



Strategi Optimalisasi *Smart Economy* Dalam Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kota Bandung

Hariyatna Syaeful Umam¹, Ade Yunita Mafruhah^{2*}

^{1,2}Universitas Islam Bandung Indonesia

*Penulis Koresponden, email: ade.yunita.mafruhah@unisba.ac.id

Diterima: 14-08-2022

Disetujui: 15-10-2022

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana optimalisasi *smart economy* dalam pemberdayaan UMKM guna peningkatan daya saing UMKM di Kota Bandung. Jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini pemerintah Kota Bandung sudah memiliki strategi dalam mengoptimalkan *smart economy* dalam pemberdayaan UMKM dengan baik dilihat dengan ada banyak pelaku UMKM yang sudah ikut andil dalam pelaksanaan program *smart economy*. Melalui analisis SWOT, kuadran I menunjukkan posisi strategi optimalisasi UMKM dan pada posisi tersebut digunakan strategi S-O yaitu memanfaatkan *image* Kota Bandung sebagai kota dengan ekonomi cerdas dan dukungan pemerintah guna meningkatkan daya saing UMKM.

Kata Kunci: *Smart Economy*, Strategi Optimalisasi, UMKM

Abstract

The purpose of this study is to analyze how to optimize the smart economy in empowering MSMEs in order to increase MSMEs competitiveness in the city of Bandung. The type of research used is descriptive research with a qualitative approach. The results of this study, the Bandung City government already has a strategy in optimizing the smart economy in empowering MSMEs, it is well seen that there are many actors who have taken part in the implementation of the smart economy program. Through a SWOT analysis, quadrant I shows the position of the MSMEs optimization strategy and the S-O strategy position is used, namely utilizing the image of the City of Bandung as a city with smart economy and government support to increase the competitiveness of MSMEs.

Keywords: Smart Economy, Optimization Strategy, MSMEs

Pendahuluan

Hadirnya teknologi informasi dan komunikasi telah memungkinkan pengembangan kota menjadi kota cerdas (*smart city*). Dengan teknologi yang diterapkan pada *smart city*, berbagai potensi dapat dikembangkan agar terintegrasi sehingga dalam memanfaatkan sumber daya yang ada secara efektif dan efisien. Seperti halnya pada negara Eropa yang telah lebih dulu membuat

langkah signifikan dalam mendukung penerapan *smart city* dengan melibatkan sistem teknologi mereka yang sudah canggih. Berbeda dengan Indonesia yang masih memiliki permasalahan lain dalam anggapan penerapan *smart city* seperti asumsi investasi yang cukup besar hingga sumber daya manusia yang dianggap langka.

Dalam beberapa tahun terakhir, istilah *smart city* menjadi sangat populer di kalangan penduduk, baik melalui media cetak atau juga melalui media sosial. Sebagian kota dan wilayah di Indonesia pun telah memasukkan konsep *smart city* dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD). Aspek utama dalam membangun *smart city* yaitu manajemen cerdas, teknologi cerdas, infrastruktur cerdas, perawatan kesehatan cerdas, mobilitas cerdas, bangunan cerdas, energy cerdas, serta warga cerdas (Frost dan Sullivan 2014).

Salah satu karakteristik *smart city* yang dijelaskan oleh (Giffinger 2007) melalui salah satu tulisannya tentang *smart city* di sejumlah kota besar di Eropa yang dimana dapat menggambarkan kemampuan kota dalam mengelola potensinya dalam menyelesaikan dalam suatu masalah yaitu *smart economy*. *Smart economy* merupakan salah satu cara yang dilakukan dalam mengelola bidang ekonomi dengan cerdas yang dimana bertujuan guna mewujudkan ekosistem di bidang ekonomi pada daerah yang menghadapi tantangan pada masa disrupsi yang menuntut kecepatan dalam beradaptasi.

Smart economy memiliki strategi yang berfokus pada lingkungan industri yang sinergis dan kreatif, saling ketergantungan serta saling memberikan keuntungan baik dalam hal promosi, produksi, bahkan dalam hal transaksi keuangan, dan suasana yang kondusif agar dapat menaikkan tingkat kesejahteraan masyarakat.

Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Kata strategi secara etimologi berasal dari bahasa Yunani yaitu “*strato*” yang artinya pasukan dan “*agenis*” yang artinya pemimpin. Jadi strategi berarti hal yang berhubungan dengan pasukan perang (Zamrodah 2016). Fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif (Sofjan Assauri 2018).

Dalam rangka menciptakan sistem perkotaan maju dan berbasis teknologi, Pemerintah Kota Bandung tengah mengembangkan suatu konsep yang diberi nama “*Bandung Smart City*”. Kota Bandung adalah kota terbesar ketiga di Indonesia, di bawah Jakarta dan Surabaya (Putri et al. 2022). Mengacu pada Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 1470 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Bandung Kota Cerdas (*Master Plan Bandung Smart City*) periode 2018-2023, bahwa dalam penggunaan teknologi mampu mendorong kemajuan kota khususnya daerah Kota Bandung dengan pemerintahan yang lebih efektif dan transparan. Dengan adanya sistem pelayanan publik berbasis teknologi, Kota Bandung dapat secara *realtime* memantau kondisi kotanya dan mampu mengoptimalisasikan pemecahan masalah publik.

Menurut (Winardi 1989), Optimalisasi adalah ukuran yang menyebabkan tercapainya tujuan sedangkan jika dipandang dari sudut usaha, Optimalisasi adalah usaha memaksimalkan kegiatan sehingga mewujudkan keuntungan yang diinginkan atau dikehendaki. Dari uraian tersebut diketahui bahwa optimalisasi hanya dapat diwujudkan apabila dalam perwujudannya secara efektif dan efisien.

Melalui penerapan *smart economy* Kota Bandung menciptakan portal wirausaha yang menampilkan berbagai macam UMKM yang ada di Kota Bandung sehingga para wirausahawan dapat berpartisipasi dalam program yang telah disediakan oleh Pemerintah Kota Bandung. Selain itu terdapat program dalam pemanfaatan teknologi digital untuk memacu produktivitas dan daya saing bagi industri kecil dan menengah dengan program *e-smart* dari kementerian perindustrian. Maka dari itu secara umum penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana optimalisasi *smart economy* dalam pemberdayaan UMKM guna peningkatan daya saing UMKM di Kota Bandung sehingga manfaat penelitian diharapkan dapat menambah literatur di bidang ekonomi dan sebagai referensi penelitian selanjutnya.

Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif dengan pendekatan secara kualitatif. Teknik pengumpulan data

dilakukan melalui wawancara dengan daftar pertanyaan kepada informan didukung penelusuran data sekunder terkait dengan permasalahan penelitian. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis SWOT dengan pendekatan kualitatif yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Menurut (Kotler dan Armstrong 2008), SWOT adalah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Pada studi dengan alat bantu SWOT dinilai dapat membantu mengoptimalkan kekuatan dan kemungkinan serta dapat mengurangi kerentanan dan risiko.

Matriks SWOT merupakan alat dalam menyusun faktor-faktor strategis dalam pengembangan suatu wilayah. Matriks SWOT juga dapat menjelaskan peluang serta ancaman yang akan dihadapi dan dapat disesuaikan dengan kekuatan serta kelemahan yang dimiliki sehingga matriks SWOT menghasilkan empat strategis dalam kemungkinan alternatif strategis. Matriks SWOT menjadi alat dalam mengembangkan strategi yang terdiri dari, strategi S-O (*Strengths-Opportunities*) adalah strategi yang digunakan dengan memanfaatkan dan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan berbagai peluang. Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*) adalah strategi yang digunakan dengan maksimal untuk meminimalisir kelemahan yang ada demi memanfaatkan berbagai peluang yang ada. Strategi S-T (*Strengths-Threats*) adalah strategi yang digunakan untuk memanfaatkan dan mengoptimalkan kekuatan untuk mengurangi berbagai ancaman. Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*) adalah strategi yang digunakan untuk mengurangi kelemahan untuk meminimalisir dan menghindari ancaman.

Tabel 1
Standar Matriks Kombinasi SWOT

IFAS EFAS	<i>Strengths</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)
<i>Opportunities</i> (Peluang) Faktor-faktor peluang eksternal.	faktor-faktor kekuatan internal. Strategi (S-O) Ciptakan strategi yang	faktor-faktor kelemahan internal Strategi (W-O) Ciptakan strategi yang

	menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
(Ancaman) Faktor-faktor kekuatan internal.	Strategi (S-T) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi (W-T) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Hasil dan Pembahasan

Bandung *Smart Economy*

Bandung *smart city* adalah kota yang berfungsi secara maksimal dalam mengelola berbagai sumber daya kota secara efektif dan efisien untuk menyelesaikan berbagai tantangan dan problematika kota menggunakan solusi inovatif, terintegrasi dan berkelanjutan dimana teknologi menjadi pendorong terciptanya solusi tersebut ditopang infrastruktur yang kuat dan sumber daya manusia yang siap untuk memberikan layanan kota yang dapat meningkatkan kualitas hidup warganya menuju kota Bandung yang nyaman dan dicintai. Dalam optimalisasi dan strategi implementasi *smart city* Kota Bandung terdapat indikator pendukung dalam mewujudkan *smart city*, yaitu : *smart economy*, *smart mobility*, *smart environment*, *smart people*, *smart living*, dan *smart governance*.

Smart economy dapat juga memiliki arti tingkat perekonomian yang baik, memanfaatkan sumber daya dan potensi alam yang dimiliki kota tersebut secara efisien dan efektif pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat pembangunan di suatu daerah pada periode waktu tertentu sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat secara umum (Hasibuan dan Sulaiman 2019). *Smart economy* pada *smart city* Kota Bandung guna mewujudkan ekosistem yang mendukung aktivitas ekonomi masyarakat yang selaras dengan sektor ekonomi unggulan daerah yang adaptif terhadap perubahan di era informasi saat ini serta meningkatkan *financial literacy* masyarakat melalui berbagai program yang diantaranya dapat mewujudkan *less-cash society*. Dengan sasaran yaitu

ekosistem industri, peningkatan kesejahteraan masyarakat dan ekosistem transaksi keuangan.

Menurut (Sari et al. 2020), terdapat indikator yang ada pada *smart economy* yaitu ; Pertama kewirausahaan dan inovasi (*entrepreneurship and innovation*). Inovasi meningkatkan keberlanjutan dan ketahanan masyarakat dalam lingkungan smart (Anttiroiko, Valkama, dan Bailey 2014). Selanjutnya kedua vitalitas dan perencanaan ekonomi (*economic vitality and planning*). Dimensi ekonomi menekankan bahwa suatu *smart city* dapat berkembang selaras dengan pertumbuhan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Mohanty, S.P., Choppali, U. and Kougianos 2016); Teknologi mentransformasi kegiatan perekonomian (Soon-Yong Choi 2000); Dimensi ekonomi memerlukan pengoptimalan dan pengintegrasian manajemen, durasi dan ketersediaan tertentu, insentif terhadap inovasi dan target efisiensi (Mattoni, B. 2015).

Ketiga yaitu produktivitas (*productivity*) yaitu peningkatan produktivitas dalam layanan *smart city* dapat meningkatkan kesejahteraan (Ari-Veikko Anttiroiko, Pekka Valkama 2013). Dengan sistem transportasi yang cerdas dari kota pintar dapat menciptakan produktivitas perusahaan manufaktur yang sangat efektif, berorientasi permintaan, dan lebih tinggi (M. Lom, O. Pribyl 2016).

Analisis Strategi Optimalisasi Smart Economy pada UMKM Kota Bandung

Salah satu permasalahan dari *smart economy* khususnya di kota Bandung yaitu dalam membangun ekosistem UMKM yang berdaya saing atau pengembangan kewirausahaan. Dalam pengembangan *smart city* bandung konsep BSC telah dikembangkan sebagai model awal dari pengembangan Bandung *smart city*. Salah satu dari model 6 target yang telah ditentukan sebagai strategi pengembangan *smart city* kota Bandung yaitu *smart economy* (Kurniawan dan Andiyani 2021).

Indikator tersebut didukung oleh potensi kota Bandung dalam bidang ekonomi kreatif berbasis UMKM. Jenis barang produksi di Kota Bandung banyak yang menunjukkan ciri khas dari Kota Bandung seperti sepatu Cibaduyut, kaos distro, *sneakers* hingga tas dan aksesoris. Ciri khas tersebut

tentu saja dapat digunakan sebagai *city branding* Kota Bandung. Penerapan *smart economy* harus dapat mewujudkan ekosistem ekonomi yang mampu menghadapi tantangan di era disrupsi informasi dan menuntut adaptasi yang cepat setiap (Bandung Smart City 2022).

Terdapat indikator dalam pengembangan *smart economy*. Pertama, *city branding* merupakan cara yang dilakukan pengelola (pemerintah) membuat nama, logo atau apapun yang memberikan identifikasi berupa ciri khas potensi suatu daerah. *City branding* di Indonesia semakin di dukung dengan adanya otonomi daerah yang memberikan keleluasaan bagi pemerintah daerah untuk mengelola segala potensi di daerahnya masing-masing. Dampak otonomi daerah juga dirasakan oleh Kota Bandung. Kota Bandung terkenal dengan ekonomi kreatifnya (Eka Surya Pratiwi 2019).

Kedua, pengembangan *e-commerce*. *E-commerce* atau lebih dikenal dengan jual-beli *online* semakin berkembang pesat bersamaan dengan perkembangan revolusi industri 4.0. Indonesia sebagai negara peringkat 4 penggunaan *smartphone* terbanyak juga turut meramaikan *e-commerce* global (Fischer dan Jasny 2017). Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia diharapkan semakin baik diiringi oleh peningkatan kualitas produksi dalam negeri sehingga dapat membuka pasar global untuk memasarkan produk lokal.

Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Analisis faktor strategi internal adalah dengan menyusun tabel IFAS (*Internal Factor Analysis System*) untuk melakukan penilaian yang lebih konkret terhadap strategi optimalisasi *smart economy* dalam peningkatan daya saing UMKM di Kota Bandung dilihat dari unsur kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Dari hasil identifikasi diperoleh hasil perhitungan tabel IFAS sebagai berikut.

Tabel 2

Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Strenght (Kekuatan)	Bobot	Rating	Skor
Umkm menjadi jenis usaha yang mendominasi di Kota Bandung	0.06	0.08	3.7
Kota Bandung memiliki <i>image</i> sebagai <i>smart economy</i>	0.06	0.09	4.0

Program yang ada di <i>smart economy</i> mempunyai potensi dalam pengembangan UMKM	0.05	0.08	3.7
UMKM terbantu dengan media <i>online shop</i> khusus pada program <i>smart economy</i>	0.05	0.06	3.0
Masyarakat mendukung program pemerintah terkait <i>smart economy</i>	0.05	0.08	3.7
Kualitas UMKM yang baik dalam menunjang kelangsungan program <i>smart economy</i>	0.05	0.09	4.0
Pengelolaan program <i>smart economy</i> terkait peningkatan daya saing UMKM berjalan dengan baik	0.05	0.07	3.3
<i>Smart economy</i> (ekonomi cerdas) menjadi penguat UMKM	0.05	0.09	4.0
Strenght (Kekuatan)	Bobot	Rating	Skor
Program yang ada pada <i>smart economy</i> telah diterapkan oleh UMKM	0.06	0.08	3.7
Sub Total	0.71		2.61
Weakness (Kelemahan)	Bobot	Rating	Skor
Apakah terdapat kesenjangan daya saing yang tinggi antara UMKM ?	0.04	1.7	0.06
Terdapat rendahnya inovasi <i>smart economy</i> dalam peningkatan daya saing UMKM Kota Bandung	0.04	2.0	0.09
Layanan publik terkait <i>smart economy</i> belum terintegratif	0.04	2.0	0.09
Kurangnya jumlah UMKM yang mengikuti program <i>smart economy</i> Kota Bandung	0.05	3.0	0.14
Belum adanya aplikasi yang dapat mendukung daya saing UMKM pada program <i>smart economy</i>	0.06	4.0	0.25
Pemahaman masyarakat terkait program <i>smart economy</i> (ekonomi cerdas)	0.02	1.0	0.02
Koordinasi antara pemerintah dan UMKM yang masih terbatas	0.04	2.0	0.09
Dana operasional yang masih minim	0.04	1.7	0.06
Sub Total	0.29		0.52
TOTAL			3.13

Dari hasil analisis pada tabel IFAS didapatkan faktor kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) yang memiliki skor total 3,13. Faktor kekuatan terbesar adalah Kota Bandung memiliki *image* yang kuat sebagai *smart economy* (ekonomi cerdas) dan kualitas SDM atau UMKM di Kota Bandung sangat baik dalam menunjang kelangsungan program *smart economy* serta *smart economy* yang menjadi penguat para pelaku UMKM.

Maka dari itu hal tersebut bisa menjadi suatu kekuatan dalam keberlangsungan program pemerintah terkait *smart economy* yang dimana Kota

Bandung telah dikenal sebagai kota dengan ekonomi yang cerdas serta di dukung oleh UMKM yang kompeten. Sedangkan yang menjadi faktor kelemahan terbesar adalah pemahaman masyarakat dalam terkait program *smart economy* (ekonomi cerdas) dikarenakan tidak semua masyarakat dapat mendengar atau mendapatkan informasi mengenai program *smart economy* yang mungkin bisa terjadi karena kurangnya pengetahuan dalam penggunaan teknologi.

External Factor Analysis Summary (EFAS)

Analisis matriks EFAS yaitu suatu matriks yang menggambarkan susunan daftar faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja suatu organisasi atau perusahaan. Yang termasuk faktor eksternal adalah peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Berikut merupakan hasil identifikasi diperoleh hasil perhitungan tabel EFAS sebagai berikut.

Tabel 3
External Factor Analysis Summary (EFAS)

Peluang (Opportunities)	Bobot	Rating	Skor
Terdapat perkembangan teknologi dan media sosial	0.09	3.3	0.29
Terdapat dukungan pemerintah untuk kegiatan <i>smart economy</i> dalam meningkatkan daya saing UMKM	0.10	4.0	0.42
Terdapat potensi pasar yang besar	0.10	4.0	0.42
Semakin banyaknya masyarakat yang berkontribusi pada UMKM	0.09	3.3	0.29
Adanya bantuan dana dari pemerintah dan investasi dari masyarakat untuk modal usaha	0.08	3.0	0.23
Terdapat pelatihan dalam menunjang UMKM memiliki daya saing yang kuat pada program <i>smart economy</i>	0.08	3.0	0.23
Adanya investor yang tertarik dalam kerja sama	0.09	3.3	0.29
Bekerja sama dengan negara lain dalam mempromosikan produk UMKM di luar negeri	0.08	3.0	0.23
Sub Total	0.70		2.41
Ancaman (Threats)	Bobot	Rating	Skor
Kondisi ekonomi pemerintah yang tidak stabil	0.04	1.7	0.07
Kebijakan pemerintah dalam menaikkan pajak produk	0.03	1.3	0.05
Kurangnya pemanfaatan sistem dan aplikasi yang ada	0.03	1.0	0.03
Biaya pembuatan dan pengembangan aplikasi penunjang UMKM	0.03	1.3	0.05

Terhambatnya implementasi kebijakan <i>smart economy</i> kepada pihak terkait	0.03	1.0	0.03
Kurangnya penyebaran informasi terkait sistem aplikasi pada <i>smart economy</i>	0.03	1.0	0.03
Layanan internet bagi masyarakat juga belum merata dan optimal	0.05	2.0	0.10
Sub Total	0.30		0.45
TOTAL			2.86

Dari hasil analisis pada tabel EFAS didapatkan faktor peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*) yang memiliki skor total 2,86. Faktor peluang terbesar adalah dengan adanya dukungan dari pemerintah guna menjalankan kegiatan *smart economy* dalam meningkatkan daya saing UMKM. Banyaknya pelaku UMKM yang ada di Kota Bandung membuat pemerintah untuk membuat suatu inovasi dalam meningkatkan ekonomi Kota Bandung yang cerdas dan cara sederhana yang sangat diperlukan yaitu dukungan penuh oleh pemerintah agar dapat terlaksananya Kota Bandung menjadi kota yang *smart economy*. Sedangkan yang menjadi faktor ancaman terbesar adalah Layanan internet bagi masyarakat juga belum merata dan optimal dengan total skor 0.18. Hal tersebut dapat menjadi ancaman dikarenakan banyak juga UMKM yang berasal dari daerah kabupaten atau dalam akses internet ataupun teknologi yang belum merata. Jadi para UMKM tersebut menjadi tidak *up to date* dalam permasalahan *smart economy* yang dimana dapat menunjang usaha mereka.

Matriks SWOT

Setelah menganalisis IFAS dan EFAS serta perhitungan skor dan penentuan posisi kuadran, kemudian melakukan alternatif – alternatif strategi menggunakan matriks SWOT dengan menentukan faktor – faktor internal dan eksternal yang paling strategis sebagai berikut :

Tabel 4

Matriks SWOT strategi optimalisasi *smart economy* dalam peningkatan daya saing UMKM di Kota Bandung

Internal	Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
	1.Kota Bandung memiliki <i>image</i> yang kuat sebagai <i>smart economy</i> (ekonomi cerdas).	1.Masih terdapat rendahnya inovasi <i>smart economy</i> (ekonomi cerdas) dalam peningkatan

Eksternal	2.Kualitas SDM atau UMKM di Kota Bandung sangat baik dalam menunjang kelangsungan program <i>smart economy</i> (ekonomi cerdas). 3.Masyarakat mendukung penuh program pemerintah terkait <i>smart economy</i> (ekonomi cerdas).	daya saing UMKM Kota Bandung 2.Pemahaman masyarakat dalam terkait program <i>smart economy</i> (ekonomi cerdas). 3.Belum adanya aplikasi yang dapat mendukung daya saing UMKM dalam program <i>smart economy</i> (ekonomi cerdas).
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Strategi SO	Strategi WO
1.Adanya dukungan dari pemerintah untuk kegiatan <i>smart economy</i> (ekonomi cerdas) dalam meningkatkan daya saing UMKM. 2.Adanya perkembangan teknologi dan media sosial. 3.Semakin banyaknya masyarakat yang berkontribusi pada UMKM.	1.Memanfaatkan <i>image</i> Kota Bandung sebagai kota dengan ekonomi cerdas dan dukungan pemerintah guna meningkatkan daya saing UMKM. 2.Memanfaatkan system teknologi dan media sosial dalam pemasaran UMKM dalam menunjang program <i>smart economy</i> . 3.Menjalin kerjasama dan kemitraan dengan daerah yang memiliki sektor ekonomi kreatif yang sudah maju.	1.Memfasilitasi para pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing UMKM. 2.Melaksanakan program pelatihan branding dan pembuatan aplikasi penunjang UMKM.
Ancaman (<i>Threats</i>)	Strategi ST	Strategi WT
1.Layanan internet bagi masyarakat juga belum merata dan optimal. 2.Sosialisasi yang belum merata mengakibatkan terhambatnya pengimplementasian kebijakan <i>smart economy</i> (ekonomi cerdas) kepada masyarakat serta pihak-pihak yang terkait. 3.Kurangnya kesiapan pelaku UMKM dalam program <i>smart economy</i>	1.Meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas SDM serta sosialisasi terhadap kebijakan <i>smart economy</i> 2.Mengoptimalkan pemasaran serta program terkait <i>smart economy</i> guna peningkatan daya saing UMKM yang lebih maju	1.Meningkatkan desain produk yang menarik. 2.Meningkatkan sosialisasi program <i>smart economy</i> dan kesiapan UMKM dalam pemasaran.

(ekonomi cerdas) guna peningkatan daya saing.		
---	--	--

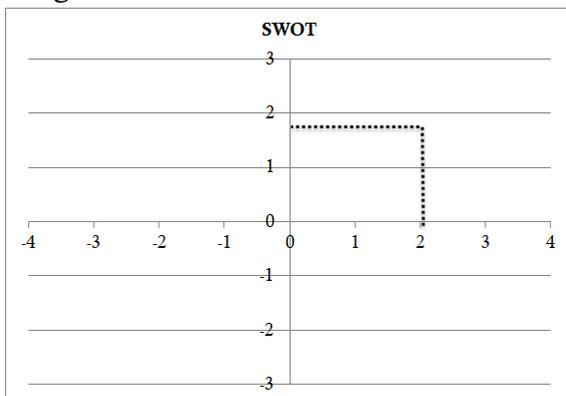
Perhitungan dan Penentuan Posisi Diagram Analisis SWOT strategi optimalisasi *smart economy* dalam peningkatan daya saing UMKM di Kota Bandung pada tahap perhitungan dan penentuan diagram SWOT ini bertujuan untuk mengetahui posisi kuadran dan menentukan strategi apa yang tepat agar dapat diterapkan pada UMKM sesuai analisis yang dilakukan sebelumnya. Dari hasil analisis tabel IFAS dan EFAS diketahui nilai skor sebagai berikut :

Tabel 5
Perhitungan Skor Internal dan Eksternal SWOT

IFAS	3.13	EFAS	2,86
Total Skor Kekuatan	2.61	Total Skor Peluang	2.41
Total Skor Kelemahan	0.52	Total Skor Ancaman	0.45
$X = S - W$	2.09	$Y = O - T$	1.96

Dari perhitungan diatas diketahui skor kekuatan lebih besar dibandingkan skor kelemahan yaitu dengan selisih 2.09 dan skor peluang lebih besar dibandingkan dengan skor ancaman dengan selisih 1.96. Maka dari hasil perhitungan skor ini diperoleh gambaran ke dalam diagram analisis SWOT sebagai berikut:

Gambar 3
Diagram Analisis SWOT



Berdasarkan keempat strategi yaitu SO, ST, WO, dan WT, strategi yang bisa diterapkan pada strategi optimalisasi *smart economy* dalam peningkatan daya saing UMKM di Kota Bandung yaitu dengan strategi S-O (*Strenght-Opportunity*). Pada titik koordinat tersebut berada pada kuadran I yang membuktikan bahwa dengan kekuatan yang dimiliki dapat menangkap peluang yang ada.

Penutup

Berdasarkan hasil analisis bahwa *smart economy* menjadi salah satu dimensi di *Smart City* karena di era informasi seperti sekarang ini, pergerakan ekonomi menjadi kunci penting dalam kemajuan sebuah kota. Namun juga harus mampu menarik partisipasi masyarakat baik dari dalam maupun luar kota, serta para pelaku bisnis dan investor agar membantu percepatan pembangunan perkotaan. Ekonomi cerdas adalah praktik inovatif dan kreatif dari pemerintah kota. Tujuannya adalah untuk mewujudkan ekosistem ekonomi di wilayah yang dapat menjawab tantangan era informasi yang kompetitif dan menuntut cepat beradaptasi. Analisis SWOT menyimpulkan bahwa hasil kuesioner terkait *smart economy* memiliki strategi perencanaan S-O, yaitu strategi yang mengedepankan kekuatan yang dimiliki untuk menangkap peluang yang ada.

Rekomendasi serta saran yang perlu diperhatikan untuk mewujudkan *smart economy* Kota Bandung yaitu penyelarasan kebijakan dan strategi *Bandung Smart City*. Penyelarasan kebijakan dan strategi *Bandung Smart City* dilakukan melalui sinkronisasi, harmonisasi, dan sinergi kebijakan Kota Bandung. Selain itu penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi perencanaan terhadap penerapan konsep *smart economy*. Bagi akademisi yang ingin melakukan penelitian disarankan untuk menggali informasi lebih mendalam mengenai *Bandung Smart Economy* serta menambah variabel lain dalam mendukung *smart economy* di Kota Bandung.

Daftar Pustaka

- Anttiroiko, Ari Veikko, Pekka Valkama, dan Stephen J. Bailey. 2014. "Smart cities in the new service economy: Building platforms for smart services." *AI and Society* 29(3):323–34. doi: 10.1007/s00146-013-0464-0.
- Ari-Veikko Anttiroiko, Pekka Valkama, Stephen J. Bailey. 2013. "Smart cities in the new service economy: building platformsfor smart services." *School of Management, University of Tampere*. doi: 10.1007/s00146-013-0464-0.
- Bandung Smart City. 2022. *SMART CITY*. Bandung.
- Eka Surya Pratiwi. 2019. "Kajian Konsep City Branding Kota Pekan Baru." 3:103–11.
- Fischer, A. Paige, dan Lorien Jasny. 2017. "Capacity to adapt to environmental change: Evidence from a network of organizations concerned with increasing wildfire risk." *Ecology and Society* 22(1). doi: 10.5751/ES-08867-

- 220123.
- Frost, Laura A., dan Dan L. Sullivan. 2014. "Smart Cities - Frost & Sullivan Value Proposition." *Smart Cities - Frost & Sullivan Value Proposition* 3(3):4.
- Giffinger, R. 2007. "Smart cities Ranking of European medium-sized cities." *Research Institute for Housing, Urban and Mobility Services* 16(October):1–24.
- Hasibuan, Abdurrozzaq, dan oris kianto Sulaiman. 2019. "Smart City, Konsep Kota Cerdas Sebagai Alternatif Penyelesaian Masalah Perkotaan Kabupaten/Kota." *Buletinutama Teknik* 14(2):127–35.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2008. "Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1." *Manajemen Pemasaran* 7:1835.
- Kurniawan, Mohamad Aghust, dan Andiyan Andiyan. 2021. "Disrupsi Teknologi Pada Konsep Smart City: Analisa Smart Society Dengan Konstruksi Konsep Society 5.0." *Jurnal Arsitektur Archicentre* 4(2):103–10.
- M. Lom, O. Přibyl, M. Stivek. 2016. "Industry 4.0 as a part of smart cities." *Smart Cities Symposium Prague (SCSP)* (Industry 4.0 as a part of smart cities):1–6. doi: 10.1109/SCSP.2016.7501015.
- Mattoni, B., Franco Gugliermetti and Fabio Bisegna. 2015. "Sustainable Cities and Society." *international journal focusing on fundamental* 105-119. doi: 10.1016/J.SCS.2014.12.002.
- Mohanty, S.P., Choppali, U. and Kougianos, E. 2016. "No Title." *Everything You Wanted to Know about Smart Cities: The Internet of Things Is the Backbone* IEEE Consu:60–70. doi: <https://doi.org/10.1109/MCE.2016.2556879>.
- Putri, Syifa, Nur Azizah, Liliani Sumarni Pratiwi, Ima Amaliah, dan Freska Fitriyana. 2022. "Sanitasi Dan Kepadatan Penduduk Sebagai Dinamika Kemiskinan Kota Studi Kasus Provinsi Jawa Barat." *Nuansa Akademik: Jurnal Pembangunan Masyarakat* 7(1):55–70. doi: 10.47200/JNAJPM.V7I1.1148.
- Sari, Diana, C. Suprpti Dwi Takariani, Didit Praditya, dan Lia Puspitasari. 2020. "Analisis Strategis Kabupaten Subang Menuju Smart City." *Jurnal Penelitian Komunikasi* 23(2):181–98. doi: 10.20422/jpk.v2i23.726.
- Sofjan Assauri. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1, c. JAKARTA: Rajawali Pers.
- Soon-Yong Choi, Andrew B. Whinston. 2000. *The Internet Economy: Technology and Practice*. United States: Smartecon.Com.
- Winardi. 1989. "Perencanaan dan Pengawasan Dalam Bidang Manajemen." Hal. 491–98 in *Manajemen Perencanaan*. Jakarta: Mandar Maju.
- Zamrodah, Yuhanin. 2016. *Manajemen Strategis*. Vol. 15. Edisi 12. diedit oleh Dono Sunardi. Jakarta Salemba Empat.