



STRATEGI DINAS PERDAGANGAN DAN PERINDUSTRIAN DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL DI KOTA BANDUNG

Zalfa Amelia Putri¹⁾

¹⁾ Prodi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Jenderal Achmad Yani

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung dalam pengembangan ekonomi lokal. Menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan manajemen strategi, penelitian ini mengkaji proses pengamatan lingkungan, perumusan, implementasi, hingga evaluasi kebijakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung telah menjalankan berbagai program strategis, seperti fasilitasi legalitas usaha (PIRT dan Halal), penyelenggaraan Pasar Kreatif, serta pendampingan digitalisasi UMKM di sentra-sentra industri ikonik seperti Cibaduyut dan Binong Jati. Meskipun demikian, masih ditemukan hambatan signifikan berupa keterbatasan akses permodalan, fluktuasi harga bahan baku, dan kesenjangan literasi digital pada pelaku usaha tradisional. Simpulan penelitian menegaskan bahwa strategi yang dijalankan telah memberikan kontribusi positif terhadap penguatan daya saing produk lokal, namun diperlukan sinergi lintas sektor yang lebih kuat serta model pendampingan yang lebih berkelanjutan. Optimalisasi fungsi evaluasi dan adaptasi terhadap dinamika ekonomi digital menjadi kunci utama untuk memastikan keberlanjutan pertumbuhan ekonomi lokal di Kota Bandung agar mampu bersaing secara kompetitif di pasar global.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan Ekonomi Lokal, Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung, UMKM.

Abstract

This study aims to analyze the strategies of the Bandung City Trade and Industry Office in developing the local economy. Using a qualitative descriptive method with a strategic management approach, this study examines the process of environmental observation, formulation, implementation, and evaluation of policies. The results show that the Bandung City Trade and Industry Office has implemented various strategic programs, such as business legality facilitation (PIRT and Halal), the establishment of Creative Markets, and assistance with the digitization of MSMEs in iconic industrial centers such as Cibaduyut and Binong Jati. However, significant obstacles were still found in the form of limited access to capital, fluctuations in raw material prices, and digital literacy gaps among traditional business actors. The research conclusion emphasizes that the strategies implemented have made a positive contribution to strengthening the competitiveness of local products, but stronger cross-sectoral

synergy and a more sustainable assistance model are needed. Optimizing the evaluation and adaptation functions to the dynamics of the digital economy is key to ensuring the sustainability of local economic growth in Bandung City so that it can compete competitively in the global market.

Keywords: Strategy, Local Economic Development, Bandung City Trade and Industry Office, MSMEs.

PENDAHULUAN

Kota Bandung merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Barat yang memiliki dinamika ekonomi kompleks sebagai pusat perdagangan, jasa, pariwisata, dan industri kreatif. Dengan julukan “Paris Van Java”, kota ini memposisikan sektor perdagangan dan industri sebagai pilar utama perekonomian. Data tahun 2024 menunjukkan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Bandung atas dasar harga berlaku mencapai Rp371,85 triliun, di mana sektor perdagangan besar dan eceran memberikan kontribusi terbesar senilai 26,32%, disusul industri pengolahan sebesar 18,29%. Potensi besar ini didukung oleh letak geografis strategis di dataran tinggi yang dikelilingi pegunungan, menjadikannya pusat pertumbuhan ekonomi regional yang prospektif (Admin, 2025)

Namun, di balik potensi tersebut, pengembangan ekonomi lokal di Kota Bandung masih menghadapi berbagai tantangan krusial. Sebagian pelaku ekonomi lokal belum memiliki daya saing yang kuat dan belum sepenuhnya merasakan manfaat dari program pemerintah. Terdapat fenomena masalah berupa rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) pelaku usaha, terbatasnya promosi produk daerah, serta belum optimalnya dukungan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Selain itu, fluktuasi harga bahan baku, tekanan produk impor, serta hambatan literasi teknologi dalam transformasi digital menjadi kendala yang menghambat pelaku usaha tradisional di sentra-sentra ikonik seperti Cibaduyut dan Binong Jati

Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) Kota Bandung, sebagai unsur pelaksana urusan pemerintahan di bidang perdagangan dan perindustrian, memiliki peran strategis untuk merancang strategi efektif guna mendorong ekonomi lokal. Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 08 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Bandung, Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) bertugas melakukan pembinaan, fasilitasi, dan pengembangan sektor industri serta

perdagangan. Strategi ini secara formal dituangkan dalam Rencana Strategis (RENSTRA) 2024-2026 yang mencakup pengembangan sumber daya industri, penguatan jaringan distribusi, hingga optimalisasi perdagangan digital (Admin, Rencana Strategis, 2023)

Permasalahan sentral dalam kajian ini adalah bagaimana strategi pengembangan ekonomi lokal yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Bandung melalui Dinas perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) Kota Bandung guna mengatasi kesenjangan antara rencana strategis dengan implementasi di lapangan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan strategi Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) yang dijalankan, menganalisis efektivitas pelaksanaan strategi pembinaan kapasitas pelaku UMKM, serta mengevaluasi dampak nyata program tersebut terhadap peningkatan omzet dan perluasan akses pasar.

Untuk membedah permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan landasan teori manajemen strategi dari Wheelen dan Hunger. Manajemen strategi didefinisikan sebagai elemen dasar yang meliputi empat dimensi utama 1). Pengamatan Lingkungan (Environmental Scanning) untuk mengenali faktor strategis internal dan eksternal 2). Perumusan Strategi (Strategy Formulation) sebagai penyusunan rencana jangka panjang 3). Implementasi Strategi (Strategy Implementation) sebagai tahap eksekusi program dan alokasi sumber daya serta 4). Evaluasi dan Kontrol (Evaluation and Control) untuk memastikan kinerja sesuai dengan perencanaan. Teori ini relevan untuk menganalisis bagaimana Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) Kota Bandung mengintegrasikan potensi lokal menjadi kekuatan ekonomi yang mandiri dan berdaya saing di era digital.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode ini dipilih untuk menyelidiki, menjelaskan, dan memahami secara mendalam fenomena sosial terkait strategi Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) Kota Bandung dalam pengembangan ekonomi lokal.

Objek penelitian adalah strategi pengembangan ekonomi lokal di Kota Bandung, dengan Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) Kota Bandung ditetapkan sebagai unit analisis utama.

Informan Penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) yang terdiri dari Kepala Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) Kota Bandung sebagai informan kunci, serta para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dari berbagai sektor seperti sepatu Cibaduyut, rajut Binong Jati, kuliner, dan pelaku usaha bazar di mall.

Instrumen Penelitian utama adalah peneliti sendiri sebagai kunci keberhasilan penelitian, didukung oleh instrumen elektronik seperti alat rekam, kamera, dan pedoman wawancara.

Variabel penelitian difokuskan pada Manajemen Strategi yang merujuk pada teori Wheelen dan Hunger (2003), meliputi dimensi Pengamatan Lingkungan, Perumusan Strategi, Implementasi Strategi, serta Evaluasi dan Kontrol (Priatin, Dina, & Humairoh, 2023)

Teknik Pengumpulan Data yang Dimana data dikumpulkan melalui dua sumber utama yaitu Data Primer diperoleh melalui observasi lapangan langsung, wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan teknik pertanyaan terbuka, dan dokumentasi berupa foto kegiatan yang kedua Data Sekunder diperoleh melalui studi pustaka terhadap dokumen resmi seperti Rencana Strategi (RENSTRA) Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) Kota Bandung, peraturan perundang-undangan, jurnal, dan literatur relevan lainnya (Admin, Rencana Strategis, 2023)

Teknik Analisis Data dilakukan secara sistematis melalui empat tahapan utama 1). pengumpulan data (*data collection*), 2). reduksi atau pengolahan data (*data reduction*), 3). penyajian data (*display data*), serta 4). penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verification*).

Keabsahan Data pada pengujian keabsahan data dilakukan melalui teknik triangulasi, yaitu membandingkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara, pengamatan langsung di lokasi sentra industri, dan dokumen resmi instansi.

PEMBAHASAN

Analisis terhadap Strategi Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) Kota Bandung dalam pengembangan ekonomi lokal dibedah menggunakan empat elemen dasar manajemen strategi menurut teori Wheelen dan Hunger (2003). Keempat elemen ini meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, serta evaluasi dan kontrol.

Analisis Pengamatan Lingkungan (*Environmental Scanning*) Pengamatan lingkungan merupakan tahap awal yang krusial bagi Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) Kota Bandung untuk mengenali faktor-faktor strategis, baik internal maupun eksternal, yang memengaruhi masa depan ekonomi lokal di Kota Bandung. Berdasarkan hasil penelitian, proses ini tidak hanya dilakukan secara administratif, tetapi juga melibatkan pemetaan mendalam terhadap dinamika pasar dan potensi daerah.

Kondisi Ekonomi dan Potensi Unggul Daerah Kota Bandung memiliki struktur perekonomian yang sangat bertumpu pada sektor perdagangan besar dan eceran (kontribusi 26,32%) serta industri pengolahan (18,29%). Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) Kota Bandung mengidentifikasi potensi unggul daerah pada sektor-sektor ikonik seperti fesyen (rajut Binong Jati), alas kaki (Cibaduyut), kuliner, dan industri kreatif lainnya. Secara geografis, letak Kota Bandung yang strategis di persimpangan jalur utama Jawa Barat memberikan keunggulan aksesibilitas bagi distribusi produk lokal (Admin, Potensi dan Peluang Investasi di Kota Bandung berdasarkan Wilayah dan Sektor, 2025)

Adaptasi terhadap Ekosistem Digital Pengamatan lingkungan menunjukkan adanya pergeseran perilaku konsumen yang signifikan menuju ekosistem belanja daring (*online*). Informan dari sentra sepatu Cibaduyut menyatakan bahwa lingkungan digital memaksa pelaku usaha tradisional untuk berubah agar nama besar sentra tersebut tetap mampu bertahan di tengah persaingan pasar yang terbuka. Hal serupa dirasakan di sentra rajut Binong Jati, di mana pengamatan terhadap tren mode global dan persaingan dengan barang impor menjadi syarat mutlak agar produk lokal tidak ketinggalan zaman.

Kebijakan Berbasis Data (*Evidence-Based Policy*) Dalam melakukan pengamatan ini, Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) Kota Bandung menerapkan strategi intervensi yang didasarkan pada data (based on data). Setiap tahun, instansi ini menghimpun data pelaku usaha untuk mengidentifikasi profil dan kebutuhan riil di lapangan. Melalui petugas yang turun langsung ke lapangan (observasi), Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) memetakan bantuan teknik atau pelatihan apa yang paling dibutuhkan, seperti fasilitasi legalitas Standar Nasional Indonesia (SNI) untuk produk tertentu atau sertifikasi halal bagi industri makanan agar dapat menembus pasar ritel modern.

Dinamika Lingkungan Pusat Perbelanjaan Bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di sektor ritel modern, pengamatan lingkungan difokuskan pada karakteristik pengunjung mal yang memiliki ekspektasi kualitas dan gengsi yang tinggi. Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) dinilai cukup jeli dalam mengamati lokasi mal yang strategis dan sesuai dengan segmentasi produk lokal, sehingga program pameran atau bazar yang dilaksanakan dapat secara efektif meningkatkan omzet pelaku usaha.

Analisis Perumusan Strategi (*Strategy Formulation*), merupakan tahap pengembangan rencana jangka panjang untuk mengelola peluang dan tantangan lingkungan secara efisien. Berdasarkan hasil penelitian, proses ini di Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) Kota Bandung melibatkan sinkronisasi antara potensi internal dengan tuntutan pasar eksternal guna mencapai sasaran pembangunan daerah yang inklusif.

Dasar Penyusunan Rencana Strategis Penyusunan rencana strategi dan program kerja Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) didasarkan pada dokumen perencanaan resmi, yaitu Rencana Strategis (RENSTRA) yang mengacu pada visi besar Pemerintah Kota Bandung. Dalam praktiknya, penentuan fasilitasi bagi pelaku usaha sangat dipengaruhi oleh ketersediaan anggaran pemerintah daerah. Hal ini menunjukkan bahwa strategi instansi harus bersifat adaptif terhadap kemampuan fiskal daerah untuk menentukan jumlah pelaku usaha yang dapat difasilitasi setiap tahunnya.

Penentuan Prioritas Sektor Unggulan Salah satu aspek krusial dalam perumusan ini adalah penentuan prioritas sektor ekonomi yang memiliki nilai tambah tinggi dan potensi penyerapan tenaga kerja yang luas. Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) melakukan penentuan sektor unggulan melalui kajian akademis yang melibatkan para ahli serta analisis data historis. Saat ini, prioritas utama diarahkan pada sektor Fesyen dan Rajut fokus pada sentra industri seperti Binong Jati. Alas Kaki fokus pada revitalisasi dan penguatan citra sentra sepatu Cibaduyut. Kuliner fokus pada standarisasi produk olahan dan makanan ringan lainnya. Industri Strategis tetap memperhatikan eksistensi industri besar seperti farmasi, kereta api, dan pesawat terbang di wilayah Bandung.

Dinamika Kepemimpinan dan Kebijakan Pemasaran Rencana program kerja Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) Kota Bandung juga bersifat dinamis mengikuti prioritas kepala daerah yang tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD). Di bawah kepemimpinan saat ini, fokus strategi ditekankan pada penguatan aspek pemasaran dan perluasan akses pasar bagi produk lokal. Kebijakan ini diterjemahkan ke dalam program kemitraan strategis dengan pusat perbelanjaan (mal) melalui kegiatan bazar serta kerja sama dengan ritel modern dan swalayan untuk mempromosikan produk Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM).

Tantangan Partisipasi "*Bottom-Up*" Meskipun perencanaan dilakukan secara sistematis, penelitian menemukan adanya kesenjangan komunikasi antara perumus kebijakan dengan pelaku usaha di tingkat akar rumput. Pelaku usaha di sentra tradisional seperti Cibaduyut cenderung hanya diundang untuk sosialisasi ketika program akan dijalankan, tanpa dilibatkan secara intensif dalam diskusi awal mengenai arah kebijakan jangka panjang. Hal ini mengindikasikan bahwa perumusan strategi masih bersifat dominan *top-down*, di mana informasi kebijakan besar lebih banyak tersirkulasi di tingkat pengurus asosiasi daripada menjangkau seluruh pengrajin secara merata.

Analisis Implementasi Strategi (*Strategy Implementation*) merupakan tahapan di mana rencana dan kebijakan yang telah dirumuskan diwujudkan ke dalam langkah-langkah konkret melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) Kota Bandung melaksanakan implementasi strategi pengembangan ekonomi lokal melalui beberapa pilar utama.

Penguatan Legalitas dan Standarisasi Produk Salah satu bentuk implementasi nyata yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) Kota Bandung adalah memfasilitasi legalitas usaha bagi para pelaku ekonomi lokal. Hal ini dilakukan karena standar produk merupakan kunci utama agar produk lokal dapat bersaing dengan produk industri besar maupun produk impor. Fasilitasi ini mencakup sertifikasi halal memberikan jaminan kepada konsumen mengenai kehalalan produk, khususnya bagi pelaku usaha kuliner. Izin PIRT dan Sertifikasi SNI menjamin keamanan pangan serta kualitas teknis produk agar memenuhi standar nasional. Informan dari kalangan pelaku usaha menyatakan bahwa kelengkapan izin ini meningkatkan kepercayaan diri mereka untuk menitipkan barang di toko oleh-oleh modern maupun swalayan, yang secara langsung berdampak pada perluasan jangkauan pasar.

Optimalisasi Pemasaran melalui Program "Pasar Kreatif" Dalam upaya memperluas akses pasar, Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) mengimplementasikan strategi kemitraan dengan pengelola pusat perbelanjaan (mal) di Kota Bandung. Program "Pasar Kreatif" menjadi ajang tahunan yang sangat dinantikan, di mana Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pilihan diberikan ruang untuk memamerkan dan menjual produk mereka di mal-mal besar seperti Bandung Indah Plaza (BIP) atau Paris Van Java (PVJ). Implementasi ini bertujuan untuk meningkatkan *Brand Awareness* mengenalkan merek lokal kepada pengunjung mal yang memiliki daya beli lebih tinggi. Uji Pasar memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk melihat respon konsumen secara langsung terhadap produk baru mereka. Integrasi Ekonomi menghapus sekat antara pedagang tradisional atau kecil dengan ekosistem ritel modern.

Transformasi Digital dan Literasi Teknologi Menyadari adanya pergeseran pola konsumsi ke arah digital, Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) mengimplementasikan program pelatihan pemasaran *online*. Implementasi ini melibatkan kolaborasi dengan berbagai platform marketplace besar untuk memberikan edukasi mengenai cara mengelola toko daring, teknik pengambilan foto produk yang menarik, hingga strategi periklanan digital. Pelaku usaha di sentra rajut Binong Jati dan sepatu Cibaduyut mulai diarahkan untuk tidak hanya bergantung pada toko fisik, tetapi juga aktif mengelola aset digital mereka guna menjaga keberlangsungan usaha di tengah dinamika teknologi.

Koordinasi dan Alokasi Sumber Daya Internal Secara internal, implementasi strategi ini didukung oleh pembagian kerja yang jelas di dalam struktur organisasi Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) Kota Bandung. Pembagian ini terdiri dari bidang-bidang fungsional seperti Bidang Rencana Pengembangan Industri dan Bidang Distribusi Perdagangan. Setiap bidang bertanggung jawab penuh atas pelaksanaan program kerja yang telah ditetapkan dalam anggaran tahunan. Koordinasi antar bidang dilakukan secara rutin untuk memastikan bahwa setiap program, mulai dari pelatihan teknis hingga fasilitasi pameran, berjalan sesuai dengan jadwal dan target sasaran yang telah ditentukan.

Analisis Evaluasi dan Kontrol (*Evaluation and Control*) merupakan tahap akhir dalam siklus manajemen strategi yang berfungsi sebagai mekanisme umpan balik untuk memastikan bahwa implementasi program tetap selaras dengan tujuan strategis. Berdasarkan teori Wheelen dan Hunger, proses ini melibatkan pemantauan berkelanjutan terhadap kinerja organisasi guna mendeteksi penyimpangan serta melakukan tindakan korektif.

Mekanisme Monitoring dan Pendampingan Pasca Kegiatan Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) Kota Bandung menerapkan siklus penjaminan mutu yang sistematis melalui tahapan monitoring pasca-pelatihan. Setelah kegiatan seperti bimbingan teknis selesai dilaksanakan, petugas dinas melakukan pemantauan untuk menilai sejauh mana perkembangan kompetensi pelaku usaha.

Evaluasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi capaian yang telah diperoleh sekaligus menginventarisasi berbagai kendala yang masih dihadapi. Jika ditemukan aspek yang belum optimal, Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) melakukan tindak lanjut berupa evaluasi lanjutan serta pemberian fasilitasi yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik usaha tersebut guna menunjang keberlanjutan pengembangan usaha mereka.

Indikator Keberhasilan Kinerja Dalam mengukur efektivitas strateginya, Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) Kota Bandung menggunakan dua indikator utama yang bersifat kuantitatif dan administrative peningkatan omzet pertumbuhan pendapatan mikro menjadi parameter utama untuk melihat daya serap pasar terhadap produk hasil pembinaan. Standarisasi dan Legalitas pencapaian standar mutu seperti sertifikasi halal dan kelengkapan izin usaha (PIRT dan SNI) dianggap sebagai bukti keberhasilan program dalam meningkatkan kelas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Bagi pelaku usaha, keberhasilan ini dirasakan nyata apabila produk mereka mulai dapat menembus ritel permanen atau memiliki pelanggan tetap setelah mengikuti rangkaian pameran yang difasilitasi pemerintah.

Identifikasi Hambatan Strategis dalam Pengembangan Ekonomi Lokal meskipun berbagai strategi telah dijalankan, terdapat beberapa hambatan persisten yang ditemukan selama proses evaluasi di lapangan. Hambatan-hambatan ini dapat diklasifikasikan ke dalam kendala internal pelaku usaha dan faktor eksternal makro

Kesenjangan Ekspektasi Permodalan dan Anggaran Salah satu hambatan utama yang sering ditemui saat petugas turun ke lapangan adalah adanya kesenjangan antara harapan pelaku usaha dengan ketersediaan anggaran daerah. Pelaku usaha secara dominan mengharapkan bantuan dalam bentuk modal usaha langsung, sementara alokasi dana pemerintah saat ini cenderung terbatas dan lebih difokuskan pada bantuan non-finansial seperti pelatihan dan alat produksi.

Penurunan Daya Beli dan Tekanan Pasar Global Kondisi makro ekonomi berupa penurunan daya beli masyarakat menjadi tantangan berat yang membuat produk lokal sulit terserap secara maksimal di pasar. Selain itu, produk lokal dari sentra industri seperti Cibaduyut dan Binong Jati harus menghadapi tekanan hebat dari produk impor yang menawarkan harga jauh lebih murah. Hal ini diperparah dengan ketergantungan pelaku usaha terhadap harga bahan baku yang tidak stabil, yang secara langsung menekan margin keuntungan mereka.

Kendala Infrastruktur dan Teknologi Pada sentra industri tradisional, kendala fisik seperti kemacetan akses menuju lokasi sentra (Cibaduyut) menurunkan minat wisatawan untuk berkunjung secara langsung. Di sisi lain, keterbatasan teknologi mesin produksi yang sudah tua membuat pengrajin sulit bersaing dengan produk pabrikan yang lebih presisi dan efisien.

KESIMPULAN

Strategi pengembangan ekonomi lokal yang dijalankan oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) Kota Bandung telah berhasil membangun fondasi ekonomi daerah yang tangguh melalui pendekatan regulatoris sekaligus fasilitatif yang berpedoman pada mandat konstitusional serta rencana strategis instansi. Melalui pengamatan lingkungan yang komprehensif, pemerintah mampu mengidentifikasi sektor unggulan seperti fesyen, kuliner, dan alas kaki, meskipun tantangan berupa fluktuasi harga bahan baku dan tekanan produk impor masih menjadi hambatan eksternal yang signifikan. Implementasi program unggulan seperti "Pasar Kreatif Bandung" telah menjadi instrumen efektif dalam menjembatani produk lokal ke pasar modern, yang diperkuat dengan fasilitasi legalitas berupa sertifikasi halal dan izin PIRT guna meningkatkan nilai jual serta kepercayaan konsumen. Kendati demikian, efektivitas perumusan strategi masih perlu ditingkatkan melalui transformasi model perencanaan dari yang bersifat searah dari atas ke bawah menjadi lebih partisipatif dengan melibatkan pelaku usaha di tingkat akar rumput secara lebih intensif. Secara keseluruhan, keberhasilan strategi ini tercermin pada peningkatan kesadaran merek produk lokal serta penyerapan tenaga kerja di sektor informal, namun optimalisasi di masa depan sangat bergantung pada sinergi lintas sektor untuk mengatasi kendala modal, penurunan daya beli, serta percepatan adaptasi teknologi digital pada sentra-sentra industri tradisional agar mampu bersaing di kancah global.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin. (2025). Potensi dan Peluang Investasi di Kota Bandung berdasarkan Wilayah dan Sektor. Retrieved from invest.bandung.go.id: <https://invest.bandung.go.id>
- Admin. (2023, Juli 31). Rencana Strategis. Retrieved from Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung: https://multisite.bandung.go.id/disdagin/wp-content/uploads/sites/128/2024/09/Renstra-2024-2026-Disdagin-03102023_compressed.pdf
- Priatin, Dina, O. E., & Humairoh. (2023). Kupas Tuntas Teori Wheelen dan Hunger Dengan Metode Kualitatif. *Jurnal Manajemen Strategis*.