

Strategi Pengembangan Sentra Perdagangan Kain Cigondewah Di Kecamatan Bandung Kulon

¹Mei Astriani ²Dr. Ima Amaliah, SE.,M.SI ³Dewi Rahmi, SE., M.E
^{1,2,3}Prodi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116
email: ¹meiastriani@gmail.com, ²amalia.razi@gmail.com, ³Derahmi@gmail.com

Abstract. Bandung City is known as the center of West Java government and education center that causes many people to immigrate to Bandung City. This prompted an increase in the needs of society has encouraged the economic movement in the trade sector, including traded cloth Cigondewah area. However, in this development, The Cigondewah fabric trade center has several obstacles to the narrowness of roads causing congestion, the shifting trend of people who prefer clothing and parking items that make it difficult for visitors to Cigondewah. Therefore the need for development strategies that can increase the trade Cigondewah center fabric. The method used in this research is to use descriptive method with quantitative approach. In this study, the authors used SWOT Analysis for Cigondewah trading Center development strategy. The following is Analysis of the data attached before the result showed that Cigondewah Fabric Center has the main strength in the form of Cigondewah cloth price is more affordable than elsewhere and the fabric quality is better. While the major disadvantages of online marketing are few and the role of poor means while the opportunity for developing the fabric center is the level of easy labor availability and the promotion of word of mouth increases the sales of the Cigondewah fabric and the main threat is the growing number of new fabrics and the difficult accessibility. Based on quantitative SWOT Analysis result obtained the most optimal strategy is SO to develop fabric in Cigondewah.

Keywords: Development Strategy , Trading Center, SWOT Analysis

Abstrak. Kota Bandung dikenal sebagai pusat pemerintahan Jawa Barat dan pusat pendidikan yang menyebabkan banyak masyarakat bermigrasi ke Kota Bandung. Hal ini mendorong adanya peningkatan kebutuhan berupa sandang, pangan, dan papan bagi masyarakat. Kebutuhan masyarakat yang meningkat telah mendorong pergerakan ekonomi di sektor perdagangan, termasuk perdagangan kain di kawasan Cigondewah. Namun, dalam perkembangannya sentra perdagangan kain Cigondewah memiliki beberapa kendala, yaitu sempitnya ruas jalan yang menyebabkan kemacetan, bergesernya trend masyarakat yang lebih memilih barang jadi berupa pakaian serta kurangnya lahan parkir yang menyulitkan pengunjung untuk berbelanja di kawasan Cigondewah. Maka dari itu diperlukannya strategi pengembangan yang mampu meningkatkan usaha di sentra perdagangan kain Cigondewah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode Analisis SWOT untuk mengidentifikasi strategi pengembangan sentra perdagangan kain Cigondewah di Kecamatan Bandung Kulon. Berikutnya adalah membuat Analisis SWOT atas sejumlah data yang telah di lampirkan sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sentra perdagangan kain Cigondewah memiliki kekuatan utama berupa Harga kain di Cigondewah lebih terjangkau dibandingkan tempat lain dan kualitas kain bagus. Sedangkan kelemahan utama pemasaran secara online sedikit dan sarana prasarana yang kurang baik. Sementara itu peluang pengembangan sentra perdagangan kain adalah tingkat ketersediaan tenaga kerja mudah dan adanya promosi dari mulut ke mulut meningkatkan penjualan kain di Cigondewah dan ancaman utamanya adalah semakin banyak sentra kain baru dan aksesibilitas yang sulit. Berdasarkan hasil Analisis SWOT kuantitatif, maka diperoleh strategi yang paling optimal adalah SO (*Strength-Opportunity*) untuk mengembangkan sentra perdagangan kain di Cigondewah.

Kata kunci: Strategi Pengembangan, Sentra Perdagangan, Analisis SWOT

A. Pendahuluan

Kota Bandung merupakan Ibukota Jawa Barat yang dikenal sebagai pusat pemerintahan dan pusat pendidikan yang menyebabkan banyak masyarakat bermigrasi ke Kota Bandung. Hal ini mendorong adanya peningkatan kebutuhan berupa sandang, pangan, dan papan bagi masyarakat. Kebutuhan masyarakat yang meningkat telah mendorong pergerakan ekonomi di sektor perdagangan.

Berkembangnya sektor perdagangan ini sebagai akibat dari tuntutan kebutuhan hidup masyarakat yang semakin meningkat seiring dengan perubahan zaman dan perkembangan teknologi yang sangat pesat. Selain itu, berkembangnya sektor perdagangan tidak terlepas dari berdirinya sentra-sentra perdagangan di Kota Bandung. Salah satunya di bidang *fashion* seperti, Pasar Baru, ITC, *Factory Outlet*, maupun distro. Salah satu pusat penjualan kain di Kota Bandung yang cukup terkenal adalah Cigondewah.

Namun, dalam perkembangannya sentra perdagangan kain Cigondewah memiliki beberapa kendala yaitu, sempitnya ruas jalan di kawasan Cigondewah yang menyebabkan kemacetan, bergesernya *trend* masyarakat yang lebih memilih barang jadi berupa pakaian daripada harus membeli bahan baku berupa kain di Kawasan Sentra Kain Cigondewah, dan kurangnya lahan parkir menyulitkan pengunjung untuk berbelanja di kawasan Cigondewah.

Tabel 1. Kondisi Sentra Kain Cigondewah

Luas Lahan Perdagangan	38,2 ha
Luas Lahan Parkir	820 m ²
Jumlah Toko	427 Buah
Kondisi Toko	220 toko buruk
Jumlah Toilet	5 Buah
Jumlah ATM Center	10 Buah

Sumber : Kelurahan Cigondewah Kidul & Rahayu, 2014

Dilihat dari data di atas, Sentra perdagangan kain Cigondewah mengalami beberapa permasalahan Kondisi-kondisi tersebut sedikit banyak akan menghambat bagi pertumbuhan sentra perdagangan kain Cigondewah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman sentra perdagangan kain Cigondewah?
2. Bagaimana strategi pengembangan sentra perdagangan kain Cigondewah?

Selanjutnya, tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Menganalisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman sentra perdagangan kain di Cigondewah
2. Menganalisis strategi pengembangan yang tepat bagi sentra perdagangan kain Cigondewah.

B. Landasan Teori

Perdagangan atau pertukaran dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai proses tukar menukar yang didasarkan atas kehendak sukarela dari masing-masing pihak. Masing-masing pihak mempunyai kebebasan untuk menentukan untung-rugi dari kegiatan pertukaran tersebut dari sudut kepentingan masing-masing sebelum memutuskan apakah mau melakukan pertukaran atau tidak. Kehendak sukarela merupakan aspek penting dalam proses perdagangan karena aspek ini mempunyai implikasi yang fundamental, yaitu perdagangan hanya terjadi apabila ada satu pihak yang memperoleh keuntungan atau manfaat dan tidak ada pihak lain yang dirugikan. Dengan kata lain, kegiatan perdagangan atau pertukaran adalah sesuatu yang selalu baik dan bermanfaat. Manfaat atau keuntungan itulah yang menjadi alasan (motif) mengapa orang mau melakukan pertukaran atau perdagangan. Manfaat tersebut dalam ilmu ekonomi disebut manfaat dari perdagangan atau “*gains from trade*”.

Sentra Perdagangan muncul karena adanya kebutuhan hidup penduduk. Sentra perdagangan tidak hanya menjadi tempat jual beli kebutuhan pokok saja, tetapi juga menjadi tempat berbagi fasilitas yang ditawarkan. Menurut Abdurrahmat dan Maryani (1997:55) secara sederhana Sentra Perdagangan dapat diartikan sebagai “Pertukaran barang dan jasa antarindividu dan antarwilayah di permukaan bumi”. Sedangkan sentra perdagangan menurut Anorga dan Lahuresha (2007:11) adalah tempat beraktivitasnya pembelian barang dengan maksud untuk dijual kembali kepada pedagang lain, konsumen akhir atau pemakai industri.

Tujuan kegiatan perusahaan pada dasarnya untuk melaksanakan pemasaran yang bertujuan untuk mempengaruhi pembeli untuk bersedia membeli barang dan jasa perusahaan pada saat mereka membutuhkan. Dengan adanya kegiatan tersebut akan memberikan dampak positif bagi sebuah pengembangan usaha. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha antara lain:

1) Kepemimpinan

Faktor kepemimpinan sangat menentukan dalam pengembangan dan kemajuan suatu usaha. Sebagaimana dikemukakan oleh Anorga (1982:186) bahwa kepemimpinan merupakan seni mempengaruhi orang lain untuk mengarahkan kemampuan mempengaruhi aktivitas orang lain melalui komunikasi, baik individual maupun kelompok kearah pencapaian tujuan.

2) Permodalan

Kegiatan melaksana atau menjalankan suatu usaha, modal adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kelangsungan usaha tersebut. Menurut Meij (dalam Rianto, 2001 : 18) bahwa modal sebagai kolektivitas dari barang-barang modal ialah semua barang-barang yang ada dalam rumah tangga perusahaan untuk membentuk pendapatan dalam fungsi produktifnya.

3) Pembinaan

Faktor pembinaan sangat mempengaruhi terhadap pengembangan usaha. Pembinaan merupakan tuntunan, bantuan, dan pertolongan kepada individu atau kelompok orang agar dapat menyesuaikan dirinya sebaik-baiknya untuk mencapai kesejahteraan dan mempertahankan hidup untuk mencapai efektivitas tenaga kerja yang baik maka perlu adanya pembinaan dari seseorang pemimpin perusahaan sehingga apa yang menjadi tujuan perusahaan tercapai.

4) Mitra Kerja

Mitra kerja merupakan sebuah bentuk kerjasama dari dua atau lebih pelaku usaha yang saling menguntungkan. Terjadinya mitra kerja dikarenakan adanya keinginan dalam mencapai tujuan bersama, dengan adanya mitra kerja ini usaha menengah diharapkan hidup sejajar dengan usaha-usaha besar.

5) Pelanggan

Pelanggan merupakan faktor yang menentukan dalam usaha dengan tetap mempertahankan pelanggan bahkan dapat meningkatkannya. Kita akan memiliki keunggulan tersendiri sebab pelanggan merupakan konsumen utama dari usaha ketimbang dengan konsumen pasar secara umum. Untuk mempertahankan pelanggan, seperti dalam peningkatan jumlah produksi, kualitas produk, dan perluasan pasar.

6) Lingkungan Lokasi

Faktor pendukung lainnya adalah lokasi usaha yang terletak di tempat strategis yakni dekat dengan para pelanggannya. Hal ini sangat memudahkan para pelanggan untuk datang ke lokasi tempat usaha, sehingga produk yang dihasilkan akan mendapat perhatian dari konsumen.

7) Daya Saing

Pada saat kualitas produksi cukup dengan permintaan konsumen yang semakin meningkat dan cepat berubah. Oleh sebab itu perusahaan harus mengetahui kondisi pasar, konsumen dan selalu melihat permintaan konsumen. Karenanya perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada konsumen dan kondisi pasar.

8) Pemasaran

Untuk mencapai tujuannya, setiap perusahaan mengarahkan kegiatan khususnya untuk menghasilkan produk yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, sehingga dalam rangka panjang perusahaan sangat ditentukan oleh keberhasilan usaha pemasaran dari produk yang dihasilkannya. Pemasaran adalah suatu proses kegiatan usaha untuk menciptakan suatu produk guna memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui proses pertukaran.

9) Sumber Daya Manusia

Keadaan sumber daya manusia pada pembahasan ini lebih difokuskan kepada kualitas tenaga kerja (karyawan), dimana tenaga kerja merupakan faktor yang turut mempengaruhi tinggi rendahnya suatu pendapatan dari usaha yang dijalankannya, keberhasilan suatu usaha juga didukung oleh faktor kemauan/motivasi karyawan yang sangat tinggi untuk melaksanakan tugasnya.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Untuk membuat strategi pengembangan maka pada tahap ini penulis melakukan Analisis SWOT guna mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal dari pusat perdagangan kain Cigondawah. Bentuk Analisis SWOT yang diolah dari data primer.

Aspek Internal

Tabel 2. Faktor-faktor Strategi Internal

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
KEKUATAN:			
- Ketersediaan bahan baku mudah	0,10	2	0,20
- Harga kain di Cigondewah lebih terjangkau dibandingkan tempat lain, sesuai dengan kualitas kain, dan harga kain di Cigondewah sangat kompetitif	0,25	4	1,00
- Kualitas kain pembuatan mukena, sprei, kerudung, dan bahan untuk baju muslim bagus	0,25	4	1,00
KELEMAHAN:			
- Sumber modal terbatas karena berasal dari modal pribadi	0,25	1	0,25
- Pemasaran secara online sedikit	0,05	3	0,15
- Sarana dan prasarana kurang baik	0,10	2	0,20
	1		2,80

Berdasarkan nilai yang diperoleh, faktor internal kekuatan utama dalam pengembangan sentra perdagangan kain Cigondewah adalah harga kain yang lebih terjangkau dibandingkan tempat lain, sesuai dengan kualitas kain, dan harga kain di Cigondewah sangat kompetitif serta kualitas kain pembuatan mukena, sprei, kerudung, dan bahan untuk baju muslim bagus yang sama-sama bernilai 1,00. Hasil survei menyatakan bahwa harga kain Cigondewah lebih murah dibandingkan tempat lain. Para pedagang mengemukakan bahwa harga kain Cigondewah yang lebih murah dari tempat lain bukan dikarenakan kualitas kain yang buruk akan tetapi biaya sewa toko. Kelemahan utama yang ada dalam pengembangan sentra perdagangan kain Cigondewah adalah sumber modal terbatas karena berasal dari modal pribadi dengan nilai 0,25, diikuti oleh sarana dan prasarana kurang baik yang bernilai 0,20.

Aspek Eksternal

Tabel 3. Faktor-faktor Strategi Eksternal

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
PELUANG:			
- Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar banyak	0,10	2	0,20
- Sentra kain Cigondewah merupakan potensi daerah	0,25	4	1,00
- Promosi dari mulut ke mulut oleh pelanggan			

	0,20	3	0,60
ANCAMAN:			
- Image sentra Cigondewah adalah sentra kain BS	0,05	4	0,20
- Adanya pesaing di luar sentra kain Cigondewah	0,25	1	0,25
- Aksesibilitas sulit	0,15	2	0,30
	1		2,55

Peluang utama yang terdapat dalam pengembangan sentra perdagangan kain Cigondewah ialah sentra kain Cigondewah merupakan potensi daerah yang bernilai 1,00, serta promosi dari mulut ke mulut oleh pelanggan yang memiliki nilai 0,60. Promosi dari mulut ke mulut tidak merupakan bentuk promosi yang paling efektif karena tidak membutuhkan biaya. Adapun ancaman utama yang terdapat pada pengembangan sentra perdagangan kain Cigondewah ialah aksesibilitas sentra perdagangan kain ini dengan nilai 0,30. Sulitnya aksesibilitas menjadi ancaman utama karena menurut Direktur sentra perdagangan kain Cigondewah jalan di kawasan Cigondewah ini dilalui berbagai macam kendaraan yaitu, kendaraan umum, kendaraan pribadi, hingga kendaraan bermuatan berat menyebabkan jalanan menjadi padat.

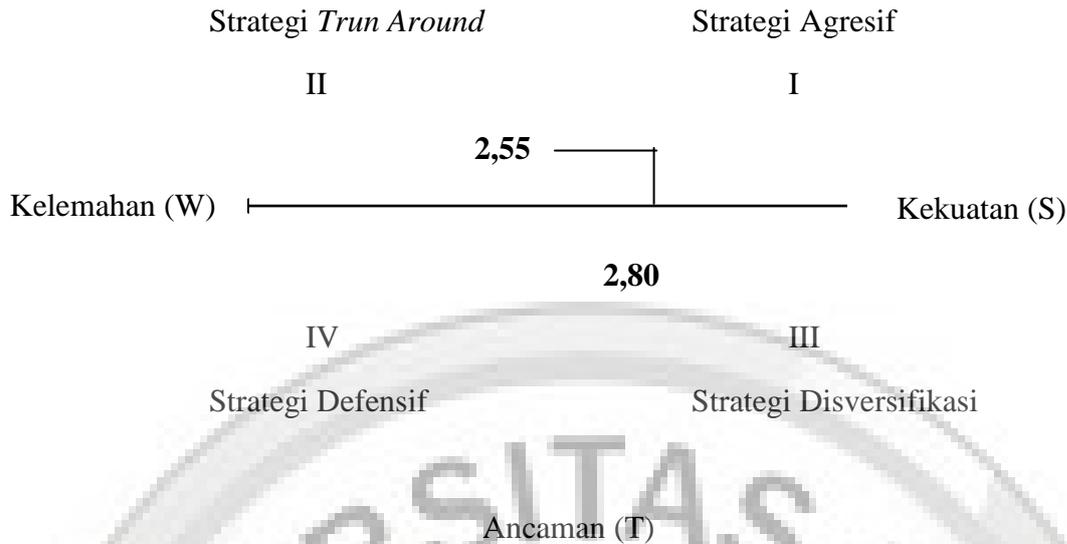
Internal – Eksternal Matriks

Dari total skor yang diperoleh, yaitu faktor strategis Internal 2,80 yang berada di sumbu *X-Positif* dan faktor strategis eksternal 2,55 yang berada di sumbu *Y-Positif* menunjukkan titik koordinat terletak pada daerah kuadran I. Sehingga strategi yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan sentra perdagangan kain Cigondewah di Kecamatan Bandung Kulon adalah strategi Agresif.

Peluang (O)

Y





Gambar 1. Diagram Analisis SWOT Strategi Pengembangan Sentra Perdagangan Kain Cigondewah di Kecamatan Bandung Kulon

D. Kesimpulan

Faktor Internal

a. Kekuatan (*Strength*):

1. Ke tersediaan bahan baku mudah
2. Harga kain di Cigondewah lebih terjangkau dibandingkan tempat lain, sesuai dengan kualitas kain, dan harga lebih kompetitif
3. Kualitas kain pembuatan mukena, sprei, kerudung, dan bahan untuk membuat baju muslim bagus.

b. Kelemahan (*Weakness*)

1. Sumber modal terbatas karena dari modal pribadi
2. Pemasaran secara online sedikit
3. Sarana dan prasarana kurang baik.

Faktor Eksternal

a. Peluang (*Opportunity*)

1. Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar banyak
2. Sentra kain Cigondewah merupakan potensi daerah
3. Promosi dari mulut ke mulut oleh pelanggan

b. Ancaman (*Threat*)

1. *Image* sentra kain Cigondewah adalah kain BS
2. Adanya pesaing di luar sentra kain Cigondewah
3. Aksesibilitas sulit

Selanjutnya adalah hasil dari analisis SWOT, diperoleh hasil S-O (*strength-Opportunity*) sebagai strategi paling optimal untuk mengembangkan sentra perdagangan kain Cigondewah. Dari hasil perumusan untuk Kekuatan (S) dan Peluang (O), menghasilkan dua strategi yaitu:

1. Pemanfaatan tenaga kerja di wilayah sekitar untuk meningkatkan promosi dan

- pemasaran
2. Meningkatkan kualitas produk dengan mempertahankan harga yang kompetitif.

Daftar Pustaka

- Deliminiliana. 2010. Strategi Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kabupaten dalam Pengembangan Home Industri Batik Tulis. Skripsi. Surakarta.
- Istrotin. 2014. Peran dan Strategi Pengembangan Sektor Perdagangan di Jawa Timur. Artikel Ilmiah. Fakultas Ekonomi. Jember
- Nalurita, Sari. 2014. “Analisis Daya Saing dan Strategi Pengembangan Kopi Indonesia”. Jurnal Agribisnis
- Pearce, John A. dan Robinson, Richard B. 2013. *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Riduwan. 2007. “Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian”. Bandung: Alfabeta
- Rangkuti, Freddy. 2008. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Ratcliffe, John. 1974. Introduction to Town and Country Planning. Hutchinson, London.