

Inovasi Smart Economy di Kota Bandung
Untuk Mata Kuliah Metodologi Penelitian



Telkom
University

Disusun Oleh:
Yudhistira ega Mahendra
1401144009
MB-38-09

Telkom University
Bandung
2017

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.

1.1.1 Sekilas Tentang Little Bandung

Little Bandung adalah program inovasi dari Pemerintah Kota Bandung dalam menyikapi permasalahan jaringan pemasaran dari UMKM. Little Bandung juga merupakan salah satu respon Indonesia khususnya kota Bandung dalam menyikapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) agar UMKM yang ada di kota Bandung dapat bersaing dengan produk-produk lain dari mancanegara. Program-program dari Little Bandung antara lain promosi melalui kegiatan pameran produk-produk khas dan kreatif Kota Bandung di Indonesia dan juga di luar negeri dengan berpartisipasi dalam pameran ataupun individu. Ada 5 program dari Little Bandung yaitu:

1. Little Bandung Mobile : Mempromosikan produk dari UMKM, baik di Indonesia maupun Mancanegara.
2. Little Bandung Wall : Memajang produk dari UMKM untuk di cafe-cafe atau restoran di periode tertentu dengan konsep yang indah.
3. Little Bandung Catalogue : katalog tersebut menampilkan 100 produk dari UMKM Bandung yang terdiri dari kategori Fesyen, makanan minuman, kerajinan, dan lainnya.
4. Little Bandung Store : Membuka toko untuk promosi, baik di Indonesia maupun di Mancanegara.
5. Little Bandung F4Bdg : kerjasama dengan Facebook dalam memberdayakan UMKM di bandung dengan cara membuat *page* khusus Little Bandung.

1.1.2 Logo Program.



1.2 Latar Belakang Penelitian

Inovasi adalah suatu bentuk penemuan baru yang belum ada atau belum dikenal sebelumnya. Dalam hal pengembangan kota berbasis ICT, ada inovasi-inovasi baru yang akhir-akhir ini bermunculan yang berkonsep “*Smart*”. *Smart* sendiri dapat diartikan sebagai cerdas atau kecerdasan, jika dihubungkan dengan pengembangan kota untuk menjadi lebih efisien perlu ditambah dengan kata “*City*” yang berarti Kota. *Smart city* adalah konsep kota cerdas yang dapat membantu masyarakatnya dalam mengelola dan mengatur sumber daya secara efisien serta memberikan informasi kegiatan pemerintahan secara *Real-Time* kepada masyarakatnya.

Smart City merupakan impian dari setiap perkotaan di seluruh dunia. Dengan dukungan teknologi, akses informasi, layanan pemerintahan, serta jalannya keberlangsungan kehidupan di kota semakin mudah dan menjadikan kota tersebut layak huni. Ada 6 jenis dimensi dari *Smart City* diantaranya, *Smart Economy* (Ekonomi Cerdas), *Smart Mobility* (Transportasi), *Smart Governance* (Pemerintahan Cerdas), *Smart Living* (Kehidupan Cerdas), *Smart Environment* (Lingkungan Cerdas), dan *Smart People* (Manusia Cerdas).

Di kota Bandung, konsep *Smart City* sudah mulai diusung oleh Ridwan Kamil selaku Walikota Bandung. Salah satu aspek *Smart City* yang baru-baru ini diangkat oleh Ridwan Kamil yaitu *Smart Economy* dalam upaya memberdayakan serta mengembangkan UMKM yang semakin meningkat di kota Bandung.

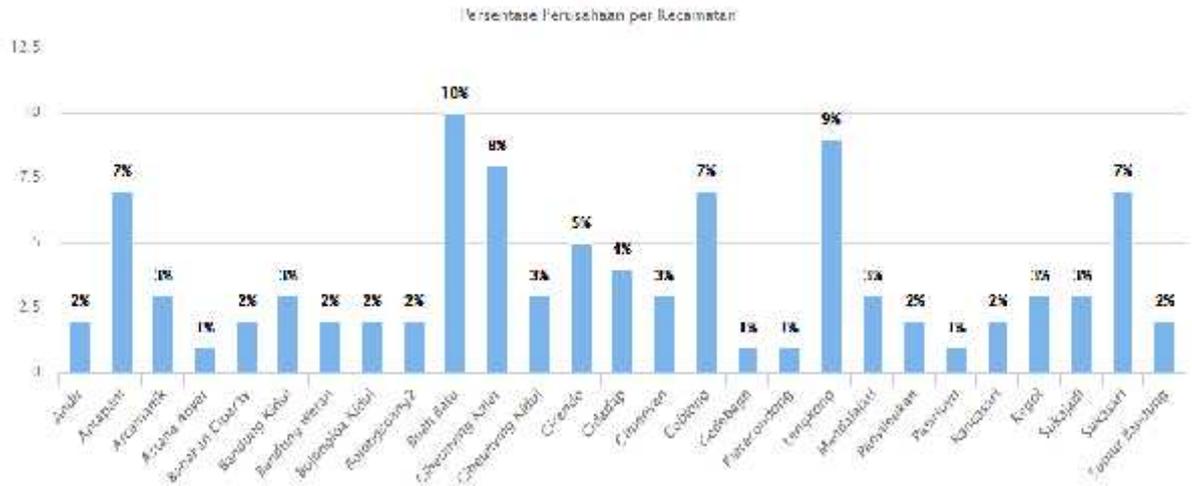
UMKM sendiri dapat menjadi acuan perumbuhan ekonomi di suatu kota atau negara. Adanya UMKM menunjukkan bahwa perekonomian suatu kota atau negara akan tumbuh dan berkembang dikarenakan adanya inovasi dalam produksi. UMKM juga dapat mengurangi pengangguran yang diakibatkan angkatan kerja yang tidak terserap oleh dunia kerja. Pada tahun 1998 ketika perekonomian Indonesia sedang kolaps, UMKM tetap bertahan dan tidak terkena imbas dari kolapsnya perekonomian. Menurut Ridwan Kamil, Pertumbuhan ekonomi Kota Bandung mencapai 7,8 persen ditopang oleh kreatifitas para pelaku UMKM. Namun, permasalahannya adalah meningkatnya jumlah pelaku UMKM, ternyata tidak sebanding dengan meningkatnya kinerja.

Permasalahannya, menurut aktivis Perkasa (Persatuan Pengrajin Kaos Sablon Suci), Ade Dewa, UMKM di kota Bandung sudah mencapai ratusan ribu, namun masih lemah karena tidak adanya jaringan pemasaran yang diperlukan untuk meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM.

Sejak tahun 2016 lalu, mulai diberlakukannya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) di kawasan Asia Tenggara, termasuk di Indonesia. MEA adalah bentuk tergabungnya menjadi satu Ekonomi di Asia Tenggara, artinya akan ada perdagangan bebas antar negara di Asia Tenggara. Tidak terkecuali para pelaku UMKM harus siap dalam menghadapi MEA. Mereka harus siap bersaing dengan bisnis-bisnis lainnya di Asia Tenggara.

Ada tiga langkah inovasi yang dicetuskan oleh Ridwan Kamil dalam memberdayakan UMKM, yaitu Aplikasi GAMPIL (Gadget Mobile Application for License) yang setelah peluncurannya, menurut Ridwan Kamil, ada 30000 UMKM yang mendaftar izin usaha dan Kredit Melati (kredit tanpa bunga). Selain itu Ridwan Kamil juga mengeluarkan Program Little Bandung untuk mengatasi permasalahan jaringan pemasaran. Little Bandung merupakan media promosi untuk UMKM Bandung agar dapat memasarkan usahanya bahkan hingga ke mancanegara. Pada 2016, sudah terdaftar 100 UMKM yang terdiri dari 47 UMKM Fesyen, 28 UMKM Kerajinan, 21 UMKM Kuliner, dan 4 UMKM lainnya (Littlebandung.co.id). Saat ini Little Bandung sudah membuka toko kecil untuk pameran produk di Paris dan Petaling Jaya, Malaysia.

Graph Little Bandung Catalogue 2016



Grafik menunjukkan data persentase perusahaan per kecamatan yang sudah mendaftarkan produknya ke Little Bandung pada 2016. Untuk 2017, berdasarkan website Littlebandung.co.id, sudah ada 97 UMKM yang mendaftarkan produknya.

1.3 Perumusan Masalah.

Menurut yang telah dijelaskan pada latar belakang diatas, ada beberapa masalah yang dialami para pelaku UMKM. Masalah pertama adalah bagaimana cara agar para pelaku UMKM dapat dengan mudah memasarkan produk-produknya.

Permasalahan yang kedua adalah bagaimana UMKM di Kota Bandung dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain pada saat ini. Pada era MEA ini tentu persaingan semakin ketat dan bukan hanya bersaing di dalam negeri saja tetapi juga luar negeri.

1.4 Literatur Studi

No	Judul, Penulis, Nama Jurnal, (beserta no Volume/Edisi dan halaman jika ada) Tahun dan penerbit	Perumusan masalah	Metode/Terori yang digunakan	Variabel dependen dan Variabel Independen	Hasil atau jawaban dari Penelitian (Perumusan Masalah)	Persamaan penelitian dengan penelitian yang dilakukan	Perbedaan penelitian dengan penelitian yang dilakukan
1.	<p>The Concept of Smart Economy as the Basis for Sustainable Development of Ukraine.</p> <p>Penerbit :Liubov Pavline Galperina, Anna Tymoviyivna Girenko, Valentyna Petrivna Mazurenko</p> <p>Tahun : 2016</p> <p>Penerbit : IJEFI</p>	<p>Bagaimana konsep smart ekonomi dalam mengatasi masalah pembangunan berkelanjutan.</p>	<p>Menggunakan metode PSR (Pressure state-response)</p>	<p>Dependen: Energy intensity level of primary energy, GDP per person employed, Merchandise exports, Merchandise imports, High-technology exports, CO2 emissions, Food production index, Energy imports, Cereal yield.</p> <p>Independen: Total greenhouse gas emissions</p>	<p>total Emisi gas rumah kaca variabel dependennya berhubungan erat dengan model produksi dan konsumsi dan memiliki hubungan dengan dimensi lingkungan, sosial, teknologi dan ekonomi pembangunan berkelanjutan Ukraina. Hasil analisis regresi berganda telah membuktikan untuk mengidentifikasi dua faktor yang memiliki dampak terbesar pada total emisi gas rumah kaca (variabel dependen) di Ukraina</p>	<p>Sama-sama meneliti smart economy</p>	<p>Perbedaan batasan penelitian, beda objek penelitian</p>
2.	<p>Technology Upgrading of Small Medium Enterprises (SMEs)</p> <p>Penulis: Yuen Ping Ho, Yi Ruan, Chang-Chieh Han, Poh Kam Wong.</p> <p>Tahun: 2016</p>	<p>Bagaimana UMKM menggunakan Teknologi Upgrading (GET-UP) untuk proses bisnisnya</p>	<p>Menggunakan metode kuantitatif</p>	<p>Independent : Technology Upgrading</p> <p>Dependent: SMEs</p>	<p>Hasil menunjukkan bahwa UKM dapat bermanfaat dari inovasi terbuka dengan memasukkan ahli domain dari lembaga penelitian publik. Oleh</p>	<p>Mempunyai persamaan tentang topik.</p>	<p>Beda objek penelitian.</p>

	Penerbit : Elsevier				karena itu UKM harus terbuka share tentang persyaratan teknologi dan diterima masyarakat peneliti sektor ke perusahaan-perusahaan mereka.		
3	Investigation of Quality Benefits of ERP Implementation in Indian SMEs Penulis: Prashant. D, Desmukh, G. T. Thampi, V. R. Kalamkar Tahun : 2015 Penerbit : Elsevier	Bagaimana peran ERP pada implementasi di UMKM India	Menggunakan metode kuantitatif dengan investigasi secara empiris.	Independent : Training, Hardware & software, Top Management Support, Skill of Workforce, Project Management Dependent: Quality Measures for Success of ERP/CRM Implementation.	Hasil regresi berganda menunjukkan bahwa Pelatihan, Hardware dan software, manajemen proyek, dan Top Manajemen Dukungan berpengaruh secara signifikan terhadap manfaat & kualitas.	Mempunyai persamaan yaitu meneliti tentang Smart Economy. ERP adalah software bagian dari E-Business yang merupakan pendukung berjalannya Smart Economy	Berbeda objek penelitian.
4	Determinant Factors of E-commerce Adoption by SMEs in Developing Country: Evidence from Indonesia. Penulis : Rita Rahayu, John Day Tahun : 2015 Penerbit : Elsevier	Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi E-Commerce oleh UMKM di Indonesia	Menggunakan metode kuantitatif dengan responden pemilik UMKM di Indonesia	Independent : Perceived benefits, compatibility, cost, Technology Readiness, firm Size, Customer Suppliers Pressure, Competitor Pressure, External Support, Innovativeness, IT Ability, IT	Jurnal ini menjelaskan sistem E-Commerce di Indonesia yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu Perceived benefits, compatibility, cost, Technology Readiness, firm Size, Customer Suppliers Pressure, Competitor Pressure, External Support,	Mempunyai persamaan dalam hal topik penelitian	Perbedaan objek penelitian

				Experience Dependent: E-Commerce	Innovativeness, IT Ability, IT Experience. Hasil juga menunjukkan bahwa faktor individual juga menjadi peran yang penting pada sistem E- Commerce yang diterapkan UMKM di Indonesia.		
5	Absorptive capacity and performance: The role of customer relationship and technological capabilities in high-tech SMEs Penulis : Nikolaos Tzokas, Young Ah Kim, Hammad Akbar, Haya Al Dajani Tahun : 2016 Penerbit : Elsevier	Apa peran customer Relationship dan teknologi pada UMKM	Menggunakan metode kuantitatif	Independent : Technological capability, Customer Relationship Capability, Absorptive Capacity. Dependent: Overall performance	Jurnal ini menjelaskan bahwa dalam mendukung interaksi antara penyerapan kapasitas, teknologi dan hubungan pelanggan, dan kontribusi mereka terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan.	Persamaan topik yaitu tentang smart economy dalam UMKM	Mempunyai perbedaan dalam objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Little Bandung, Admin (2015), Website Little Bandung [Online] <http://littlebandung.co.id/> (06 Maret 2017)
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia, Admin (2015), Website Kementerian Keuangan Republik Indonesia [Online] <http://www.kemenkeu.go.id/Berita/peran-penting-ukm-dorong-perekonomian-indonesia/> (06 Maret 2017)
- Cikalnews, Ade Indra Cuparman (2015), Website Cikalnews [Online] <http://cikalnews.com/read/20705/22/5/2015/umkm-di-bandung-masih-jalan-di-tempat/> (04 Maret 2017)
- Kumpulan Artikel, Admin (2013), Website Kumpulan Artikel [Online] <http://xerma.blogspot.co.id/2014/02/pengertian-inovasi-menurut-para-ahli.html> (04 Maret 2017)
- Galperina, Liubov Pavline. Girenko, Anna Tymoviyivna. Mazurenko, Valentyna Petrivna, (2016), The Concept of Smart Economy as the Basis for Sustainable Development of Ukraine.
- Ho, Yuen Ping. Ruan, Yi. Han, Chang- Chieh. Wong, Poh Kam. (2016), Technology Upgrading of Small Medium Enterprises (SMEs)
- Prashant. D, Desmukh, G. T. Thampi, V. R. Kalamkar (2015), Investigation of Quality Benefits of ERP Implementation in Indian SMEs
- Rahayu, Rita. Day, John. (2015), Determinant Factors of E-commerce Adoption by SMEs in Developing Country: Evidence from Indonesia.
- Tzokas, Nikolaos. Kim, Young Ah. Akbar, Hammad. Al Dajani, Haya. (2016), Absorptive capacity and performance: The role of customer relationship and technological capabilities in high-tech SMEs