



PENGEMBANGAN KONSEP SUBANG SMART CITY DENGAN PENDEKATAN ANALISIS SOAR DAN PERSPEKTIF CO-CREATION

DEVELOPMENT OF THE SUBANG SMART CITY CONCEPT USING THE SOAR ANALYSIS APPROACH AND CO-CREATION PERSPECTIVE

¹⁾Kuncorosidi ²⁾Ghanssani Nur Khasanah Putri

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja

Jl. Otto Iskandardinata No.76, Karanganyar, Kec. Subang, Kabupaten Subang, Jawa Barat 41211

*Email korespondensi: kuncorosidi@stiesia.ac.id

ABSTRACT

Histori Artikel:

Diajukan:
18/02/2024

Diterima:
19/02/2024

Diterbitkan:
28/02/2024

Their technology brings ease of information to the public. Through an application, a variety of information about the city can be accessed quickly by society and the government through the Program called Smart City. Smart City is already implemented in many cities in the world and has proven able to resolve problems as quickly as well. The information can also be utilized Government to create comfort, safety, and order and, a better life. Smart people are the basis of the realization of Smart Cities.

This relates to the formation of smart cities, which must have intelligent human resources and be supported by policies and infrastructure of mobility, governance, economy, and environment that are also smart to produce the quality of life as intelligent as desired. A smart city is a smart city concept designed to help various community activities and provide easy access to information to the public.

This concept emphasizes three concepts, first, a concept applied by the local government system in managing urban society, the second, a concept that required the management of the region against all resources effectively and efficiently and the that is smart city is expected to be able to carry out the information provider function appropriately to the community and be able to anticipate unexpected events.

The study formulated the Subang Regency strategies towards a smart city in each smart city's dimensions. These strategies include accelerating public services, quick decision-making on Subang's problems, and supporting the Subang area monitoring system; hence regional heads and related agencies can obtain the latest information and act responsively.

Kata kunci: Co-Creation, Pengembangan, Smart City, SOAR

PENDAHULUAN

Masyarakat modern menghadapi berbagai masalah, dan salah satu masalah terbesar yang harus dipecahkan manusia di abad ke-21 adalah pemanasan global. Untuk membatasi kenaikan suhu, kita harus secara dramatis mengurangi emisi karbon dioksida, yang merupakan salah satu penyebab pemanasan global, tetapi keterkaitan yang erat dari masalah ini dengan isu-isu pembangunan ekonomi berarti bahwa berbagai kepentingan terlibat, dan itu adalah pengetahuan umum bahwa dunia secara keseluruhan membuat kemajuan kurang dari yang diharapkan.

Dalam keadaan seperti ini, pembangunan kota pintar menarik perhatian. Kota pintar menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk mengoptimalkan listrik, air, telekomunikasi, sistem transportasi, dan infrastruktur sosial lainnya yang menjadi fondasi aktivitas perkotaan dan menciptakan kawasan perkotaan ramah lingkungan yang bertujuan untuk mengurangi konsumsi energi dan emisi karbon dioksida. Kita dapat mengantisipasi bahwa membangun kota-kota seperti itu di berbagai tempat di seluruh dunia akan mendorong pembangunan masyarakat rendah karbon secara umum dan berperan dalam mengakhiri pemanasan global (Tokoro, 2016)

Fungsi khas dari otoritas lokal atau pemerintah daerah adalah penciptaan nilai publik dengan cara yang berkelanjutan secara finansial. Dengan kata lain, mereka diharapkan untuk secara efektif memenuhi kebutuhan publik warganya, untuk menghasilkan penyebaran positif antara manfaat dan biaya sosial dan dengan demikian berkontribusi pada kemakmuran konstituen mereka. Pada saat yang sama, mereka diharapkan untuk mengejar stabilitas keuangan dengan secara efisien menggunakan sumber daya publik yang semakin langka.

Pemenuhan fungsi ini sangat kompleks, baik karena meningkatnya kebutuhan publik dan semakin kurangnya sumber daya yang tersedia, tetapi juga karena secara signifikan dipengaruhi oleh peran yang dimainkan oleh banyak aktor lain, termasuk warga negara, bisnis, otoritas publik lainnya. dan organisasi nirlaba. Aspek-

aspek inilah yang menjadi alasan utama semakin luas dan berkembangnya minat terhadap perencanaan strategis perkotaan, yang sebenarnya dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi pemerintah daerah, asalkan diatur dan dilakukan secara otentik dan substansial.

Untuk menghadapi sulitnya menciptakan nilai publik, otoritas lokal yang paling inovatif menyatakan dalam rencana strategis perkotaan mereka bahwa mereka ingin menjadi 'smart'. Smart City mengidentifikasi lingkungan perkotaan yang secara aktif terlibat dalam meningkatkan kualitas hidup warganya sambil mengejar pembangunan sosial-ekonomi yang berkelanjutan, berkat penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) secara luas.

Penciptaan nilai publik dengan cara yang berkelanjutan secara finansial, yang merupakan fungsi khas dari otoritas lokal, menjadi semakin kompleks, dimulai dengan kemungkinan divergensi antara pembangunan sosial ekonomi masyarakat dan keseimbangan institusi.

Untuk mengatasi kompleksitas ini, banyak pemerintah daerah menyatakan bahwa mereka ingin menjadi pintar. Kota pintar dimaksudkan untuk secara aktif terlibat dalam meningkatkan kualitas hidup warganya dan dalam mengejar pembangunan sosial ekonomi yang berkelanjutan, berkat penggunaan TIK yang luas dan inovatif.

Namun, sejauh ini konsep *smart city*, meskipun banyak digunakan, tidak memiliki makna yang konsisten dan oleh karena itu perlu diperdalam dan didefinisikan dengan lebih baik (Fontana, 2014)

Co-Creation adalah salah satu upaya untuk mengajak konsumen atau pelanggan yang terlibat untuk menciptakan nilai tambah. Jika konsep Co-Creation yang dibangun dalam bisnis ini bisa berhasil, perusahaan akan merasa diuntungkan. Mereka dapat berupaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan yang pada akhirnya dapat menghasilkan laba jangka panjang yang lebih baik. Perusahaan juga dapat mereduksi biaya, karena konsumen yang terlibat dan bisa mengurangi risiko kegagalan dalam produk baru.

Konsep *Co-Creation* ini juga diketahui sebagai salah satu strategi pemasaran baru. Yang mana pihak ketiga ikut serta dilibatkan dalam mengembangkan sebuah produk. *Co-Creation* ini juga merupakan solusi pada saat *research and development* pada sebuah departemen menjadi terlalu mahal. Disatu sisi, dengan melibatkan *customer* pada pengembangan sebuah produk, maka bisa menimbulkan efek psikologis untuk konsumen terhadap produk tersebut. Selanjutnya diharapkan antara konsumen dan produk tercipta kedekatan dalam bentuk loyalitas.

Untuk menciptakan nilai bersama (*Co-Creation*) ini memerlukan upaya yang besar dari keseluruhan pihak yang terkait. Entah itu dari pemerintah maupun dari masyarakat. Orang yang terlibat juga harus berpikir apa yang mereka inginkan untuk dijadikan sebagai *output* dari hubungan kerja sama yang terjalin. Dibutuhkannya kepercayaan masyarakat pada pemerintah jika pemerintah tidak akan menyalahgunakan informasi yang mereka berikan. Tidak juga untuk memanfaatkan secara sepihak kerja sama itu. Pemerintah pun sebaiknya juga secara aktif bisa mengelola serta menggali harapan dari masyarakatnya mengenai apa yang diinginkan oleh masyarakat.

Melakukan *Customer Co-Creation*, bagi para pelanggan, mereka akan memperoleh suatu produk maupun jasa seperti yang mereka inginkan. Setidaknya juga sudah mendekati. Kemudian bagi perusahaan, mereka akan mendapatkan keuntungan yang lebih, sebab mereka bisa menjual sesuatu yang memang dicari oleh pasar.

Kartajaya (2010) dalam bukunya mengisyaratkan bahwa kelahiran *co-creation* disebabkan oleh adanya penetrasi teknologi informasi yang disebut sebagai *new wave technology*, ditandai dengan perkembangan teknologi seperti komputer dan internet yang membentuk masyarakat yang memiliki konektivitas yang lebih tinggi dan adanya interaksi antara individu maupun kelompok dan pada akhirnya akan membuat masyarakat konsumen lebih banyak berkolaorasi, berbagi dan bertukar informasi sehingga lanskap bisnis menjadi lebih transparan bagi semua orang dan mempengaruhi dunia bisnis, adanya kontrol

yang penuh dari konsumen terhadap merek karena konsumen memiliki kekuatan kolektif, hingga akhirnya pada tingkat yang lebih tinggi konsumen memainkan peran inti dalam membuat value melalui *co-creation* produk dan jasa.

Melalui *new wave technology* masyarakat dapat mengetahui bahwa diantara peradaban yang berkembang maju ini masyarakat dunia masih dihadapkan pada isu kemiskinan, wabah dan epidemi di negara terbelakang, sehingga kerusakan lingkungan yang menjadi-jadi. Konsumen di era ini menyadari bahwa daya beli mereka memiliki dampak global terhadap isu-isu tersebut. Karena itu mereka mencari perusahaan yang memiliki kepedulian yang sama yang dapat menjawab keinginan dan kecemasan mereka terhadap isu-isu global tersebut. Pada era ini perusahaan tidak lagi hanya berfokus pada diferensiasi dari produk yang ditawarkan, melainkan juga kepada *values* dari perusahaan (Kartajaya dalam Kuncorosidi, dkk 2019).

Menurut Maddock dan Viton (2010) dalam Kuncorosidi, dkk (2019) *co-creation* memiliki tiga manfaat utama bagi perusahaan yang diperoleh karena adanya mitra sinergis dalam menciptakan suatu produk secara bersama, yaitu: adanya saluran instan yang mampu mengakomodasi sebuah ide. Sebagai contoh jika sebuah perusahaan kesehatan bekerja sama dengan jaringan toko waralaba yang besar seperti *Alfamart*, hal ini berarti perusahaan kesehatan tersebut sudah mempunyai jutaan pelanggan potensial yang telah menjadi pelanggan *Alfamart*. Kedua, setengah dari solusi dari suatu permasalahan telah terbentuk. Dengan adanya *co-creation* salah satu pihak sudah membawa jawaban yang dibutuhkan oleh pihak lain yang terlibat dalam proses *co-creation*. Dengan demikian ada penghematan sumber daya dalam proses *co-creation*. Ketiga, alasan yang paling penting dari dua alasan-alasan sebelumnya adalah dengan *co-creation* pelanggan menjadi lebih berkomitmen terhadap produk yang tercipta karena mereka merasa dilibatkan dalam proses pembentukannya.

Perusahaan menciptakan nilai substansial ketika mereka mampu membangun *platform*

teknologi yang secara luas diterima, namun bagaimana penggunaan *platform* ini setelah dibuat dan ditetapkan oleh perusahaan, perlu memadukan beberapa bagian didalam organisasi dengan melakukan koordinasi dengan perusahaan lain untuk menjawab tantangan tersebut, didalam lingkungan inovasi karakteristik ini secara luas mendistribusikan pengetahuan, perusahaan perlu untuk melakukan inovasi terbuka untuk meningkatkan kekayaan pengetahuan yang berasal dari luar (Chesbrough, 2003) dalam Kuncorosidi, dkk (2019).

Industri ritel atau industri lain seperti otomotif, *fashion*, restoran, kafe, yang mempunyai konsep bisnis model dalam bentuk ritel, menjadikan *outlet* mereka sebagai tempat untuk berinteraksi yang utama, Sehingga strategi *co-creation* yang mereka ciptakan lebih banyak terjadi saat pelanggan datang ke *outlet* atau *showroom*. Interaksi dan pengalaman pelanggan diciptakan saat pelanggan berada di dalam *outlet* tersebut, baik saat mencari informasi, melakukan *order*, dan menikmati layanan. (Kuncorosidi, dkk 2019).

Sebuah restoran dapat melibatkan pelanggan saat mereka memilih menu, dimasa mendatang, akan banyak restoran yang melibatkan pelanggan dalam menempatkan *order*. Beberapa restoran akan mengembangkan konsep *co-creation* dalam proses produksinya. Pelanggan akan meramu sebagian makanan mereka dan mereka menikmati proses ini sebagai bagian dari pengalaman yang menyenangkan. Semua contoh kasus diatas, menceritakan bagaimana pentingnya bagi perusahaan untuk menyediakan *platform co-creation*, dan beberapa perusahaan telah menyediakan sarana tersebut sebagai tempat berinteraksi dengan konsumen dan mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen. Pada tingkatan *co-creation* tertentu, penyediaan *platform co-creation* memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen, karena mereka bisa terlibat langsung dalam penciptaan sebuah produk dan memiliki kebebasan untuk memilih (Kuncorosidi, 2019).

Platform bukanlah satu-satunya pilar dalam *co-creation strategy*. Untuk menuju menjadi perusahaan *co-creation*, diperlukan tiga pilar

lainnya. *Pertama* adalah *experience mindset*. Perusahaan harus berorientasi pada pengalaman. Pilar *kedua* adalah konteks dari interaksi. Ini menyangkut pertanyaan yang bersifat strategi mengenai konteks interaksi yang terjadi adalah : saat konsumen mencari informasi, saat mereka menentukan pilihan untuk membeli atau saat mereka membeli, konteks dari interaksi ini terjadi di dalam ruangan atau di luar ruangan, situasi dan kondisi dari interaksi yang terjadi antara perusahaan atau produk dengan para konsumennya. Pilar *ketiga* adalah *network relationship*. Perusahaan yang ingin menerapkan *co-creation* harus mempersiapkan *network*-nya. Bisa saja *co-creation* ini melibatkan konsumen akhir. (Kuncorosidi, dkk. 2019).

Menurut Prahalad & Ramaswamy, (2004) tujuan penciptaan nilai melalui *co-creation* memungkinkan pengalaman dipersonalisasi, salah satunya konsumen diberikan opsi dengan diminta memilih produk atau layanan yang mencerminkan pandangan pribadi mereka terhadap nilai. Perusahaan harus memberikan opsi yang mencerminkan nilai tersebut dengan mengakomodasi konteks, kebutuhan, preferensi, kecanggihan, dan keinginan pribadi pelanggan. Harus dimungkinkan untuk memasukan pandangan pribadi pelanggan terhadap nilai ke dalam menu pilihan dibandingkan mengutamakan pandangan perusahaan.

Smart City merupakan wilayah kota yang telah mengintegrasikan teknologi informasi dan komunikasi dalam tata kelola sehari-hari, dengan tujuan untuk mempertinggi efisiensi, memperbaiki pelayanan publik, dan meningkatkan kesejahteraan warga. Sebuah kota bisa disebut sebagai kota pintar atau *smart city* jika sudah mengintegrasikan teknologi informasi dan komunikasi hingga level tertentu dalam proses tata kelola dan operasional sehari-hari. Integrasi teknologi tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan efisiensi, membagikan informasi kepada publik, hingga memperbaiki pelayanan kepada masyarakat ataupun meningkatkan kesejahteraan warga.

Konsep Kota Cerdas (*smart city*) awalnya diciptakan oleh perusahaan IBM. Sebelumnya

berbagai nama sempat dibahas para ahli dunia dengan nama *digital city* atau Kota Cerdas (*smart city*). Intinya Kota Cerdas (*smart city*) ini menggunakan teknologi informasi untuk menjalankan roda kehidupan kita yang lebih efisien. Versi IBM, Kota Cerdas (*smart city*) adalah sebuah kota yang instrumennya saling berhubungan dan berfungsi cerdas.

Kota Cerdas (*smart city*) adalah sebuah konsep kota cerdas/pintar yang membantu masyarakat yang berada di dalamnya dengan mengelola sumber daya yang ada dengan efisien dan memberikan informasi yang tepat kepada masyarakat atau lembaga dalam melakukan kegiatannya atau pun mengantisipasi kejadian yang tak terduga sebelumnya. Kota Cerdas (*smart city*) cenderung mengintegrasikan informasi di dalam kehidupan masyarakat kota. Definisi lainnya, Kota Cerdas (*smart city*) didefinisikan juga sebagai kota yang mampu menggunakan SDM, modal sosial, dan infrastruktur telekomunikasi modern untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan kualitas kehidupan yang tinggi, dengan manajemen sumber daya yang bijaksana melalui pemerintahan berbasis partisipasi masyarakat (Caragliu, , dkk dalam Schaffers, 2010).

Kementerian Kominfo melalui Direktorat Layanan Aplikasi Informatika Pemerintahan (LAIP) bersama dengan Kementerian Dalam Negeri, Kementerian PPN/Bappenas, Kementerian PUPR, Kantor Staf Presiden, Kementerian Keuangan, Kemenko Perekonomian, dan Kementerian PANRB

KERANGKA TEORITIS

1. Manajemen Operasi

Manajemen Operasi (*Operations Management-OM*) merupakan serangkaian aktivitas yang menciptakan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah masukan menjadi hasil. Aktivitas menciptakan barang dan jasa ada di semua organisasi. Aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan barang dan jasa melalui proses transformasi dari *input* (masukan) ke *output* (hasil). Manajemen Operasi merupakan salah satu dari tiga fungsi utama dalam organisasi apa pun dan secara integral terkait dengan semua fungsi bisnis lainnya. Semua organisasi memasarkan (menjual), membiayai

menginisiasi penyelenggaraan Gerakan Menuju 100 *Smart City*.

Subang, adalah sebuah kota kecil di wilayah Jawa barat, wilayah Kabupaten Subang secara geografis terletak di bagian utara Provinsi Jawa Barat dengan batas koordinat yaitu antara 1070 31' - 1070 54' Bujur Timur dan 60 11' - 60 49' Lintang Selatan. Luas Wilayah Kabupaten Subang adalah 2.051,76 km² atau sekitar 6,34 persen dari luas Provinsi Jawa Barat.

Di era disrupsi ini, Kabupaten Subang tidak ingin tertinggal dalam pembangunan *smart city*. Kombinasi dari tuntutan masyarakat yang ingin mendapatkan pelayanan publik yang lebih cepat, transparan, efisien dan murah, serta keinginan Kabupaten Subang untuk memiliki daya saing yang lebih tinggi dan diakselerasi dengan transformasi digital dan inovasi TIK yang cepat, mendorong Pemerintah Daerah Kabupaten Subang untuk segera mempersiapkan daerahnya dalam mengimplementasikan *smart city* dalam setiap dimensi. (Takariani, dkk 2020).

Berdasarkan paparan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengembangan konsep Subang *Smart City* dalam Perspektif *Co-Creation*" judul ini diambil dengan pertimbangan bahwa dibutuhkan kolaborasi dengan masyarakat subang dalam hal pengembangan Kabupaten subang menjadi *Smart City* dalam konteks penciptaan nilai dan personalisasi pengalaman (Pralhad & Ramaswamy, 2004) dalam konteks *Technology Driven* (Spena dan Mele, 2012).

(memperhitungkan) dan menghasilkan (mengoperasikan) serta penting untuk mengetahui bagaimana aktivitas manajemen operasi berfungsi (Heizer dan Render., 2016).

2. Desain Barang dan Jasa

Strategi produk yang efektif membutuhkan penelitian, pendesainan dan pendefinisian sebuah produk dan kemudian mentransisikan produk tersebut ke dalam proses produksi. Hanya ketika strategi ini dijalankan dengan efektif maka fungsi produksi dapat berkontribusi dengan maksimal bagi perusahaan. Manajer operasi harus membangun sistem pengembangan produk yang memiliki

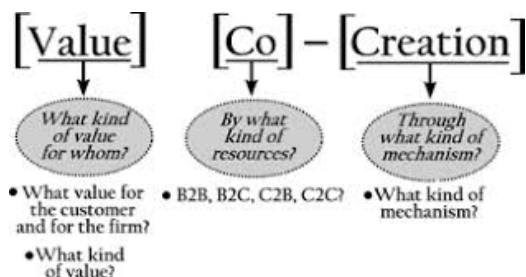
kemampuan untuk membayangkan, mendesain dan memproduksi produk yang akan menghasilkan keunggulan yang kompetitif bagi perusahaan (Heizer dan Render., 2016).

3. Co-Creation

Co-Creation merupakan pilihan dalam mengatasi situasi agar perusahaan bisa tetap kompetitif dan telah menjadi konsep masaran dan manajemen bisnis. *Co-Creation* dengan konsumen berarti bekerjasama mengundang konsumen untuk ambil bagian dalam pekerjaan kreatif dan berkontribusi untuk menghasilkan produk ataupun jasa yang baru. *Co-Creation* adalah istilah yang diajukan oleh Prahalad untuk menjelaskan pendekatan baru dalam inovasi. Prahalad dan Krishnan dalam bukunya, *The New Age of Innovation* mengamati cara baru dalam menciptakan produk dan pengalaman melalui kolaborasi perusahaan, konsumen, pemasok dan mitra distribusi yang saling terhubung dalam sebuah jaringan inovasi (Kotler, dkk., 2010) dalam Kuncorosidi, dkk(2019).

Gambar 1.1

Membongkar nilai kreasi bersama menjadi bagian-baginnnya



Sumber : Saarijarvi dkk., (2013)

Nilai (*Value*) adalah sesuatu yang diciptakan, tetapi penting untuk memperjelas mengenai untuk siapa nilai diciptakan (apakah nilai ini untuk pelanggan dan perusahaan) dan lebih jauh lagi, nilai apa yang diciptakan

“Co-” dalam *value Co-Creation* mendefinisikan pihak yang terlibat dalam proses penciptaan nilai dalam *Co-Creation* atau lebih secara khusus, apakah sumber daya tambahan digunakan oleh perusahaan-perusahaan, kelompok pelanggan, komunitas merek atau

konfigurasi pihak-pihak yang lain disatukan untuk tujuan meningkatkan penciptaan nilai

Mekanisme (*Creation*) “Penciptaan” mengacu pada proses mengintegrasikan sumber daya yang berbeda dari pihak yang berbeda untuk mengaktualisasikan potensi nilai dengan aktivitas atau cara melalui sumber daya yang disediakan oleh pihak-pihak yang berbeda yang diintegrasikan ke dalam proses penciptaan nilai dan kemudian berkembang menjadi *value-in use* (Kuncorosidi, dkk., 2019).

Co-Creation merupakan sebuah konsep yang memberikan kebebasan untuk *customer* dalam menentukan desain yang diinginkan namun tetap dalam batasan yang disediakan oleh web, sehingga menciptakan *value* yang baru. Konsep *Co-Creation* ini akan diterapkan dalam perancangan busana *outerwear* bagi wanita dikarenakan saat ini masyarakat memiliki kecenderungan untuk ingin berperan dalam proses desain busana yang diinginkan (Oktamie, dkk, 2019).

Co-creation adalah proses di mana konsumen mengambil produk yang telah diproduksi oleh pihak lain dan meningkatkan, modifikasi, atau mengubah wujud dan makna dengan cara yang tidak diketahui oleh produsen sebelumnya (Lanier dan Schau, 2007) dalam jurnal Reksoprawiro, dkk., (2020).

Pada dasarnya proses *co-creation* antara perusahaan dan konsumen berimplikasi pada biaya dan keuntungan yang diterima konsumen. Teori perilaku yang direncanakan secara konseptual menjelaskan proses hubungan antara faktor motivasi konsumen dan kesediaan konsumen untuk terlibat dalam kegiatan kreatif bersama (Quita dan Nugroho., 2019).

Pendekatan yang digunakan dalam perspektif ini adalah bagaimana perusahaan menciptakan nilai tambah bagi konsumennya (Grönroos, 2008, 2017; Normann & Ramirez, 1993; Prahalad & Ramaswamy, 2004; Ravald & Grönroos, 1996; Sacui & Dumitru, 2014; Sirdeshmukh, dkk., 2002) dalam jurnal Sukmana dan Maryanti., (2019), karena nilai diciptakan dan dipersepsikan sepanjang hubungan perusahaan dan konsumen berlangsung (Grönroos, 1997, 2017). Sebagaimana dijelaskan lebih lanjut oleh

(Grönroos, 2000) dialog hubungan adalah proses penalaran bersama-sama agar dua atau lebih pihak mengembangkan *platform* pengetahuan bersama.

4. *City* (Kota)

Kota merupakan pusat kegiatan manusia dan menawarkan berbagai kesempatan lebih besar daripada daerah pedesaan. Tidak mengherankan bahwa banyak penduduk pedesaan melakukan migrasi ke kota untuk memperbaiki kehidupannya. Migrasi desa – kota ini menyebabkan pertambahan penduduk kota secara umum kurang lebih dua kali lipat dibandingkan pertambahan penduduk pedesaan. Kota menampilkan wujud yang rumit, jauh lebih rumit daripada kenampakan daerah pedesaan. Hal ini disebabkan karena persil lahan kota pada umumnya sempit, bangunannya padat dan fungsi bangunannya beraneka (Suharini., 2007).

Kota bukanlah lingkungan binaan yang dibangun dalam waktu singkat, tetapi dibentuk dalam waktu yang panjang dan merupakan akumulasi setiap tahap perkembangan sebelumnya. Setiap lapis tahapan tersebut merupakan keputusan banyak pihak dan dipengaruhi oleh berbagai macam faktor (Alvares, 2002). Seperti yang dikatakan oleh Rossi (1982) dalam jurnal (Amar., 2009), bahwa kota adalah bentukan fisik buatan manusia (*urban artefact*) yang kolektif dan dibangun dalam waktu lama dan melalui prosesnya yang mengakar dalam budaya masyarakatnya. Kota-kota pada dasarnya mampu menciptakan keunikan atau ciri khas seperti pusat bisnis, budaya, seni, ataupun ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek), yang diolah berdasar karakter atau identitas menonjol yang sejak semula telah dimiliki.

Subang adalah nama Kabupaten di utara Jawa Barat, dengan ibukotanya Subang. Kabupaten Subang berbatasan dengan Laut Jawa di sebelah utara, dengan Kabupaten Indramayu dan Kabupaten Sumedang di sebelah timur, dengan Kabupaten Bandung di sebelah selatan, dengan Kabupaten Purwakarta dan Kabupaten Karawang di sebelah barat.

Subang dikatakan sebuah kota karena jumlah penduduk Kota Subang pada tahun 2003 adalah

sebesar 115.316 jiwa. Dengan luas wilayah 3.045 Ha maka kepadatan penduduknya 38 jiwa/Ha. Dari data kependudukan di atas maka Kota Subang dapat digolongkan kepada Kelas Kota Sedang, dimana berdasar kriteria BPS mengenai kelas kota, Kota Sedang adalah Kota dengan jumlah penduduk antara 100.000 sampai 500.000 jiwa. Dan Karakteristik perekonomian kota subang bercorak pertanian, hal ini karena sektor pertanian merupakan sektor dominan dalam perekonomian di kota ini. Namun ada beberapa sektor lainnya yaitu, sektor perdagangan, hotel dan restoran, sektor listrik, gas dan air bersih, sektor pengangkutan dan telekomunikasi dan sektor jasa dan pariwisata.

Serta Fasilitas pendidikan di kota Subang terdiri dari 11 unit Taman Kanak-kanak, 84 unit SD/MI, 7 unit SMP/MTS dan 5 unit SMTA/MAN. Sarana kesehatan di Kota Subang ini terdapat 2 Rumah Sakit, 2 Puskesmas, 4 Puskesmas Pembantu, 9 Balai Pengobatan.

5. *Smart Village* dan *Smart Regency*

Smart Village dapat dijadikan sebagai salah satu penguat dari pencapaian *Smart City* dan *Smart Regency*. Beberapa ukuran yang dapat dikemukakan untuk mengembangkan *Smart Village* dapat dilakukan melalui dimensi yang dikemukakan dalam *Smart City* sebagai mana yang telah disebutkan dimensi yang dikemukakan oleh Giffinger dan pedoman masterplan *Smart City* yang dikemukakan oleh Kemenkominfo. Namun demikian dalam mengembangkan *Smart Village* beberapa dimensi yang lebih sesuai adalah 1) pemerintahan yang *smart* (*smart governance*), 2) masyarakat yang *smart* (*smart community*), 3) ekonomi yang *smart* (*smart economy*), dan 4) lingkungan yang *smart* (*smart environment*). Sedangkan terkait dengan *smart mobility*, *smart transportation*, dan *smart people* kurang sesuai bila diterapkan sebagai target pencapaian untuk *Smart Village*. Terkait dengan *smart branding*, beberapa desa yang memiliki potensi dapat diarahkan untuk pencapaiannya.

Pengistilahan sebagai *Smart Regency* lebih sesuai mengingat karakteristik antara kota dan kabupaten adalah berbeda. Terkait dengan hal ini diambil sebagai contoh kegiatan penyusunan Masterplan *Smart Regency* dan Pengembangan

Inovasi *Smart* di Kabupaten Kutai Timur. Dalam kajian tersebut dikemukakan rancangan *smart* untuk kawasan percontohan yang meliputi pusat kota (Kecamatan Sangatta Utara), pinggiran kota (Kecamatan Sangatta Selatan) dan desa (Kecamatan Kaubun). Berikut ini disampaikan uraian singkat mengenai gambaran rencana pengembangan di ketiga kawasan tersebut. Kecamatan Sangatta Utara yang merupakan wilayah yang menjadi ibukota Kabupaten Kutai Timur, menjadi fokus utama dalam pengembangan *Smart City* melalui penerapan sistem informasi. Sistem informasi yang dikembangkan meliputi sistem informasi kelurahan dan integrasi antar sistem informasi ditingkat organisasi perangkat daerah. Taman literasi *digital* dikembangkan di pusat kota, sebagai upaya untuk mengenalkan dan melatih masyarakat untuk dapat menggunakan internet. Keberadaan perguruan tinggi di pusat kota dapat diikutsertakan sebagai pusat pengembangan inovasi teknologi informasi dan komunikasi. Di sisi lain Kawasan percontohan Sangatta Selatan dikembangkan sebagai *Smart Peri-urban*, lebih ditekankan pada aspek penyediaan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi, seperti pengembangan tower internet dan pembangunan jaringan *wifi* di ruang publik.

Terkait dengan *Smart Village* melalui pengembangan ekonomi masyarakat perdesaan, pemanfaatan ICT dapat digunakan dalam membantu untuk memasarkan produk pertanian dan kegiatan ekonomi lainnya seperti pariwisata. Sebagai contoh pada kajian masyarakat petani Kampung UKM Omah Salak yang terletak di Desa Donorokerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman sebagai Kampung UKM *Digital* yang *dibranding* dan *dilaunching* oleh PT Telkom Indonesia. Kampung Omah Salak, terdiri dari 40 kelompok petani, yang masing-masing terdiri dari antara 40-20 petani, dirancang untuk menjadi pusat informasi bagi kelompok petani dan telah berkembang menjadi salah satu desa wisata.

Terkait dengan *Smart Village*, ada pembatasan terkait dengan aspek penerapan teknologi dan informasi, aspek *smart* dapat berorientasi lebih kepada peningkatan kapasitas perangkat desa dan masyarakat dalam hal kemandirian pengelolaan desa dan inovasi kegiatan ekonomi

dan sosial dalam masyarakat. Namun demikian penerapan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) juga perlu untuk diupayakan dalam pengembangan *Smart Village* (Rachmawati., 2018).

6. Pengembangan *Smart City*

Smart City atau kota cerdas didefinisikan sebagai sebuah konsep pengembangan dan pengelolaan kota dengan pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) untuk menghubungkan, memonitor, dan mengendalikan berbagai sumber daya yang ada didalam kota dengan lebih efektif dan efisien untuk memaksimalkan pelayanan kepada warganya serta mendukung pembangunan yang berkelanjutan. (Supangkat dkk) dalam jurnal Mursalim., (2017).

Dalam membangun kota dan kabupaten cerdas diperlukan panduan bagi pemerintah dalam mengimplementasikannya baik terkait dengan aspek teknologi maupun non teknologi. Beberapa hal yang perlu dipelajari terkait dengan membangun kota dan kabupaten cerdas adalah kemampuan untuk dapat melakukan diagnosis permasalahan kota atau kabupaten secara komprehensif dan merumuskan solusi secara multisektoral, wawasan pengetahuan seputar kota dan kabupaten cerdas, pemahaman pengertian komponen dan model kota dan kabupaten cerdas, pemahaman proses perencanaan kota dan kabupaten cerdas dan metode pengukuran kesiapan dan kematangan, pemahaman tentang teknologi digital yang diperlukan, serta transformasi menuju kota dan kabupaten cerdas (Djunaedi, dkk., 2018).

Dalam suatu usaha pembangunan terdapat berbagai macam usaha untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dalam sebuah kota ini merupakan sebuah fokus utama pemerintah kota dalam mewujudkan pembangunan kota sesuai dengan visi dan misinya dimana dalam peningkatan pelayanan publik, sumber daya pemerintah daerah maupun masyarakat, infrastruktur, pendidikan, kesehatan, sosial dan juga ekonomi, karena di dalam penerapan *smart city* terdapat indikator-indikator yang berguna sebagai acuan dalam penerapannya jika beberapa indikator-indikator *Smart City* telah terlaksana dengan baik maka

kota tersebut akan mengalami peningkatan kemajuan di dalamnya (Bonde, dkk., 2020).

7. *Co-Creation Smart City*

Smart city merupakan hasil dari pengembangan pengetahuan yang intensif dan strategi kreatif dalam peningkatan kualitas sosial-ekonomi, ekologi, daya kompetitif kota. Kemunculan *smart city* merupakan hasil dari gabungan modal sumberdaya manusia (misal angkatan kerja terdidik), modal struktur infrastruktur (misal seperti fasilitas komunikasi yang berteknologi tinggi), modal sosial (seperti jaringan komunikasi yang terbuka) dan modal enterpreneurial (misalnya seperti aktifitas bisnis kreatif) Kourtit & Nijkamp (2012) dalam jurnal Satrio dan Rochani (2019).

Tujuan dari *smart city* adalah menciptakan lingkungan untuk berbagi informasi, berbagi pengalaman dan berkolaborasi bagi semua penghuni yang ada di kota tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut sebuah kota yang harus memiliki rencana dan menetapkan tujuan kebijakan publik untuk memberdayakan warganya agar memiliki akses ke jaringan informasi global dengan menggunakan fasilitas publik serta bermitra dengan perusahaan swasta untuk mencapai tujuan tersebut (Yovanof dan Hazapis, 2009 dalam Deakin, 2014) dalam jurnal Imran dan Armawan., (2019).

Menurut Cohen (2015) dalam jurnal Widiyastuti., (2019), kota yang seperti ini berada di level pertama atau *Smart Cities 1.0 Technology Driven*. Di mana, kota tidak mengetahui visi kota cerdas dan pengembangan *Smart City* didorong oleh teknologi dari perusahaan TI yang menghilangkan dinamika untuk berinteraksi dengan warganya.

Diharapkan, kota mampu menuju *Smart Cities 3.0 Citizen Co-Creation*, ketika kota merangkul model kreasi bersama warga untuk menciptakan kota yang berkualitas. Upaya ini dapat ditempuh dengan memperhatikan komponen-komponen pemungkin *Smart City*.

Dalam kasus *Smart City* Bandung, nilai *Co-Creation* dari para pemangku kepentingan dapat dicapai dengan lebih baik dengan menerapkan hal ini skenario yang diusulkan. Walikota, dewan kota, komite strategis, dan aliansi kota pintar adalah pemangku kepentingan yang

bertindak sebagai pendorong layanan. Para pemangku kepentingan perwakilan kota tersebut bertanggung jawab atas cara-cara baru dukungan finansial dan politik untuk menjalankan kota pintar Bandung.

Universitas, lembaga penelitian, unit kerja kota, dan profesional adalah pemangku kepentingan kota pintar Bandung yang mewakili organisasi publik dan swasta kolaborasi dan bertindak sebagai tulang punggung pengetahuan proyek. Mereka mempelajari karakteristik kota, merefleksikan visinya diputuskan oleh perwakilan kota, dan memberikan alasan ilmiah yang sesuai untuk menyebarkan proyek kota pintar Kota Bandung. Tahapan ini vital karena harus menyeimbangkan visi yang dibuat oleh wakil kota dengan lebih bisa diandalkan dasar ilmiah dan membuat visi kota lebih layak untuk mempertimbangkan karakteristik dan ibu kotanya. Dengan dasar pengetahuan yang dibangun, penyedia pengatur *platform* distribusi yang paling optimal untuk dikelola akses informasi. Tahapan ini penting untuk mempersiapkan kesiapan *top-down* dan *bottom-up* untuk mengantisipasi hal tersebut tingkat partisipasi yang diinginkan. (Mayangsari., 2015).

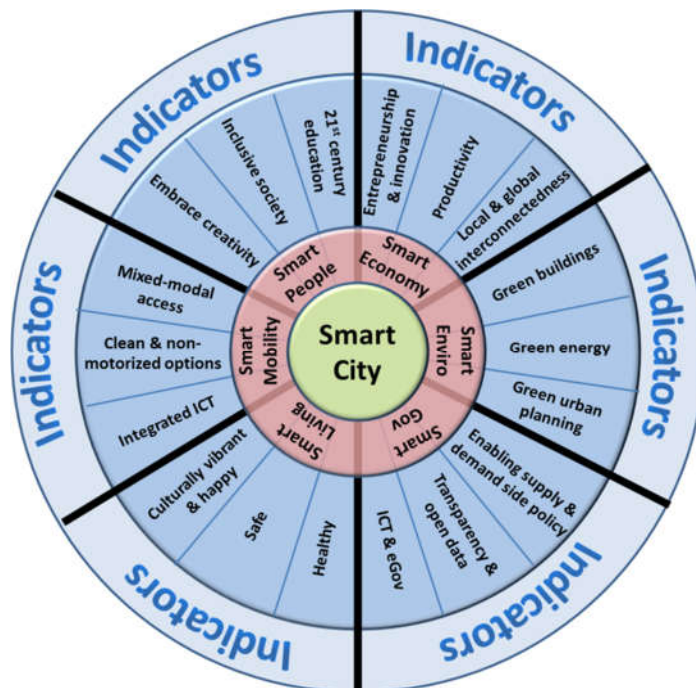
Dalam pengembangan *smart city* di Kota Yogyakarta sebetulnya telah mulai dilakukan sejak awal tahun 2000-an, sebelum konsep *smart city* populer. Hal tersebut setidaknya dapat dilacak dari penggunaan unit pelayanan informasi dan keluhan (UPIK) sebagai bagian dari penerapan *open government* di Kota Yogyakarta. Layanan UPIK mulai dirintis tahun 2003 dan diluncurkan pada 31 Januari 2004. Layanan UPIK merupakan media untuk menampung aspirasi masyarakat sehingga pemerintah dapat mengetahui permasalahan yang ada di masyarakat.

Setelah layanan UPIK ini berhasil dimanfaatkan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta untuk menampung aspirasi masyarakat, muncul sejumlah layanan lain yang menunjang pengembangan Kota Yogyakarta sebagai kota pintar (*smart city*). Diantara layanan tersebut adalah SIM Pelayanan Kesehatan, Layanan YES 118, Konsultasi Belajar Siswa *Online*, *Digital Library*, Sistem Penerimaan Siswa Baru, Taman Pintar Yogyakarta, Hi Jogja,

Whistle Blower System, SIM POS PBB, SIM MAPATDA, SIM Pasar, Sim Retribusi Pasar dan sejumlah aplikasi lain yang mampu mengefisienkan dan mengefektifkan penggunaan sumber daya dalam penyediaan pelayanan publik bagi masyarakat,

meningkatkan kualitas pelayanan publik dan memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses layanan publik yang disediakan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta (Faidati dan Khozin., 2018).

Gambar 1.2
Dimensi dan Indikator Smart City



Sumber : Kompasiana.com (2015)

1. Smart Economy (Ekonomi Cerdas)

Kualitas yang menghasilkan suatu inovasi dan mampu menghadapi persaingan. Semakin tinggi inovasi-inovasi baru yang ditingkatkan maka akan menambah peluang usaha baru dan meningkatkan persaingan pasar usaha atau modal. *Smart Economy*, juga diartikan sebuah kota cerdas yang memiliki tingkat perekonomian yang baik, pemanfaatan sumber daya atau potensi alam yang dimiliki oleh kota secara efisien dan efektif. Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu *indicator* untuk mengukur tingkat pembangunan di suatu daerah pada periode waktu tertentu sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat secara umum.

2. Smart Mobility (Mobilitas Cerdas)

Kemampuan untuk mengembangkan transportasi dan pembangunan infrastruktur sebagai bentuk penguatan sistem perencanaan infrastruktur kota. Pengelolaan infrastruktur kota yang dikembangkan di masa depan merupakan sebuah sistem pengelolaan terpadu dan diorientasikan untuk menjamin keberpihakan pada kepentingan publik.

3. Smart Environment (Lingkungan Cerdas)

Keberlanjutan dan sumber daya, lingkungan cerdas itu berarti lingkungan yang bisa memberikan kenyamanan, keberlanjutan sumber daya, keindahan fisik maupun non fisik, visual maupun tidak, bagi masyarakat dan

publik lingkungan yang bersih tertata, RTH yang stabil merupakan contoh dari penerapan lingkungan pintar.

4. *Smart People* (Masyarakat Cerdas)

Kreativitas dan modal sosial, pembangunan senantiasa membutuhkan modal, baik modal ekonomi (*economic capital*), modal usaha (*human capital*), maupun modal sosial (*social capital*). Kemudahan akses modal dan pelatihan-pelatihan bagi UMKM dapat meningkatkan kemampuan keterampilan mereka dalam mengembangkan usahanya. Modal sosial termasuk elemen-elemen seperti kepercayaan, gotong-royong, toleransi, penghargaan, saling memberi dan saling menerima serta kolaborasi sosial memiliki pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi melalui berbagai mekanisme seperti meningkatnya rasa tanggungjawab terhadap kepentingan publik, meluasnya partisipasi dalam proses demokrasi, menguatnya keserasian masyarakat dan menurunnya tingkat kejahatan.

5. *Smart Living* (Hidup Cerdas atau Kualitas Hidup)

Manajemen Operasi sebuah ilmu mempelajari proses aktivitas kegiatan produksi barang dan jasa yang menghasilkan suatu nilai. Manajer operasi harus membangun sistem pengembangan produk yang memiliki kemampuan untuk membayangkan, mendesain dan memproduksi produk yang akan menghasilkan keunggulan yang kompetitif bagi perusahaan. Pada proses membuat konsep desain, konsumen dapat berkolaborasi untuk menghasilkan desain yang sesuai dengan apa yang diinginkan. Perusahaan akan mendengarkan pesan dan masukan dari konsumen perihal produk yang akan dibuat.

Co-Creation hadir untuk membantu perusahaan berkolaborasi dengan konsumen untuk menciptakan nilai yang unggul dan sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, hasil dari nilai yang telah diciptakan untuk kedua pihak yaitu perusahaan dan juga konsumen. Berkembangnya teknologi saat ini membuat perusahaan-perusahaan harus lebih cermat dan

Berbudaya berarti bahwa manusia memiliki kualitas hidup yang terukur (budaya). Kualitas hidup tersebut bersifat dinamis, dalam artian selalu berusaha memperbaiki dirinya sendiri. Pencapaian budaya pada manusia, secara langsung maupun tidak langsung merupakan hasil dari pendidikan. Maka kualitas pendidikan yang baik adalah jaminan atas kualitas budaya, dan atau budaya yang berkualitas merupakan hasil dari pendidikan yang berkualitas.

6. *Smart Governance* (Pemerintahan yang Cerdas)

Kunci utama keberhasilan penyelenggaraan pemerintahan adalah *Good Governance*, yang merupakan paradigma, sistem dan proses penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan yang mengindahkan prinsip-prinsip supremasi hukum, kemanusiaan, keadilan, demokrasi, partisipasi, transparansi, profesionalitas, dan akuntabilitas ditambah dengan komitmen terhadap tegaknya nilai dan prinsip desentralisasi, daya guna, hasil guna, pemerintahan yang bersih, bertanggung jawab dan berdaya saing (Hasibuan dan Sulaiman., 2019).

8. Kerangka Pemikiran

berinovasi agar mengikuti perkembangan agar tidak tertinggal. Adanya *Co-Creation* membuat perusahaan-perusahaan sadar akan teknologi dan mencoba berkolaborasi untuk menciptakan nilai yang diinginkan konsumen.

Adanya kolaborasi teknologi pastinya memudahkan masyarakat dan dapat mengembangkan sebuah kota menjadi *smart city* harus dimulai dengan teknologi yang memadai dan kesiapan dari masyarakat menghadapi perubahan yang terjadi akibat datangnya teknologi yang canggih. Seperti menggunakan aplikasi untuk aktivitas sehari-hari dan mesin yang membantu para petani desa. Yang dicari yaitu tentang Pengembangan konsep Subang *Smart City* dengan pendekatan SOAR dan Perspektif *Co-Creation*.

METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada *paper* ini adalah jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau tentang kecenderungan yang tengah berlangsung (Hasan., 2002).

Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya (Sukmadinata, 2006:72) dalam jurnal Linarwati, dkk., (2016).

Dalam penelitian deskriptif, data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan bekemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah di teliti (Moleong., 2008).

Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Prasanti., 2018).

2. Jenis Data Penelitian

Penelitian pada *paper* ini menggunakan jenis data sekunder, dimana data didapat oleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Peneliti menggunakan jurnal dan literatur-literatur di buku sebagai data untuk mendukung penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Subang *Smart City* penting untuk

Jurnal yang digunakan adalah jurnal ilmiah seperti jurnal ekonomi atau bisnis yang membahas tentang Pengembangan konsep Subang *Smart City* dalam Perspektif Analisa SOAR *Co-Creation*.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam *paper* ini adalah studi literatur. Studi literatur dapat ditempuh dengan jalan mengumpulkan referensi yang terdiri beberapa penelitian terdahulu yang kemudian dikompilasi untuk menarik kesimpulan (Mardalis, 1999) dalam jurnal Hartanto., (2020).

Studi literatur dilakukan dengan membaca sumber-sumber kepustakaan untuk memperoleh data yang diperlukan dengan langkah-langkah, Nazir (2014:88) dan Arikunto (2013:66) dalam jurnal Syukwansyah., (2016):

1. Membaca segala keterangan yang ada dalam penelitian apakah tersedia keterangan-keterangan sesuai dengan latar belakang permasalahan penelitian (Nazir, 2014:88).

2. Mengumpulkan sumber bahan kajian yang relevan dengan masalah dalam penelitian (Arikunto, 2013:66).

3. Mengutip informasi yang ada pada bacaan tersebut dapat berupa kuotasi (mengutip secara langsung), paraphrase (menggunakan kata-kata sendiri) (Nazir, 2014:88) dan menuliskan hasil kajian kedalam kartu yang telah disediakan (Arikunto, 2013:66).

4. Mencatat hal-hal penting dengan melihat dahulu mana yang penting dengan juga mempelajari indeks dihalaman belakang buku untuk mencari halaman yang berkenaan dengan yang dicatat dalam kartu yang disediakan (Nazir, 2014:88).

5. Menyimpulkan hasil yang diperoleh.

6. Melakukan interpretasi atas hasil yang diperoleh

diwujudkan agar Kota Subang tetap *sustainable* dan mampu bersaing dengan kota-kota lainnya di Indonesia. Seperti, Kota Surabaya dan Kota Bandung yang telah terlebih dahulu menerapkan konsep *smart*

city. Subang diharapkan dapat menjadi potret pengembangan kota baru dan ditargetkan dapat menyerap tenaga kerja lokal dan berkontribusi terhadap perekonomian Kabupaten Subang dan Provinsi Jawa Barat.

Tujuan utama Subang *Smart City* dapat tercapai apabila mencapai dimensi yang sudah ditentukan. Seperti *smart economy, smart mobility, smart environment, smart people, smart living dan smart governance.*

Dimensi Pengembangan *Smart City*

Tabel 1.1
Dimensi dan Indikator *Smart City*

No	Dimensi	Indikator
1	<i>Smart Economy</i>	<i>Entrepreneurship and Innovations Productivity</i> <i>Local and Global Interconnectedness</i>
2	<i>Smart Environment</i>	<i>Green Buildings</i> <i>Green Energy</i> <i>Green Urban Planning</i>
3	<i>Smart People</i>	<i>21 Century Education</i> <i>Individual Society</i> <i>Embrace Creativity</i>
4	<i>Smart Living</i>	<i>Culturally Facility</i> <i>Safe</i> <i>Healthy</i>
5	<i>Smart Governance</i>	<i>Enabling Supply and demand side policy</i> <i>Transparency and Open Data</i> <i>ICT and E-Gov</i>
6	<i>Smart Mobility</i>	<i>Mixed Modal Acces</i> <i>Integrated ICT</i>

Sumber: Cohen (2013)

1.. Smart Economy

Dalam indikator *Smart Economy*, Pemerintah Subang berkolaborasi dengan *platform* icalan.id untuk membantu UMKM Subang menjadi lebih berinovasi menggunakan teknologi saat ini. Icalan.id bisa menjadi jembatan untuk UMKM Subang menuju pasar internasional. Masyarakat Subang juga sudah menggunakan teknologi untuk menambah

pertumbuhan ekonominya dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook serta aplikasi *e-commerce* seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak untuk mempromosikan barang dan jasa, dari sisi transaksi, Subang juga sudah menggunakan teknologi seperti *m-banking, ovo* dan *dana*. Biasanya transaksi tersebut biasa ditemukan di restoran-restoran dan juga cafe seperti KFC dan *Upnormal* dan juga pembayaran

jasa aplikasi seperti Grab atau Gojek. Dari sisi akomodasi ada traveloka, *reddoorz* dan tiket.com untuk membantu pendatang menemukan akomodasi di daerah Subang.

Pemerintah Kabupaten Subang juga berkolaborasi dengan PT Grab Teknologi Indonesia untuk pelayanan di 15 pasar tradisional Subang dalam upaya mendukung masyarakat tetap aman dan nyaman di rumah selama pandemi *COVID-19*. Kerjasama tersebut melalui aplikasi *GrabAssistant*, dimana masyarakat Subang selama pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dimudahkan untuk mendapatkan kebutuhan pokoknya di pasar tradisional.

Smart Environment

Dalam indikator *Smart Environment*, Pemerintah Subang berkolaborasi dengan PT. Suryacipta Swadaya untuk menerapkan konsep ramah lingkungan, seperti pengolahan limbah cair agar limbah yang dikembalikan ke alam sudah dipastikan aman dan tidak berdampak bagi lingkungan sekitar.

3. Smart People

Dalam indikator *Smart People*, Pemerintah Subang berkolaborasi dengan komunitas Subang Creative Hub (SCH) untuk membentuk komite ekonomi kreatif kabupaten subang untuk lebih mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif di Kabupaten Subang. Saat ini ada 17 subsektor ekonomi kreatif, menurut survei yang dilakukan SBM-ITB dari 17 itu ada 6 subsektor unggulan di Kabupaten Subang, yaitu musik, fotografi, videografi, fashion, kuliner dan kriya, dan untuk dari sisi pendidikan, Pemerintah Subang berkolaborasi dengan para guru diseluruh Kabupaten Subang untuk menerapkan Literasi untuk para siswa selama 10 menit sebelum memulai pelajaran.

Masyarakat yang inklusif dapat diartikan sebagai golongan masyarakat yang mampu menerima berbagai bentuk keberagaman dan keberbedaan serta mengakomodasinya ke dalam berbagai tatanan maupun infrastruktur yang ada di masyarakat. Dimana masyarakat Subang sudah dikatakan inklusif karena

menerima perkembangan yang sudah ada di Kota Subang, seperti teknologi dan infrastruktur.

4. Smart Living

Dalam indikator *Smart Living*, Pemerintah Daerah Kabupaten Subang dengan *Saemaul Globalization Foundation* (SGF) Korea Selatan untuk menerapkan prinsip 3R di lingkungan masyarakat pedesaan. Dalam hal ini peran pemerintah desa penting untuk dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat, bahwa sampah harus dikelola dengan baik untuk mewujudkan lingkungan yang sehat dan bersih serta menumbuhkan nilai ekonomis bagi masyarakat dan juga sekitarnya.

5. Smart Governance

Dalam indikator *Smart Governance*, Pemerintah daerah Kabupaten Subang telah secara serius memanfaatkan internet sebagai media komunikasi program pembangunan dan promosi kepariwisataan yang ada di Kabupaten Subang. Website tersebut menjadi bagian dari bentuk *public relation* sosialisasi program pembangunan Kabupaten Subang. Kabupaten Subang memuat tujuh Prioritas Pembangunan Kabupaten Subang tahun 2021, yaitu bidang pendidikan, kesehatan, infrastruktur, daya saing, pariwisata, lingkungan hidup dan reformasi birokrasi.

Tahun 2021 rata-rata sekolah kabupaten subang meningkat, jumlah bangunan SD dan SMP dalam kondisi baik, meningkatnya pelayanan kesehatan baik di rumah sakit maupun di puskesmas yang ditunjukkan dengan meningkatnya angka harapan hidup, persentase ruas jalan kabupaten dan poros desa dalam kondisi baik. Beberapa destinasi wisata baru yang berbasis budaya dan kearifan lokal, terealisasi tempat pengolahan sampah baru sebagai langkah nyata dalam penanganan sampah di Kabupaten Subang.

6. Smart Mobility

Dalam indikator *Smart Mobility*, Pemerintah Subang merancang konsep Mall Pelayanan Publik (MPP) memberikan pelayanan publik atas barang jasa dan atau pelayanan administrasi yang merupakan perluasan

fungsi pelayanan terpadu mulai dari perizinan, dokumen kependudukan hingga pembayaran terhadap pelayanan. Baik pusat maupun daerah serta pelayan BUMN/BUMD dan swasta dalam rangka menyediakan pelayanan yang cepat, mudah, terjangkau, aman dan nyaman.

Diharapkan dapat memberikan layanan terhadap masyarakat Subang untuk berbagai pengurusan dengan mudah, cepat dan transparan. Beberapa instansi yang akan bergabung dalam MPP diantaranya Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP), Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil), Badan Pajak dan Restribusi Daerah dan Organisasi Perangkat Daerah (OPD), Pelayanan perbankan dan Pelayanan kementerian/lembaga diantaranya Pelayanan kepolisian, Pelayanan tanah dari ATR/BPN, Pelayanan Kementerian Hukum dan Ham, Pelayanan pajak, bea cukai, keimigrasian, dan pelayanan lainnya. Tak ketinggalan, berbagai layanan akan disediakan oleh BUMN/BUMD diantaranya Jasa Raharja, BPJS, PLN, PDAM dan Bank daerah.

Analysis SOAR

Analisis SOAR (*Strength, Opportunities, Aspirations and Results*) bagi perencanaan strategis dimulai dengan *initiate* (keputusan

untuk memilih SOAR) kemudian dilanjutkan dengan penyelidikan (*inquiry*) yang menggunakan pertanyaan-pertanyaan positif guna mempelajari nilai-nilai inti visi, kekuatan, dan peluang potensial. Dalam fase ini, pandangan-pandangan setiap anggota organisasi dihargai.

Penyelidikan juga dilakukan guna memahami secara utuh nilai-nilai yang dimiliki oleh para anggota organisasi serta hal-hal terbaik yang pernah terjadi di masa lalu. Kemudian anggota organisasi dibawa masuk ke dalam fase imajinasi, memanfaatkan waktu untuk “bermimpi” dan merancang masa depan yang diharapkan. Dalam fase ini, nilai-nilai diperkuat, visi dan misi diciptakan.

Sasaran jangka panjang dan alternatif strategis dan rekomendasi diumumkan. Fase selanjutnya adalah inovasi, yaitu dimulainya perancangan sasaran jangka pendek, rencana taktikal dan fungsional, program, sistem, dan struktur yang terintegrasi untuk mencapai tujuan masa depan yang diharapkan. Guna tercapainya hasil terbaik yang terukur, karyawan harus diberikan inspirasi melalui sistem pengakuan dan penghargaan.

Tabel 1.2
Matriks SOAR Dimensi Smart Government

Kekuatan	Peluang
Program Jawara (Jaya Sejahtera Istimewa) dengan 9 Jawara.	Peraturan daerah yang mendukung. Perkembangan wilayah akan membentuk masyarakat dengan tipologi <i>urban society</i> yang membutuhkan pelayanan berbasis elektronik. Untuk itu pemerintah daerah sudah mempersiapkan langkah persiapan regulasi, kesiapan sektor pendukung maupun penyiapan institusi.
Pelayanan perizinan online.	SDM yang berkualitas dengan jumlah PNS 11.716 orang.
Program transparansi anggaran yang bisa dilihat oleh masyarakat luas	Studi banding dengan kota/kabupaten Pangandaran, Ciamis, Banjar, Cilacap. Misalnya melakukan studi banding PPID.

Sistem perencanaan secara online yang terkoneksi dengan RPJM, Renstra, dan Renja.	Jaringan intranet/internet cukup bagus dengan tersedianya server.
Adanya Dinas Informasi dan Komunikasi dengan anggaran yang cukup memadai.	Dukungan pemerintah provinsi dan pemerintah kabupaten yang besar. Tersedia APBD dan Anggaran dari Pemprov/Pusat.
	Ada peluang bekerjasama dengan bank/swasta melalui CSR. Juga kerjasama lintas sektoral baik dengan pemerintah provinsi, pusat dan pihak swasta untuk pembangunan infrastruktur
	Melibatkan swasta dalam membangun kabupaten pintar. Melakukan model pemerintahan berbasis governance melalui kolaborasi dengan sektor swasta, perguruan tinggi serta kerjasama antarwilayah. Untuk itu ditempuh kolaborasi dengan beberapa perguruan tinggi terkemuka dan investor-investor yang menanamkan modalnya di Kabupaten Subang. Kerjasama juga dilakukan dengan unsur komunitas masyarakat yang aktivitasnya cenderung berpola gotong-royong. Bekerjasama melalui aplikasi perkantoran.
	Komitmen Bupati agar Subang lebih baik.
Aspirasi	Hasil
Mempercepat pelayanan publik.	Bertambahnya layanan publik online.
Meningkatnya kualitas SDM.	Sarana dan prasarana layanan publik lebih baik dan lebih mudah dijangkau oleh masyarakat.
Pemerintahan yang bersih dari KKN.	Dari sisi Diskominfo adalah peningkatan kualitas layanan publik berbasis online yang dapat meningkatkan efisiensi dan meningkatkan <i>public trust</i> masyarakat Kabupaten Subang terhadap Pemerintahan Subang.
Menjadikan Kabupaten Subang Jawa (Jaya, Istimewa dan Sejahtera).	
Meningkatnya kualitas layanan publik baik layanan dasar (kesehatan, pendidikan) maupun layanan publik lainnya dengan penyediaan infrastruktur maupun teknologi informasi lainnya.	
Adanya sistem informasi.	
Layanan publik yang terintegrasi secara terpadu untuk memudahkan masyarakat	

mengakses informasi yang dibutuhkan (rumah sakit, pasar, terminal, hotel, pariwisata, perbankan, sosial, sekolah, dll).	
Menjadi kota strategis di Provinsi Jawa Barat.	

Sumber: Takariani, dkk., 2020

Tabel 1.3
Matriks SOAR Dimensi *Smart Economy*

Kekuatan	Peluang
Pelayanan perizinan online.	Peluang dan potensi investasi masih banyak.
Peraturan yang mendukung kemajuan ekonomi.	Kabupaten memiliki potensi wisata alam yang cukup banyak tetapi belum digarap secara maksimal.
Potensi pariwisata.	Pembangunan Pelabuhan Internasional Patimban, menjadikan peluang untuk Kabupaten Subang untuk lebih berkembang lagi.
Hasil perkebunan dan perikanan, juga sebagai daerah penghasil padi terbesar di Jawa Barat, hasil pertanian didominasi oleh sawah dengan hasil produksi mencapai 136.657.500 Ton per tahun dengan luas sawah 84.500 Hektar.	Subang bagian selatan yang merupakan wilayah pegunungan menyimpan potensi agraria yang melimpah.
Jumlah penduduk yang didominasi usia kerja.	Subang bagian tengah memiliki kawasan perekonomian strategis dalam bingkai perkotaan.
	Subang bagian utara memiliki kelebihan dalam hal maritim dengan potensi laut menguntungkan.
	Adanya potensi wilayah berupa laut, daerah pegunungan, dataran rendah, persawahan dan perkebunan (karet, teh, nanas dan rambutan).
	Bekerjasama dengan Bank/Swasta melalui CSR.
Aspirasi	Hasil
Meningkatnya investor.	Pusat distribusi hasil pertanian, perkebunan, dan peternakan, serta ingin dikenal sebagai kabupaten penghasil pertanian yang kuat. Juga sebagai pusat pertanian pangan (benih dan perikanan ikan air tawar).
Meningkatkan perekonomian masyarakat, menjadi salah satu pusat perekonomian penting.	Potensi perikanan (sebagai penghasil benih dan perikanan ikan air tawar).

Peningkatan kesejahteraan melalui pembangunan pertanian, ekonomi rakyat, industri kreatif, perikanan dan kepariwisataan.	Kabupaten Subang sebagai kota industri, kabupaten yang maju dalam industri kreatif yang berwawasan lingkungan.
Meningkatnya daya beli masyarakat sebagai salah satu bukti meningkatnya perekonomian masyarakat.	Kabupaten tujuan wisata dengan meningkatkan kunjungan wisatawan baik untuk turis domestik maupun mancanegara.
Sebagai gerbang utama keluar masuknya produk dengan dengan dibangunnya Pelabuhan Internasional Patimban.	
Menyediakan lapangan kerja yang mudah diakses dan memadai terutama oleh putra daerah.	
Berkembangnya industri dan perdagangan.	
Kemajuan dalam bidang pariwisata dan menjadi kota tujuan wisata.	
Kemajuan di bidang pertanian dan mempertahankan sebagai daerah lumbung pangan.	
Meningkatnya daya beli masyarakat sebagai salah satu bukti meningkatnya perekonomian masyarakat.	
Kemudahan pelayanan perizinan online yang didukung regulasi dan peraturan di bidang ekonomi, mis: peningkatan investasi, pengembangan industri kreatif dan perdagangan, pariwisata, peningkatan serta distribusi hasil dan produk (seperti pertanian, perkebunan, perikanan) melalui pelabuhan; serta penyediaan dan penyerapan lapangan kerja usia produktif di sektor-sektor tersebut.	
Peningkatan investasi di bidang pertanian, perkebunan, perikanan, pariwisata, industri (kreatif dan UMKM), distribusi produk melalui pelabuhan; maupun pemanfaatan kerjasama dengan pihak swasta melalui CSR.	

Sumber: Takariani, dkk., 2020

Tabel 1.4
Matriks SOAR Dimensi *Smart Living*

Kekuatan	Peluang
Pemerintah Kabupaten Subang tetap memelihara budaya gotong royong dalam kehidupan sehari-hari masyarakat sehingga kegiatan yang melibatkan masyarakat masih bisa dilaksanakan dengan baik.	Program Penanggulangan Bencana Berbasis Masyarakat Secara Terpadu.
Program Rumah Tidak Layak Huni (RUTILAHU).	Di Puskesmas sudah tersedia aplikasi Sistem Manajemen Informasi Puskesmas (SIMPUS) yang terintegrasi dalam Sistem Informasi Kesehatan Daerah (SIKDA), namun belum didukung dengan SDM yang handal.
Program Bantuan Stimulan Perumahan Swadaya (BSPS).	
Program Kota Tanpa Kumuh (KOTAKU).	
Program Peningkatan Kualitas Lingkungan Permukiman (pembangunan jalan lingkungan dan TPT).	
Sudah memiliki Standar Pelayanan Minimal (SPM) bidang kesehatan.	
Pelayanan kesehatan baik preventif, promotif, kuratif dan rehabilitatif.	
Tenaga kesehatan yang tersebar di 40 puskesmas dan jaringannya dan rumah sakit. Puskesmas sudah memiliki Pola Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum Daerah (PPK BLUD dan terakreditasi.	
Program penanggulangan bencana berbasis masyarakat secara terpadu.	
Pelayanan pemberian bantuan hibah online dengan sistem ABAH JAWARA sehingga mudah diakses oleh seluruh lapisan masyarakat.	
Sarana dan Prasarana Layanan Kesehatan	
Aspirasi	Hasil
Respon cepat terhadap bencana alam.	Meningkatnya derajat kesehatan masyarakat sehingga angka harapan hidup juga meningkat.
Peningkatan kesejahteraan masyarakat.	Sarana dan prasarana layanan publik lebih baik dan lebih mudah dijangkau oleh masyarakat.
	Indeks pengembangan manusia meningkat.
	Secara umum menjadi daerah yang bersih, maju, sejahtera dan berkarakter di berbagai sektor.

Sumber: Takariani, dkk., 2020

Tabel 1.5
Matriks SOAR Dimensi *Smart Environment*

Kekuatan	Peluang
Program pengelolaan lingkungan hidup.	Melibatkan ormas dalam bidang lingkungan hidup.
Program Rumah Tidak Layak Huni (RUTILAHU).	Peraturan tentang Tata Ruang di Kabupaten Subang.
Program Kota Tanpa Kumuh (KOTAKU).	Adanya Program JAWARA (Jaya Istimewa Sejahtera) yang meliputi: Program kerja Jawara Riksa (Lingkungan Hidup).
Program Peningkatan Kualitas Lingkungan Permukiman (pembangunan jalan lingkungan dan TPT).	
Mempersiapkan perubahan yang akan mengantisipasi perkembangan wilayah. Pengembangan wilayah ini dikonsentrasikan di kawasan tengah dan utara Kabupaten Subang, sementara di kawasan selatan yang merupakan daerah pegunungan, pengembangan wilayahnya relatif ditahan karena merupakan zona konservasi dan sebagian merupakan kawasan rawan bencana.	
Aspirasi	Hasil
Sesuai dengan visi Kabupaten Subang yang bersih, maju, sejahtera dan berkarakter.	Kabupaten berwawasan lingkungan.
Subang yang Jaya Istimewa Sejahtera Gemah Ripah Repeh Rapih Loh Jinawi	Kabupaten yang maju dalam industri kreatif yang berwawasan lingkungan.

Sumber: Takariani, dkk., 2020

Tabel 1.6
Matriks SOAR Dimensi *Smart People*

Kekuatan	Peluang
Subang memiliki jumlah penduduk ± 1,7 Juta dengan usia muda mencapai 60%, didominasi usia kerja.	Kerjasama dengan perguruan tinggi.
Secara kuantitas jumlah PNS sebanyak 11.716.	Perkembangan wilayah akan membentuk masyarakat dengan tipologi <i>urban society</i> yang membutuhkan pelayanan berbasis elektronik.
Pemerintah Kabupaten Subang tetap memelihara budaya gotong royong dalam kehidupan sehari-hari masyarakat sehingga kegiatan yang melibatkan masyarakat masih bisa dilaksanakan dengan baik.	Melibatkan pihak swasta (industri dan yang lainnya) dalam program CSR yang lebih variatif tidak hanya pembangunan infrastruktur saja. Dapat berupa bantuan beasiswa bagi anak sekolah atau mahasiswa.
SDM Subang yang berkualitas dengan angkatan kerja yang cukup berkualitas.	Kerjasama dilakukan dengan unsur komunitas masyarakat yang aktivitasnya cenderung berpola gotong-royong.
Semakin banyaknya sumber daya manusia yang dapat menggunakan internet, teknologi, dan jaringan informasi yang terus meningkat.	
Subang memiliki perguruan tinggi yang menghasilkan lulusan yang mumpuni untuk mendukung Subang menjadi Kabupaten pintar.	
Aspirasi	Hasil
Meningkatnya kualitas SDM.	Meningkatnya angka partisipasi sekolah.
Meningkatkan kualitas pendidikan untuk menciptakan SDM yang handal dan berdaya saing.	Meningkatnya tingkat pendidikan masyarakat.
Peningkatan Literasi.	Meningkatnya rata-rata lama sekolah.
Harapannya tercipta <i>smart people</i> yang memiliki kemandirian tinggi.	Indeks pengembangan manusia meningkat. Pada tahun 2023 tercapai: IPM: 71,25 Poin.
Menjadi kota berbasis kreativitas dan inovasi.	

Sumber: Takariani, dkk., 2020

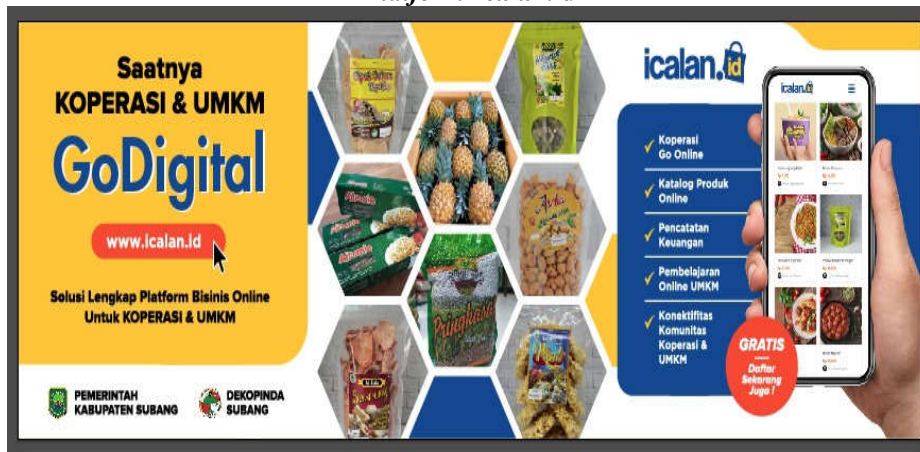
Tabel 1.7
Matriks SOAR Dimensi *Smart Mobility*

Kekuatan	Peluang
Infrastruktur jalan.	Pembangunan pelabuhan internasional Patimban, menjadikan peluang untuk Kabupaten Subang untuk lebih berkembang lagi.
Memiliki wilayah laut, daratan, dan pegunungan.	Melakukan kerjasama lintas sektoral baik dengan pemerintah provinsi, pusat, dan pihak swasta untuk pembangunan infrastruktur.
Komitmen yang kuat dari pemerintah daerah dalam pembangunan infrastruktur merupakan kekuatan yang menunjang Subang menuju Smart City/Region.	Peluang dukungannya dari akses informasi yang merata di 30 kecamatan.
Aset aset terbesar diantaranya: Potensi pengembangan wilayah dengan kawasan strategis kabupaten yang menunjang adanya jalan tol dan proyek strategis nasional seperti Pelabuhan Patimban dan Waduk Sadawarna.	Kerja sama dengan kabupaten/kota yang sudah memiliki keunggulan dalam smart city.
Perkembangan spesifik terlihat di kawasan utara, yang sedang dirumuskan antara lain sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) untuk pelabuhan internasional Patimban. Sebagai proyek strategis nasional, pelabuhan internasional Patimban ini akan diintegrasikan dengan KEK bandara internasional Kertajati dan kawasan pengembangan wilayah Cirebon yang disebut dengan Kawasan Segitiga Rebana.	Peluang diantaranya: Akses internet yang hampir menjangkau seluruh Kabupaten Subang
Posisi Kabupaten Subang yang berada pada posisi dengan akses mudah dan terbuka terhadap pusat-pusat pertumbuhan, yaitu kawasan Bandung Raya di selatan dan kawasan Jabodetabek di sebelah barat.	Dukungan pemerintah provinsi dan pemerintah kabupaten yang besar.
Jaringan intranet/internet, tersedianya server.	
Akses internet yang sudah hampir menyeluruh pada semua wilayah. Untuk wilayah Subang, akses informasi melalui internet sudah dapat menjangkau ke	

seluruh wilayah. Akses informasi sudah menjangkau ke pelosok desa.	
Aspirasi	Hasil
Memiliki infrastruktur jalan yang baik dan memadai.	Dibangunnya jalan yang menyambungkan antar desa dan kecamatan.
Sebagai gerbang utama keluar masuknya produk dengan dengan dibangunnya Pelabuhan Internasional Patimban.	Meningkatnya pembangunan infrastruktur fisik jalan yang baik.
Peningkatan infrastruktur telekomunikasi.	Meningkatnya infrastruktur telekomunikasi.
Meningkatnya kualitas layanan publik dengan penyediaan infrastruktur maupun teknologi informasi lainnya.	

Sumber: Takariani, dkk., 2020

Gambar 1.4
Platform Icalan.id



Icalan.id adalah solusi lengkap bagi para pelaku UMKM untuk "Go Online". Tidak hanya itu, koperasi ataupun sponsor berbadan hukum yang menaungi para pelaku UMKM pun akan dapat mendaftarkan anggotanya di icalan.id untuk kemudian mendapatkan benefit bagi anggotanya. Para pelaku UMKM yang tergabung dalam sebuah koperasi ataupun disponsori organisasi berbadan hukum seperti korporasi dan instansi pemerintah akan mendapatkan status "Verified Seller" Dimana status tersebut akan mempermudah mitra penjual mendapatkan pesanan dari calon pembeli. Dukungan lain yang disiapkan icalan.id yaitu berupa segudang fitur dengan berbagai manfaatnya.

Dengan fitur-fitur ini, di icalan.id, para pelaku UMKM tidak hanya sekedar memajang foto produk di *Online* dan menunggu pesanan masuk, tapi juga para pelaku UMKM dapat mengembangkan wawasan dan keahlian yang dimiliki seputar berjualan online sehingga nantinya dapat bersaing dengan para pelaku usaha online lain yang sudah lebih dulu terjun di bidang ini. Sebagai sebuah *platform* Icalan.id mampu mewujudkan transformasi digital berupa pengelolaan bisnis koperasi dan UMKM khususnya pada tata cara pemasaran dan penjualan yang asalnya berbasis *offline* menjadi berbasis *online*.

Melihat *platform* icalan.id adalah alat bantu yang paling cocok untuk digunakan koperasi dan umkm dalam mewujudkan digitalisasi bisnis mereka, selain menghubungkan antar koperasi, antar koperasi dan UMKM binaannya, juga antar UMKM dengan UMKM. Icalan.id mampu mempertemukan para sponsor dengan koperasi dan umkm binaannya secara *online*, yang juga menjadi menarik untuk menggunakan *platform* ini sifatnya gratis. Kolaborasi antara icalan.id dengan pemerintah Subang disambut positif. Hal ini menjadi angin positif bagi masyarakat Koperasi dan UMKM di Kabupaten Subang. Melalui Gerakan digitalisasi koperasi yang di gagas oleh Dekopinda Subang dan didukung penuh oleh Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan, dan Perindustrian Kabupaten Subang, pemerintah yakin Koperasi dan UMKM daerah Subang mampu bersaing

sekaligus menjawab tantangan zaman yang serba digital saat ini asalkan mau belajar dan terus mencoba hal-hal baru termasuk penggunaan platform icalan.id.

Subang *Smartpolitan masterplan* dibuat mengedepankan teknologi dan sistem perkotaan yang efisien dan terintegrasi. Desain arsitektur Subang *Smartpolitan* untuk mewujudkan Subang sebagai kota mandiri percontohan pertama di Indonesia. Subang *Smartpolitan* akan menerapkan teknologi fundamental pada *smart city* seperti teknologi IOT, 5G, termasuk teknologi *autonomous cars*. *Internet of Things* (IoT), adalah sistem perangkat komputasi yang saling terkait, mesin mekanik dan digital, yang dilengkapi dengan pengidentifikasi unik dan kemampuan untuk mentransfer data melalui jaringan tanpa memerlukan interaksi antar manusia atau manusia dan komputer. Subang *Smartpolitan* dapat meningkatkan kualitas, kinerja dan interaktivitas layanan dan mengoptimalkan sumber daya serta mengurangi biaya.

Beberapa contoh penerapan IoT dalam *smart city* seperti *smart infrastructure* (smart parking, *smart lighting* dan jalan yang terkoneksi), *smart energy management*, *smart water management*, *smart waste management* hingga *smart city services*. Pembangunan tahap pertama Subang *Smartpolitan* meliputi lahan seluas 400 hektar. Merupakan proyek strategis dengan akses darat, laut, udara di kawasan bisnis masa depan di Jawa Barat. Kawasan ini gabungan dari tiga daerah yang diprediksi akan menjadi masa depan Jawa Barat, yaitu, Cirebon, Subang, dan Majalengka.

Tumbuhnya infrastruktur strategis utama seperti jalan tol Cipali, bandara udara Kertajati dan pelabuhan Patimban akan semakin meningkatkan perekonomian di Subang, sehingga lokasi Subang *Smartpolitan* menjadi lebih strategis karena berada di jantung segitiga bisnis masa depan di Jawa Barat. Implementasi tersebut diterapkan agar taraf kualitas hidup warga di Subang *Smartpolitan* dapat lebih baik dari kota-kota lainnya. Dengan menerapkan konsep ramah lingkungan (*green technology*) seperti pengolahan limbah

cair *Waste Water Treatment Plant* (WWTP) yang dimonitor secara ketat sehingga tidak menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan akibat aktivitas industri di Subang.

Untuk limbah cair akan diolah di WWTP hingga limbah yang dikembalikan ke alam sudah dipastikan aman dan tidak berdampak bagi lingkungan sekitar. Untuk limbah padat atau limbah B3 (mengandung zat beracun/berbahaya) akan diserahkan pada pengelola limbah terakreditasi dan bersertifikat, sedangkan limbah rumah tangga akan diangkut oleh petugas kebersihan. Subang *Smartpolitan* merupakan

KESIMPULAN

Faktor penunjang berjalanya *Smart City* yaitu infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi serta sumber daya manusia sudah siap dalam menerapkan *Smart City*, yang berarti pada dasarnya Kota Subang sudah bisa dikatakan siap dalam penerapan *Smart City*. Sesuai dengan apa yang diharapkan yaitu untuk menerapkan *Smart City* di Kota Subang.

Strategi Kabupaten Subang menuju *smart city* berdasarkan analisis SOAR dengan enam dimensi meliputi strategi pada dimensi *smart government* adalah strategi terkait fasilitas layanan publik terintegrasi, interoperabilitas, keamanan informasi, *command center*, serta pengembangan kompetensi SDM pemerintah daerah Kabupaten Subang. Dilihat dari dimensi *smart economy* berdasarkan analisis SOAR meliputi strategi peningkatan ekonomi terutama di sektor pariwisata, ekonomi kerakyatan (UMKM, industri kreatif), penyerapan tenaga kerja, adopsi TIK para pelaku dunia usaha, serta penyediaan dan sosialisasi layanan perizinan *online*. Strategi

pelopor di Rebana Metropolitan, yang memiliki akses langsung melalui tol Cipali, Pelabuhan Patimban, Bandara Kertajati, serta kereta cepat yang bisa dijangkau dengan mudah dari Jakarta.

Pembangunan akses tol dari KM 89 Cipali menuju kawasan Subang Smartpolitan yang juga membuka akses langsung ke Pelabuhan Patimban akan dirampungkan pada tahun 2024. Konsep pengembangan seperti ini menjadikan Subang *Smartpolitan* sebagai cikal bakal kota mandiri masa depan yang tepat untuk aktivitas bekerja, tinggal, belajar, serta hiburan.

Kabupaten Subang menuju *smart city* dalam dimensi *smart living* adalah

Pengembangan infrastruktur publik, penanganan bencana, peningkatan layanan kesehatan dan jaminan sosial dan kesehatan. Strategi Kabupaten Subang menuju *smart city* dalam dimensi *smart environment* adalah pengawasan pengolahan limbah oleh rumah tangga maupun dunia usaha, kolaborasi dengan perusahaan dan masyarakat terkait pelestarian lingkungan hidup, penggunaan, dan pengembangan energi alternatif.

Strategi Kabupaten Subang menuju *smart city* dalam dimensi *smart people* adalah peningkatan fasilitas pendidikan, tenaga pendidik, komunitas, pengembangan sumber daya manusia Pemerintah Kabupaten Subang. Strategi Kabupaten Subang menuju *smart city* dalam dimensi *smart mobility*, adalah pembangunan infrastruktur fisik dan digital, pemanfaatan TIK untuk lalu lintas, pengembangan sarana transportasi, dan strategi pengembangan wilayah strategis di wilayah Subang. Langkah selanjutnya dari pemerintah kota yaitu pemerintah kota lebih mengembangkan beberapa indikator yang ada pada dimensi *Smart City* yang belum terpenuhi.

IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

Keterbatasan penelitian ini adalah kurang menemukan jurnal yang sesuai dengan judul. Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan dalam penelitian ini maka peneliti memberikan saran kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan riset lanjutan mengenai kolaborasi pengembangan Subang

Smart City. Apakah mengalami kesulitan dan bagaimana pendapat masyarakat mengenai Subang *Smart City*. Dan apa dampak yang ditimbulkan dari pengembangan Subang *Smart City*. Dan juga apakah Subang bisa bersaing dengan kota-kota pintar lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Kuncorosidi, Bismantara, dan Devy Widya Priandi. 2019. *Co-Creation*

Jay Heizer dan Bary Render. 2016. *Manajemen Operasi*, Edisi 11

Journal

Farah Mudhia Oktamie, Faradillah Nursari dan Rima Febriani Mori. 2019. Penerapan Konsep *Co-Creation* Pada Busana *Outwear*

Devita Anggraina Bonde , Eko Priyo Purnomo , Lubna Salsabila. 2020. ANALISIS KESIAPAN KOTA Kotamobagu Dalam Mewujudkan Kotamobagu Sebagai *Smart City* Studi : Pemerintah Daerah Kotamobagu

Ricky Reksoprawiro, Gabriella Scarlett, Alexander Joseph Ibnu Wibowo, dan Novi Amelia, MSM. 2020. *Consumer Culture Theory: Hubungan Timbal Balik antar Social Operant Resources dan Operand Resources dalam Studi Empiris McDonald's Indonesia*

Febrian Humaidi Sukmana dan Sri Maryanti., 2019. Telaah Konseptual *Relationship Marketing* Dan Perkembangannya

Agnes Gracia Quita dan Sahid Susilo Nugroho. 2019. *The effect of online service quality and consumers' motivation on willingness to participate in co-creation activities*

Eko Muliawan Satrio dan Agus Rochani. 2019. Efektivitas Penerapan Konsep *Smart City* Ditinjau Dari Aspek *Indeks Pembangunan Manusia* Di Kota Semarang

Annisah. 2017. Usulan Perencanaan *Smart City : Smart Governance* Pemerintah Daerah Kabupaten Mukomuko

Nur Faidati dan Muhammad Khozin. 2018. Analisa Strategi Pengembangan Kota Pintar (*Smart City*): Studi Kasus Kota Yogyakarta

Abdurrozzaq Hasibuan dan Oris Krianto Sulaiman. 2019. *Smart City*, Konsep Kota Cerdas Sebagai Alternatif Penyelesaian Masalah Perkotaan Kabupaten/Kota, Di Kota-Kota Besar Provinsi Sumatera Utara Siti Widharetno Mursalim. 2017. Implementasi Kebijakan *Smart City* Di Kota Bandung

Maharani Imran dan Iwan Armawan. 2019. Optimalisasi *Smart City* Sebagai Media Komunikasi Pembangunan Di Indonesia

Djunaedi, A., Permadi, D., Nugroho, L.E., Widyawan, Rachmawati, R., Hidayat, A., Achmad, K.A., Egaravanda, S. 2018. Membangun Kota dan Kabupaten Cerdas: Sebuah Panduan bagi Pemerintah Daerah

Chandra Eko Wahyudi Utomo dan Mochamad Hariadi. 2016. Strategi Pembangunan *Smart City* dan Tantangannya bagi Masyarakat Kota Inasari Widiyastuti. 2019. Tata Kelola Institusi, Teknologi, dan

Manusia: Bagaimana Pemerintah Daerah Menangani Komponen *Smart City*

Lidia Mayangsari. 2015. *Multi-stakeholder co-creation analysis in smart city management: an experience from Bandung, Indonesia*

Ditha Prasanti. 2018. Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan

Deden Syukwansyah. 2016. Pengembangan Bisnis Joeragan Dengan Menggunakan Pendekatan Prinsip Efektual

Iqbal Hasan. 2002. Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya.

Mega Linarwati, Azis Fathoni dan Maria M Minarsih. 2016. Studi Deskriptif Pelatihan Dan Pengembangan Sumberdaya Manusia Serta Penggunaan Metode Behavioral Event Interview Dalam Merekrut Karyawan Baru Di Bank Mega Cabang Kudus

Rizal Septa Wahyu Hartanto. 2020. Studi Literatur: Pengembangan Media Pembelajaran Dengan *Software Autocad*

Website

Subang.go.id

Icalan.id

<https://www.prismalink.co.id/pengertian-co-creation-pada-strategi-pemasaran-bisnis/>

<https://id.techinasia.com/apa-itu-smart-city-dan-penerapan-di-indonesia>

<https://www.kotasubang.com/20877/pelantikan-dekopinda-subang-ditandai-laun>

Suprapti Dwi Takariani, Diana Sari, Didit Praditya dan Lia Puspitasari. 2020. Analisis Strategis Kabupaten Subang Menuju Smart City

Nobuyuki Tokoro (2016). *The Smart City and the Co-creation of Value: A Source of New Competitiveness in a Low-Carbon Society*. Springer Tokyo Heidelberg New York Dordrecht London © Springer Japan 2016

Federico Fontana (2014). *The Smart City and the Creation of Local Public Value*. Springer International Publishing Switzerland 2014

Dodi Angga Nugraha. 2015. Pemanfaatan Internet Sebagai Media Komunikasi Pembangunan Di Kabupaten Subang

Ririn Rachmawati. 2018. Pengembangan Smart Village Untuk Penguatan Smart City Dan Smart Regency

Erni Suharini. 2007. Menemu kenali Agihan Permukiman Kumuh Di Perkotaan Melalui Interpretasi Citra Penginderaan Jauh

Amar. 2009. Identitas Kota, Fenomena Dan Permasalahannya

<https://www.smartcityindo.com/2020/11/smart-city-subang-smartpolitan.html>

<https://republika.co.id/berita/qjzvw5380/jawa-barat-kini-miliki-kota-pintar-subang-smartpolitan>

<https://marketplus.co.id/2020/12/22/subang-smartpolitan-kawasan-terintegrasi-berkonsep-smart-sustainable-city/>

ching-platform-icalan-id-dan-penyerahan-donasi-banjir

<https://idea.grid.id/read/092433869/majukan-indonesia-kawasan-industri-berkonsep-smart-and-sustainable-city-dibangun-di-subang?page=all>

<http://indconsult.blogspot.com/2016/08/soar-analysis.html>

<https://www.lampusatu.com/daerah/selama-psbb-grab-dan-pemkab-subang-permudah-masyarakat-belanja-kebutuhan-pokok-secara-online/>

<http://www.tintahijau.com/event/komunitas/24297-temui-bupati,-subang-creative-hub-bicarakan-ekonomi-kreatif>

<https://subang.go.id/berita/dinas-lingkungan-hidup-subang-gelar-sosialisasi-pengelolaan-sampah-dengan-sistem-3r>

<https://jabarprov.go.id/index.php/news/37148/2020/03/23/Tujuh-Prioritas-Pembangunan-Kabupaten-Subang-Tahun-2021-Apa-Saja-Simak-yuk>

<https://beritasubang.pikiran-rakyat.com/seputar-subang/pr-1331536392/akan-ada-mall-pelayanan-publik-di-subang-nanti-pusat-pelayanan-terpadu-dari-perizinan-dokumen-sampai-bank?page=2>

anri.go.id

ciptakarya.pu.go.id