LAPORAN AKHIR

PENYUSUNAN KAJIAN EKSPEKTASI STAKEHOLDER EKSTERNAL

bappeldangda

BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN, PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAERAH KABUPATEN BANDUNG BARAT

TAHUN ANGGARAN 2022

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI 2
DAFTAR TABEL 4
DAFTAR GAMBAR 5
BAB I 6
PENDAHULUAN 6
1.1 Latar Belakang 6
1.2 Dasar Hukum 7
1.3 Rumusan Masalah 7
1.4 Maksud dan Tujuan 7
1.4.1 Maksud 7
1.4.2 Tujuan 8
1.5 Lingkup Pekerjaan 8
1.5.1 Persiapan 8
1.5.2 Pelaksanaan Kegiatan 9
BAB II 10
URAIAN PENDEKATAN DAN METODOLOGI 10
2.1 Pendekatan Proyek 10
2.2 Pembangunan Kabupaten dan Sektor Unggulan 10
2.3 Metodologi 11
2.3.1 Persiapan Penelitian 11
2.3.2 Kajian Ekspektasi Stakeholder Eksternal 12
BAB III 15
TIMELINE KEGIATAN 15
3.1 Timeline Kegiatan 15
BAB IV 16
TEMUAN PENELITIAN 16
4.1 Profil Kabupaten Bandung Barat 16
4.2 Visi dan Misi Pembangunan KBB 16
4.1.1 Visi Pembangunan KBB 2018-2023 16
4.1.2 Misi Pembangunan KBB 17
4.2 Analisis Sektor Potensial 18
4.2.1 Sektor Pertanian & Perkebunan 18
4.2.2 Sektor Pariwisata 20
4.2.3 Sektor Industri Pengolahan 21

bappelitbangda

4.2.4 Sektor Perindustrian 22
4.2.5 Sektor Ekonomi Kreatif 23
4.2.6 Sektor Perdagangan 23
4.3 Analisis Ekspektasi Stakeholder 24
4.3.1 Pandangan dan Pengetahuan Stakeholder Eksternal 25
4.3.2 Persepsi yang Dimiliki Stakeholder Eksternal 25
4.3.3 Ekspektasi Stakeholder Eksternal Terhadap Pembangunan 26
4.3.4 Saran dan Harapan yang dimiliki oleh Stakeholder 26
BAB V 28
REKOMENDASI RENCANA KEGIATAN 28
5.1 Action Plan: Rencana Aksi Sektor Industri Pengolahan & Perdagangan 28
5.2 Action Plan: Rencana Aksi Sektor Pertanian dan Perkebunan 31
5.3 Action Plan: Rencana Aksi Sektor Pariwisata 33
5.4 Action Plan: Rencana Aksi Sektor Ekonomi Kreatif 36
5.5 Prioritisasi Inisiatif 38
5.5.1 Metode Penilaian Insiatif 38
5.5.2 Matriks Prioritasi Inisiatif Program 39
BAB VI 42
PENUTUP 42
6.1 Kesimpulan 42
DAFTAR PUSTAKA 43

bappelitbangda

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Dokumen desk research 12
Tabel 2. 2 Respondent Sampling FGD 13
Tabel 3. 1 Timeline Kegiatan 15
Tabel 5. 1 Program Akselerator UMKM 29
Tabel 5. 2 Program UMKM Go Digital! 30
Tabel 5. 3 Program Pemasaran secara Kolektif 31
Tabel 5. 4 Program Capacity Building: Kelompok Tani 32
Tabel 5. 5.Perbaikan Infrastruktur Wisata 33
Tabel 5. 6 Program Kampanye: Kami Tunggu di Bandung Barat 34
Tabel 5. 7 Optimalisasi Aset Pariwisata Bandung Barat 35
Tabel 5. 8 Creative Economy Hub 36
Tabel 5. 9 Program Capacity Building: Kelompok Ekonomi Kreatif 37
Tabel 5. 10 Penilaian Prioritas Inisiatif Program Rancangan Pemulihan 38

bappelitbangda

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Distribusi Presentase PDRB.....10
Gambar 2. 2 Metodologi pekerjaan 11
Gambar 5. 1 Action Plan Kabupaten Bandung Barat 28
Gambar 5. 2 Pemetaan Prioritas Inisitaif 40

bappelitbangda

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Collaborative Governance merupakan cara pengelolaan pemerintahan yang melibatkan secara langsung pemangku kepentingan (*stakeholders*) di luar pemerintahan atau negara, berorientasi pada konsensus dan musyawarah dalam proses pengambilan keputusan kolektif yang bertujuan untuk membuat atau melaksanakan kebijakan publik serta program-program publik (Ansell dan Gash, 2008 dalam *Collaborative Governance* dalam Perspektif Administrasi Publik, 2020).

S*takeholder* atau pemangku kepentingan berperan dalam pembangunan Pemerintah Daerah untuk memberikan pertimbangan dan masukan kebijakan dalam merumuskan berbagai hal menyangkut pengembangan pembangunan daerah. Pemerintah Daerah dengan keterbatasannya melaksanakan pembangunan dan pelayanan publik memerlukan sinergi dan kolaborasi dengan pemangku kepentingan / stakeholder lainnya. Adapun beberapa konsep kolaborasi yaitu triple helix yakni kolaborasi antara pemerintah (government), pengusaha (business) dan akademisi (academician), quadra helix ditambah dengan dimasukkannya satu pemangku kepentingan lainnya yakni masyarakat madani (civil society) dan penta helix (ditambahkan media massa / mass media).

Pemangku kepentingan di luar pemerintahan (stakeholder eksternal) sangat berperan dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang berkeadilan, berkelanjutan dan berdaya saing. Pentingnya posisi *stakeholder eksternal* dan dalam rangka mengsinergikan peranannya dalam pembangunan maka perlu disusun kajian ekspektasi stakeholder eksternal, yang hasilnya akan menjadi bahan perumusan kebijakan pengembangan perencanaan pembangunan jangka panjang yang sesuai dengan kondisi terkini dan kondisi yang diinginkan oleh *stakeholder* eksternal ketika berkolaborasi dalam pembangunan, sehingga dapat menciptakan pembangunan yang berkelanjutan yang sesuai kebutuhan masyarakat Kabupaten Bandung Barat.

bappelitbangda

1.2 Dasar Hukum

1. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional.
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2007 tentang Pembentukan Kabupaten Bandung Barat di Provinsi Jawa Barat.
3. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014, tentang Pemerintahan Daerah.
4. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
5. Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 5 Tahun 2021 tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Tahun Anggaran 2022
6. Peraturan Bupati Bandung Barat Nomor 63 Tahun 2021 tentang Penjabaran Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Tahun Anggaran 2022.

1.3 Rumusan Masalah

Persoalan utama yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana ekspetasi *stakeholder* eksternal terhadap pembangunan Kabupaten Bandung Barat. Secara lebih detil, permasalahan ini diturunkan ke dalam pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana pandangan dan pengetahuan stakeholder eksternal mengenai pembangunan di Kabupaten Bandung Barat ?
2. Bagaimana persepsi atau image yang dimiliki stakeholder eksternal terhadap Kabupaten Bandung Barat ?
3. Bagaimana ekspektasi stakeholder eksternal terhadap pembangunan dan perencanaan pembangunan di Kabupaten Bandung Barat?
4. Apa saran dan harapan yang dimiliki oleh stakeholder eksternal untuk pengembangan Kabupaten Bandung Barat?

1.4 Maksud dan Tujuan

1.4.1 Maksud

Menyusun dokumen yang memuat kajian Ekspetasi Stakeholder eksternal terhadap Kabupaten Bandung Barat 2030 di masa depan berdasarkan analisis

bappelitbangda

FGD masyarakat ataupun asosiasi dalam menunjang tujuan pembangunan berkelanjutan. Selain itu, diperlukan juga analisa data sekunder pada sektor potensial untuk mendapatkan informasi sebagai dasar penelitian pada Desk Research.

1.4.2 Tujuan

Membantu Kabupaten Bandung Barat untuk mengetahui ekspektasi dari stakeholder eksternal terhadap perencanaan pembangunan jangka panjang Kabupaten Bandung Barat.

1.5 Lingkup Pekerjaan

Pelaksanaan kajian ekspektasi *stakeholder* ekstrenal akan terlaksana selama 6 (enam) minggu, dengan metode proyek yang meliputi aktivitas *desk research* ,*focus group discussion* (FGD), dan pembuatan dokumen kajian ekspektasi stakeholder eksternal. Desk research dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang luas terhadap kondisi daerah saat ini pada berbagai sektor dengan melakukan studi data internal terkait kebutuhan di kabupaten dilihat dari berbagai sektor, serta mencari data terkait sektor potensial yang dapat dikembangkan, sedangkan FGD dilakukan untuk melihat persepsi, ekspektasi dan saran pengembangan kabupaten baik dari sisi masyarakat maupun pelaku usaha. Keluaran dari ketiga aktivitas tersebut adalah hasil analisis data yang terangkum dalam dokumen kajian ekspektasi stakeholder eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk membantu melihat pandangan dan pengetahuan stakeholder eksternal (masyarakat dan pelaku usaha) mengenai pembangunan dan pengembangan di Kabupaten Bandung Barat.

Dengan mengacu pada arah maksud dan tujuan yang dikemukakan dalam sub-bab sebelum ini, maka ruang lingkup kegiatan Kajian Ekspektasi Stakeholder Eksternal adalah sebagai berikut:

1.5.1 Persiapan

Persiapan akan dilakukan dengan mengumpulkan data serta menginventaris kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan dalam kegiatan ini agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. selanjutnya akan dilaksanakan rapat membahas mengenai dokumen laporan pendahuluan yang dipersiapkan oleh organisasi penyedia jasa dan barang dihadiri kedua belah pihak (Organisasi penyedia jasa dan Pemerintah Kabupaten Bandung Barat) dalam upaya menyelaraskan persepsi dari kedua belah pihak sebelum pelaksanaan

bappelitbangda

1.5.2 Pelaksanaan Kegiatan

Penyusunan Kajian Ekspektasi Stakeholder Eksternal Kabupaten Bandung Barat 2030. Dilaksanakan selama 6 (enam) minggu / 45 hari . Adapun pelaksanaan meliputi :

- Focus Group Discussion (FGD) mendalam dengan stakeholder eksternal dari berbagai sektor untuk menggali ekspetasi dan aspirasi stakeholder terhadap Kabupaten dalam menunjang tujuan pembangunan berkelanjutan.
- Pembuatan Kajian Ekspektasi Stakeholder Eksternal Kabupaten Bandung Barat

bappelitbangda

BAB II

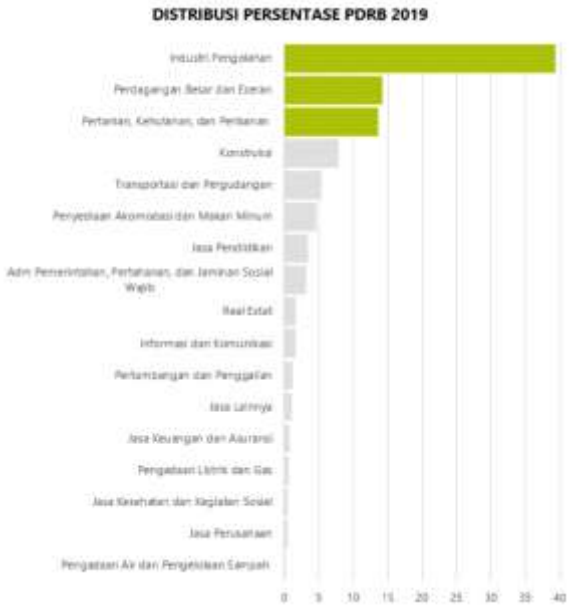
URAIAN PENDEKATAN DAN METODOLOGI

2.1 Pendekatan Proyek

Penyusunan Kajian Ekspektasi Stakeholder Eksternal Kabupaten Bandung Barat 2030 dilaksanakan dalam 2 tahap, yaitu tahapan Desk Research, kemudian tahapan Focus Group Discussion (FGD) yang berorientasi pada Perumusan visi, misi, nilai dan arahan yang jelas mengenai perencanaan pembangunan jangka panjang Kabupaten Bandung Barat sampai dengan tahun 2030.

2.2 Pembangunan Kabupaten dan Sektor Unggulan

Secara jangka Panjang Kabupaten Bandung Barat diharapkan mampu memaksimalkan pembangunan sesuai dengan sektor unggulan. Berdasarkan PDRB Kabupaten Bandung Barat terdapat sektor unggulan terpilih yang dianalisis dan berdasarkan kontribusi dan potensinya, seperti yang ditunjukan Gambar 2.1



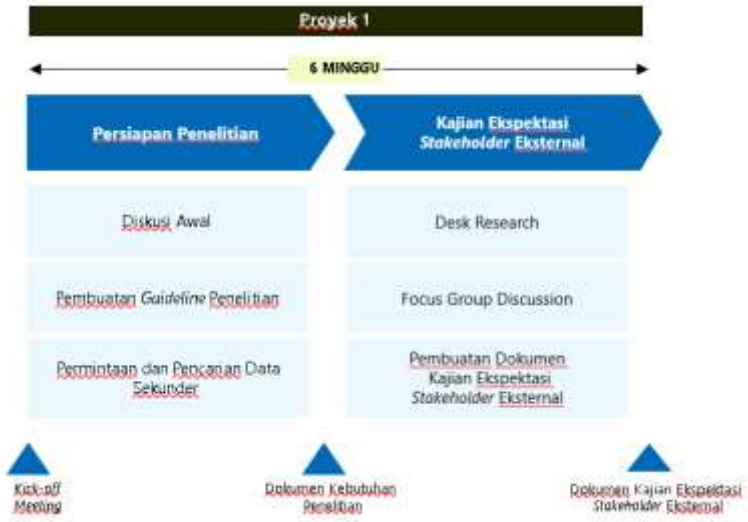
Gambar 2. 1 Distribusi Presentase PDRB

Tiga sektor dengan distribusi terbesar diantaranya adalah Industri Pengolahan, Perdagangan Besar & Eceran, dan Pertanian, Kehutanan, dan Perdagangan. Industri Industri Pengolahan merupakan kontributor terbesar terhadap PDRB Kabupaten Bandung Barat pada 2019, yaitu mencapai 38.xx%, diikut dengan Perdagangan Besar & Eceran yang memiliki kontribusi sebesar mencapai 18.xx%, sementara salah satu kontributor terbesar lainnya adalah sektor

Pertanian, Kehutanan, dan Perdagangan berkontribusi terhadap PDRB Kabupaten Bandung Barat pada 2019, sebesar 17.xx%,.

2.3 Metodologi

Pelaksanaan proyek ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu Persiapan Penelitian dan Kajian Ekspektasi Stakeholder Eksternal. Kedua tahap tersebut akan dilaksanakan mulai dari diskusi laporan pendahuluan hingga finalisasi Kajian Ekspektasi Stakeholder Eksternal selama 45 hari pengerjaan. Ilustrasi dari pelaksanaan metodologi pekerjaan divisualisasikan pada Gambar 2.2



Gambar 2. 2 Metodologi pekerjaan

2.3.1 Persiapan Penelitian

Pada tahap Persiapan Penelitian terdapat kegiatan-kegiatan yang dilakukan yaitu untuk mempersiapkan hal-hal yang dibutuhkan dalam tahap pelaksanaan pembuatan Kajian Ekspektasi Stakeholder Eksternal dengan hasil atau keluaran pada tahap ini adalah Guideline Penelitian, Laporan Pendahuluan, Data Sekunder. Kegiatan-kegiatan pada tahap ini diantaranya adalah:

- Diskusi Awal : Mendiskusikan mengenai penyusunan laporan pendahuluan bersama dengan pihak internal Kabupaten Bandung Barat Pembuatan
- Guideline Penelitian : Melakukan penyusunan guideline pelaksanaan Penelitian sebagai panduan dalam pelaksanaan Online FGD & IDI

bappeli.bandungbaratkab.go.id

- Permintaan Data Sekunder : Proses penyerahan data sekunder yang dimiliki oleh tim Kabupaten Bandung Barat sesuai yang diminta oleh tim MarkPlus

2.3.2 Kajian Ekspektasi Stakeholder Eksternal

Tahap ini terdiri dari aktivitas-aktivitas yang bertujuan untuk memperoleh insight-insight dari stakeholder eksternal yang akan menjadi bahan penysunan Kajian Ekspektasi Stakeholder Eksternal, dengan keluaran berupa hasil analisis data, dan dokumen Kajian Ekspektasi Stakeholder Eksternal. Aktivitas-aktivitas pada tahap ini diantaranya adalah:

- Desk Research : Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data internal yang berasal dari dinas dan instansi yang berkaitan dengan kajian, terkait kebutuhan di Kabupaten dilihat dari berbagai sektor, dan juga data terkait sektor potensial yang dapat dikembangkan untuk menunjang tujuan pembangunan berkelanjutan 2030. Pendekatan ini akan memberikan gambaran dan pemahaman atas kondisi daerah pada saat ini pada berbagai sektor, dan perubahan yang terjadi secara periodik serta aktivitas yang dilakukan selama rentang waktu yang luas. Data sekunder yang digunakan sebagai bahan kajian desk research terdiri dari dokumen-dokumen yang ditunjukan Tabel 2.1 berikut:

Tabel 2. 1 Dokumen desk research

No	TOPIK	DESKRIPSI
1	**Industri Ekonomi Kreatif & UKM**	Data terkait jenis, jumlah, kondisi, dan lokasi industri kreatif & UMKM (kerajinan tangan, *fashion*, dll)
2	**Peta Kawasan Pariwisata**	Data terkait lokasi-lokasi yang sudah menjadi atau berpotensi untuk menjadi tempat tujuan wisata
3	**Data Infrastruktur**	Data pengadaan infrastruktur di Kabupaten
4	**Pendapatan Daerah**	Data Penerimaan Pendapatan Daerah Kabupaten 5 tahun terakhir

barelitbangda

5	**RPJPD Kabupaten**	Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Kabupaten (agar selaras dengan pengembangan Kabupaten)
6	**RPJMN dan RPJPN**	Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional dan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (agar selaras dengan pengembangan nasional)
7	**RPJMD dan RPJP Kabupaten**	Rencana Pembangunan Jangka Menengah dan Jangka Panjang Daerah Kabupaten

- Focus Group Discussion : Focus Group Discussion dilaksanakan dengan tujuan untuk mengumpulkan insights secara menyeluruh/mendalam terkait isu-isu spesifik yang dirasakan stakeholder eksternal. FGD dilakukan dengan mengundang perwakilan dari stakeholder eksternal Kabupaten Bandung Barat, dalam hal ini perwakilan asosiasi yang memiliki keterkaitan dengan topik yang akan didisukusikan dengan durasi sekitar 60-120 menit yang akan dipandu oleh analyst dari MarkPlus. Contoh respondent sampling untuk FGD dapat dilihat pada Tabel 2.2 berikut:

Tabel 2. 2 Respondent Sampling FGD

Responden	Topik	Jumlah
Tokoh/Pelaku industri sektor UMKM	• Potensi Sektor UMKM dalam menopang Kabupaten Bandung Barat • Produk atau jenis UMKM yang menjadi unggulan • Harapan terhadap Kabupaten 2030	6 Orang
Tokoh/Pelaku industri sektor pariwisata	• Potensi wisata Kabupaten Bandung Barat • Kesiapan destinasi unggulan • Harapan terhadap Kabupaten 2030	
Tokoh/Pelaku industri sektor Perkebunan	• Sektor kelautan / Jenis Perkebunan unggulan Kabupaten Bandung Barat • Pengembangan sektor Perkebunan • Harapan terhadap Kabupaten 2030	

bappelitbangda

Tokoh/Pelaku industri sektor Industri	• Potensi sektor Industri Kabupaten Bandung Barat • Pengembangan sektor Industri • Harapan terhadap Kabupaten 2030	
Pelaku industri ekonomi kreatif	• Produk kreatif menjadi unggulan Kabupaten Bandung Barat • Channel distribusi & penjualan • Harapan terhadap Kabupaten 2030	
Tokoh/Pelaku industri sektor pertanian, Kehutanan, dan perikanan	• Kategori pertanian, unggulan Kabupaten Bandung Barat • Pengembangan sektor pertanian • Harapan terhadap Kabupaten 2030	

- Pembuatan Dokumen Kajian Ekspektasi Stakeholder Eksternal : Menyusun dokumen yang memuat kajian Ekspektasi Stakeholder Eksternal dalam mewujudkan visi dan misi Kabupaten 2030 berdasarkan analisis FGD dan desk research.

bappelitbang

BAB III

TIMELINE KEGIATAN

3.1 Timeline Kegiatan

Timeline project Kajian Ekspektasi Stakeholder Eksternal dapat dilihat pada Tabel 3.1

Tabel 3. 1 Timeline Kegiatan

AKTIVITAS	MINGGU					
	1	2	3	4	5	6
Kick-off Meeting						
KAJIAN EKSPEKTASI STAKEHOLDER EKSTERNAL						
Desk Research						
Focus Group Discussion (FGD)						
Pembuatan Dokumen Kajian Ekspektasi *Stakeholder* Eksternal						
Diskusi Hasil Pengerjaan						
Laporan Akhir Proyek 1						

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN

4.1 Profil Kabupaten Bandung Barat

Kabupaten Bandung Barat merupakan bagian dari wilayah Provinsi Jawa Barat yang secara definitif menjadi Daerah Tingkat II berdasarkan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2007 tentang Pembentukan Kabupaten Bandung Barat di Provinsi Jawa barat. Secara administratif, Kabupaten Bandung Barat mempunyai luas 1.305,77 km^2 atau 3,75 % dari luas wilayah Provinsi Jawa Barat yang terbagi dalam 16 kecamatan dan 165 desa. Jumlah penduduk di Kabupaten Bandung Barat terus bertambah setiap tahunnya. Jumlah penduduk di Kabupaten Bandung Barat pada tahun 2019 sebanyak 1.739.911 jiwa, dan bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya (2018) yaitu 1.727.337 jiwa, maka pada tahun 2019 terjadi penambahan jumlah penduduk sebesar 12.574 jiwa atau mengalami vlaju pertumbuhan penduduk (LPP) sebesar 0,73 persen. Bila dilihat berdasarkan Komposisi penduduk menurut jenis kelamin, penduduk Kabupaten Bandung Barat sebagaian besar adalah penduduk laki-laki yaitu sebanyak 886.076 jiwa (50,93 persen) dan penduduk perempuan sebesar 853.835 jiwa (49,07 persen)

4.2 Visi dan Misi Pembangunan KBB

4.1.1 Visi Pembangunan KBB 2018-2023

Visi Kabupaten Bandung Barat 2018-2023 dirumuskan sebagai “Bandung Barat yang AKUR (Aspiratif, Kreatif, Unggul dan Religius), berbasis pada pengembangan ekonomi, optimalisasi sumber daya alam dan kualitas sumber daya manusia”. Perumusan visi tersebut mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut:

- Kesesuaian dengan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) dan pelaksanaan tahap keempat RPJPD Kabupaten Bandung Barat 2007 – 2025, dimana Visi RPJPD Kabupaten Bandung Barat tersebut adalah “Kabupaten Agroindustri dan Wisata Ramah Lingkungan”
- Kesesuaian dengan kondisi terkini dan tantangan pembangunan ke depan. Setidaknya terdapat 5 (lima) isu strategis yang akan menjadi fokus

bappelitbangda

penanganan pada pembangunan 5 (lima) tahun ke depan, yaitu isu terkait pengembangan SDM, kesejahteraan masyarakat, pelestarian lingkungan dan mitigasi bencana, pertumbuhan daya saing ekonomi melalui aksesibilitas wilayah serta tata kelola pemerintahan yang baik.

- Kabupaten Bandung Barat juga harus memperhatikan pembangunan di Metropolitan Bandung, proyek prioritas strategis Nasional dan Provinsi Jawa Barat yang berada di wilayah Kabupaten Bandung Barat.

4.1.2 Misi Pembangunan KBB

Dalam rangka mewujudkan Visi Pembangunan yang dimiliki, Kabupaten Bandung Barat merumuskan misi pembangunan Banung Barat 2019-2023 sebagai berikut:

1. Meningkatkan cakupan dan kualitas layanan pendidikan, kesehatan dan pelayanan dasar bagi masyarakat luas lainnya dalam rangk membangun sumber daya manusia yang berkualitas.
2. Mewujudkan agroindustri dan pariwisata sebagai sektor unggulan beserta sektor dan potensi sumber daya lainnya untuk menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang berkeadilan, berkelanjutan dan berdaya saing.
3. Meningkatkan kualitas dan kuantitas infrastruktur fisik, sosial, dan ekonomi.
4. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik berbasis pengembangan teknologi informasi dan inovasi.

Berdasarkan misi yang dimiliki Kabupaten Bandung Barat mengarahkan pemabngunan selama 5 (lima) tahun kedepan kepada aspek-aspek berikut:

1. Membangun Sumber Daya Manusia yang berkualitas melalui jaminan akses dan pemerataan terhadap layanan dasar kesehatan, pendidikan, dan keagamaan.
2. Memenuhi kebutuhan infrastruktur dasar sebagai penunjang mobilitas masyarakat dan pengembangan ekonomi, sosial, dan budaya.
3. Menumbuhkan pusat-pusat pertumbuhan ekonomi masyarakat berbasis kearifan lokal dan kreativitas.

bappelitbangda

4. Melakukan optimalisasi potensi sumber daya alam dan budaya untuk pengembangan pariwisata ramah lingkungan.
5. Menguatkan keunggulan pertanian, peternakan, perikanan dan industri yang merata melalui optimalisasi ilmu pengetahuan dan teknologi.
6. Mengurangi kesenjangan masyarakat dengan kebijakan yang pro-poor, pro-job, pro-growth, dan pro-environment.
7. Mengembangkan sistem pemerintahan yang bersih, aspiratif, inovatif dan melayani berbasis inovasi dan teknologi.

4.2 Analisis Sektor Potensial

Berdasarkan data terdapat 4 (Empat) sektor utama yang berkontirbusi besar pada perekonomian Kabupaten Bandung Barat yaitu Perindustrian, Perdagangan, Pertanian, dan Pengolahan. Sementara terdapat Industri yang dapat menjadi *multiplier effect* terhadap pembangunan ekonomi Kabupaten Bandung Barat, berikut merupakan analisis dari setiap sektor-sektor tersebut yang dapat dijadikan acuan arah pembangunan Kabupaten Bandung Barat.

4.2.1 Sektor Pertanian & Perkebunan

Pertanian merupakan suatu hal yang penting di Kabupaten Bandung Barat, hal tersebut tercermin dari luas guna fungsi lahan untuk budidaya pertanian yang mencapai 37.5% dari luas total wilayah Kabupaten Bandung Barat. Kondisi sector pertanian Kabupaten Bandung Barat didominasi oleh komoditas tanaman pangan dengan besar produksi pada tahun 2019 mencapai 1.153 ton, selain tanaman pangan jenis tanaman lain yang dibudidayakan di Kabupaten Bandung Barat diantaranya adalah tanaman hortikultura, seperti tanaman sayuran,buah-buahan,,obat-obatan dan hias. Selain itu, kawasan ekosistem perkebunan di Kabupaten Bandung Barat tersebar dengan luasan masing-masing kurang dari 2.000 Ha yang berada di wilayah Kecamatan Gununghalu, Sidangkerta, Rongga, Cipongkor, Saguling, Cipendeuy, Cikalongwetan, Cisaurua, Parongpong dan Lembang. Produksi komoditas perkebunan di Kabupaten Bandung Barat pada tahun 2019 mencapai 5.014,8 ton dengan komoditas terbesar meliputi teh, kelapa dalam, dan kopi

bappelitbangda

Untuk menganalisis kondisi terkini dari sektor pertanian & Perkebunan dan potensi ke depannya, dilakukan pendekatan *Situation* dan *complication* untuk mengidentifikasi ancaman,kesempatan,kelemahan, dan kekuatan dari sektor terkait sehingga dapat disusun rencana pembangunan yang sesuai.

- *Situation* :
    a. Kesepakatan Bersama antara Pemerintah Provinsi Jawa Barat dengan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota se-Provinsi Jawa Barat, dan Institut Pertanian Bogor tentang Kerja Sama di Bidang Pendidikan, Pelatihan, Penelitian, Pengabdian pada Masyarakat, dan Pengembangan Potensi Perekonomian Daerah Berbasis Agribisnis dan Agroindustri Tahun 2018,
    b. Produksi tanaman hias anthurium yang sangat digemari di 2020 meningkat hampir 1.5 kali lipat
    c. 30% penduduk KBB di dominasi oleh usia muda dan 25% diantaranya berpotensi menjadi seorang petani modern
    d. Memiliki kondisi geografis dan iklim yang mendukung
    e. Terpenuhinya kebutuhan pangan untuk hampir semua daerah di Kabupaten Bandung Barat
    f. Memiliki kondisi geografis dan keikliman yang mendukung budidaya beberapa komoditas perkebunan
- *Complication:*
    a. Perubahan pengunaan lahan dari pertanian ke perindustrian dan pemukiman
    b. Tingginya gangguan hama dan penyakit tanaman pertanian dan perkebunan, serta peternakan
    c. Sektor pertanian kekurangan SDM berkualitas
    d. Penggunaan teknologi pengolahan pertanian masih rendah,
    e. Pasokan input sektor pertanian (bibit, pupuk dan lainnya) masih kurang lancar dan berkualitas,
    f. Kualitas pengolahan pasca panen masih rendah,
    g. Belum ada sarana pemasaran hasil produk pertanian yang berskala besar

bappelitbangda

h. Belum ada sistem pendataan sektor pertanian yang baik dan berkelanjutan
i. Masih rendahnya produktivitas hasil peternakan,
j. Masih belum optimalnya pengelolaan sarana dan prasarana pertanian dan peternakan

4.2.2 Sektor Pariwisata

Pariwisata diharapkan menjadi salah satu tulang punggung perekonomian di Kabupaten Bandung Barat. Kabupaten Bandung Barat memiliki daya tarik wisata alam dan budaya yang cukup menarik bagi wisatawan, seperti Kawasan Lembang, Stone Garden Padalarang, dll. Perkembangan industri pariwisata menyebabkan tumbuh dan berkembangnya sektor-sektor yang memfasilitasinya, seperti sektor transportasi, konstruksi dan penyediaan akomodasi dan makan minum. Terdapat delapan potensi desa wisata yang dapat dikembangkan dengan berbagai potensi yang dimiliki yaitu: (1) Desa Wisata Sunten Jaya Lembang; (2) Desa Wisata Kp. Ciwangun Desa Cihajuang Rahayu Parongpong; (3) Desa Wisata Pasir Angsana Desa Rende Cikalongwetan; (4) Desa Wisata Muka Payung Kecamatan Cililin; (5) Desa Wisata Pasirlengo Ds. Sirna Jaya Gunung Halu; (6) Desa Wisata Mekar Wangi Kecamatan Sindangkerta; (7) Desa Agrowisata Cihideung Kecamatan Parongpong dan (8) Desa Agrowisata Kopi Kecamatan Sindangkerta, . Jumlah objek wisata yang dikelola oleh Pemda dan swasta tahun 2019 sebanyak 125 unit dimana hanya 3 unit yang dikelola pemda Bandung Barat dan 122 unit yang dikelola swasta. Berikut merupakan analisis *Situation* dan *complication* untuk sektor pariwisata

- *Situation:*
  a. PKS antara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab Bandung Barat tentang Pengembangan pariwisata.
  b. Jumlah wisatawan yang terus meningkat dari tahun 2016-2019 secara signifikan
  c. Adanya dukungan dari pemerintah dalam pengembangan sektor agrowisata
- *Complication:*
  a. Adanya Covid-19 yang membuat turunnya minat wisatawan

bappelitbangda

b. Kecenderungan sektor pariwisata perkotaan lebih berkembang dibandingkan agrowisata
c. Adanya hotel atau tempat wisata liar yang tidak memiliki izin
d. Menurunnya produksi, karena terdapat pabrik pengolahan perkebunan teh yang tutup
e. Secara umum kualitas akses menuju ke objek wisata masih kurang baik.
f. Fasilitas penunjang (fasum dan fasos) di objek wisata masih kurang baik.
g. Belum ada pemasaran pariwisata daerah yang baik

4.2.3 Sektor Industri Pengolahan

Dalam lima tahun terakhir perekonomian Kabupaten Bandung Barat masih bertumpu pada sektor industri pengolahan dengan rata-rata kontribusi sebesar 39,61 persen diikuti sektor Perdagangan besar dan eceran dengan rata-rata 13,93 persen dan sektor Pertanian, Kehutanan dan Perikanan dengan 13,61 persen. Sektor industri pengoalahn cenderung lebih stabil, sedangkan sektor Pertanian, Kehutanan dan Perikanan Serta sektor Perdagangan besar dan eceran terus menunjukan penurunan dalam empat tahun terakhir. Besarnya peranan berbagai lapangan usaha ekonomi dalam memproduksi barang dan jasa sangat menentukan struktur ekonomi suatu daerah, pada tahun 2020 kondisi peranan terbesar dalam pembentukan PDRB Bandung Barat pada tahun 2020 dihasilkan oleh lapangan usaha Industri Pengolahan, yaitu mencapai 40,35 persen. Berikut merupakan analisi *Situation* dan *complication* untuk sektor industry pengolahan

- *Situation*:
  a. Pemda Kabupaten Bandung Barat mendukung pengembangan kawasan industri dengan alokasi lahan, dan mengundang investor
  b. Kabupaten Bandung Barat berada dekat dengan akses tol yang membantu proses produksi hingga distribusi
  c. Industri pengolahan di Kab. Bandung Barat merupakan salah satu kontributor PDRB paling besar (40% pada tahun 2016)
- *Complication*:

bappelitbangda

a. Perkembangan industri era 4.0, trend industri yang bukan lagi padat karya sehingga penyerapan tenaga kerja menjadi berkurang
b. Kualitas tenaga kerja yang kurang sesuai dengan yang dibutuhkan
c. Keberadaan industri mencemari lingkungan sekitar yang berdampak pada masyarakat secara langsung

4.2.4 Sektor Perindustrian

Perindustrian merupakan sektor yang berperan penting bagi pembangunan di Kabupaten Bandung Barat, terlebih pada jenis agroindustri. Diketahui bahwa pertumbuhan industri (baik industri kecil, sedang dan besar), terus mengalami peningkatan. Sektor industri khususnya pengolahan memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan sektor-sektor lainnya yaitu nilai kapitalisasi modal yang tertanam sangat besar, kemampuan menyerap tenaga kerja, dan kemampuan untuk menciptakan nilai tambah dari setiap input atau bahan dasar yang diolah. Pemerintah Kabupaten Bandung Barat II - 123 Capaian urusan perindustrian diantaranya jumlah pertumbuhan industri kecil menengah (IKM) selama tahun 2019 sebesar 7.067 unit, Persentase Peningkatan Kemampuan Teknologi Industri sebesar 90,55 persen, dan Persentase pengembangan sentra-sentra industri potensial sebesar 97,10 persen meninkat 0,66 persen dibandingkan tahun 2018 sebesar 96,35 persen. Berikut merupakan analisis *situation* dan *complication* untuk sektor perindustrian

- *Situation*
  a. Pemda Kabupaten Bandung Barat mendukung pengembangan kawasan industri dengan alokasi lahan, dan mengundang investor
  b. Kabupaten Bandung Barat berada dekat dengan akses tol yang membantu proses produksi hingga distribusi
  c. Bertumbuhnya jumlah industry baik besar,menengah dan kecil dari 2015-2018
- *Complication*
  a. Perkembangan industri era 4.0, trend industri yang bukan lagi padat karya sehingga penyerapan tenaga kerja menjadi berkurang
  b. Belum ada hilirisasi hasil produksi pertanian dan sektor primer lainnya.

bappelitbangda

c. Adanya persoalan pencemaran, kemacetan dan kekumuhan sebagai dampak negatif kegiatan industri.
d. Perlu dibangun keterkaitan industri besar yang ada di Bandung Barat dengan UMKM setempat.

4.2.5 Sektor Ekonomi Kreatif

Kabupaten Bandung Barat memiliki potensi pada sektor ekonomi kreatif, mengingat masyarakat Kabupaten Bandung Barat merupakan masyarakat yang penuh dengan kreatifitas dan menjunjung tinggi budaya Sunda di tengah-tengah arus globalisasi yang membawa budaya luar yang bersifat invansif. Hal tersebut tercermin dari kehadiran 156 kelompok seni (teater,musik,sastra, dan tari) di Kabupaten Bandung Barat yang memiliki jangkauan nasional dan sudah menyelenggarakan 668 acara seni. Berdasarkan data tersebut ekonomi kreatif dapat menjadi sektor potensial yang juga dapat menjadi daya tarik wisata. Berikut merupakan analisis TOWS untuk sektor ekonomi kreatif

- *Situation*
  a. Kegiatan kesenian sudah dilakukan di skala nasional, dan beberapa di skala internasional
  b. Diluncurkannya program pengembangan Kabupaten/Kota (KaTa) Kreatif di Kabupaten Bandung Barat
  c. Kabupaten Bandung Barat berada dekat dengan akses tol yang membantu proses produksi hingga distribusi
- *Complication*
  a. Jejaring seni pertunjukkan Indonesia yang masih belum mapan dan belum terbentuk
  b. Produksi masih bersifat semi profesional, dimana proses produksi yang dilakukan masih berupa seni pertunjukkannya saja, belum menghasilkan produk derivatif di subsektor musik, misalnya: Potensi Ekonomi dari kepemilikan Hak Cipta, CD, DVD, dsbnya.

4.2.6 Sektor Perdagangan

Sektor Perdagangan besar dan eceran memiliki nilai PDRB terbesar kedua setelah pengolahan, dengan nilai 6.404,98 Milyar, dengan rata-rata kontribusi selama 5 tahun terakhir sebesar 13,91%. Sebagai sector yang bersifat turunan dan menjadi

bappelitbangda

pendukung untuk sektor lainnya, baik untuk pariwisata dan/atau sektor lainnya, urusan perdagangan memiliki peran yang relatif besar. Capaian urusan perdagangan salah satunya adalah persentase perlindungan konsumen dan pengamanan perdagangan sebesar 89,66 persen pada tahun 2019 naik 6,56 persen dari tahun 2018 sebesar 83,10 persen. Pada tahun 2019 jumlah pasar tradisional di Kabupaten Bandung Barat sebanyak 9 pasar dengan 3.612 kios dan 3.164 pelapak. Berikut merupakan analisis TOWS untuk sektor perdagangan Kabupaten Bandung Barat.

- *Situation*
    a. Kabupaten Bandung Barat berada dekat dengan akses tol yang membantu tingkat urbanisasi
    b. Memiliki kontribusi PDRB yang besar dalam kurun waktu 5 (lima) tahun terakhir, yaitu sebesar 13,91%.
- *Complication*
    a. Kerentanan fluktuasi harga barang konsumsi terutama bahan pokok
    b. Persaingan antara UMKM/pasar tradisional dengan pasar modern
    c. Adanya Covid-19 yang membuat pergeseran lapangan usaha dari perdagangan menjadi pertanian yang lebih stabil
    d. Dominasi barang impor
    e. Promosi produk industri lokal (asal Kabupaten Bandung Barat) masih dirasa kurang
    f. Kualitas dan kuantitas infrastruktur pasar tradisional belum memadai
    g. Belum meratanya penerapan standar produk dan teknologi informasi dalam perdagangan

4.3 Analisis Ekspektasi Stakeholder

Mempertimbangkan kondisi Kabupaten Bandung Barat saat ini dengan kondisi potensial yang dimiliki, diperlukan juga aspirasi dari *stakeholder* eksternal untuk mendengarkan aspirasi mereka dalam potensi yang ada di Kabupaten Bandung Barat. Mengingat, peraturan atau kebijakan yang dibuat tersebut bertujuan untuk kemakmuran rakyat agar mendapatkan kehidupan yang lebih baik.

bappelitbangda

4.3.1 Pandangan dan Pengetahuan Stakeholder Eksternal

Hal pertama yang di tinjau adalah pandangan dan pengetahuan *stakeholder* mengetahui terkati Kabupaten Bandung Barat, bahwa akan masih belum maksimalnya pemanfaatan potensi yang ada di Kabupaten Bandung Barat. Hal itu dapat dilihat dari pernyataannya sebagai berikut:

"…menurut pandangan saya pribadi gitu, untuk tatanan tatanan kotanya belum rapi, belum maksimal." (R5)

"Potensinya dari sektor pariwisata, dari sektor komoditas yah, semacem...sebetulnya komoditas kopi ini komoditas ekspor ya, tapi selama ini tidak terlalu banyak orang yang tahu kalau kopi ini sangat potensial untuk diekspor…" (R1)

Berdasarkan pernyataan diatas didapatkan bahwa adanya pengetahuan yang cukup terhadap salah satu area pembangunan di Kabupaten Bandung Barat dari salah satu *stakeholder*. Hal ini dapat berimplikasi apabila Pemerintah Kabupaten Bandung Barat ingin melakukan kerja sama kepada para *stakeholder*.

4.3.2 Persepsi yang Dimiliki Stakeholder Eksternal

Selanjutnya hal yang di tinjau adalah persepsi *stakeholder* mengetahui terkait Kabupaten Bandung Barat, bahwa persepsi akan berjaraknya hubungan pemerintah dan asosiasi hingga masih sulitnya proses perizinan di Kabupaten Bandung Barat. Hal itu dapat dilihat dari pernyataannya sebagai berikut:

"… apalagi dengan orang-orang kecilnya, petaninya ya, tadi warung-warungnya dilindungi, seperti gitu. Ini udah...secara keseluruhan se-Indonesia menurut saya Semua daerah bicara UMKM, tapi yang matiin UMKM tetep aja Pemda juga…"(R2)

Berdasarkan pernyataan diatas didapatkan bahwa bisa dikatakan bahwa adanya beberapa strategi komunikasi publik yang masih bisa ditingkatkan oleh Kabupaten Bandung Barat kepada para asosiasi atau masyarakat terkait, selain itu, persepsi tersebut dapat timbul akibat masih kurang baik secara *awareness*

bappelitbangda

atau edukasi mengenai fungsi dan peran para *stakeholder* kepada kegiatan yang telah dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Bandung Barat.

4.3.3 Ekspektasi Stakeholder Eksternal Terhadap Pembangunan

Selanjutnya hal yang di tinjau adalah ekspektasi *stakeholder* mengetahui terkait pembangunan Kabupaten Bandung Barat, bahwa ekspektasi akan strategi komunikasi, dan sinergitas antara Pemerintah dengan para *stakeholder* yang ada di Kabupaten Bandung Barat. Hal itu dapat dilihat dari pernyataannya sebagai berikut:

"... Sebenernya jangka pendek, jangka menengah, jangka panjangnya, jawabannya sudah jelas Kang. Ya itu sinergitas. Ketika sinergitas itu bisa muncul, ktia bisa kolaborasi kok....(R4)"

"... Kalau komoditi-komoditi unggulan di Jawa Barat itu diutamakan lah. Mungkin dari segi perizinannya..."(R6)

Berdasarkan pernyataan diatas didapatkan bahwa bisa dikatakan bahwa adanya ekspektasi mengenai peningkatan strategi komunikasi dari potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Bandung Barat. beberapa strategi komunikasi publik yang masih bisa ditingkatkan oleh Kabupaten Bandung Barat. Selain itu, program akan adanya sinergitas berkelanjutan dari para pemangku kepentingan juga diperlukan untuk memanfaatkan fungsi dari setiap pemangku kepentingan.

4.3.4 Saran dan Harapan yang dimiliki oleh Stakeholder

Hal terakhir yang di tinjau adalah saran dan harapan oleh *stakeholder* mengetahui terkati Kabupaten Bandung Barat, bahwa saran dan harapan akan kolaborasi di Kabupaten Bandung Barat. Selain itu, para *stakeholder* juga membagikan masukan mereka mengenai *tagline* acuan yang menurut mereka cocok untuk Kabupaten Bandung Barat. Hal itu dapat dilihat dari pernyataannya sebagai berikut:

"....Lokal Kudu Vokal.... (R5)"

"...Barang kali untuk Dari pihak-pihak SKPD ataupun siapapun, bagaimana sih membentuk marketing kreatif itu seperti apa. Karena itu tidak mudah ya.

bappelitbangda

Barangkali untuk pelaku-pelaku UMKM, atau mungkin dari zona wilayah mana gitu, melatih seseorang, selanjutnya setelah terlatih dia ilmunya mumpuni bisa ditularkan ke yang lainnya ya…. (R1)"

Berdasarkan pernyataan diatas didapatkan bahwa bisa dikatakan bahwa adanya harapan akan pembangunan jangka pendek, menengah, dan panjang. Mengingat, asosiasi yang ada di Kabupaten Bandung Barat sudah sangat banyak dan beragam namun secara fungsi masih belum maksimal dan masih berjalan sendiri sendiri. Sehingga berdampak kepada tidak efektifnya pengembangan di satu bidang dan yang lainnya.

bappelitbangda

BAB V

REKOMENDASI RENCANA KEGIATAN

Berikut merupakan perencanaan kegiatan sebagai respon dari hasil temuan untuk Kabupaten Bandung Barat.

Gambar 5. 1 *Action Plan* Kabupaten Bandung Barat



5.1 Action Plan: Rencana Aksi Sektor Industri Pengolahan & Perdagangan

Berdasarkan pemaparan mengenai kondisi dan peluang pada Sektor Perdagangan Kabupaten Bandung Barat, dapat diperoleh informasi bahwa inovasi teknologi digital dan optimalisasi produk serta manajemen UMKM merupakan dua aspek yang perlu didorong untuk mengatasi dampak pandemi pada sektor Industri, perdagangan, dan perdagangan.

- ***Akselerator UMKM***

Berdasarkan pengelompokan dari hambatan atau potensi yang paling signifikan, yang pertama adalah Kabupaten Bandung Barat mencatat peningkatan drastis jumlah penggiat UMKM di masa pandemi, maka dari itu, disarankan Pemerintah Kabupaten Bandung Barat untuk menyelenggarakan program "*Akselerator UMKM*", dengan tujuan meningkatkan daya saing pelaku UMKM Kabupaten Bandung Barat. Kegiatan yang dilakukan pada program ini antara lain memetakan subsektor UMKM serta kondisi pasar untuk menentukan aspek kebutuhan pengembangan dari masing-masing produk dan melakukan kerjasama pelatihan UMKM dengan pekerja profesional untuk meningkatkan daya saing produk UMKM, berikut ini merupakan penjabaran secara detil mengenai program tersebut:

bappeli

Tabel 5. 1 Program Akselerator UMKM

Akselerator UMKM	
Tujuan	Membekali UMKM dengan keterampilan untuk memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar

Konsep	• Pemetaan subsektor UMKM serta trend kondisi pasar untuk menentukan aspek kebutuhan pengembangan dari masing-masing subsektor UMKM
	• Melakukan Kerjasama pelatihan UMKM dengan menggandeng pekerja profesional untuk meningkatkan daya saing produk UMKM
	  • Makanan dan Minuman: Chef, Barista
	  • Fashion: Desainer
	  • Kerajinan: Pengrajin

Target	Pelaku usaha dan UMKM Kabupaten Bandung Barat
Key Stakeholder	• Komunitas Pekerja Profesional (Chef, Desainer, dll) • Pemda Kabupaten Bandung Barat (Dinas Perdagangan)
Outcome	• Meningkatkan daya saing produk lokal UMKM • Memberi standar dan kemampuan pelaku usaha dalam pengembangan produk dan kualitas produk
Benchmark	Pelatihan UMKM oleh Bali Chef Community dengan Dinas Koperasi Kodya Denpasar

- **UMKM Go Digital!**

Untuk selanjutnya, prioritas yang sebaiknya menjadi perhatian Pemerintah Kabupaten Bandung Barat adalah terjadinya peningkatan penjualan online, namun sedikit pelaku usaha yang memiliki kemampuan menggunakan media penjualan online. Untuk menyelesaikan permasalahan ini, pemerintah Kabupaten Bandung Barat dapat melaksanakan program "UMKM Go Digital!" untuk membekali pelaku usaha dengan kemampuan pemasaran digital. Pada program ini, hal yang akan dilakukan yakni memetakan tingkat kebutuhan capacity building untuk digital marketing pada masing-masing subsektor UMKM, menyusun konten materi peningkatan kapasitas bidang pemasaran digital secara bertahap dan terstruktur, serta menyelenggarakan pelatihan pemasaran digital sesuai dengan tingkat kebutuhan yang

bappelitbangda

ditentukan. Berikut ini merupakan penjabaran secara detil mengenai kegiatan pada program tersebut:

Tabel 5. 2 Program UMKM Go Digital!

UMKM *Go Digital!*	
Tujuan	Meningkatkan kapasitas pelaku usaha untuk mempersiapkan pelaku usaha pada ekosistem jual beli digital
Konsep	• Memetakan tingkat kebutuhan *capacity building* untuk *digital marketing* pada masing-masing subsector UMKM. • Penyusunan konten materi workshop pemasaran digital dalam tiga kategori desain, fotografi, dan social media marketing • Menyelenggarakan workshop Pemasaran Digital pada kelompok UMKM masyarakat
Target	Pelaku usaha dan UMKM Kabupaten Bandung Barat
Key Stakeholder	• Agency Marketing • Pemda Kabupaten Bandung Barat (Diskominfo)
Outcome	• Meningkatnya kemampuan pemasaran pelaku UMKM • Meningkatkan kesiapan pelaku UMKM pada ekosistem jual beli online • Meningkatnya jumlah UMKM yang menggunakan media jual beli online
Benchmark	Pelatihan Go Digital BSI dan Shopee

- **Pemasaran Komoditas secara Kolektif**

Berikutnya, hal yang harus memperoleh perhatian dari Pemerintah Kabupaten Bandung Barat adalah mengenai kebutuhan pemfokusan pemasaran ragam komoditas Kabupaten Bandung Barat. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, Pemerintah Kabupaten Bandung Barat dapat menjalankan program "Pemasaran Komoditas secara Kolektif" dengan tujuan untuk menciptakan strategi pemasaran produk di Kabupaten Bandung Barat di bawah satu payung pemasaran. Pada pelaksanaan program ini, kegiatan yang akan dilaksanakan antara lain menyusun identitas dari keseluruhan komoditas. Kabupaten Bandung Barat, selanjutnya yaitu memetakan target pasar dari masing-masing konsumen dan daerah tujuan pemasaran komoditas produk di Kabupaten Bandung Barat, serta menentukan saluran dan wadah yang

bappelitbangda

digunakan dalam kegiatan pemasaran. Berikut ini merupakan penjelasan secara detil mengenai program tersebut:

Tabel 5. 3 Program Pemasaran secara Kolektif

Pemasaran Komoditas secara Kolektif	
Tujuan	Menentukan startegi pemasaran Komoditas Unggul di Kabupaten Bandung Barat
Konsep	• Menyusun identitas dari keseluruhan komoditas di Kabupaten Bandung Barat • Memetakan target pasar dari masing-masing konsumen dan daerah tujuan pemasaran di Kabupaten Bandung Barat • Menentukan saluran dan wadah yang digunakan dalam kegiatan pemasaran
Target	Konsumen Komoditas Unggulan Kabupaten Bandung Barat di tingkat Nasional dan Internasional
Key Stakeholder	• Pemilik Kebun & Lahan Pertanian di Kabupaten Bandung Barat • Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung Barat
Outcome	• Identifikasi produk dari segi potensi. Juga posisi, diferensiasi, dan citra yang dimiliki. • Pemetaan target pasar dari komoditas di Kabupaten Bandung Barat • Identifikasi saluran pemasaran komoditas diKabupaten Bandung Barat
Benchmark	*Umbrella Branding* Kraft & Tajeer Store yang dapat digunakan oleh komoditas unggulan di Kabupaten Bandung Barat

5.2 Action Plan: Rencana Aksi Sektor Pertanian dan Perkebunan

Rencana Aksi pada sektor Agrikultur dibentuk dengan mempertimbangkan kondisi *supply* dan *demand*, hambatan, dan potensi yang terdapat di Kabupaten Bandung Barat selama masa pandemi. Permasalahan yang kini dihadapi sektor ini secara umum adalah perizinan khususnya bagi para pemilik lahan yang tidak terlalu besar. Pihak konsultan membuat satu inisiatif solusi

bappelitbangda

dengan tujuan utama yaitu pemulihan sektor agrikultur dengan menekankan pada aspek alternatif pertanian di lahan terbatas dan pengembangan kapasitas kelompok tani

- ***Capacity Building*: Kelompok Tani & Kebun**

Terbatasnya lahan pertanian di Kabupaten Bandung Barat membuat kelompok tani perlu menggunakan sumber daya yang ada dengan sebaik mungkin dan menciptakan efisiensi dalam produksi. Sehingga diperlukan kelompok tani yang memiliki kapabilitas mumpuni dan inovatif dalam setiap tahap proses produksi dan dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Tabel 5. 4 Program Capacity Building: Kelompok Tani

Capacity Building: Kelompok Tani	
Tujuan	Meningkatkan kapasitas SDM kelompok tani untuk berkembang pada sistem pertanian baru di Kabupaten Bandung Barat.
Konsep	• Memetakan kekuatan (potensi) beserta kelemahan kelompok tani serta mengidentifikasi peluang dan alternatif solusi mengatasi masalah. • Menumbuh-kembangkan kelompok tani melalui peningkatan fasilitasi bantuan dan akses permodalan • Meningkatkan kapasitas SDM melalui pendampingan dan pelatihan yang sesuai dengan perkembangan. • Mengumpulkan seluruh *stakeholder* yang berperan dalam pertanian dan perkebunan agar terciptanya satu *hub* pengumpulan terkumpulnya hasil panen yang dapat menjadi database untuk di komerisalisasi kepada korporasi besar
Target	Kelompok Tani dan Komunitas *Urban Farming*
Key Stakeholder	• Lembaga yang Fokus pada Pertanian (IPB, ITB, dll) • Pemda Kabupaten Bandung Barat
Outcome	• Meningkatnya kemampuan SDM pertanian dalam kelompok tani umum dan urban farming • Meningkatkan produksi komoditas pertanian di Kabupaten Bandung Barat
Benchmark	Pelatihan Tani PKHT LPPM IPB kepada kelompok Tani Tunas Hijau

bappelitbangda

5.3 Action Plan: Rencana Aksi Sektor Pariwisata

Sektor pariwisata Kabupaten Bandung Barat memiliki masalah terutama terkait dengan branding produk yang belum maksimal. Branding yang dilakukan dengan optimal akan memberikan awareness dan menanamkan keinginan di benak konsumen agar tertarik dengan komoditas pariwisata. Konsultan merumuskan dua inisiatif sebagai solusi atas permasalahan tersebut diatas. Inisiatif tersebut adalah perbaikan infrastruktur wisata , dan Kampanye: Kami Tunggu di Bandung Barat.

- **Revitalisasi Infrastuktur Wisata**

Menyesuaikan dengan perubahan preferensi wisatawan menjadi wisata di ruang terbuka, maka pemerintah Kabupaten Bandung Barat dapat meningkatkan kualitas wilayah terbuka yang ada dan yang potensial untuk dikembangkan. Pada penerapannya, tentunya perlu dilakukan protokol kesehatan yang berlaku agar meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk berkunjung ke tempat wisata.

Tabel 5. 5.Perbaikan Infrastruktur Wisata

Perbaikan Infrastruktur Wisata	
Tujuan	Sebagai upaya peningkatan atraksi wisata kepada masyarakat, melalui perbaikan dan penyediaan sarana-prasarana wisata.
Konsep	• Memetakan potensi-potensi wilayah terbuka di Kabupaten Bandung Barat dan merancang konsep pengembangan • Melakukan perbaikan infrastruktur pada wilayah terbuka di Kabupaten Bandung Barat • Mendorong pengelolaan rutin pada destinasi-destinasi wisata potensial
Target	Masyarakat umum dari dalam dan luar daerah Kabupaten Bandung Barat
Key Stakeholder	• Pelaku usaha sektor pariwisata • Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung Barat
Outcome	• Peningkatan ketertarikan masyarakat terhadap obyek wisata Kabupaten Bandung Barat yang terbarukan.

bappelitbangda

	• Ketersediaan materi promosi wisata baru dengan pembaruan destinasi tersebut.
Benchmark	Strategi Pemerintah dalam perbaikan infrastruktur pariwisata sebagai kunci peningkatan pariwisata di sejumlah daerah.

- **Kampanye: Diantosan Bandung Barat**

Kampanye ini merupakan upaya pendampingan kepada pengelola tempat wisata agar dapat menyesuaikan dengan minat dan keinginan konsumen dalam hal berwisata. Dengan memanfaatkan media sosial dan mengundang *influencer* akan menyebarluaskan informasi secaara masif dan dapat meyakinkan wisatawan untuk berkunjung.

Tabel 5. 6 Program Kampanye: Kami Tunggu di Bandung Barat

Kampanye: Kami Tunggu di Bandung Barat	
Tujuan	Sebagai upaya kampanye pariwisata Kabupaten Bandung Barat, dengan memaksimalkan peluang yang terbentuk dari pembatasan yang terjadi di masa pandemi.
Konsep	• Melakukan pendampingan dan *industry update* bagi pengelola destinasi wisata untuk membekali mereka dengan *trend* populer dan unsur nostalgia di media • Mengundang *social media influencer* untuk mengunjungi lokasi wisata atraktif di Kabupaten Bandung Barat untuk meningkatkan *awareness* • Memanfaatkan media digital pemerintah Kabupaten Bandung Barat dan mengisinya dengan konten aktivitas wisata di Kabupaten Bandung Barat
Target	• Wisatawan yang pernah berwisata di Kabupaten Bandung Barat. • Masyarakat yang belum belum pernah berwisata di Kabupaten Bandung Barat, namun memiliki keinginan.
Key Stakeholder	• Media nasional • Pelaku usaha sektor pariwisata • Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung Barat

bappelitbangda

Outcome	• Peningkatan ketertarikan masyarakat terhadap obyek wisata Kabupaten Bandung Barat yang unik, khas, dan spesifik. • Peningkatan kemampuan pengelolaan media maupun pemasaran bagi pelaku usaha pariwisata Kabupaten Bandung Barat
Benchmark	Kampanye Bali Kembali di masa pandemi Covid-19.

- **Optimalisasi Aset Pariwisata Bandung Barat**

A Gerakan atau ajakan kepada para Dinas terkait saat ingin melaksanakan rapat dengan pihak eksternal dan memerlukan akomodasi maka wajib menggunakan hotel, katering, dan sarana pendukung asli dari Kabupaten Bandung Barat. Hal ini akan mendukung perekonomian Kabpaten Bandung Barat secara langsung dengan massif akibat dukungan pemerintah.

Tabel 5. 7 Optimalisasi Aset Pariwisata Bandung Barat

Optimalisasi Aset Bandung Barat	
Tujuan	Sebagai Upaya untuk mendukung perekonomian Kabupaten Bandung Barat dengan mengoptimalisasi potensi yang dimiliki. Ini bisa menjadi pemicu ekonomi diawal dimana nantinya akan berdampak kepada aspek perekonomian yang lainnya seperti UMKM dsb
Konsep	• Menginstruksikan kepada ASN di Kabupaten Bandung Barat untuk memetakan hotel atau tempat pariwisata yang mampu dimanfaatkan untuk kegiatan Pemerintah Kabupaten Bandung Barat • Mengagendakan untuk rapat-rapat yang akan dating bertempat di hotel lokal di Kabupaten Bandung Barat • Mempertimbangkan untuk memilih aspek pariwisata yang kental dengan aspek local dan UMKM
Target	• SKPD yang akan melaksanakan rapat • Pelaku sector pariwisata di Kabupaten Bandung Barat.
Key Stakeholder	• PHRI / PUTRI • Pelaku usaha sektor pariwisata • Pemerintah Kabupaten Bandung Barat

bappelitbangda

Outcome	• Peningkatan pendapatan sector pariwisata • Peningkatan permintaan bagi sektor yang mendukung pariwisata seperti makanan, minuman dsb
Benchmark	40% APBD Mojokerto untuk UMKM

5.4 Action Plan: Rencana Aksi Sektor Ekonomi Kreatif

Berdasarkan pemaparan mengenai kondisi dan peluang pada Sektor ekonomi kreatif Bandung Barat, dapat diperoleh informasi bahwa kolaborasi dengan Pemerintah Pusat melalui KaTa Kreatif dan potensi budaya sunda merupakan dua aspek yang perlu didorong untuk meningkatkan sektor ekonomi kreatif. Konsultan merumuskan satu inisiatif sebagai solusi atas permasalahan tersebut diatas. Inisiatif tersebut adalah *creative economy hub*.

- **Creative Economy Hub – Saung Kreatif**

Ekonomi kreatif merupakan salah satu potensi yang besar untuk dikembangkan dimanapun daerahnya. Karena ekonomi kreatif bisa menjadi kegiatan pemantik sector lain agar terlihat menarik di masyarakat dalam dan luar daerah tersebut. Dengan mengidentifikasi asset kebudayaan yang dimiliki Bandung Barat dan masifnya kesadaran Pemerintah Pusat terhadap sector ekonomi kreatif, perlu dipertimbangkan inisiatif pembuatan *hub* yang dapat menghubungkan kegiatan ekonomi kreatif mulai dari segi edukasi (workshop) hingga pendampingan intensif (monitoring)

Tabel 5. 8 Creative Economy Hub

Creative Economy Hub	
Tujuan	Sebagai upaya untuk mengumpulkan kegiatan ekonomi kreatif yang mampu disalurkan kepada kegiatan ekonomi produktif lainnya
Konsep	• Membangun jejaring untuk para pelaku kegiatan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat • Menjadi salah satu tahap pertama untuk mengumpulkan informasi akan potensi kolaborasi yang bisa dilakukan oleh pelaku ekonomi kreatif kepada UMKM di Kabupaten Bandung Barat • Menjadi tempat edukasi masyarakat mengenai kapasitas ekonomi kreatif.

bappelitbangda

Target	Pelaku Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat, Komunitas, Masyarakat, Mahasiswa
Key Stakeholder	• Pemda Kabupaten Bandung Barat (Dinas Pariwisata) • Asosiasi Ekonomi Kreatif, KADIN
Outcome	• Meningkatnya kemampuan *softskill* dan *hardskill* ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat • Menjadi inisiasi aktvitas / kegiatan dalam ruang kolaborasi antar stakeholder • Memperluas pasar komoditas pertanian di Kabupaten Bandung Barat
Benchmark	Kode Creative Hub (Margonda Depok)

- ***Capacity Building*: Kelompok Ekonomi Kreatif**

Terbatasnya lahan pertanian di Kabupaten Bandung Barat membuat kelompok tani perlu menggunakan sumber daya yang ada dengan sebaik mungkin dan menciptakan efisiensi dalam produksi. Sehingga diperlukan kelompok tani yang memiliki kapabilitas mumpuni dan inovatif dalam setiap tahap proses produksi dan dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Tabel 5. 9 Program Capacity Building: Kelompok Ekonomi Kreatif

Capacity Building: Kelompok Ekonomi Kreatif	
Tujuan	Meningkatkan kapasitas SDM kelompok ekonomi kreatif untuk berkembang di Kabupaten Bandung Barat.
Konsep	• Memetakan kekuatan (potensi) beserta kelemahan kelompok ekonomi kreatif serta mengidentifikasi peluang dan alternatif solusi mengatasi masalah. • Menumbuh-kembangkan kelompok ekonomi kreatif melalui peningkatan fasilitasi bantuan dan akses permodalan • Meningkatkan kapasitas SDM melalui pendampingan dan pelatihan yang sesuai dengan perkembangan.
Target	Kelompok ekonomi kreatif
Key Stakeholder	• Lembaga atau perusahaan ekonomi kreatif • Pemda Kabupaten Bandung Barat

bappelitbangda

Outcome	• Meningkatnya kemampuan SDM • Meningkatkan kemungkinan kolaborasi antar sector dengan memanfaatkan SDM Kabupaten Bandung Barat.
Benchmark	Bekasi Creative Capacity Building 2020

5.5 Prioritisasi Inisiatif

5.5.1 Metode Penilaian Insiatif

Untuk menentukan inisiatif *action plan* mana yang dapat diprioritaskan, dilakukan pembobotan untuk masing-masing inisiatif program.

Tabel 5. 10 Penilaian Prioritas Inisiatif Program Rancangan Pemulihan

	Program	Immediate Impact (1-10)			Ease of Implementation (1-10)		
		Kontribusi	Cakupan Dampak	Rata-rata	Biaya	Kompleksitas	Rata-rata
1	Akselerator UMKM	7	8	**7.5**	9	8	**8.5**
2	UMKM Go Digital!	7	8	**7.5**	8	8	**8**
3	Pemasaran Komoditas Secara Kolektif	8	8	**8**	5	5	**5**
4	Capacity Building: Kelompok Tani	6	8	**7**	7	7	**7**
5	Perbaikan Infrastruktur Wisata	5	8	**6.5**	10	9	**9.5**
6	Kampanye Diantosan di Bandung Barat	9	7	**8**	5	5	**5**
7	Optimalisasi Aset Pariwisata Kabupaten Bandung Barat	9	8	**8.5**	5	3	**4**
8	Creative Economy Hub – Saung Kreatif	6	8	**7**	9	8	**8.5**
9	Capacity Building: Kelompok Ekonomi Kreatif	6	8	**7**	7	7	**7**

Dalam penentuan prioritas inisiatif, aspek penilaian terbagi menjadi 4 (empat) fokus, yaitu:

kappelitbangda

- **Kontribusi** yang mengacu pada seberapa besar dampak inisiatif terhadap pemulihan ekonomi pada sektor tersebut secara langsung
- **Cakupan Dampak** yang mengacu pada penilaian besaran lingkup tercapainya dampak. Apabila dampak yang ditimbulkan semakin luas, maka nilai akan semakin besar.
- **Biaya** mengacu pada besaran biaya yang dibutuhkan untuk mewujudkan inisiatif. Apabila biaya yang dibutuhkan semakin besar, maka nilai akan semakin rendah.
- **Kompleksitas** akan mengacu pada tingkat kerumitan pelaksanaan inisiatif. Apabila pihak yang terlibat serta prosedur yang dijalankan banyak, maka akan semakin rendah nilainya.

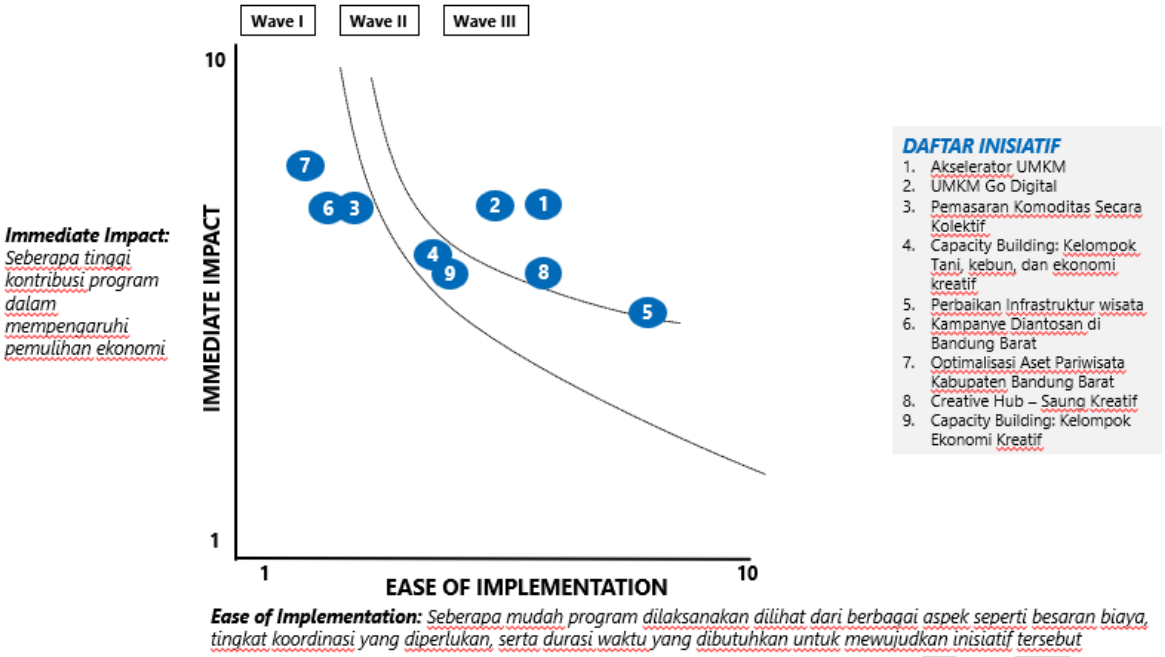
Berdasarkan tabel, dari segi *immediate impact* atau dampak langsung terhadap kampanye diantosan di Bandung Barat dan pemasaran komoditas secara kolektif. Sedangkan dari segi *ease of implementation*, inisiatif yang membutuhkan tingkat pelaksanaan yang cukup mudah untuk diimplementasikan adalah inisiatif yang sama yaitu terhadap kampanye diantosan di Bandung Barat dan pemasaran komoditas secara kolektif.

5.5.2 Matriks Prioritasi Inisiatif Program

Dari hasil perhitungan dan penyesuaian, dipetakan beberapa gelombang untuk menandakan program mana yang dapat dilaksanakan dalam waktu dekat hingga satu tahun ke depan. Prioritisasi gelombang ini menyesuaikan pada tingkat kesulitan penerapan serta biaya yang dikaitkan pada dampaknya terhadap pemulihan ekonomi di Kabupaten Bandung Barat. Dua sumbu pada grafik mengacu pada:

- ***Immediate Impact*** mengacu pada seberapa tinggi kontribusi program dalam mempengaruhi pemulihan ekonomi
- ***Ease of Implementation*** mengacu pada seberapa mudah program dilaksanakan dilihat dari berbagai aspek seperti besaran biaya, tingkat koordinasi yang diperlukan, serta durasi waktu yang dibutuhkan untuk mewujudkan inisiatif tersebut

bappelitbangda



Gambar 5. 2 Pemetaan Prioritas Inisitaif

Pada tabel diatas, program inisiatif Kabupaten Bandung Barat dikelompokkan menjadi 3 fase atau gelombang. Fase I yang dapat diimplementasikan dalam waktu dekat tersebut terdiri atas inisiatif yaitu Optimalisasi asset pariwisata Kabupaten Bandung barat, kampanye "diantosan di bandung" dan pemsaran komoditas unggulan secara kolektif.. Hal tersebut disebabkan karena ketiga inisiatif akan memiliki dampak langsung yang cukup signifikan, selain itu pelaksanaannya juga relatif mudah. Fase II terdiri atas inisiatif *capacity building* untuk kelompok pertanian, perkebunan, dan ekonomi kreatif. Sedangkan, pada Fase III inisiatif yang dilaksanakan akan relatif kompleks, seperti akselerator UMKM, UMKM Go Digital, perbaikan infrastruktur wisata dan *creative* hub – saung kreatif.

bappelitbangda

erikut timeline yang direkomendasikan berdasarkan prioritisasi inisiatif:

Tabel 5. 11 Timeline Prioritisasi

INITIATIVE	YEAR 1												YEAR 2											
Wave 1	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**
Kampanye Diantosan di Bandung Barat																								
Optimalisasi Aset Pariwisata Kabupaten Bandung Barat																								
Pemasaran Komoditas Secara Kolektif																								
Wave 2																								
Capacity Building: Kelompok Tani, dan kebun																								
Capacity Building: ekonomi kreatif																								
Wave 3																								
Akselerator UMKM																								
UMKM Go Digital																								
Creative Hub – Saung Kreatif																								
Perbaikan Infrastruktur wisata																								

BAB VI
PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Setelah menjalankan beberapa tahapan pada proyek ini, terdapat beberapa hasil kesimpulan yang diambil. Para *stakeholder* eksternal memiliki persepsi yang kurang lebih sama terhadap pembangunan di Kabupaten Bandung Barat dimana mereka masih merasa memiliki jarak antara Pemerintah dengan masyarakat. Selain itu, masih ada beberapa potensi yang dirasa masih bisa dikembangkan oleh Pemerintah Kabupaten Bandung Barat. Para *stakeholder* eksternal juga mengharapkan sinergitas dan kolaborasi dari Pemerintah dan pihak lain untuk memaksinalkan potensi dan sumber daya yang dimiliki dalam jangka pendek, menengah, dan panjang.

Melihat beberapa ekspektasi dari stakeholder, ada beberapa rencana kegiatan yang dirasa cukup mampu untuk menjawab ekspektasi dari stakeholder tersebut, dimana untuk masing masing rencana kegiatan akan dipetakan ke dalam 4 variabel penilaian untuk menentukan inisiatif mana yang mampu di prioritaskan, program inisiatif Kabupaten Bandung Barat dikelompokkan menjadi 3 fase atau gelombang. Fase I yang dapat diimplementasikan dalam waktu dekat tersebut terdiri atas inisiatif yaitu Optimalisasi asset pariwisata Kabupaten Bandung barat, kampanye “diantosan di bandung” dan pemsaran komoditas unggulan secara kolektif.. Hal tersebut disebabkan karena ketiga inisiatif akan memiliki dampak langsung yang cukup signifikan, selain itu pelaksanaannya juga relatif mudah. Fase II terdiri atas inisiatif *capacity building* untuk kelompok pertanian, perkebunan, dan ekonomi kreatif. Sedangkan, pada Fase III inisiatif yang dilaksanakan akan relatif kompleks, seperti akselerator UMKM, UMKM Go Digital, perbaikan infrastruktur wisata dan *creative* hub – saung kreatif.

bappelitbangda

DAFTAR PUSTAKA

Data Sekunder

Bank Indonesia. 2021. “Laporan Perekonomian Provinsi Jawa Barat”,

BPS Kabuapten Bandung Barat. 2020. “Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Bandung Barat 2020”.

Halim, H. The Worst Tourist Drop in Bandung. Media Pikiran Rakyat. www.pikiranrakyat.com/jawa barat, 2022

Juliana, dkk. 20201. *Study of Community Based Tourism in the District West Java. International Journal of Sustainable Development and Planning*

Kabupaten Bandung Barat. 2018. “Rancangan RPJMD Perubahan Kabupaten Bandung Barat”

Santia, Tira. 2021. “Kadin Sebut Digitalisasi Kunci UMKM Bisa Bertahan di Tengah Pandemi”,

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2020 Tentang RPJMN

https://jabarprov.go.id/index.php/potensi_daerah/detail/173/2 diakses pada tanggal 1 April 2022

https://ldfebui.org/penelitian/ringkasan-penelitian/peran-ekosistem-gojek-di-ekonomi-indonesia-saat-dan-sebelum-pandemi-covid-19/ diakses tanggal 5 April 2022

https://www.google.com/url?q=https://tumoutounews.com/2018/04/29/peluang-bisnis-di-kota-bandung-sektor perdagangan/&sa=D&source=editors&ust=1649170786070414&usg=AOvVaw2dOcitfJWnLaVETemm8yeI diakses pada tanggal 5 April 2022

https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/36180/1/JULITA%20DWI%20LESTARI-FEB.pdf diakses pada tanggal 5 April 2022

https://www.merdeka.com/uang/kadin-sebut-digitalisasi-kunci-umkm-bisa-bertahan-di-tengah-pandemi.html diakses pada tanggal 5 April 2022

https://www.republika.co.id/berita/r9budk327/mojokerto-siap-implementasikan-40-persen-belanja-apbd-untuk-umkm diakses pada tanggal 5 April 2022

https://tabloidsinartani.com/detail/indeks/pangan/18434-Tiga-Kecamatan-Bandung-Barat-Lokasi-OPIP diakses pada tanggal 8 April 2022

bappelitbangda

https://bandungkita.id/2021/07/07/pemda-kbb-gandeng-unpad-rumuskan-konsep-pengembangan-agrowisata-kelas-dunia-di-bandung-barat/ diakses pada tanggal 8 April 2022

Data Primer

Markplus Focus Group Discussion, 2021

bappelitbangda