


LAPORAN AKHIR



**PENGEMBANGAN
KEBIJAKAN
PROGRAM PENINGKATAN
EKONOMI LOKAL**



**BAGIAN EKONOMI
Kota Bandung**

LM@FE
LABORATORIUM MANAJEMEN KE UNPAD

Telah Terdaftar
No. :
Tanggal :
Paraf :



25

LAPORAN AKHIR

PENGEMBANGAN KEBIJAKAN DAN PROGRAM PENINGKATAN EKONOMI LOKAL

PENELITI :

POPPY RUFAEDAH, SE., MBA., Ph.D

IMAS SOEMARYANI, SE., MSi

LEMBAR PENGESAHAN

Laboratorium Manajemen – Fakultas Ekonomi
Universitas Padjadjaran
Ketua,



Dr. Ina Primiana, S.E., MT.

KATA PENGANTAR

Kajian Pengembangan Kebijakan dan Program Peningkatan Ekonomi Lokal, merupakan kerjasama Bagian Ekonomi Kota Bandung dengan Laboratorium Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran, tahun 2007. Laporan Akhir ini berisi kajian tentang : a). Pendahuluan, b). Gambaran Umum Kawasan Unggulan c). Kerangka Pemikiran, Pendekatan dan Metodologi, d). Analisis Data, e) Kesimpulan dan Rekomendasi

Proses penyusunan laporan akhir ini tidak terlepas dari partisipasi berbagai pihak yang telah membantu. Saran serta kritikan sangat kami harapkan agar bisa memenuhi target yang diharapkan oleh kedua belah pihak.

Akhir kata kami mengharapkan kajian ini bermanfaat dan kerjasama ini dapat berlanjut.

Bandung, 3 Oktober 2007



Dr. Ina Primiana, SE.,MT

NIP. 131 652 835

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	I
Daftar Isi	ii
BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	I - 1
1.2. Maksud dan Tujuan	I - 3
1.3. Ruang Lingkup Kegiatan	I - 3
1.4. Sistematika Laporan	I - 4
BAB II	
GAMBARAN UMUM KAWASAN PRODUK UGGULAN	
2.1. Profil Wilayah Binong Jati	II - 5
2.2. Profil Kawasan Cigondewah	II - 6
2.3. Profil Kawasan Cibaduyut	II - 9
2.4. Profil Kawasan Cihampelas	II - 10
2.5. Profil Kawasan Suci	II - 11
BAB III	
KONSEP DAN METODOLOGI	
3.1. Konsep Ekonomi Lokal	III - 13
3.2. Konsep Rantai Nilai dan Nilai Tambah	III - 17
3.3. Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management)	III - 20
3.4. Metodologi	III - 22
BAB IV	
ANALISIS RANTAI NILAI PASOKAN PRODUK UNGGULAN	
4.1. Profil Rantai Nilai Pasokan Produk Unggulan	IV - 26
4.1.1. Produk Unggulan Rajutan Binong Jati	IV - 27
4.1.2. Produk Unggulan Kain Cigondewah	IV - 33
4.1.3. Produk Unggulan Sepatu Cibaduyut	IV - 38
4.1.4. Produk Unggulan Jeans Cihampelas	IV - 45
4.1.5. Produk Unggulan Kaos Suci	IV - 49
4.1.6. Produk Baju Muslim	IV - 54
4.1.7. Produk Unggulan Batagor	IV - 59
4.1.8. Produk Unggulan Kue / Roti	IV - 63
4.1.9. Produk Unggulan Wayang	IV - 67
4.1.10. Produk Unggulan Es Cendol	IV - 71

4.2. Analisis Rantai Nilai Pasokan dan <i>Linkage</i> Model Produk Unggulan	IV - 75
4.2.1. Produk Unggulan Rajutan Binong Jati	IV - 76
4.2.2. Produk Unggulan Kain Cigondewah	IV - 79
4.2.3. Produk Unggulan Sepatu Cibaduyut	IV - 81
4.2.4. Produk Unggulan Jeans Cihampelas	IV - 84
4.2.5. Produk Unggulan Kaos Suci	IV - 85
4.2.6. Produk Unggulan Baju Muslim	IV - 87
4.2.7. Produk Unggulan Batagor	IV - 89
4.2.8. Produk Unggulan Kue / Roti	IV - 91
4.2.9. Produk Unggulan Wayang	IV - 93
4.2.10. Produk Unggulan Es Cendol	IV - 95

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan	V - 98
5.2. Rekomendasi	V - 99

DAFTAR TABEL

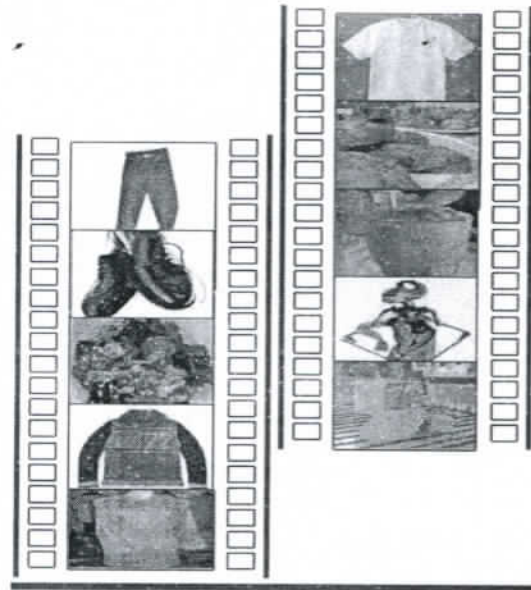
2.1. Profil Ekonomi Kawasan Binongjati	II - 6
2.2. Profil Ekonomi Kawasan Cigondewah Rahayu	II - 7
2.3. Profil Ekonomi Kawasan Cigondewah Kidul	II - 8
2.4. Profil Ekonomi Kawasan Cigondewah Kaler	II - 9
2.5. Profil Ekonomi Kawasan Cibaduyut	II - 10
2.6. Profil Ekonomi Kawasan Suci	II - 12
3.1. Pengaruh Keputusan Rantai Pasokan Terhadap Strategi	III - 22
4.1. Produk Unggulan Kota Bandung	IV - 27
4.2. Hambatan Backward dan Forward Linkage	IV - 76
4.3. Strategi Respon Produk Unggulan Rajutan	IV - 78
4.4. Hambatan Backward dan Forward Linkage	IV - 79
4.5. Strategi Biaya Rendah Produk Kain	IV - 81
4.6. Hambatan Backward dan Forward Linkage	IV - 81
4.7. Strategi Diferensiasi Produk Sepatu	IV - 83
4.8. Hambatan Backward dan Forward Linkage	IV - 84
4.9. Strategi Respon Produk Jeans	IV - 85
4.10. Hambatan Backward dan Forward Linkage	IV - 86
4.11. Strategi Diferensiasi Produk Kaos	IV - 87
4.12. Hambatan Backward dan Forward Linkage	IV - 88
4.13. Strategi Diferensiasi Produk Baju Muslim	IV - 89
4.14. Hambatan Backward dan Forward Linkage	IV - 90
4.15. Strategi Diferensiasi Produk Batagor	IV - 91
4.16. Hambatan Backward dan Forward Linkage	IV - 92
4.17. Strategi Respon Produk Kue / Roti	IV - 93
4.18. Hambatan Backward dan Forward Linkage	IV - 94
4.19. Strategi Diferensiasi Produk Wayang	IV - 95
4.20. Hambatan Backward dan Forward Linkage	IV - 96
4.21. Strategi Respon Produk Es Cendol	IV - 97

DAFTAR GAMBAR

3.1.	Skematis Konsep Nilai Tambah Pada Produk Unggulan	III - 18
3.2.	Ekstensifikasi Model Diamond yang dikaitkan dengan Lokasi sebagai sumber keunggulan bersaing klaster produk unggulan	III - 20
3.3.	Rantai Pasokan	III - 21
3.4.	Tahapan Studi	III - 25
4.1.	Rantai Nilai Rajutan di Kawasan Binong Jati	IV - 33
4.2.	Rantai Nilai Kain di Kawasan Cigondewah	IV - 38
4.3a.	Rantai Nilai Sepatu Sepatu Kulit di Kawasan Cibaduyut	IV - 44
4.3b.	Rantai Nilai Sepatu Sport/ Sepatu Casual di Kawasan Cibaduyut	IV - 45
4.4.	Rantai Nilai Jeans di Kawasan Cihampelas	IV - 49
4.5.	Rantai Nilai Kaos di Kawasan Suci	IV - 54
4.6.	Rantai Nilai Busana Muslim	IV - 59
4.7.	Rantai Nilai Batagor	IV - 63
4.8.	Rantai Nilai Kue / Roti	IV - 67
4.9.	Rantai Nilai Wayang	IV - 71
4.10.	Rantai Nilai Es Cendol	IV - 75
4.11.	Backward dan Forward Linkage	IV - 76

Pendahuluan

1



1.1 Latar Belakang

Kegiatan produksi Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kota Bandung relatif sangat beragam, baik dilihat dari jenis produk maupun tingkat penetrasi pasarnya. Keragaman tersebut disatu sisi menimbulkan persaingan positif antara sesama unit UKM di Kota Bandung, tetapi disisi lain keragaman tersebut bisa berdampak pada tidak fokusnya kegiatan produksi dan pemasaran yang berlangsung. Pada survey tahap awal yang dilakukan adalah inventarisasi terhadap seluruh UKM yang ada di enam wilayah yaitu Wilayah Cibeunying, Wilayah Bojonegara, Wilayah Gedebage, Wilayah Tegalega, Wilayah Karees, Wilayah Cicadas yang terdiri dari 26 kecamatan, 136 kelurahan. Hasil survey awal menunjukkan karakteristik masing-masing wilayah ditinjau dari jenis UKM yang ada di masing-masing wilayah dan ditemukan produk yang dapat diunggulkan di kota bandung dengan memperhatikan permintaan yang terus meningkat adalah kerajinan, rajutan dan makanan.

Pada tahap survey berikutnya dilakukan konfirmasi pada para camat di 6 wilayah tentang keberadaan produk-produk UKM hasil studi sebelumnya yang ada di kecamatannya masing-masing. Hal ini dilakukan untuk meyakinkan hasil survey tahap awal serta untuk menambah atau mengurangi bila ada yang tidak sesuai.