

ABSTRAK

Sentra Sepatu Cibaduyut saat ini sudah mulai tergeserkan citranya di benak konsumen karena produk lain yang lebih murah, bermerk, lebih bervariasi baik pada desain ataupun warnanya, dan kebanyakan konsumen lebih tertarik dengan produk impor yang memiliki harga lebih mahal dibandingkan dengan produk buatan lokal. Konsumen kesulitan untuk menemukan produk asli Cibaduyut karena akses yang sulit dicapai dan tidak bisa membedakan sepatu Cibaduyut dengan sepatu produk pesaing karena tidak adanya ciri khas. Akses yang harus ditempuh untuk sampai di kawasan Cibaduyut tergolong sulit karena masyarakat saat ini lebih mengenal Cibaduyut sebagai salah satu kawasan macet, rawan banjir, gersang, berdebu, serta banyaknya kendaraan besar yang melintasi kawasan Cibaduyut.

Pemasaran yang pengrajin dilakukan dinilai tidak efektif karena para pengrajin lebih mengandalkan sistem *makloon*, sebagian ada yang membuat sepatu dengan merk sendiri tetapi tidak memasarkan produknya di Kota Bandung, dan tidak memiliki keinginan untuk memanfaatkan sosial media sebagai sarana pemasaran yang lebih luas dan mudah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mengambil data melalui proses wawancara, observasi, dan studi pustaka. Wawancara dilakukan kepada 25 konsumen, 10 Pemilih sekaligus pengrajin di Sentra Sepatu Cibaduyut, 1 orang penanggung jawab di Unit Pengembangan Teknis (UPT) Sentra Sepatu Cibaduyut, serta 1 orang penanggung jawab di Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISPERINDAG) Kota Bandung.

Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kembali citra Sentra Sepatu Cibaduyut adalah dengan melakukan strategi *repositioning* agar *mindset* konsumen mengenai Sentra Sepatu Cibaduyut menjadi baik kembali. Strategi *repositioning* ini selain dapat mengembalikan citra dari Sentra Sepatu Cibaduyut di mata konsumen juga dapat meningkatkan efektifitas pemasaran dengan merubah segala bentuk pemasaran. Pemasaran secara efektif yang harus dilakukan adalah pemasaran melalui sosial media, memberikan ciri khas pada sepatu Cibaduyut, bekerja sama dengan pihak instansi pemerintahan, membuka *outlet* khusus sepatu buatan Cibaduyut, serta mengikuti pameran yang diadakan pihak pemerintahan. Akses Cibaduyut juga harus diperbaiki untuk memberikan kenyamanan bagi setiap wisatawan yang datang berkunjung serta penambahan fasilitas umum di sepanjang kawasan Cibaduyut.

Kata Kunci : Sentra Sepatu Cibaduyut, *Repositioning*, Efektifitas Pemasaran