

Optimalisasi Smart Economy dalam Kenaikan Daya Saing UMKM Kota Bandung

Hariyatna Syaeful Umam^{*}, Ade Yunita Mafruhah

Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

^{*} hariyatnasyaefulumam@gmail.com, ade.yunita.mafruhah@unisba.ac.id

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, Strategy, MSMEs.*

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, UMKMI.*

A. 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 and 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.

Kota Bandung merupakan salah satu kota di Indonesia yang turut serta dalam mewujudkan *smart economy*. Dalam mendukung *smart economy* pemerintah 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.

B. Metodologi Penelitian

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 and 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 menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	faktor-faktor kelemahan internal Strategi (W-O) Ciptakan strategi Yang 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.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran Umum Bandung *Smart City*

Berikut 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*.

Bandung *Smart Economy*

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 and 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, and 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 and Andiyan 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 and 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). 2.Kualitas SDM atau UMKM di Kota Bandung sangat baik dalam menunjang	1.Masih terdapat rendahnya inovasi <i>smart economy</i> (ekonomi cerdas) dalam peningkatan daya saing UMKM Kota Bandung

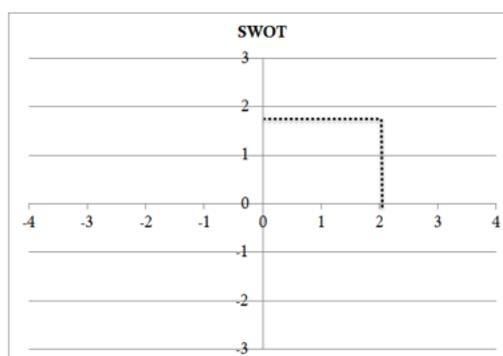
Eksternal	kelangsungan program <i>smart economy</i> (ekonomi cerdas). 3.Masyarakat mendukung penuh program pemerintah terkait <i>smart economy</i> (ekonomi cerdas).	2.Pemahaman masyarakat dalam terkait program <i>smart economy</i> (ekonomi cerdas). 3.Belum adanya aplikasi yang dapat mendukung daya saing 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> (ekonomi cerdas) guna peningkatan daya saing.	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.

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*) karena pada titik koordinat tersebut berada pada kuadran I yang membuktikan bahwa dengan kekuatan yang dimiliki dapat menangkap peluang yang ada.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. *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.
2. 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.
3. 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.

Acknowledge

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Ade Yunita Mafruhah, SE., M.Soc.Sc yang telah membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan penelitian ini. Para Pegawai Dinas KUKM Kota Bandung yang telah bersedia menjadi narasumber dan kepada para responden serta semua pihak yang telah berkontribusi dan membantu penelitian ini hingga selesai.

Daftar Pustaka

- [1] Anttiroiko, Ari Veikko, Pekka Valkama, and Stephen J. Bailey. 2014. "Smart Cities in the New Service Economy: Building Platforms for Smart Services." *AI and Society* 29 (3): 323–34.
- [2] Ari-Veikko Anttiroiko, Pekka Valkama, Stephen J. Bailey. 2013. "Smart Cities in the New Service Economy: Building Platforms for Smart Services." *School of Management, University of Tampere*.
- [3] Fischer, A. Paige, and 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).
- [4] Frost, Laura A, and Dan L Sullivan. 2014. "Smart Cities - Frost & Sullivan Value Proposition." *Smart Cities - Frost & Sullivan Value Proposition* 3 (3): 4.
- [5] Giffinger, R. 2007. "Smart Cities Ranking of European Medium-Sized Cities." *Research Institute for Housing, Urban and Mobility Services* 16 (October): 1–24.
- [6] Hasibuan, Abdurrozzaq, and oris kianto Sulaiman. 2019. "Smart City, Konsep Kota Cerdas Sebagai Alternatif Penyelesaian Masalah Perkotaan Kabupaten/Kota." *Buletinutama Teknik* 14 (2): 127–35.
- [7] Kotler, Philip, and Gary Amstrong. 2008. "Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1." *Manajemen Pemasaran*. JAKARTA: Penerbit Erlangga.
- [8] Salsabila,Alsa (2022). *Strategi Bertahan Pelaku Usaha Kecil Tahu Cibuntu Kota Bandung pada Tahun 2017-2021*. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 2(1). 31-36.