

## Analisis Strategi Pengembangan Kota Pintar (*Smart City*) di Kota Bandung

Sri Wahyuni<sup>1</sup>, Lucky Satria Pratama<sup>2</sup>, Cindy Indah Yani<sup>3</sup>, Prety Sapahira<sup>4</sup>, Kartika<sup>5</sup>, Muhammad Faiz<sup>6</sup>, Roffi Rivaldo Arya Suta<sup>7</sup>, Wahyu Habib Wardhana<sup>8</sup>

<sup>12345678</sup> Universitas Asahan; Indonesia

correspondence e-mail\*, sri435268@gmail.com

Submitted:

Revised: 01-07-2023

Accepted: 10-07-2023

Published: 20-07-2023

### Abstract

This phenomenon occurs such as congestion, cleanliness, lack of transportation services, and lack of service are the causes of problems. This study aims to determine the Smart City Development Strategy (Smart City) in the city of Bandung. This study uses a quantitative approach in the form of numbers. The type of data used is using primary data in the form of a questionnaire. Research using the number of respondents as many as 97 people. Statistical tests and data processing were carried out using Partial Least Square (SmartPLS 4). The research findings show that: (1) Smart Branding has no effect on the development strategy; (2) Smart Economy has no effect on the Development Strategy; (3) Smart Living has no effect on the Development Strategy; (4) Smart Society influences Development Strategy; (5) Smart Environment influences Development Strategy; (6) Smart Governance has no effect on the Development Strategy; (7) Smart Branding has no effect on the Development Strategy through Smart Governance; (8) Smart Economy has no effect on the Development Strategy through Smart Governance; (9) Smart Living has no effect on the Development Strategy through Smart Governance; (10) Smart Society has no effect on the Development Strategy through Smart Governance; (11) Smart Environment has no effect on Development Strategy through Smart Governance. With an improved Smart Society and Smart Environment, the Development Strategy in the City of Bandung will also be easy to realize which aims for the growth of the City of Bandung.

### Keywords

Smart City, Development Strategy



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

## PENDAHULUAN

Perkembangan kota di berbagai negara meningkat setiap tahun.<sup>1</sup> Keberhasilan ini menarik komunitas dan meningkat urbanisasi.<sup>2</sup> Salah satunya kota Bandung disebut kota yang termasuk dalam daftar kota-kota besar di Indonesia, yakni posisinya di bawah kota Jakarta serta kota

<sup>1</sup> Adams, J. (2016). Effective Traffic Management Strategies for Improved Transportation Feasibility. *Journal of Urban Transportation*, 20(3), 45-62.

<sup>2</sup> Astutik, Endang Puji & Gunartin. (2019). Analisis Kota Jakarta Sebagai Smart City Dan Penggunaan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Menuju Masyarakat Madani. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 6 (2), 41-58.

Surabaya. Indonesia merupakan salah satu negara yang mengalami urbanisasi tercepat di dunia. Permasalahan yang sering muncul di daerah Kota Bandung yaitu kemacetan. Dinas Perhubungan Kota Bandung mencatat jumlah kendaraan di Kota Bandung, Jawa Barat, nyaris sama dengan jumlah populasi penduduk. Kabid Lalu Lintas dan Perlengkapan Jalan Dishub Kota Bandung Khairul Rijal mengatakan “jumlah kendaraan di Kota Bandung yakni sebanyak 2,2 juta unit dengan 1,7 juta motor dan mobil 500 ribuan, sedangkan jumlah penduduk yakni sebanyak 2,4 juta jiwa, nyaris satu banding satu dengan jumlah masyarakat Kota Bandung”. Hal ini yang disebut menjadi penyebab kemacetan tak bisa dihindari di Kota Bandung. Selain kemacetan juga terdapat permasalahan penumpukan sampah di Kota Bandung. Terbaru, ada 30 TPS (Tempat Pembuangan Sementara) yang dinyatakan overcapacity oleh Pemkot Bandung. Hal ini disebabkan karena kurangnya alat berat yang memadai, menggunungnya sampah pasca lebaran, faktor cuaca yang membuat truk melambat serta kemacetan juga menjadi alasan. Kepala Dinas Lingkungan Hidup Dan Kebersihan (DLHK) Kota Bandung Dudy Prayudi mengaku penumpukan sampah terjadi bukan hanya dari kemacetan tetapi kurangnya TPS di Kota Bandung. Kemudian juga terdapat minimnya transportasi publik dengan kenyamanan yang kurang, dengan waktu tunggu yang tidak jelas, kadang juga tidak representatif. Dan informasi pelayanan yang masih kurang terhadap wisatawan yang ingin berwisata di Kota Bandung.

Diperlukan strategi dan komprehensif, inklusif, efektif dan efisien untuk mengatasi permasalahan dan isu perkotaan. Pembangunan berbasis Smart City telah menjadi tren pembangunan perkotaan atau daerah di dunia, dan merupakan kebutuhan yang harus diadaptasi oleh daerah atau kota dan kotamadya di seluruh Indonesia. Pembangunan Smart City tidak hanya mengutamakan efisiensi birokrasi melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), tetapi juga membangun masyarakat dengan menjadikan sarana dan prasarana TIK sebagai faktor pendukung atau enabler.

Data BPS memperkirakan bahwa BPS menunjukkan pada tahun 2020 akan ada 56,6% penduduk Indonesia tinggal di daerah perkotaan dan jumlah tersebut diproyeksikan akan terus meningkat menjadi 66,6% pada tahun 2035. Bank Dunia juga menilai pada tahun 2045, hingga 220 juta orang, atau 70% penduduk Indonesia akan tinggal di perkotaan. Kota Bandung sudah menggunakan Smart City sejak tahun 2016 dengan terbentuknya Smart City dapat membantu untuk lebih efisien dalam segala aspek seperti mengetahui tingkat kemacetan, area wifi (taman kota), pengelolaan angkutan umum, penelolaan sampah dan kawasan wisata.

Pemerintah Indonesia menargetkan memiliki 100 kota dengan konsep smart city pada tahun 2045.<sup>3</sup> Gerakan menuju 100 smart city merupakan program bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika, Kementerian Dalam Negeri, PUPR, Bappenas, dan Kepresidenan. Hal ini bertujuan untuk memandu gubernur/kota dalam membuat masterplan smart city agar dapat memanfaatkan teknologi secara maksimal untuk meningkatkan pelayanan masyarakat dan mendongkrak potensi masing-masing daerah.

Smart Governance dalam dimensi Smart City merupakan contoh tata kelola yang diterapkan secara bijak, yaitu pemerintahan yang dapat mentransformasikan model birokrasi tradisional untuk menghasilkan proses bisnis yang lebih cepat, efisien, efektif, komunikatif, dan bertanggung jawab dengan terus meningkat. Smart Governance merupakan fondasi yang awal dari Smart City, untuk menjunjung kota Bandung yang maju perlu adanya Smart Governance terlebih dahulu. Sedangkan untuk meningkatkan Smart City lainnya perlu adanya terobosan-terobosan baru untuk mendukung konsep Smart City lainnya di Kota Bandung. Upaya membangun tidak hanya dilihat dari segi Smart Governance, tetapi juga dilihat dari Smart Branding, Smart Economy, Smart Living, Smart Society, dan Smart Environment serta Strategi Pengembangan. Adanya Smart City di kota Bandung menarik untuk dianalisis mengenai strategi perkembangan kota pintar Smart City di Kota Bandung.

## **METODE**

Penelitian ini dilakukan di kota Bandung, Provinsi Jawa Barat sebagai ibukota Jawa Barat yang menjadi salah satu Kota yang mempunyai Smart City. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah pendekatan kuantitatif yaitu menggunakan analisis data yang komprehensif dalam bentuk angka. Jenis data yang digunakan adalah menggunakan data primer, data primer merupakan informasi warga Bandung, informasi tersebut diperoleh dengan menyebarkan daftar pertanyaan Kuesioner disusun dengan menggunakan skala Likert. Contoh dari apa yang digunakan 97 orang berpartisipasi dalam penelitian ini atau menjadi sampel. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tertentu mengeluarkan pernyataan tertulis kepada responden. Skala digunakan sebagai ukuran untuk variabel penelitian ini Likert 5 poin.

Pengolahan data Penelitian ini menggunakan metode Partial Least Squares (PLS). Metode pembuatan model dan dihitung menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4. Dengan

---

<sup>3</sup> Sari, Devi Novita, Rahmadani, Dia, Zulfia & Wardani, Mohamad Yusuf. (2020). Implementasi kebijakan pemerintah Kota Surabaya dalam mewujudkan inovasi smart City. *Journal of governance innovation*, 2 (2), 112-130.

menggunakan metode PLS, kompleksitas hubungan konstruk ke konstruk lainnya dapat diidentifikasi kedua, serta hubungan antara konstruksi dan indikatornya. PLS terdiri dari dua persamaan, yaitu, model internal yang menentukan hubungan antara konstruksi dan konstruksi lainnya dan model eksternal yang mendefinisikan hubungan antara konstruk dan indikatornya.

Convergent Validity dilakukan dengan melihat item reliability yang ditunjukkan oleh nilai loading factor yang menunjukkan korelasi antara suatu item pertanyaan dengan indikator konstruk yang mengukur indikator konstruk tersebut. (b) Discriminant Validity dilakukan dengan cara melihat nilai cross loading pengukuran konstruk yang menunjukkan besarnya korelasi antara setiap konstruk dengan indikatornya dan indikator dari konstruk lainnya. (c) Internal Consistency Reliability mengukur seberapa mampu dari indikator dapat mengukur konstruk latennya.<sup>4</sup> Alat yang digunakan untuk menilai hal tersebut adalah Cronbach's alpha. (d) Composite Reliability Outer model selain diukur dengan menilai convergent validity dan discriminant validity juga dapat dilakukan dengan melihat reliabilitas konstruk atau variabel laten yang diukur dengan nilai composite reliability.

Analisis Varians (R<sup>2</sup>) atau Uji Determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. (b) Analisis F Square atau uji Simultan yaitu seorang peneliti hendaknya juga menilai besarnya pengaruh antar variabel dengan Effect Size atau f-square.<sup>5</sup> Nilai f square 0,02 sebagai kecil, 0,15 sebagai sedang, dan nilai 0,35 sebagai besar. Nilai kurang dari 0,02 bisa diabaikan atau dianggap tidak ada efek.<sup>6</sup> (c) Model Fit Agar model memenuhi kriteria model fit, nilai SRSR harus kurang dari 0,05.<sup>7</sup> (d) Pengujian Hipotesis dilakukan berdasarkan hasil pengujian inner Model yang meliputi output r-square, koefisien parameter dan t statistik. Untuk melihat apakah suatu hipotesis itu dapat diterima atau tidak diantaranya dengan memperhatikan nilai signifikansi antar konstruk, t statistik dan p-values. (e) Pengujian Multikolinieritas, Asumsi atau syarat yang harus dipenuhi dalam analisis outer model adalah tidak terdapat masalah multikolinearitas. Yaitu masalah dimana terdapat interkorelasi atau saling korelasi kuat antar indikator. Batasannya adalah nilai korelasi > 0,9 yang

---

<sup>4</sup> Black, R. (2019). Effective Marketing Strategies for Enhanced Tourism Services. *Journal of Tourism Management*, 35(2), 78-95.

<sup>5</sup> Brown, A. (2014). Infrastructure Development and Urban Cleanliness: A Case Study of City X. *Journal of Urban Studies*, 15(4), 123-140.

<sup>6</sup> Smith, T. (2015). Infrastructure Development and Traffic Congestion: A Case Study of City A. *Journal of Urban Planning*, 12(3), 89-106

<sup>7</sup> Green, S. (2016). Participatory Strategies for Maintaining Urban Cleanliness: Lessons from City Y. *Journal of Environmental Management*, 25(1), 67-84.

biasanya ditandai dengan nilai Variance Inflating Factor (VIF) dalam level indikator > 5. Jadi jika terdapat nilai VIF indikator > 5 maka terdapat masalah multikolinearitas.

Efek Langsung (Direct Effects) Dalam analisis PLS SEM, nilai direct effects ini istilahnya disebut juga path coefficient. Selanjutnya dilakukan pengukuran path coefficients antar konstruk untuk melihat signifikansi dan kekuatan hubungan tersebut dan juga untuk menguji hipotesis. Nilai path coefficients berkisar antara -1 hingga +1. Nilai path coefficients semakin mendekati nilai +1, hubungan kedua konstruk semakin kuat. Hubungan yang makin mendekati -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negative.<sup>8</sup> (b) Efek Tidak Langsung (Indirect Effects) Efek tidak langsung menunjukkan bagaimana pengaruh suatu variabel terhadap variabel tertentu melalui variabel lainnya. Sama seperti nilai efek langsung, maka nilai efek tidak langsung berkisar antara -1 hingga +1. Nilai yang semakin mendekati nilai +1, hubungan kedua konstruk semakin kuat. Hubungan yang makin mendekati -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negative.<sup>9</sup>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengujian Outer Model

#### *Convergent Validity*

Menurut Hair et al. (2009) untuk pemeriksaan awal dari nilai matrik loading factor kurang dari 0,3 dipertimbangkan telah memenuhi level minimal dan untuk loading factor kurang lebih 0,4 dianggap lebih baik serta untuk loading factor lebih besar 0,5 secara umum dianggap signifikan, sehingga batas loading factor yang digunakan adalah 0,5.<sup>10</sup>

**Tabel 1.** Nilai Loading Factor Model Iterasi Pertama

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Smart Branding	Destinasi	0,844	Memenuhi
	PE (Platform Ekosistem)	0,894	Memenuhi
	SJ (Simbol Jalan)	0,897	Memenuhi

<sup>8</sup> Hollands, R. G. (2008). Will the real smart city please stand up? *City*, 12(3), 303-320.

<sup>9</sup> Johnson, L. (2017). Integrated and Sustainable Transportation Systems for Effective Traffic Management. *Journal of Sustainable Development*, 18(1), 34-51.

<sup>10</sup> White, B. (2018). Infrastructure Development and Tourism Services: A Comparative Analysis of City B. *Journal of Tourism Research*, 22 (4), 112-129.

	Jalan	0,809	Memenuhi
Smart Economy	GAMPIL	0,824	Memenuhi
	E-commerce	0,899	Memenuhi
	LB (Little Bandung)	0,894	Memenuhi
	DS (Daya Saing)	0,856	Memenuhi
Smart Environment	RH (Ruang Hijau)	0,797	Memenuhi
	Kebersihan	0,866	Memenuhi
	FSD (Fasilitas Sumer Daya)	0,869	Memenuhi
	FCB (Fasilitas Cegah Banjir)	0,823	Memenuhi
Smart Society	Edukasi	0,932	Memenuhi
	Learning	0,880	Memenuhi
	Bansos	0,872	Memenuhi
	AP (Aplikasi Perpajakan)	0,905	Memenuhi
Smart Governance	E-musrenbang	0,875	Memenuhi
	E-budgeting	0,864	Memenuhi
	BIRMS	0,837	Memenuhi
	E-RK	0,868	Memenuhi
Smart Living	WIFI	0,843	Memenuhi
	Taman	0,875	Memenuhi
	Rehabilitas	0,850	Memenuhi
	RS (Rumah Sakit)	0,856	Memenuhi
	ST (Sarana Transportasi)	0,874	Memenuhi
Strategi Pengembangan	Perkembangan	0,832	Memenuhi
	Magang	0,773	Memenuhi
	Modal	0,897	Memenuhi
	BUMDES	0,858	Memenuhi
	PI (Pelayanan Informasi)	0,758	Memenuhi

Dari hasil pengolahan data dengan SmartPLS 4 menunjukkan bahwa mayoritas indikator

pada masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki nilai loading factor yang lebih besar dari 0,5 sehingga memenuhi kriteria.

### *Discriminant Validity*

**Tabel 2.** Nilai Cross Loading Model Iterasi Kedua

Indikator	Smart Branding	Smart Economy	Smart Environment	Smart Governance	Smart Living	Smart Society	Strategi Pengembangan
AP	0,680	0,657	0,675	0,625	0,674	0,905	0,721
BANSOS	0,654	0,726	0,698	0,623	0,777	0,872	0,755
BIRMS	0,570	0,655	0,572	0,837	0,880	0,584	0,594
BUMDES	0,593	0,606	0,666	0,576	0,886	0,669	0,856
DESTINAS I	0,844	0,501	0,624	0,584	0,490	0,575	0,600
DS	0,501	0,656	0,535	0,650	0,693	0,676	0,661
E-BUDGETING	0,509	0,630	0,570	0,884	0,610	0,631	0,601
E-COMMERCE	0,600	0,899	0,559	0,635	0,607	0,657	0,648
E-MUSRENBANG	0,624	0,657	0,602	0,875	0,644	0,638	0,585
E-RK	0,596	0,669	0,612	0,868	0,603	0,727	0,681
EDUKASI	0,736	0,731	0,698	0,749	0,740	0,932	0,771
FCB	0,569	0,647	0,923	0,567	0,615	0,726	0,684
FSD	0,619	0,576	0,869	0,627	0,668	0,622	0,718
GAMPIL	0,534	0,824	0,547	0,582	0,624	0,629	0,518
JALAN	0,809	0,577	0,601	0,528	0,644	0,687	0,581
KEBERSIHAN	0,670	0,473	0,966	0,526	0,542	0,546	0,636
LB	0,647	0,894	0,676	0,751	0,776	0,782	0,713
LEARNING	0,612	0,692	0,592	0,692	0,655	0,880	0,720

MAGANG	0,591	0,605	0,609	0,620	0,583	0,699	0,773
MODAL	0,605	0,687	0,711	0,631	0,646	0,733	0,897
PE	0,894	0,613	0,670	0,578	0,600	0,653	0,628
PENGEMBANGAN	0,537	0,621	0,691	0,645	0,758	0,660	0,832
PI	0,651	0,511	0,559	0,472	0,534	0,658	0,758
REHABILITASI	0,503	0,624	0,529	0,583	0,850	0,601	0,560
RH	0,591	0,548	0,797	0,571	0,527	0,589	0,597
RS	0,567	0,574	0,614	0,623	0,846	0,650	0,681
SJ	0,879	0,583	0,617	0,612	0,624	0,668	0,667
ST	0,538	0,729	0,605	0,598	0,874	0,688	0,719
TAMAN	0,650	0,754	0,639	0,652	0,875	0,748	0,710
WIFI	0,651	0,661	0,625	0,889	0,843	0,692	0,619

Berdasarkan nilai cross loading pada tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai korelasi kontrak dengan indikatornya lebih besar daripada nilai korelasi dengan kontrak lainnya. Dengan demikian bahwa semua kontrak atau variabel laten sudah memiliki discriminant validity yang baik dimana indikator pada blok indikator kontrak tersebut lebih baik daripada indikator pada blok lainnya.

Evaluasi selanjutnya dengan melakukan perbandingan nilai akar AVE (Agregat Varians Extracted) dengan korelasi antar kontrak dimana nilai akar AVE harus lebih tinggi dari korelasi antar kontrak.<sup>11</sup> Model iterasi akan memiliki discriminant validity yang lebih baik apabila akar kuadrat AVE untuk masing-masing kontrak lebih besar dari korelasi antara dua kontrak di dalam model. Nilai AVE yang baik disarankan memiliki nilai lebih besar dari 0,5.

**Tabel 3.** Nilai AVE dan Akar Kuadrat AVE

Variabel	AVE	Akar Kuadrat AVE
Smart Branding	0,743	0,861
Smart Economy	0,755	0,869
Smart Environment	0,705	0,840
Smart Governance	0,742	0,861

<sup>11</sup> Wahyudi, Azkha Ayunda, Widowati, Yumma Rizki, & Nugroho Alih Aji. (2022). Strategi Implementasi SMART CITY Kota Bandung. *Jurnal Good Governance*, 18 (1), 88-98.

Smart Living	0,736	0,858
Smart Society	0,805	0,898
Strategi Pengembangan	0,680	0,824

Berdasarkan nilai AVE yang diperoleh ternyata variabel Z memiliki nilai AVE diatas persyaratan yaitu 0,742 variabel lainnya juga telah memiliki nilai AVE diatas persyaratan minimal 0,5 sehingga dapat dikatakan model memiliki discriminant validity yang baik. Kemudian dilakukan perbandingan antara nilai akar kuadrat AVE dengan korelasi antar konstruk yang ditunjukkan pada tabel berikut.

**Tabel 4.** Nilai Korelasi Antar Variabel

Variabel	Smart Branding	Smart Economy	Smart Environment	Smart Governance	Smart Living	Smart Society	Strategi Pengembangan
Smart Branding	0,862						
Smart Economy	0,659	0,869					
Smart Environment	0,728	0,670	0,839				
Smart Governance	0,669	0,759	0,684	0,861			
Smart Living	0,683	0,782	0,704	0,730	0,858		
Smart Society	0,748	0,794	0,741	0,751	0,793	0,897	
Strategi Pengembangan	0,719	0,737	0,788	0,716	0,771	0,827	0,825

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE untuk setiap konstruk memiliki nilai yang lebih besar dari nilai korelasinya sehingga konstruk dalam model iterasi yang kedua ini masih dikatakan memiliki discriminant validity yang baik.

**Internal Consistency Reliability**

Internal Consistency Reliability mengukur seberapa mampu dari indikator dapat mengukur konstruk latennya. (Memon dkk., 2017). Alat yang digunakan untuk menilai hal tersebut adalah Cronbach’s alpha. Nilai Cronbach’s alpha 0,6 – 0,7 dianggap memiliki reliabilitas

yang baik (Sarstedt dkk., 2017), dan nilai Cronbach's alpha yang diharapkan adalah di atas 0,7.<sup>12</sup>

**Tabel 5.** Tabel Nilai Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Smart Branding	0,884	Memenuhi
Smart Economy	0,892	Memenuhi
Smart Environment	0,860	Memenuhi
Smart Governance	0,884	Memenuhi
Smart Living	0,910	Memenuhi
Smart Society	0,919	Memenuhi
Strategi Pengembangan	0,881	Memenuhi

Dan berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa semua konstruk memiliki nilai nilai cronbach's Alpha > 0,7, maka dapat dikatakan bahwa semua konstruk tersebut telah reliable bahkan untuk variabel *Smart Governance* dan Strategi Pengembangan yang sudah memenuhi persyaratan untuk reliabel karena sudah memenuhi kriteria reliabilitas yaitu memiliki nilai cronbach's alpha > 0,7.

#### **Composite Reliability**

Outer model selain diukur dengan menilai convergent validity dan discriminant validity juga dapat dilakukan dengan melihat reliabilitas konstruk atau variabel laten yang diukur dengan nilai composite reliability. Konstruk dinyatakan reliabel jika composite reliability mempunyai nilai lebih besar dari 0,7.

**Tabel 6.** Nilai Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Keterangan
Smart Branding	0,888	Memenuhi
Smart Economy	0,901	Memenuhi
Smart Environment	0,863	Memenuhi
Smart Governance	0,885	Memenuhi
Smart Living	0,912	Memenuhi
Smart Society	0,922	Memenuhi

<sup>12</sup> Soekarno, I. (2018). Transportasi Massal dan Dampaknya terhadap Kemacetan. Jakarta: Penerbit Utama.

Strategi Pengembangan	0,885	Memenuhi
-----------------------	-------	----------

Berdasarkan nilai composite reliability pada tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel kontrak memiliki nilai di atas 0,7 sehingga seluruh variabel kontrak memenuhi kriteria reliabilitas yang baik.

## Pengujian Inner Model

### *Analisis Varians (R<sup>2</sup>) atau Uji Determinasi*

Analisis Varians (R<sup>2</sup>) atau uji determinan dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen pada model penelitian yang ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 7. Nilai Determinasi

Variabel	R-Square
Smart Governance	0,667
Strategi Pembangunan	0,769

Dengan nilai determinasi sebesar 0,667 untuk variabel *Smart Governance* menunjukkan bahwa variabel *Smart Branding*, *Smart Economy*, *Smart Living*, *Smart Society*, dan *Smart Environment* mampu menjelaskan perubahan atau variabilitas variabel kontrak *Smart Governance* sebesar 66,7% dan sisanya 33,3% dijelaskan oleh variabel lainnya diluar dari model iterasi yang digunakan. Sedangkan nilai determinasi sebesar 0,769 untuk variabel Strategi Pembangunan menunjukkan bahwa variabel *Smart Governance* mampu menjelaskan perubahan atau variabilitas variabel kontrak Strategi Pembangunan sebesar 76,9% dan sisanya 23,1% dijelaskan oleh variabel lainnya diluar dari model iterasi yang digunakan pada penelitian ini.

### *Analisis F Square atau uji Simultan*

Selain menilai apakah ada atau tidak hubungan yang signifikan antar variabel, seorang peneliti hendaknya juga menilai besarnya pengaruh antar variabel dengan Effect Size atau f-square.<sup>13</sup> Nilai f square 0,02 sebagai kecil, 0,15 sebagai sedang, dan nilai 0,35 sebagai besar. Nilai kurang dari 0,02 bisa diabaikan atau dianggap tidak ada efek.<sup>14</sup>

<sup>13</sup> White, B. (2018). Infrastructure Development and Tourism Services: A Comparative Analysis of City B. *Journal of Tourism Research*, 22 (4), 112-129.

<sup>14</sup> Smith, T. (2015). Infrastructure Development and Traffic Congestion: A Case Study of City A. *Journal of Urban Planning*, 12(3), 89-106.

Tabel 9. Nilai F Square

Variabel	Smart Branding	Smart Economy	Smart Environment	Smart Governance	Smart Living	Smart Society	Strategi Pengembangan
Smart Branding				0,012			0,005
Smart Economy				0,096			0,004
Smart Environment				0,022			0,138
Smart Governance							0,003
Smart Living				0,022			0,032
Smart Society				0,024			0,124
Strategi Pengembangan							

Berdasarkan nilai F Square dari tabel di atas menunjukkan adanya efek kecil antara variabel *Smart Branding* terhadap variabel *Smart Governance* dengan nilai F Square sebesar 0,012 yang lebih kecil dari 0,02. Efek sedang antara variabel *Smart Economy* terhadap variabel *Smart Governance* dengan nilai F Square sebesar 0,96 yang lebih kecil dari 0,15. Efek kecil antara variabel *Smart Environment* terhadap *Smart Governance* dengan nilai F Square sebesar 0,022 yang lebih kecil dari 0,02. Efek kecil antara variabel *Smart Living* terhadap *Smart Governance* dengan nilai F Square 0,022 yang lebih kecil dari 0,02. Efek kecil antara variabel *Smart Society* terhadap *Smart Governance* dengan nilai F Square 0,024 yang lebih kecil dari 0,02. Efek kecil antara variabel *Smart Branding* terhadap Strategi Pengembangan dengan nilai F Square 0,005 yang lebih kecil dari 0,02. Efek kecil antara variabel *Smart Economy* terhadap Strategi Pengembangan dengan nilai F Square 0,004 yang lebih kecil dari 0,02. Efek sedang antara variabel *Smart Governance* terhadap Strategi Pengembangan dengan nilai F Square 0,138 yang mendekati dari 0,15. Efek kecil antara variabel *Smart Governance* terhadap Strategi Pengembangan dengan nilai F Square 0,003 yang lebih kecil dari 0,02. Efek kecil antara variabel *Smart Living* terhadap Strategi Pengembangan dengan nilai F Square 0,032 yang lebih kecil dari 0,02. Efek kecil antara variabel *Smart Society* terhadap Strategi Pengembangan dengan nilai F Square 0,124 yang lebih kecil dari 0,15.

#### **Model Fit**

Agar model memenuhi kriteria model fit, nilai SRSR harus kurang dari 0,05 (Cangur dan Ercan, 2015). Namun berdasarkan penjelasan dari situs SmartPLS, batasan atau kriteria model fit antara lain: Nilai RMS Theta atau Root Mean Square Theta  $< 0,102$ , Nilai SRMR atau Standardized Root Mean Square  $< 0,10$  dan Nilai NFI  $> 0,9$ . Adapun hasil penilaian model fit penelitian ini adalah :

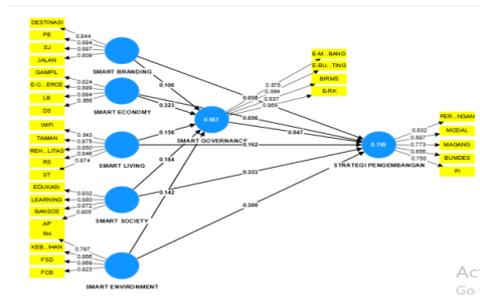
**Tabel 10.** Nilai Model Fit

Komponen	Model Saturated	Model Estimasi
SRMR	0,068	0,068
d_ULS	2,159	2,159
d_G	1,938	1,938
Chi-Square	921,597	921,597
NFI	0,702	0,702

Dari tabel nilai fit tersebut terlihat bahwa berdasarkan kriteria SRMS sebesar 0,068 yang lebih kecil 0,1 baik untuk model saturated maupun model estimasi maka bisa dikatakan model iterasi yang digunakan telah memenuhi model yang fit.

#### ***Pengujian Hipotesis***

Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan hasil pengujian inner Model yang meliputi output r-square, koefisien parameter dan t statistik. Untuk melihat apakah suatu hipotesis itu dapat diterima atau tidak diantaranya dengan memperhatikan nilai signifikansi antar kontrak, t statistik dan p-values.



Gambar 3. Hasil Pengujian Hipotesis Model

Berdasarkan gambar tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai t statistik yang lebih besar dari 1,92 sehingga signifikan memberikan pengaruh terhadap masing-masing variabelnya.

Tabel 10. Hasil Path Coefficient

Hipotesis	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik ( O/STDEV )	P Values
Smart Branding > Smart Governance	0,106	0,133	0,136	0,779	0,436
Smart Branding > Strategi Pengembangan	0,058	0,059	0,112	0,516	0,606
Smart Economy > Smart Governance	0,323	0,303	0,159	2,036	<b>0,042</b>
Smart Economy > Strategi Pengembangan	0,056	0,045	0,149	0,376	0,707
Smart Environment > Smart Governance	0,142	0,111	0,168	0,847	0,397
Smart Environment > Strategi Pengembangan	0,300	0,287	0,134	2,234	<b>0,026</b>
Smart Governance > Strategi Pengembangan	0,047	0,056	0,118	0,395	0,693

<b>Strategi Pengembangan</b>					
<b>Smart Living &gt; Smart Governance</b>	0,158	0,181	0,137	1,155	0,248
<b>Smart Living &gt; Strategi Pengembangan</b>	0,162	0,153	0,175	0,923	0,356
<b>Smart Society &gt; Smart Governance</b>	0,184	0,188	0,147	1,251	0,211
<b>Smart Society &gt; Strategi Pengembangan</b>	0,353	0,376	0,173	2,042	<b>0,041</b>

1. Hipotesis pertama menguji apakah variabel *Smart Branding* secara positif berpengaruh terhadap variabel *Smart Governance*, dimana hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak berpengaruh atau tidak signifikan ditunjukkan oleh nilai koefisien beta *Smart Branding* sebesar 0,106 dan t statistik sebesar 0,779 sehingga memiliki P values 0,436 yang lebih besar dari nilai alpha 5%.
2. Hipotesis kedua menguji apakah variabel *Smart Branding* secara positif berpengaruh terhadap variabel Strategi Pengembangan, dimana hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat tidak berpengaruh atau tidak signifikan ditunjukkan oleh nilai koefisien beta *Smart Branding* sebesar 0,058 dan t statistik sebesar 0,516 sehingga memiliki P values 0,606 yang lebih besar dari nilai alpha 5%.
3. Hipotesis ketiga menguji apakah variabel *Smart Economy* secara positif berpengaruh terhadap variabel *Smart Governance*, dimana hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan ditunjukkan oleh nilai koefisien beta *Smart Economy* sebesar 0,323 dan t statistik sebesar 2,036 sehingga memiliki P values 0,042 yang lebih kecil dari nilai alpha 5%.
4. Hipotesis keempat menguji apakah variabel *Smart Economy* secara positif berpengaruh terhadap variabel Strategi Pengembangan, dimana hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak berpengaruh atau tidak signifikan ditunjukkan oleh nilai koefisien beta *Smart Economy* sebesar 0,056 dan t statistik sebesar 0,376 sehingga memiliki P values yang lebih besar dari nilai alpha 5%.

5. Hipotesis kelima menguji apakah variabel *Smart Environment* secara positif berpengaruh terhadap variabel *Smart Governance*, dimana hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak berpengaruh atau tidak signifikan ditunjukkan oleh nilai koefisien beta *Smart Environment* sebesar 0,142 dan t statistik sebesar 0,847 sehingga memiliki P values 0,397 yang lebih besar dari nilai alpha 5%.
6. Hipotesis keenam menguji apakah variabel *Smart Environment* secara positif berpengaruh terhadap variabel *Smart Governance*, dimana hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan ditunjukkan oleh nilai koefisien beta *Smart Environment* sebesar 0,300 dan t statistik sebesar 2,234 sehingga memiliki P values 0,026 yang lebih kecil dari nilai alpha 5%.
7. Hipotesis ketujuh menguji apakah variabel *Smart Governance* secara positif berpengaruh terhadap variabel Strategi Pengembangan, dimana hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak berpengaruh atau tidak signifikan ditunjukkan oleh nilai koefisien beta *Smart Governance* sebesar 0,047 dan t statistik sebesar 0,395 sehingga memiliki P values 0,693 yang lebih besar dari nilai alpha 5%.
8. Hipotesis kedelapan menguji apakah variabel *Smart Living* secara positif berpengaruh terhadap variabel *Smart Governance*, dimana hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak berpengaruh atau tidak signifikan ditunjukkan oleh nilai koefisien beta *Smart Living* sebesar 0,158 dan t statistik sebesar 1,155 sehingga memiliki P values 0,248 yang lebih besar dari nilai alpha 5%.
9. Hipotesis kesembilan menguji apakah variabel *Smart Living* secara positif berpengaruh terhadap variabel Strategi Pengembangan, dimana hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak berpengaruh atau tidak signifikan ditunjukkan oleh nilai koefisien beta *Smart Living* sebesar 0,162 dan t statistik sebesar 0,923 sehingga memiliki P values 0,356 yang lebih besar dari nilai alpha 5%.
10. Hipotesis kesepuluh menguji apakah variabel *Smart Society* secara positif berpengaruh terhadap variabel *Smart Governance*, dimana hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak berpengaruh atau tidak signifikan ditunjukkan oleh nilai koefisien beta *Smart Society* sebesar 0,184 dan t statistik sebesar 1,251 sehingga memiliki P values 0,211 yang lebih besar dari nilai alpha 5%.

11. Hipotesis kesebelas menguji apakah variabel *Smart Society* secara positif berpengaruh terhadap variabel Strategi Pengembangan, dimana hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan ditunjukkan oleh nilai koefisien beta *Smart Society* sebesar 0,353 dan t statistik sebesar 2,042 sehingga memiliki P values 0,041 yang lebih kecil dari nilai alpha 5%.

### ***Pengujian Multikolinieritas***

Asumsi atau syarat yang harus dipenuhi dalam analisis outer model adalah tidak terdapat masalah multikolinieritas. Yaitu masalah dimana terdapat interkorelasi atau saling korelasi kuat antar indikator. Batasannya adalah nilai korelasi  $> 0,9$  yang biasanya ditandai dengan nilai Variance Inflating Factor (VIF) dalam level indikator  $> 5$ . Jadi jika terdapat nilai VIF indikator  $> 5$  maka terdapat masalah multikolinieritas.

**Tabel 11.** Nilai VIF

Indikator	Nilai VIF	Keterangan
AP	3,381	Memenuhi
BANSOS	2,632	Memenuhi
BIRMS	2,164	Memenuhi
BUBDES	2,495	Memenuhi
DESTINASI	2,353	Memenuhi
DS	2,408	Memenuhi
E-BUDGETING	2,575	Memenuhi
E-ECOMMERCE	3,045	Memenuhi
E-MUSRENBANG	2,642	Memenuhi
E-RK	2,369	Memenuhi
EDUKASI	4,212	Memenuhi
FCB	1,949	Memenuhi
FSB	2,683	Memenuhi
GAMPIL	2,236	Memenuhi
JALAN	2,012	Memenuhi
KEBERSIHAN	2,770	Memenuhi
LB	2,614	Memenuhi
LEARNING	2,881	Memenuhi
MAGANG	1,896	Memenuhi
MODAL	3,163	Memenuhi

PE	2,876	Memenuhi
PERKEMBANGAN	2,142	Memenuhi
PI	1,790	Memenuhi
REHABILITAS	2,510	Memenuhi
RH	1,916	Memenuhi
RS	2,348	Memenuhi
SJ	2,785	Memenuhi
ST	2,751	Memenuhi
TAMAN	2,734	Memenuhi
WIFI	2,361	Memenuhi

Dari pengujian multikolinieritas dengan perbandingan nilai VIF setiap indikator yang diperoleh berada di kisaran 1,790 hingga 4,212 yang seluruhnya masih lebih kecil dari 5 sehingga semua indikator pada model iterasi penelitian ini tidak mengalami masalah multikolinieritas.

### Analisis Model Penelitian

#### Efek Langsung (*Direct Effects*)

Nilai path coefficients berkisar antara -1 hingga +1. Nilai path coefficients semakin mendekati nilai +1, hubungan kedua konstruk semakin kuat. Hubungan yang makin mendekati -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negative. Adapun hasil efek langsung model iterasi penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 13. Nilai Efek Langsung

Variabel	Smart Branding	Smart Economy	Smart Environment	Smart Governance	Smart Living	Smart Society	Strategi Pengembangan
Smart Branding							0,063
Smart Economy							0,071
Smart Environment							0,307
Smart Governance							0,047
Smart Living							0,169
Smart Society							0,362

Strategi Pengembangan							
-----------------------	--	--	--	--	--	--	--

Berdasarkan hasil nilai efek langsung pada tabel di atas dapat diambil beberapa penjelasan sebagai berikut :

1. Pengaruh langsung variabel *Smart Branding* terhadap variabel Strategi Pengembangan adalah sebesar 0,063 yang menunjukkan ketika variabel *Smart Branding* meningkat sebesar 10% maka variabel Strategi Pengembangan juga mengalami peningkatan sebesar 0,63%.
2. Pengaruh langsung variabel *Smart Economy* terhadap variabel Strategi Pengembangan adalah sebesar 0,071 yang menunjukkan ketika variabel *Smart Economy* meningkat sebesar 10% maka variabel Strategi Pengembangan juga mengalami peningkatan sebesar 0,71%.
3. Pengaruh langsung variabel *Smart Environment* terhadap variabel Strategi Pengembangan adalah sebesar 0,307 yang menunjukkan ketika variabel *Smart Environment* meningkat sebesar 10% maka variabel Strategi Pengembangan juga mengalami peningkatan sebesar 3,07%.
4. Pengaruh langsung variabel *Smart Governance* terhadap variabel Strategi Pengembangan adalah sebesar 0,047 yang menunjukkan ketika variabel *Smart Governance* meningkat sebesar 10% maka variabel Strategi Pengembangan juga mengalami peningkatan sebesar 0,47%.
5. Pengaruh langsung variabel *Smart Living* terhadap variabel Strategi Pengembangan adalah sebesar 0,169 yang menunjukkan ketika variabel *Smart Living* meningkat sebesar 10% maka variabel Strategi Pengembangan juga mengalami peningkatan sebesar 1,69%.
6. Pengaruh langsung variabel *Smart Society* terhadap variabel Strategi Pengembangan adalah sebesar 0,362 yang menunjukkan ketika variabel *Smart Living* meningkat sebesar 10% maka variabel Strategi Pengembangan juga mengalami peningkatan sebesar 3,62%.

**Efek Tidak Langsung (Indirect Effects)**

Nilai efek tidak langsung berkisar antara -1 hingga +1. Nilai yang semakin mendekati nilai +1, hubungan kedua konstruk semakin kuat. Hubungan yang makin mendekati -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negatif (Sarstedt dkk., 2017). Adapun hasil efek tidak langsung model iterasi penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 14. Nilai Efek Tidak Langsung

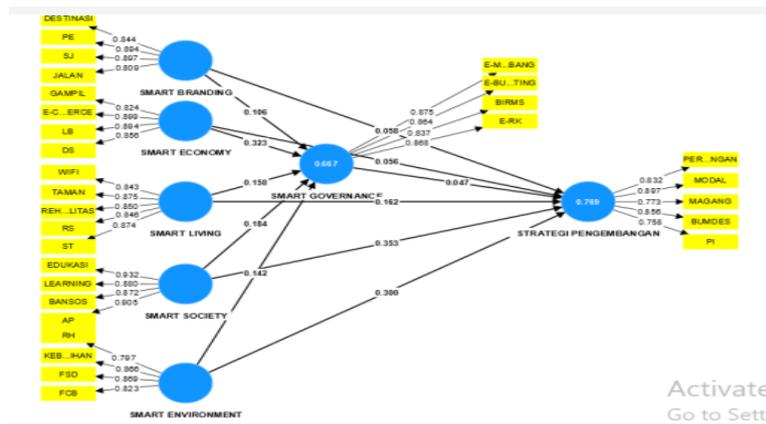
Hubungan	Efek Tidak Langsung
Smart Environment -> Smart Governance -> Strategi Pengembangan	0,788
Smart Society-> Smart Governance-> Strategi Pengembangan	0,762
Smart Branding-> Smart Governance-> Strategi Pengembangan	0,840
Smart Economy-> Smart Governance-> Strategi Pengembangan	0,729
Smart Living-> Smart Governance-> Strategi Pengembangan	0,791

Berdasarkan hasil nilai efek tidak langsung pada tabel di atas dapat diambil beberapa penjelasan sebagai berikut :

1. Pengaruh tidak langsung variabel *Smart Environment* terhadap variabel Strategi Pengembangan melalui variabel *Smart Governance* adalah sebesar 0,788 yang menunjukkan ketika variabel *Smart Environment* meningkat sebesar 10% maka variabel Strategi Pengembangan dapat meningkat secara tidak langsung melalui variabel *Smart Governance* sebesar 7,88%.
2. Pengaruh tidak langsung variabel *Smart Society* terhadap variabel Strategi Pengembangan melalui variabel *Smart Governance* adalah sebesar 0,762 yang menunjukkan ketika variabel *Smart Society* meningkat sebesar 10% maka variabel Strategi Pengembangan dapat meningkat secara tidak langsung melalui variabel *Smart Governance* sebesar 7,62%.
3. Pengaruh tidak langsung variabel *Smart Branding* terhadap variabel Strategi Pengembangan melalui variabel *Smart Governance* adalah sebesar 0,840 yang menunjukkan ketika variabel *Smart Branding* meningkat sebesar 10% maka variabel Strategi Pengembangan dapat meningkat secara tidak langsung melalui variabel *Smart Governance* sebesar 8,4%.
4. Pengaruh tidak langsung variabel *Smart Economy* terhadap variabel Strategi Pengembangan melalui variabel *Smart Governance* adalah sebesar 0,729 yang menunjukkan ketika variabel *Smart Economy* meningkat sebesar 10% maka variabel Strategi

Pengembangan dapat meningkat secara tidak langsung melalui variabel *Smart Governance* sebesar 7,29%.

- Pengaruh tidak langsung variabel *Smart Living* terhadap variabel Strategi Pengembangan melalui variabel *Smart Governance* adalah sebesar 0,791 yang menunjukkan ketika variabel *Smart Living* meningkat sebesar 10% maka variabel Strategi Pengembangan dapat meningkat secara tidak langsung melalui variabel *Smart Governance* sebesar 7,91%.



**Gambar 4.** Hasil Model Iterasi Penelitian

Hasil dari hipotesis secara langsung (Direct Effects) dan secara tidak langsung (Indirect Effects) penelitian smart city Kota Bandung bahwasannya terdapat beberapa antar variabel yang mempengaruhi dan ada juga beberapa tidak berpengaruh terhadap variabel lainnya seperti variabel eksogen (Y) mempengaruhi variabel endogen (X). Berikut penjelasan mengenai hipotesis lebih lanjut yang diambil dari hasil pengolahan data melalui Smart PLS 4:

- Hipotesis pertama tidak berpengaruh antara variabel Smart Branding terhadap Strategi Pengembangan atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 Smart Branding berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan di Kota Bandung tidak terbukti signifikan.
- Hipotesis kedua tidak berpengaruh antara variabel Smart Economy terhadap Strategi Pengembangan atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 Smart Economy berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan di Kota Bandung tidak terbukti signifikan.
- Hipotesis ketiga tidak berpengaruh antara variabel Smart Living terhadap Strategi Pengembangan atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 Smart Living berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan di Kota Bandung tidak terbukti signifikan.
- Hipotesis keempat berpengaruh antara variabel Smart Society terhadap Strategi Pengembangan atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 Smart Society berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan di Kota Bandung terbukti signifikan.

5. Hipotesis kelima berpengaruh antara variabel Smart Environment terhadap Strategi Pengembangan atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 Smart Environment berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan di Kota Bandung terbukti signifikan.
6. Hipotesis keenam tidak berpengaruh antara variabel Smart Governance terhadap Strategi Pengembangan atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 Smart Governance berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan di Kota Bandung tidak terbukti signifikan.
7. Hipotesis ketujuh tidak berpengaruh antara variabel Smart Branding terhadap Strategi Pengembangan melalui Smart Governance atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 7 Smart Branding berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan melalui Smart Governance di Kota Bandung tidak terbukti signifikan.
8. Hipotesis kedelapan tidak berpengaruh antara variabel Smart Economy terhadap Strategi Pengembangan melalui Smart Governance atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 8 Smart Economy berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan melalui Smart Governance di Kota Bandung tidak terbukti signifikan.
9. Hipotesis kesembilan tidak berpengaruh antara variabel Smart Living terhadap Strategi Pengembangan melalui Smart Governance atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 9 Smart Living berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan melalui Smart Governance di Kota Bandung tidak terbukti signifikan.
10. Hipotesis kesepuluh tidak berpengaruh antara variabel Smart Society terhadap Strategi Pengembangan melalui Smart Governance atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 10 Smart Society berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan melalui Smart Governance di Kota Bandung tidak terbukti signifikan.
11. Hipotesis kesebelas tidak berpengaruh antara variabel Smart Environment terhadap Strategi Pengembangan melalui Smart Governance atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 11 Smart Environment berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan melalui Smart Governance di Kota Bandung tidak terbukti signifikan.

Dari hasil hipotesis secara langsung mempunyai pengaruh antara variabel eksogen dengan variabel endogen yaitu *Smart Society* terhadap Strategi Pengembangan dan *Smart Environment* terhadap Strategi Pengembangan. *Smart Society* merupakan strategi yang bertujuan untuk mengembangkan Smart City di Kota Bandung. Ini melibatkan mempromosikan pendidikan, mempromosikan pembelajaran berkelanjutan, dan menerapkan ekosistem pembelajaran. Strategi

tersebut memanfaatkan teknologi seperti IoT, big data, dan kecerdasan buatan untuk meningkatkan layanan publik dan infrastruktur publik. Ini bertujuan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan dan meningkatkan kualitas hidup penduduk. Dengan menerapkan Smart Society, Kota Bandung dapat meningkatkan pelayanan publik, mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya, dan melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan, memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi dan pembangunan kota.

Smart Environment terhadap Strategi Pengembangan dengan peningkatan Smart Environment akan sangat berpengaruh terhadap Strategi Pengembangan yang dilakukan oleh pemerintah Kota Bandung. Smart Environment adalah strategi yang diterapkan oleh pemerintah Kota Bandung untuk meningkatkan efisiensi, efisiensi, dan kehidupan manusia di lingkungan fisik. Ini melibatkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk mengoptimalkan kegiatan sehari-hari, mengurangi dampak lingkungan, dan meningkatkan kehidupan manusia. Program Smart Environment membantu mencapai hasil yang diinginkan dengan menganalisis data dan membuat keputusan yang lebih baik. Mereka juga membantu mengidentifikasi area untuk perbaikan, mengoptimalkan aktivitas sehari-hari, dan meningkatkan efisiensi operasional dalam mencapai kondisi fisik yang baik bagi masyarakat.

Dengan adanya Strategi Pengembangan Smart City di Kota Bandung yang baik maka akan membantu untuk penyelesaian masalah yang ada seperti permasalahan kemacetan di Kota Bandung, kebersihan, kelayakan transportasi, dan pelayanan pariwisata. Hubungan Strategi Pengembangan dengan Penyelesaian Masalah Kemacetan merupakan salah satu masalah yang sering terjadi di perkotaan. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan strategi pengembangan yang efektif. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Smith (2015), strategi pengembangan yang melibatkan peningkatan infrastruktur jalan, pengaturan lalu lintas yang lebih baik, dan penggunaan transportasi umum yang lebih efisien dapat membantu mengurangi kemacetan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Johnson (2017) menunjukkan bahwa pengembangan sistem transportasi yang terintegrasi dan berkelanjutan juga dapat berkontribusi dalam mengatasi masalah kemacetan.

Hubungan Strategi Pengembangan dengan Kebersihan lingkungan dengan kurangnya TPS (Tempat Pembuangan Sementara). Kebersihan merupakan faktor penting dalam menjaga kualitas lingkungan perkotaan. Strategi pengembangan yang baik dapat berdampak positif terhadap kebersihan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Brown, pengembangan infrastruktur yang memadai, seperti sistem pengelolaan sampah yang efektif dan penyediaan fasilitas umum yang

bersih, dapat meningkatkan kebersihan perkotaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Green menunjukkan bahwa pengembangan strategi partisipatif yang melibatkan masyarakat dalam menjaga kebersihan juga dapat memberikan hasil yang positif.

Hubungan Strategi Pengembangan dengan Pelayanan Parawisata. Pengembangan strategi yang baik juga dapat berdampak positif terhadap pelayanan pariwisata. Menurut penelitian yang dilakukan oleh White, pengembangan infrastruktur pariwisata yang memadai, seperti pengembangan objek wisata yang menarik dan penyediaan fasilitas pariwisata yang baik, dapat meningkatkan pelayanan pariwisata. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Black (menunjukkan bahwa pengembangan strategi pemasaran yang efektif juga dapat berkontribusi dalam meningkatkan pelayanan pariwisata).

Hubungan Strategi Pengembangan dengan Kelayakan Transportasi. Kelayakan transportasi merupakan faktor penting dalam memastikan mobilitas yang efisien dan nyaman bagi penduduk perkotaan. Strategi pengembangan yang baik dapat berdampak positif terhadap kelayakan transportasi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Gray, pengembangan infrastruktur transportasi yang memadai, seperti pengembangan jaringan jalan yang baik dan penyediaan transportasi umum yang handal, dapat meningkatkan kelayakan transportasi. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Adams menunjukkan bahwa pengembangan strategi pengelolaan lalu lintas yang efektif juga dapat berkontribusi dalam meningkatkan kelayakan transportasi.

## **KESIMPULAN**

Hipotesis pertama tidak berpengaruh antara variabel Smart Branding terhadap Strategi Pengembangan atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 Smart Branding berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan di Kota Bandung tidak terbukti signifikan. Hipotesis kedua tidak berpengaruh antara variabel Smart Economy terhadap Strategi Pengembangan atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 Smart Economy berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan di Kota Bandung tidak terbukti signifikan. Hipotesis ketiga tidak berpengaruh antara variabel Smart Living terhadap Strategi Pengembangan atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 Smart Living berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan di Kota Bandung tidak terbukti signifikan. Hipotesis keempat berpengaruh antara variabel Smart Society terhadap Strategi Pengembangan atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 Smart Society

berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan di Kota Bandung terbukti signifikan. Hipotesis kelima berpengaruh antara variabel Smart Environment terhadap Strategi Pengembangan atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 Smart Environment berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan di Kota Bandung terbukti signifikan. Hipotesis keenam tidak berpengaruh antara variabel Smart Governance terhadap Strategi Pengembangan atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 Smart Governance berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan di Kota Bandung tidak terbukti signifikan. Hipotesis ketujuh tidak berpengaruh antara variabel Smart Branding terhadap Strategi Pengembangan melalui Smart Governance atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 7 Smart Branding berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan melalui Smart Governance di Kota Bandung tidak terbukti signifikan. Hipotesis kedelapan tidak berpengaruh antara variabel Smart Economy terhadap Strategi Pengembangan melalui Smart Governance atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 8 Smart Economy berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan melalui Smart Governance di Kota Bandung tidak terbukti signifikan. Hipotesis kesembilan tidak berpengaruh antara variabel Smart Living terhadap Strategi Pengembangan melalui Smart Governance atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 9 Smart Living berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan melalui Smart Governance di Kota Bandung tidak terbukti signifikan. Hipotesis kesepuluh tidak berpengaruh antara variabel Smart Society terhadap Strategi Pengembangan melalui Smart Governance atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 10 Smart Society berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan melalui Smart Governance di Kota Bandung tidak terbukti signifikan. Hipotesis kesebelas tidak berpengaruh antara variabel Smart Environment terhadap Strategi Pengembangan melalui Smart Governance atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis 11 Smart Environment berpengaruh signifikan terhadap Strategi Pengembangan melalui Smart Governance di Kota Bandung tidak terbukti signifikan.

Jadi, Tindakan yang harus dilakukan oleh pemerintah Kota Bandung terhadap perbaikan dari permasalahan lonjakan kemacetan, yakni 1) Pengembangan Transportasi Massal: Meningkatkan pelayanan transportasi massal seperti bus, kereta api, dan MRT untuk mengurangi penggunaan kendaraan pribadi. 2) Pembangunan Infrastruktur Jalan: Meningkatkan pembangunan jalan dan jembatan yang memadai untuk mengurangi kemacetan di titik-titik rawan. Tindakan yang harus dilakukan oleh pemerintah Kota Bandung terhadap permasalahan kurangnya tempat sampah di Kota Bandung yaitu 1) Penambahan Tempat Sampah: Meningkatkan jumlah tempat sampah di area perkotaan untuk memudahkan masyarakat dalam membuang

sampah. 2) Peningkatan Pelayanan Pengangkutan Sampah: Meningkatkan pelayanan pengangkutan sampah secara teratur dan efisien untuk mencegah tumpukan sampah di tempat-tempat umum. Tindakan yang harus dilakukan oleh pemerintah Kota Bandung dalam permasalahan kurangnya pelayanan informasi parawisata yaitu, 1) Pengembangan Sistem Informasi Pariwisata: Membangun sistem informasi pariwisata yang terintegrasi dan mudah diakses oleh wisatawan. 2) Pelatihan Tenaga Informasi Pariwisata: Melakukan pelatihan kepada tenaga informasi pariwisata agar memiliki pengetahuan yang memadai tentang objek wisata dan kemampuan komunikasi yang baik. Tindakan yang harus dilakukan oleh pemerintah Kota Bandung dalam permasalahan kelayakan transportasi yaitu 1) Perawatan Kendaraan: Melakukan perawatan rutin dan berkala terhadap kendaraan umum untuk menjaga kelayakan dan keamanan transportasi. 2) Peningkatan Infrastruktur Transportasi: Meningkatkan pembangunan infrastruktur transportasi seperti jalan, jembatan, dan terminal untuk meningkatkan kelayakan transportasi.

## REFERENSI

- Adams, J. (2016). Effective Traffic Management Strategies for Improved Transportation Feasibility. *Journal of Urban Transportation*, 20(3), 45-62.
- Astutik, Endang Puji & Gunartin. (2019). Analisis Kota Jakarta Sebagai Smart City Dan Penggunaan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Menuju Masyarakat Madani. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 6 (2), 41-58.
- Black, R. (2019). Effective Marketing Strategies for Enhanced Tourism Services. *Journal of Tourism Management*, 35(2), 78-95.
- Brown, A. (2014). Infrastructure Development and Urban Cleanliness: A Case Study of City X. *Journal of Urban Studies*, 15(4), 123-140.
- Gray, M. (2015). Infrastructure Development and Transportation Feasibility: A Comparative Study of City Z. *Journal of Transportation Planning and Technology*, 30(2), 56-73.
- Green, S. (2016). Participatory Strategies for Maintaining Urban Cleanliness: Lessons from City Y. *Journal of Environmental Management*, 25(1), 67-84.
- Hollands, R. G. (2008). Will the real smart city please stand up? *City*, 12(3), 303-320.
- Johnson, L. (2017). Integrated and Sustainable Transportation Systems for Effective Traffic Management. *Journal of Sustainable Development*, 18(1), 34-51.
- Prasetyo, D. (2015). *Kelayakan Transportasi dalam Meningkatkan Mobilitas Masyarakat*. Surabaya: Pustaka Jaya.
- Sari, Devi Novita, Rahmadani, Dia, Zulfia & Wardani, Mohamad Yusuf. (2020). Implementasi kebijakan pemerintah Kota surabaya dalam mewujudkan inovasi smart City. *Journal of governance innovation*, 2 (2), 112-130.
- Smith, T. (2015). Infrastructure Development and Traffic Congestion: A Case Study of City A. *Journal of Urban Planning*, 12(3), 89-106.
- Soekarno, I. (2018). *Transportasi Massal dan Dampaknya terhadap Kemacetan*. Jakarta: Penerbit Utama.

- Suryanto, B. (2017). *Pengelolaan Sampah di Perkotaan*. Yogyakarta: Pustaka Abadi.
- Wahyudi, Azkha Ayunda, Widowati, Yumma Rizki, & Nugroho Alih Aji. (2022). Strategi Implementasi SMART CITY Kota Bandung. *Jurnal Good Governance*, 18 (1), 88-98.
- White, B. (2018). Infrastructure Development and Tourism Services: A Comparative Analysis of City B. *Journal of Tourism Research*, 22 (4), 112-129.
- Widodo, A. (2016). *Pelayanan Informasi Pariwisata yang Efektif*. Bandung: Penerbit Mandiri.