berikut :



Grafik output produksi di Sentra Industri Kecil Persepatuan Cibaduyut
Sumber: Instalasi Pengembangan IKM Persepatuan Cibaduyut

Gempuran produk Cina yang masuk ke Indonesia dengan harga jual yang lebih murah serta desain yang lebih "up to date" menjadikan produknya lebih diminati konsumen. Hal ini menyebabkan kegiatan usaha sepatu Cibaduyut mengalami kerugian karena tidak mampu bersaing dengan produk impor. Akibatnya banyak yang tutup atau beralih menjadi pedagang dengan menjual produk Cina.

Permasalahan lemahnya daya saing yang dihadapi oleh industri sepatu Cibaduyut dapat dilihat dari faktor faktor internal dan eksternal. Pertanyaannya adalah faktor-faktor apa saja yang menyebabkan daya saing industri sepatu Cibaduyut lemah?

TINJAUAN PUSTAKA

Tinggi rendahnya daya saing perusahaan dipengaruhi pula oleh keterkaitan industri. Keterkaitan industri adalah hubungan antara industri inti dengan industri terkait (industri komplementer) dan industri pendukung (supplier). Keberhasilan industri nasional dapat terwujud terutama jika industri nasional tersebut memiliki keunggulan kompetitif dalam beberapa industri terkait. Lebih lanjut Porter(1994) mengatakan bahwa keunggulan kompetitif dalam beberapa industri akan terwujud apabila pemasok memberikan potensi atau keuntungan bagi banyak industri dalam suatu negara, karena mereka menghasilkan input yang banyak digunakan dan penting untuk inovasi atau internasionalisasi.

Daya saing dari perusahaan dapat ditentukan oleh banyak faktor, tujuh diantaranya yang sangat penting adalah : keahlian atau tingkat pendidikan pekerja, keahlian pengusaha, ketersediaan modal, sistem organisasi dan manajemen yang baik (sesuai kebutuhan bisnis), ketersediaan teknologi, ketersediaan informasi, dan ketersediaan input-input lainnya seperti energi, dan bahan baku, sebagaimana pada gambar berikut ini



Faktor-Faktor Utama Penentu Daya Saing
Sumber: Tulus Tambunan (2008 : 6)

Selain teori di atas, teori lain tentang daya saing dan paling sesuai dengan konsep daya saing dikemukakan oleh Porter (1993) yang dikenal dengan teori NCA dengan berbagai faktor Daya saingnya yaitu :

1. *Factor Condition*

Faktor yang mengacu pada input yang digunakan sebagai faktor produksi seperti tenaga kerja, sumber daya alam, modal dan infra struktur

2. *Demand Condition*

Faktor yang mengacu pada tersedianya pasar domestik yang siap berperan menjadi elemen penting dalam menghasilkan daya saing.

3. *Related and Supporting Industries*

Faktor yang mengacu pada tersedianya serangkaian dan adanya keterkaitan kuat antara industri pendukung dan perusahaan, hubungan dan dukungan ini bersifat positif yang berujung pada peningkatan daya saing perusahaan.

4. *Firm Strategy, Structure and Rivalry*

Faktor yang mengacu pada strategi dan struktur yang ada pada sebagian perusahaan dan intensitas persaingan pada industri tertentu. Faktor strategi an Pasar modal domestik

mempengaruhi strategi perusahaan, sementara individu seringkali membuat keputusan karir berdasarkan peluang dan prestise.

Permasalahan UMKM di Indonesia

Hubeis (2009) menyatakan bahwa permasalahan UMK di Indonesia dapat dikelompokkan dalam tiga kategori, yaitu:

- Permasalahan klasik dan mendasar, misalnya: keterbatasan modal, SDM, pengembangan produk, dan akses pemasaran.
- Permasalahan pada umumnya, misalnya antara peran dan fungsi instansi terkait dalam menyelesaikan masalah dasar yang berhubungan dengan masalah lanjutan, seperti prosedur perijinan, perpajakan, agunan, dan hukum.
- Permasalahan lanjutan, misalnya pengenalan dan penetrasi pasar ekspor yang belum optimal, kurangnya pemahaman desain produk yang sesuai dengan karakter pasar, permasalahan hukum yang menyangkut perijinan, hak paten dan prosedur kontrak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan desain kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, studi pustaka dan foto-foto seputar kegiatan industri sepatu Cibaduyut

Sebagaimana dikemukakan oleh Lofland (1984) bahwa dalam penelitian kualitatif, proses pengumpulan data meliputi tiga kegiatan yang dilakukan oleh peneliti, yaitu : proses memasuki lokasi penelitian (*getting in*), ketika berada di lokasi penelitian (*getting along*) dan tahap pengumpulan data (*logging the data*).

Dalam proses (*logging the data*) digunakan tiga macam teknik yaitu observasi partisipatif dan non partisipatif dan wawancara mendalam. Dalam wawancara mendalam dikumpulkan pendapat dari Kepala UPT Cibaduyut, Ketua koperasi pengrajin sepatu, pemilik perusahaan, serta pedagang sepatu yang ada di sekitar wilayah Cibaduyut dan konsumen. Sedangkan studi dokumentasi menghimpun informasi dari dokumen berupa foto proses desain, produksi, analisa laporan keuangan perusahaan, dan data penjualan untuk kurun waktu tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri sepatu Cibaduyut bermula pada tahun 1920-an dan dirintis oleh beberapa warga setempat yang sehari-harinya bekerja pada sebuah pabrik sepatu di Kota Bandung. Keterampilan mereka terus menyebar secara turun temurun. Warga sekitar pun ikut membuka usaha yang sama pada tahun 1940. Saat ini Kawasan Cibaduyut meliputi luas 14 Km persegi sejak lama dikenal sebagai “Surga Sepatu”. Pengunjung bisa menemukan beranekaragam barang yang terbuat dari kulit. Tak hanya sepatu, tetapi juga sandal, tas, dompet, hingga barang lainnya. Cibaduyut, bahkan sudah terkenal hingga ke luar negeri. Potensi industri sepatu Cibaduyut sampai dengan tahun 2006 tercatat 828 Unit Usaha, menyerap tenaga kerja 3.498 orang dan kapasitas produksi 2.982.600 pasang.

Analisis Daya Saing Keahlian dan Pengalaman Pekerja

Produk sepatu yang dibuat di Cibaduyut masih menggunakan alat yang sederhana dengan pengetahuan pengrajin yang latar belakang pendidikannya masih rendah, meskipun mereka sudah cukup berpengalaman dalam membuat sepatu. Dengan melihat proses pembuatan sepatu yang demikian maka produk sepatu yang dihasilkan belum optimal terutama dalam hal desain dan inovasi produk sepatu tersebut.

Analisis Daya Saing Keahlian Pengusaha

Para pelaku usaha sepatu cibaduyut dalam menjalankan usahanya masih bersifat tradisional, pengetahuan serta keterampilan dalam membuat sepatu mereka dapatkan secara turun temurun. Selain itu keterampilan pembuatan sepatu yang mereka dapatkan bukan dari pengetahuan khusus dalam pembuatan sepatu, tetapi keterampilan tersebut juga didapatkan berdasarkan otodidak. Kenyataan tersebut menyebabkan hasil produk sepatu yang mereka hasilkan belum optimal terutama yang menyangkut perkembangan mode yang tidak *up to date* sehingga tidak bisa bersaing dengan produk China.

Analisis Daya Saing Bidang SDM (Sumber Daya Manusia)

Dalam mengelola Sumber Daya Manusia yang ada, para pengrajin sepatu Cibaduyut masih bersifat tradisional, misalnya dalam penerimaan pegawai mereka lebih mengutamakan keluarga

terdekat tanpa melihat latar belakang pendidikan, skill (keterampilan) yang dimiliki, sehingga dalam memberdayakan pegawai pengrajin sepatu lebih sering bertindak kurang profesional, terutama dalam hal pengeturan jam kerja, dan penyediaan lingkungan kerja yang kurang nyaman, bahkan berkesan seadanya

Salah seorang pengrajin sepatu yang sudah 20 tahun mengelola sepatu dengan merk Yongki Komaladi, berpendapat bahwa dalam pengelolaan pegawai memberlakukan pengadaan pegawai berdasarkan pertimbangan, misalnya dalam pengadaan pegawai terutama berasal dari keluarga terdekat, kemudian dari penduduk sekitar selain itu dalam hal pengaturan jam kerja, pegawai mulai bekerja dari jam 8 pagi sampai jam 4 sore, dengan jeda waktu istirahat 1 jam, yaitu jam 12 sampai jam 1. Untuk penggajian (Upah) para pengrajin diberikan upah selama 6 hari kerja yaitu diberikan upahnya pada hari sabtu/minggu, dengan kapasitas rata-rata tiap pegawai rata dapat menyelesaikan 20 pasang/hari untuk bagian pengeleman/pengepakan.

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan untuk pembuatan 1 pasang sepatu dilakukan oleh 4 bagian yaitu tukang pola (desain), tukang upper (pemasangan bagian atas), tukang sol dan bagian finishing. Bagian finishing yaitu semir membersihkan kulit atas, dan menghaluskan. Keterampilan tersebut didapatkan berdasarkan pengalaman dari pegawai itu sendiri.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dianalisis bahwa sebagian besar para pengrajin sepatu Cibaduyut dalam mengelola sumber daya manusia masih belum optimal dan belum profesional bahkan masih bersifat tradisional yaitu dengan mengandalkan pegawai yang ada di masyarakat sekitarnya. Selain itu pengadaan pegawai tidak melalui seleksi atau proses rekrutment yang jelas dan lebih menekankan pada sistem persaudaraan. Kenyataan seperti ini menyebabkan produk yang dihasilkan kurang optimal sehingga tidak bisa berdaya saing dengan produk sepatu dari Cina.

Analisis daya saing dalam bidang pengadaan dan persediaan bahan baku.

Sentra industri sepatu Cibaduyut memproduksi sepatu yang berbahan baku dari kulit, bahan baku kulit yang dibuat untuk sepatu bisa dari berbagai jenis kulit misalnya kulit domba, kulit sapi, kulit kanguru ataupun kulit

babi. Selain bahan kulit ada juga bahan kulit sintetis.

Ketersediaan bahan baku untuk pembuatan bahan dasar sepatu khususnya sepatu kulit bisa diperoleh berdasarkan pesanan ataupun berdasarkan pembelian langsung di toko-toko di sekitar daerah Cibaduyut. Dalam pengadaan bahan baku khususnya kulit, biasanya bekerja sama dengan toko penjual bahan pembuat sepatu, selain kulit bahan utamanya yaitu kulit, juga ada bahan penunjang yaitu, lem, sol, dan dus untuk pengepakan (*packaging*). Kerjasama biasanya sudah langganan dengan toko tertentu

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dilihat bahwa dalam mengelola bahan baku sepatu, khususnya bahan baku kulit, para pengrajin secara langsung di toko-toko yang ada di sekitar Cibaduyut ataupun bekerjasama dengan produsen kulit di Sukaregang Garut. Kendala utama adalah bahan baku harga yang fluktuatif, sehingga berpengaruh terhadap harga jual yang akhirnya melemahkan daya saing.

Analisis daya saing faktor pengadaan modal keuangan.

Pengadaan modal usaha untuk pengrajin sepatu Cibaduyut terutama para produsen sepatu, mereka masih mengandalkan modal sendiri belum bisa memanfaatkan modal dari pihak lain seperti kerjasama dengan pihak Bank ataupun pihak lain seperti koperasi padahal dalam setiap kegiatan modal keuangan merupakan faktor utama yang paling menentukan terhadap keberhasilan kegiatan usaha

Kenyataan di lapangan sebagian besar tidak dapat mengakses modal tersebut selain itu para pengrajin sepatu Cibaduyut belum mampu mengelola keuangan secara optimal seperti kegiatan pembelian bahan baku biaya produksi, ataupun biaya pemasaran belum dicatat secara rapi apalagi melakukan pembukaan atau pencatatan secara metode akuntansi. Sumber informan mengungkapkan bahwa dalam melakukan usaha sepatunya hanya melakukan pencatatan keuangan yang sederhana seperti pembelian bahan baku (belanja bahan) dan pencatatan upah kerja pegawai, hal-hal lain tidak pernah dilakukan. Buat pengrajin yang penting mendapatkan uang lebih atas modal yang dikeluarkan. Dalam istilah lain: manajemen **saku** (yaitu keluar dari saku kiri masuk ke saku kanan).

Berdasarkan uraian di atas dapat dilihat bahwa para pengrajin sepatu Cibaduyut sebagian besar belum melakukan pengelolaan keuangan secara optimal, pengelolaan keuangannya masih bersifat tradisional. Padahal jika dilihat secara mendalam pencatatan keuangan itu sangat penting dalam menunjang keberhasilan kegiatan usaha. Hal ini karena suatu informasi akuntansi khususnya informasi keuangan berisi mengenai informasi keuangan atau perhitungan melalui angka-angka dalam setiap jenjang operasional perusahaan. Informasi yang disediakan oleh catatan-catatan akuntansi keuangan berguna bagi pengambilan keputusan sehingga dapat meningkatkan pengelolaan perusahaan, informasi-informasi tersebut memungkinkan para pelaku UKM untuk dapat mengidentifikasi dan memprediksi area-area permasalahan yang mungkin timbul, kemudian mengambil tindakan koreksi tepat waktu. Dengan adanya penggunaan informasi keuangan ini para pelaku usaha dapat memanfaatkan sebagai sumber informasi bagi kreditur ataupun investor untuk meminjam modal bagi pengembangan usahanya.

Analisis Faktor Organisasi dan Manajemen

Seorang atasan/pengelola perusahaan yang banyak pengalaman diharapkan mampu mengawasi bawahan yang lebih banyak dibandingkan yang kurang memiliki pengalaman atau tidak memiliki pengalaman sama sekali (Wusanto, 2002). Pengalaman dapat dijadikan oleh pengelola perusahaan sebagai proses pembelajaran baik dari keberhasilan maupun dari kegagalan sehingga akan berpengaruh terhadap persepsinya.

Ketrampilan pengrajin industri sepatu Cibaduyut secara umum memiliki keterampilan yang cukup dalam pembuatan sepatu meskipun keterampilan tersebut diperoleh secara otodidak. Hanya saja keterampilan tersebut tidak didukung dengan kemampuan manajerial yang baik, hal ini bisa dilihat dari rendahnya kemampuan pengrajin sepatu dalam hal pembagian pekerjaan untuk tiap bagian secara melembaga, belum ada lembaga atau organisasi yang jelas, sehingga hampir kegiatan pembuatan sepatu sebagian besar dipegang oleh pengrajin itu/pemilik usaha.

Analisis Faktor Ketersediaan Teknologi dan Media Komunikasi

Salah satu implementasi *e-commerce* dalam dunia bisnis yaitu bermunculannya situs-situs

penjualan secara online berbasis *web*, yang membawa budaya baru dalam melakukan transaksi yang tidak lagi konvensional melainkan transaksi dunia maya. Dengan penggunaan internet, cakupan pelanggan menjadi sangat luas. Kalangan remaja sampai dewasa sudah menggunakan internet untuk melakukan pembelian produk atau mencari barang dan jasa yang diperlukan. Penerapan e-commerce ternyata berdampak pada efisiensi dan efektivitas transaksi, serta dapat mengangkat produk atau citra dari perusahaan yang menerapkan konsep tersebut. Termuan lapangan menunjukkan para pengrajin sepatu cibaduyut ternyata sebagian besar belum menggunakan teknologi yang canggih dan masih manual atau belum terkomputerisasi

Analisis Faktor Daya Saing dalam Promosi

Kurangnya akses pasar membuat sebagian besar pengrajin hanya memasarkan hasil produksinya dengan cara menunggu pesanan. Kendati demikian sebagaimana dikemukakan informan bahwa ada kegiatan promosi umumnya melalui media cetak yang berupa katalog atau brosur, dengan dengan memuat gambar dan harga sepatu yang dijual, disamping itu pemasaran sepatu juga dilakukan melalui media elektronik khususnya melalui internet.

Sebagian besar lainnya dalam memasarkan produk sepatunya para pengrajin sepatu Cibaduyut sebagai produsen sepatu melakukan beberapa cara/metode diantaranya melalui penjualan langsung ke toko-toko sepatu yang disekitar daerah Cibaduyut ataupun menjual ke pengusaha sepatu yang sudah punya nama seperti Edward Forrer, Yongki Komaladi, Donatelo.

Berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa mengelola kegiatan promosi/pemasaran para pengrajin sepatu Cibaduyut dalam memasarkan produknya sebagian besar pengrajin/pengusaha masih tergantung kepada para pedagang. Hal ini terjadi karena sebagian besar pengrajin hanya melakukan proses produksi, tanpa pemasaran secara langsung. Hanya sebagian kecil melalui *online* media cetak, serta media elektronik sehingga mempengaruhi daya saing.

Hubungan Dengan Pihak Lain

Dalam kegiatan pembuatan sepatu para pengrajin sepatu tidak berdiri sendiri, tetapi memerlukan hubungan dan kerjasama dengan

pihak lain, kerjasama dibutuhkan dalam setiap kegiatan baik dibidang pemerintahan maupun dibidang usaha. Kerjasama dalam bidang usahanya pada intinya menunjukkan adanya kesepakatan antara dua orang atau lebih yang saling menguntungkan, kerjasama tersebut dengan “Kemitraan” yang artinya adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan. Dalam melakukan kegiatan bisnis setiap perusahaan memerlukan hubungan dengan pihak lain, dalam berbagai bentuk, misalnya kerjasama. Para pengrajin sepatu Cibaduyut dalam melakukan pembuatan sepatu telah melakukan kerjasama dengan pihak lain. Hal ini diungkapkan informan bahwa kerjasama yang dilakukan terutama dilakukan dengan pihak pelanggan, pemerintah, UPT, pemasok bahan baku dan kerjasama/hubungan dengan pihak toko. Hubungan terutama dengan pihak pelanggan yang selalu memesan produk sepatunya. Tujuannya untuk membangun rasa saling percaya dan saling menguntungkan kedua belah pihak. Selain itu kerjasama juga dilakukan dengan pihak APACI dengan tujuan untuk mendapatkan berbagai informasi seperti masalah bahan baku, harga ataupun pemasaran.

Hubungan-hubungan kerjasama dengan pihak lain yang dilakukan langsung oleh para pengrajin maupun UPT. UPT telah melakukan hal ini dalam bentuk antara lain, pelatihan dan pengetahuan kepada para pengrajin, sumber-sumber permodalan, pembuatan Business Plan dalam rangka membuat proposal pinjaman ke bank (Bank BJB). Namun demikian hubungan dan kerjasama antara para pengrajin sepatu Cibaduyut dengan pihak lain belum optimal

Infomasi tentang Desain dan Kualitas Produk

Persaingan yang semakin ketat pada industri sepatu membuat perusahaan harus memiliki strategi atau melakukan inovasi terhadap produk yang ada saat ini agar dapat bersaing dengan pesaing lainnya untuk menawarkan suatu produk yang berkualitas dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat tersebut maka pengrajin sepatu dituntut untuk mampu berinovasi dalam segala hal terutama dalam hal informasi dibidang desain sepatu.

Sementara itu rendahnya daya saing global UMKM Indonesia diantaranya kualitas kebanyakan barang-barang UMKM lebih rendah dari pada barang-barang impor atau badan usaha besar karena banyak hal, termasuk rendahnya teknologi yang digunakan UKM dan buruknya kualitas,

Dalam melakukan kegiatan inovasi produk terutama yang menyangkut teknologi dan desain produk, para pengrajin sepatu Cibaduyut belum melakukannya secara optimal terutama keterbatasan pengetahuan dalam hal desain. Akibatnya hanya mampu menghasilkan produk yang tidak kreatif dan berdaya saing yang memberi pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Padahal kreativitas produk inovasi akan menciptakan produk baru dimana produk baru tersebut akan mendapat respon dari pihak konsumen pada saat diperkenalkan dan kemudian akan berpengaruh terhadap kemampuan untuk bersaing.

Dalam praktek produk sepatu cibaduyut tidak pernah mendesain model produk sendiri, tetapi hanya menduplikasi produk alas kaki yang sedang *trendy* di pasarn. Produk alas kaki yang dipasarkan diberi merk sesuai dengan merk pemasar atau pemberi order yang digunakan sebagai pengenalan sehingga pembeli dapat mengingatnya. Merk *branded* untuk segmen menengah ke atas yang di jual di Mall besar. Hal ini membuktikan bahwa para pengrajin sepatu Cibaduyut belum dapat memproduksi sendiri desain sepatu yang berdaya saing.

SIMPULAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa menurunnya daya saing industri Sepatu Cibaduyut Kota Bandung disebabkan oleh berbagai faktor yang belum optimal. Kelemahan dan kekurangan dalam berbagai faktor tersebut menyebabkan daya saing industri sepatu Cibaduyut lemah

Saran

Diperlukan peningkatan berbagai faktor daya saing yang ada pada industri sepatu Cibaduyut. Peningkatan dapat dilakukan khususnya dalam pengelolaan pembelanjaan, keuangan dan ketrampilan, inovasi melalui berbagai pelatihan.

Kesemuanya kemudian dibungkus dalam dan tata kelola usaha yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Hubeis, Musa, 2009, Prospek Usaha Kecil dalam Wadah Inkubator Bisnis. Bogor: Ghalia Indonesia

Lofland, John dan Lyn H. Lofland (1984). *Analyzing Social Settings: A Guide to Qualitative Observation and Analysis*. Belmont, Cal: Wadsworth Publishing Company

Porter, M.E. 1985. *Competitive Advantage : Creating and Sustaining Superior Performance: with a new introduction*. The Free Press. New York, USA

Porter, M. E. 1980. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, The Free Press, 1980.

Tambunan Tulus, 2001, *Perdagangan Internasional dan Neraca Pembayaran, Teori dan Temuan Empris*, LP3ES, Jakarta

Widiona, Anika *Abstaksi Analisis Daya Saing Alas kaki Indonesia di Pasar Amerika Serikat dalam Aksamil*, Khair Perpustakaan US www.digilib.ui.ac.id/filepdf71750padf.

B. Dokumen

Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 123/M-IND/PER/110/ 2010 tentang rogram Revitalisasi dan pertumbuhan industri alas kaki.

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM

Instalasi Pengembangan IKM Persepatuan Cibaduyut

C. Data Elektronik

Abdul Haris, 2015, Pengembangan produk unggulan industri kecil dan strategi pemasaran berbasis analisis SWOT (pada industri kecil di Kabupaten Probolinggo), ebookinga.com/pdf/pengembangan-produk-unggulan-industri-kecil-dan-23560021 diunduh,selasa 7 mei 2015,2:00 WIB

Abdullah, Abidin, 2015. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai Kekuatan Strategi dalam Mempercepat Pembangunan Daerah, Ebooking.com/pdf/Usaha-micro-kecil-dan-menengah-umkm sebagai-239623903. Diunduh, selasa 7 mei 2015, 1:00 WIB.

Admin Jurnal News: 2011, Cibaduyut, Sentra-produk, Produksi Sepatu di Bandung: <http://jurnalnews.wordpress.com/2011/08/25/Cibaduyut-sentra-produk>, diunduh Senin, 30 Juni 2014.1:00 WIB.

Angga Sulistio dan Mumuh Mulyana: 2014.Strategi Pengembangan pemasaran UMKM Pengrajin sepatu sandal, <https://mmulyana.files.wordpress.com>. Diunduh Minggu, 3 April 2015.12:00