

ANALISIS PERAN SMART CITY TERHADAP PENGEMBANGAN KOMUNITAS

ANALYSIS SMART CITY ROLE FOR COMMUNITY DEVELOPMENT

¹Natalia Celeste, ² Grisna Anggadwita

¹ Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Telkom

² Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Telkom Email: ¹ nataliaceleste2312@gmail.com, ² grisnamailbox@yahoo.co.id

Abstrak

Dalam memaksimalkan pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia diperlukan bantuan dalam peran pemerintah agar dinilai sangat potensial untuk menggerakkan roda perekonomian domestik pada tahun-tahun mendatang. Bandung Creative Hub sebagai salah satu pusat kreatif kota Bandung Interior Design mencerminkan gaya kreativitas yang sesuai dengan sub sector ekonomi kreatif. Berdirinya Bandung Creative Hub tak lepas dari faktor *support system* yang diberikan pemerintah untuk komunitas ekonomi kreatif.

Penelitian ini merupakan penelitian metode kualitatif dengan penyajian secara deskriptif eksploratif. Sumber data dalam penelitian adalah Kepala UPT Bandung Creative Hub, Koordinasi Kegiatan Komunitas dan empat Kepala Sub sector ekonomi kreatif. Data diperoleh dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan metode.

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui *stakeholder engagement* terhadap komunitas di Bandung Creative Hub memberi pengaruh terhadap pengembangan komunitas pada variabel ini terdapat banyak stakeholder yang terlibat dalam pengembangan komunitas dimana masing-masing *stakeholder* memiliki peran yang berbeda untuk mengembangkan industri kreatif di kota Bandung, dengan adanya keterlibatan stakeholder yang terkait untuk mengembangkan komunitas dan adanya pemberdayaan sumber daya dilakukan oleh stakeholder. Pada Variabel *Support System*, hasil dari penelitian menemukan bahwa pengaruh *support system* yaitu *Administrative support*, *Secretarial support* dan *Facilities Support* mempengaruhi perkembangan industri kreatif di kota Bandung, sedangkan *Business Expertise* tidak mempengaruhi perkembangan komunitas kreatif di kota Bandung.

Kata Kunci : *Smart city, stakeholders, support system.*

Abstract

In maximizing the growth of creative economic in Indonesia, special assistance is needed to help in the role of the government so that it can potentially be moved to move the wheels of the domestic economy in the coming years. Bandung Creative Hub are one of the creative city centers of Bandung Interior Design reflects the style of creativity that is in accordance with the creative economy sub-sector. The establishment of the Bandung Creative Hub is inseparable from the support system factor provided by the government for the creative economic community

This study uses qualitative methods, using data collection techniques by observation and interviews. The interview process was carried out on the actors involved in community development related to the Head of the Bandung Creative Center UPT, Chair of the Creative Community and the creative community of BCH.

This research is a qualitative method research with descriptive exploratory presentation. The source of the data in the study are the Head of UPT Bandung Creative Hub, Community Activity Coordination and four division heads from the creative economy sub sector. Data obtained by interview, observation and documentation. The validity of the data validity in this study use source and methods triangulation.

Based on the results of data processing, it can be known that stakeholder engagement with the community in Bandung Creative Hub has a lot of influence on community development in this variable, there are many stakeholders involved in community development where each stakeholder has a different role to develop the creative industry in Bandung. relevant stakeholders to develop the community and the empowerment of resources carried out by stakeholders. In the Support System Variable, the results of the study found that the influence of the support system, namely Administrative support, Secretarial support and Facilities Support influenced the development of the creative industry in Bandung, while Business Expertise did not affect the development of the creative community in Bandung.

Keywords : *Smart city, stakeholders, support system.*

1. Pendahuluan

Smart City menjadi isu besar di kota-kota yang ada di seluruh dunia untuk mendorong peran aktif dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan kota sehingga terjadi interaksi agar lebih mendorong antara komunitas dengan sistem pendukungnya. Interaksi dua arah ini akan terus berkembang dan berproses sehingga menjadikan kota untuk merespon perubahan dan tantangan yang baru dengan lebih cepat. Kota yang di dukung oleh *smart city* jika sudah mengintegrasikan sistem pendukung dan komunikasi hingga level tertentu dalam proses tata kelola pemerintah dan operasional sehari-hari. Integrasi Sistem Pendukung tersebut adalah untuk meningkatkan efisiensi, membagikan informasi kepada publik, hingga memperbaiki pelayanan kepada masyarakat ataupun meningkatkan kesejahteraan masyarakat atau komunitas (<https://diskominfo.banjarbarukota.go.id/>,2018).

konsep dasar *smart city* adalah mewujudkan *smart city* yang efisien, berkelanjutan dan memberikan rasa aman. Penerapan *smart city* meliputi pelayanan, penyusunan, kebijakan publik, dan perencanaan (Patel & Padhya, 2014). *Smart Community* didefinisikan sebagai suatu komunitas yang berkisar lingkungan ke komunitas nasional yang memiliki kepentingan bersama, anggota, organisasi, dan lembaga pemerintahannya bekerja dalam kemitraan untuk menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk mengubah keadaan mereka dengan cara yang signifikan (Lindskog, 2004). Menurut *Smart Community International Network* (SCIN, 2003) *Smart Community* adalah komunitas dengan visi masa depan yang melibatkan penerapan sistem pendukung dengan cara baru dan inovatif untuk memberdayakan penduduk, lembaga dan wilayah secara keseluruhan. Dengan demikian, mereka memanfaatkan peluang yang dapat disediakan oleh aplikasi baru dan layanan berbasis broadband seperti pemberian layanan publik, pendidikan dan pelatihan yang lebih baik, dan peluang bisnis baru. Dalam memaksimalkan pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Menurut Badan Ekonomi Kreatif (2016), subsektor ekraf dengan pertumbuhan tertinggi adalah di sektor media TV dan radio 10,33%; film, animasi, dan video 10,09%; seni pertunjukan 9,54%; serta desain komunikasi visual (DKV) 8,98%; aplikasi dan game developer sebesar 8,06% dengan melihat tingginya jumlah pelaku usaha ekonomi kreatif di Indonesia sendiri dalam peran pemerintah dinilai sangat potensial untuk menggerakkan roda perekonomian domestik pada tahun-tahun mendatang (Sari, 2018). Bandung Creative Hub sebagai salah satu pusat kreatif kota Bandung Interior Design mencerminkan gaya kreativitas yang sesuai dengan sub sektor ekonomi kreatif. Berdirinya Bandung Creative Hub tak lepas dari faktor *support system* yang diberikan pemerintah untuk komunitas ekonomi kreatif.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, berikut ini adalah pertanyaan penelitian yaitu:

1. Bagaimana peran dan keterlibatan *stakeholder engagement* terhadap komunitas di Bandung Creative Hub?
2. Bagaimana peran *support system* terhadap pengembangan komunitas Bandung Creative Hub?

2. Kajian Pustaka

2.1. Manajemen Inovasi

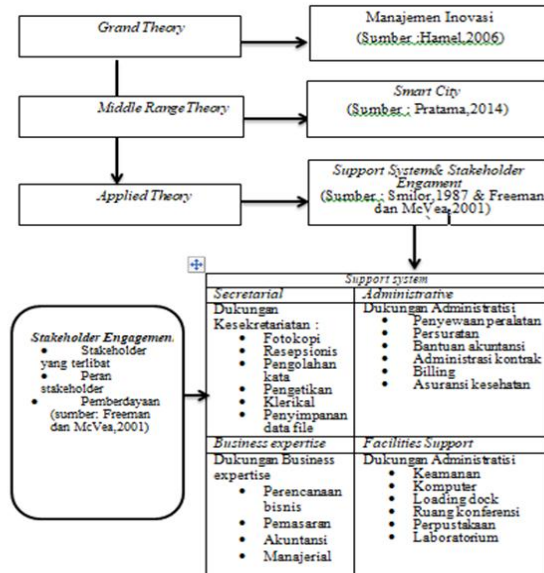
Menurut Hamel (2006) Manajemen inovasi dapat didefinisikan sebagai perubahan dari prinsip-prinsip manajemen tradisional, proses, dan praktek atau perubahan dari bentuk-bentuk organisasi konvensional yang secara signifikan mengubah cara kerja manajemen. Sederhananya, manajemen inovasi merupakan perubahan bagaimana manajer melakukan apa yang dahulu biasa mereka lakukan. Ruang lingkup dari pekerjaan manajerial meliputi:

- Menetapkan tujuan serta menyusun rencana;
- Memotivasi dan menyelaraskan usaha;
- Koordinasi dan pengendalian kegiatan;
- Menghimpun dan mengalokasikan sumber daya;
- Mendapatkan dan menerapkan pengetahuan;
- Membangun dan memelihara hubungan;
- Mengidentifikasi dan mengembangkan bakat;
- Memahami dan menyeimbangkan tuntutan konstituen luar (Hamel, 2006).

2.2 Smart City

Secara harfiah, kota pintar merupakan suatu konsep pengembangan, penerapan, dan implementasi teknologi yang diterapkan disuatu daerah sebagai interaksi yang kompleks diantara berbagai sistem yang ada didalamnya. Di sini digunakan kata *city* (kota) untuk merujuk kepada kota sebagai pusat dari sebuah negara atau wilayah, dimana semua pusat kehidupan berada (pemerintahan, perdagangan, pendidikan, kesehatan, pertahanan, dan lain-lain). Demikian pula dengan pusat pemukiman penduduk, dimana jumlah penduduk di kota relatif jauh lebih banyak dibandingkan wilayah lainnya (misal desa atau subkota). Kota menjadi daya tarik orang untuk menetap (Pratama, 2014).

Smart City merupakan sebuah konsep pengembangan, penerapan, dan implementasi teknologi yang diterapkan untuk suatu wilayah (khususnya perkotaan) sebagai sebuah interaksi yang kompleks diantara berbagai sistem yang ada di dalamnya (Pratama, 2014).



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

Sumber: Data yang diolah , 2019

2.4. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif eksploratif. Teknik analisis data yang digunakan adalah hasil wawancara dan pengamatan, dengan pengumpulan data dilakukan melalui wawancara kepada 7 informan yang terdiri dari Kepala UPT Bandung Creative Hub, Koordinator Kegiatan Komunitas dan 4 Kepala Sub Sektor Ekonomi Kreatif. Teknik triangulasi yang mana dengan teknik ini peneliti melakukan pengumpulan data sekaligus membuktikan kredibilitas data.

3. Pembahasan

3.1 Hasil Analisis Deskriptif

Tabel 3.1 Hasil Eksplorasi Penelitian

No	Kerangka Konseptual		No	Hasil Penelitian	
	Variabel	Sub Variabel		Variabel	Sub Variabel
1.	<i>Stakeholder Engagement</i>	<i>Stakeholder</i> yang terlibat	1.	<i>Stakeholder Engagement</i>	<i>Stakeholder</i> yang terlibat
		Peran <i>Stakeholder</i>			Pemberdayaan
		Pemberdayaan			
2.	<i>Business expertise support</i>	Perencanaan Bisnis	2.	<i>Business expertise support</i>	Pemasaran
		Pemasaran			
		Akuntansi			
		<i>Manajerial</i>			
3.	<i>Administrative support</i>	Penyewaan	3.	<i>Administrative support</i>	Penyewaan
		Peralatan			Peralatan
		Bantuan Keuangan			Persuratan
		Persuratan			Administrasi kontrak
		Administrasi kontrak			
		Billing asuransi			
4.	<i>Facilities Support</i>	Keamanan	4.	<i>Facilities Support</i>	Keamanan
		Komputer			Komputer
		Loading dock			Loading dock
		Ruang Konferensi			Ruang Konferensi
		Perpustakaan			Perpustakaan
5.	<i>Sectorial Support</i>	Foto kopi	5.	<i>Sectorial Support</i>	Foto kopi
		Resepsionis			Resepsionis
		Pengolahan kata			Pengolahan kata
		Klorikal			Penyimpanan data
		Penyimpanan data			

Sumber: Data yang telah diolah 2019

Berdasarkan hasil penelitian diatas, peneliti mengidentifikasi bahwa peran *smart city* terhadap pengembangan komunitas di kota Bandung adalah:

1. *Stakeholder Engagement*

Pada empat sub variabel hanya terdapat dua sub variabel yang berperan dan diberikan oleh pemerintah untuk komunitas kreatif Bandung Creative Hub (BCH) :

- a) *Stakeholder* yang terlibat
- b) Pemberdayaan

2. *Busines expertise support*

Pada empat variabel hanya terdapat satu variabel yang diberikan oleh pemerintah yaitu pemasaran

3. *Adminstrative support*

Pada enam sub variabel hanya terdapat empat sub variabel yang diberikan oleh pemerintah untuk komunitas kreatif BCH :

- a) Penyewaan
- b) Peralatan
- c) Persuratan
- d) Administrasi kontrak

4. *Facilities Support*

Pada lima sub variabel semua diberikan oleh pemerintah untuk komunitas kreatif BCH

- a) Keamanan
- b) Komputer
- c) *Loading dock*
- d) Ruang konferensi
- e) Perpustakaan

5. *Secretarial support*

Pada enam sub variabel hanya terdapat lima variabel yang diberikan untuk komunitas kreatif BCH.

- a) Foto kopi
- b) Resepsionis
- c) Pengolahan kata
- d) Pengetikan surat
- e) Penyimpanan data

4 Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap analisis peran *smart city* terhadap pengembangan komunitas di Bandung Creative Hub, peneliti menyimpulkan bahwa:

memberi pengaruh terhadap pengembangan komunitas. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya stakeholder yang terlibat dalam pengembangan komunitas seperti dari Aparatur Sipil Negara (ASN), Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), komunitas yang termasuk pelaku seni dan Kepala sub sector ekonomi kreatif yang berisikan dari komunitas fotografi, *fashion*, animasi, tv/online, dan desain grafis. Setiap *stakeholder* memiliki peran masing-masing dalam mengembangkan komunitas di Bandung Creative Hub, seperti pemerintah yang memberikan fasilitas untuk komunitas berkembang serta Kepala Sub Sektor memiliki program komunitas masing-masing agar kota Bandung semakin dikenal sebagai kota kreatif, pemerintah belum mengeluarkan regulasi-regulasi yang mengatur tentang komunitas kreatif di BCH. kemudian *stakeholder* juga banyak melakukan pemberdayaan seperti pemerintah yang memberikan *workshop* dan pelatihan tentang animasi dan fotografi yang dapat dijadikan sebagai komunitas yang mewakili kota Bandung yang dapat mengembangkan industri kreatif di kota Bandung.

2. Peran *support system* dalam dukungan sistem yang diberikan pemerintah untuk komunitas Bandung Creative Hub. Hal tersebut dapat dilihat dari Business Support yang diberikan hanya dalam segi pemasaran social media dan pemasaran di design store kepada masing-masing komunitas kreatif agar semakin di kenal di seluruh dunia. Kemudian Administrative support yang hanya diberikan oleh pemerintah yaitu Penyewaan, Peralatan, Persuratan, dan administrasi kontrak sesuai kebutuhan komunitas. Kemudian Facilities Support yang sangat lengkap diberikan dari pemerintah untuk komunitas dalam segi keamanan yang memiliki 15 satpam, computer yang paling mahal seperti Mac, loading dock ada di setiap ruangan, ruangan konferensi setiap lantai ada dan perpustakaanpun ada. Kemudian *Secretarial Support* fotokopi, resepsionis, pengolahan kata, pengetikan surat, Penyimpanan data diberikan setiap komunitas dari pemerintah

4.2 Saran

4.2.1 Saran Akademik

Penelitian ini mengenai analisis peran smart city pada komunitas yang diberikan pihak pemerintah agar industri kreatif berkembang. Peneliti selanjutnya bisa melakukan mengenai keberhasilan para komunitas yang dibina oleh pemerintah.

4.2.2 Saran Praktis

- a) Pihak Aparatur Sipil Negara (ASN) atau Manajemen Bandung Creative Hub (BCH) dari pemerintah seharusnya membuat standar operasional prosedur mengenai support system apa saja yang dibutuhkan oleh komunitas sehingga penyediaan dan dukungan support system dapat dirasakan setiap komunitas untuk berkembang.
- b) Pihak Pemerintah perlu memerhatikan terkait perencanaan bisnis agar komunitas tidak hanya di berikan fasilitas saja tapi hasil produk dari para komunitas itu ada untuk membawa industri kreatif di kota Bandung.
- c) Sebaiknya pemerintah lebih memberikan pelatihan mengenai pemasaran tentang produk-produk komunitas industri kreatif agar dapat dengan mandiri memasarkan produk dari industri kreatif sehingga dapat menarik wisatawan lokal maupun mancanegara untuk mengunjungi kota Bandung dan sesuai visi misi Ridwan Kamil menjadikan kota kreatif sedunia.

Daftar Pustaka

- [1] Patel, P. R., & Padhya, H. J. (2014). Review paper for Smart City, 1–6..
- [2] Sari, K (2018). Subsektor Kekuatan Baru Ekonomi Kreatif.[Online]<https://lifestyle.bisnis.com/read/20181020/220/851424/subsektor-kekuatan-baru-ekonomi-kreatif> diakses tanggal 21 April 2019
- [3] Lindskog, H. (2014). Journal Smart Communities initiatives in University of Linkoping
- [4] Hamel, G. (2006). The why, what, and how of management innovation. Harvard business review, 84(2), 72
- [5] Pratama, I Putu Agus Eka. 2014. Smart City Beserta Cloud Computing dan Teknologi-teknologi Pendukung Lainnya. Bandung:Informatika.
- [6] Pratama, I Putu Agus Eka. 2014. Smart City Beserta Cloud Computing dan Teknologi-teknologi Pendukung Lainnya. Bandung:Informatika.
- [7] Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.