BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kota Bandung merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang memiliki perkembangan seperti kota Jakarta. Kelebihan kota Bandung dibandingkan dengan kota-kota lainnya adalah banyak memiliki potensi yang sekaligus menjadi identitas kota, salah satunya adalah kawasan Cibaduyut.

Kawasan Cibaduyut adalah nama tempat di Bandung yang sangat terkenal dengan produk kerajinan kulit yaitu alas kaki / sepatu. Sentra industri sepatu Cibaduyut sudah terbentuk sejak tahun 1920 yang dirintis oleh beberapa warga setempat. Produk Cibaduyut tidak hanya dikenal di Bandung saja namun sangat terkenal sampai ke luar kota, karena produk sepatu Cibaduyut memiliki kualitas yang bagus dengan harga terjangkau. Kualitas produk sepatu Cibaduyut sama baiknya dengan produk impor. bahkan biasanya distributor membuat sepatu di kawasan Cibaduyut dengan memasangkan merek toko masing-masing lalu di jual ke masyarakat umum. Salah satu upaya yang dijalankan oleh UKM persepatuan Cibaduyut untuk memperluas jaringan pemasaran yaitu dengan menjalin kerjasama dengan para distributor.

Dan pada awal tahun 2010 pemerintah menerapkan kebijakan dengan memberlakukannya persetujuan pedagang bebas ASEANCina / ASEAN-*China Free Trade Agreement* (ACFTA), hingga banyak produk-produk yang masuk ke Indonesia, salah satunya termasuk produk sepatu sehingga menjadi ancaman bagi industri-industri di Indonesia. Dan sepatu produk impor dibuat oleh mesin-mesin pabrikan sehingga bisa memproduksi sepatu lebih banyak, dibandingkan dengan sepatu Cibaduyut yang dibuat secara rumahan.

Penjualan sepatu produk Cibaduyut mengalami penurunan karena para distributor mengikuti *trend market* masyarakat umum, yang dimana masyarakat umum lebih menyukai sepatu dengan merek asing yang terdengar lebih bergaya dan lebih terkenal sehingga tidak ketinggalan zaman di bandingkan dengan

produk dalam negeri dengan merek tidak begitu dikenal. Dan sepatu produk impor lebih murah dan lebih bermacam-macam bentuknya dan modelnya dibandingkan dengan sepatu buatan Cibaduyut. Sehingga para distributor mengurangi pemesanan pembuatan sepatu di Cibaduyut (Sumber: Instansi Pengembangan IKM Persepatuan Cibaduyut).

1.2.Identifikasi Masalah

1. Adanya persaingan harga penjualan sepatu produk Cibaduyut dan sepatu produk luar negeri.
2. Terjadinya penurunan penjualan produk sepatu Cibaduyut.

1.3.Fokus Permasalahan

Dari identifikasi masalah di atas, akan memfokuskan pada permasalahan yaitu, bagaimana meningkatkan penjualan produk sepatu Cibaduyut karena produk secara tidak langsung dapat mengangkat citra kawasan industri sepatu Cibaduyut.

1.4.Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan promosi produk sepatu Cibaduyut ini adalah:

1. Mempromosikan Kawasan Cibaduyut, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk sepatu Cibaduyut.
2. Mempromosikan produk dalam negeri yaitu sepatu Cibaduyut bahwa produk sepatu Cibaduyut yang dibuat secara *handmade* tidak kalah kualitasnya dengan produk dari luar negeri yang dibuat oleh mesin.