

BUKU III

EXECUTIVE SUMMARY

MASTERPLAN

Smart City

Kota Malang
2022-2031



SAMBUTAN WALIKOTA MALANG

Assalamualaikum Warahmatullahi wabarakatuh.

Salam Satu Jiwa, Arema!

Salam Satu Jiwa, Indonesia!

Bagi kami *Smart City* bukan hanya berkaitan dengan masalah teknologi dan digitalisasi, ataupun terciptanya infrastruktur IT yang tercukupi. Tapi lebih dari itu. Bahwa pengembangan *Smart City* adalah bagaimana kemampuan untuk menciptakan masyarakat yang cerdas, lingkungan yang cerdas, serta kehidupan yang cerdas dengan mengoptimalkan potensi Kota Malang, sehingga Malang benar-benar “Malang Melintang”. *Smart City* merupakan sebuah strategi dan pendekatan yang komprehensif, inklusif, efektif, dan efisien untuk mewujudkan sebuah kota yang layak huni, nyaman, aman, sehat, mudah, dan berkemakmuran.

Sebagai kota yang dikenal dengan sebutan Tri Bina Cita, Kota Malang dituntut untuk menerapkan kota cerdas sebagai *tools* untuk memaksimalkan potensi wilayah yang ada serta sebagai solusi dari berbagai masalah yang timbul dari kemajuan dan dinamika kota yang semakin maju dan modern. Kota Malang juga mempunyai kekuatan yang hebat, menuju pada prestasi dan sinergi yang kuat karena kita punya salam yang tidak dimiliki oleh yang lain dengan salam satu jiwa-nya.

Pada pengembangan konsep secara makro nanti, kita berharap Malang *Smart City* bisa berjalan sesuai rencana dan dapat melayani warganya dengan baik, mulai bangun tidur sampai tidur lagi, dari melahirkan sampai dia nanti dipanggil oleh Tuhan. Keterbukaan menjadi sebuah keharusan dan sinergi adalah kata kuncinya, itulah yang akan dibawa dengan visi: Malang Bermartabat.

Akhir dari saya, ayo semuanya singsingkan lengan baju, bergandeng tangan untuk mewujudkan Malang Smart City.

Dari Malang untuk Indonesia dan Dunia.

Terima kasih

Assalamualaikum Warahmatullahi wabarakatuh.

Wali Kota Malang,

Drs. H. Sutiaji

SAMBUTAN KETUA TIM DEWAN *SMART CITY*

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Salam Satu Jiwa, Arema!

Salam Satu Jiwa, Indonesia!

Proses pembangunan *Smart City* merupakan usaha yang memerlukan waktu dan tidak seketika. Diperlukan komitmen dan perencanaan yang matang serta menyeluruh serta perlu melibatkan semua pihak baik dari pihak warga, pemerintah, maupun swasta. Penyusunan Rencana Induk Kota Cerdas (*Master Plan Smart City*) ini telah melalui empat tahapan kegiatan bimbingan teknis oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia yang diikuti Tim Dewan Kota Cerdas dan Tim Pengembang Kota Cerdas Kota Malang, serta seluruh perangkat daerah sampai dengan tingkat kelurahan telah menghasilkan analisis strategis daerah, peta jalan dan rencana aksi jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang, serta pemilihan *quick wins*-program unggulan dari masing-masing dimensi *Smart City*.

Kegiatan penyusunan Rencana Induk Kota Cerdas ini di sertai dengan penandatanganan komitmen bersama malang menuju *Smart City* yang bertujuan untuk menciptakan integrasi, sinkronisasi dan sinergitas perencanaan Malang *Smart City*, menyediakan landasan materi dan implementasi praktis rencana pembangunan daerah berdasarkan konsep *Smart City*, serta mendukung proses pengembangan Malang *Smart City* yang efektif efisien, inklusif, partisipatif, dan kolaboratif.

Penyusunan Rencana Induk Kota Cerdas ini bertujuan untuk menjamin terjadinya konektivitas dan integrasi pembangunan *Smart City* seluruh *stakeholder* yang terlibat, sehingga mendorong terjadinya kolaborasi, koordinasi, dan sinergi program *Smart City* yang efisien dan efektif melalui pemanfaatan sumber daya strategis secara *non-rivalry*.

Pembangunan Kota Cerdas merupakan usaha yang kontinu, bertahap, dan bersifat multi sektoral oleh karena itu diperlukan sebuah perencanaan berjangka waktu dan terintegrasi yang dituangkan dalam bentuk dokumen Rencana Induk Kota Cerdas.

Terima kasih.

Assalammualaikum Warahmatullahi wabarakatuh.

Ketua Tim Dewan Kota Cerdas Kota Malang

DAFTAR ISI

SAMBUTAN WALIKOTA MALANG	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
BAB I PENDAHULUAN	v
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 TUJUAN	4
1.3 LANDASAN HUKUM	4
1.4 KERANGKA BERPIKIR SMART CITY	5
BAB II VISI MISI SMART CITY KOTA MALANG	7
2.1 VISI DAN MISI SMART CITY KOTA MALANG	8
2.2 SASARAN SMART CITY KOTA MALANG	8
2.2.1 Smart Governance	9
2.2.2 Smart Branding	9
2.2.3 Smart Economy	10
2.2.4 Smart Living	10
2.2.5 Smart Society	11
2.2.6 Smart Environment	11
BAB III STRATEGI PEMBANGUNAN SMART CITY	13
3.1 SMART GOVERNANCE	14
3.2 SMART BRANDING	14
3.3 SMART ECONOMY	15
3.4 SMART LIVING	16
3.5 SMART SOCIETY	16
3.6 SMART ENVIRONMENT	17
BAB IV PETA JALAN PEMBANGUNAN SMART CITY	19
4.1 SMART GOVERNANCE	20
4.2 SMART BRANDING	23
4.3 SMART ECONOMY	25
4.4 SMART LIVING	28
4.5 SMART SOCIETY	31
4.6 SMART ENVIRONMENT	33

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Sasaran Dimensi Smart Governance.....	9
Tabel 2. 2. Sasaran Smart Branding	9
Tabel 2. 3. Sasaran Smart Economy.....	10
Tabel 2. 4. Sasaran Smart Living	10
Tabel 2. 5. Sasaran Smart Society	11
Tabel 2. 6. Sasaran Dimensi Smart Environment.....	11
Tabel 3. 1. Strategi Smart Governance.....	14
Tabel 3. 2. Strategi Smart Branding	14
Tabel 3. 3. Strategi Smart Economy.....	15
Tabel 3. 4. Strategi Smart Living	16
Tabel 3. 5. Strategi Smart Society	17
Tabel 3. 6. Strategi Smart Environment.....	17
Tabel 4. 1. Peta Jalan Smart Governance.....	20
Tabel 4. 2. Peta Jalan Smart Branding.....	23
Tabel 4. 3. Peta Jalan Smart Economy	25
Tabel 4. 4. Peta Jalan Smart Living.....	28
Tabel 4. 5. Peta Jalan Smart Society	31
Tabel 4. 6. Peta Jalan Smart Environment	33

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Tidak bisa dielakkan jika persoalan yang dihadapi oleh suatu negara atau daerah semakin kompleks dan beragam. Pemerintah daerah tidak saja berhadapan dengan masalah seperti kemacetan lalu lintas, tetapi juga dengan kualitas udara yang semakin menurun, tidak tersedianya sarana transportasi yang layak, dan limbah yang tidak terolah dengan baik. Di satu sisi, warga juga semakin menuntut adanya tempat tinggal yang lebih layak dan berkelanjutan, seperti ketersediaan ruang terbuka hijau yang cukup, jalur untuk pesepeda dan trotoar yang bagus, kualitas pelayanan kesehatan yang semakin bagus, dan tidak ketinggalan pelayanan publik yang lebih mudah didapatkan dan transparan.

Tidak saja aktor negara yang berlomba untuk memenuhi tuntutan dan harapan warga dan mengatasi persoalan kompleks yang dihadapi, tetapi juga pemerintah daerah. Ini menjadikan “persaingan” pembangunan tidak saja terjadi antar negara, tetapi antar daerah/kota. Dengan semakin kompleksnya persoalan dan tantangan yang dihadapi, diperlukan pendekatan dan strategi yang komprehensif, inklusif, efektif, dan efisien. Seperti misalnya upaya yang dilakukan oleh Kota Oslo di Norwegia untuk menurunkan emisi gas rumah kaca dari penggunaan energi. Inovasi yang dilakukan oleh pemerintah kota adalah dengan menggunakan sensor untuk mengendalikan lampu, pemanas, ataupun pendingin. Dengan penggunaan sensor ini, pada 2020, kota ini mampu mengurangi emisi gas rumah kaca sampai dengan 30 persen. Selain upaya yang dilakukan Oslo, masih banyak kota-kota lain di dunia, seperti Barcelona dan Boston, yang juga melakukan berbagai upaya untuk mengatasi masalah lokal yang mereka hadapi¹.

Upaya yang dilakukan oleh Kota Oslo tersebut diatas dilakukan dengan menggunakan konsep kota cerdas, atau *Smart City*. Yaitu, sebuah konsep yang digunakan untuk mengatasi persoalan dengan lebih terintegrasi, kolaboratif, dan sinergis. Upaya ini menjadi mungkin dilakukan dengan adanya dukungan teknologi informasi, yang menjadi ciri khas dari Revolusi Industri 4.0 atau lebih dikenal dengan revolusi digital. Keberadaan teknologi informasi ini, bisa menjadi sarana untuk mempermudah atau menjadi salah satu infrastruktur pendukung pemerintah daerah untuk mengatasi persoalan kompleks yang dihadapi oleh pemerintah daerah.

¹ <https://www.asme.org/topics-resources/content/top-10-growing-smart-cities>

Di Indonesia, dikomando oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), pembangunan kabupaten/kota cerdas dilaksanakan sejak 2017 dengan “Gerakan Menuju 100 *Smart City*”. Di 2017, 25 kabupaten/kota menjadi sasaran kegiatan ini, dan dilanjutkan dengan 75 kabupaten/kota lainnya pada 2018. Konsep *Smart City* yang dikembangkan di kabupaten/kota ini diharapkan akan mampu menjawab persoalan yang dihadapi oleh pemerintah kabupaten/kota di Indonesia yang terkenal dengan kompleksitas dan heterogenitas. Jawaban terhadap persoalan-persoalan ini harapannya akan sesuai dengan kebutuhan daerah mengingat Indonesia tidak saja beragam kondisi geografisnya, tetapi juga situasi sosial, ekonomi, budaya, dan pemerintahannya. Karenanya, kota cerdas yang diterapkan di Kota Malang akan berbeda dengan yang dilakukan di kabupaten/kota lainnya di Indonesia.

Sukses dengan 100 kabupaten/kota cerdas di 2017-2018, Kominfo melanjutkan mengembangkan kabupaten/kota cerdas sejalan dengan upaya pemerintah Republik Indonesia untuk mengembangkan 10 kawasan yang menjadi destinasi pariwisata prioritas dan ibukota negara (IKN) baru. Total, 45 kabupaten/kota di 10 kawasan destinasi pariwisata dan tiga kabupaten/kota di IKN menjadi sasaran program ini di 2020. Pengembangan 10 kawasan prioritas ini diharapkan bisa mendorong pertumbuhan ekonomi sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi di Indonesia. Sehingga, kawasan-kawasan pariwisata yang sekelas dengan Bali akan banyak berkembang di Indonesia. Dengan konsep *Smart City*, kabupaten/kota di wilayah ini akan menjadi lebih siap untuk mendukung pengembangan kawasan sebagai destinasi pariwisata prioritas. Sekaligus, akan mampu menjadi daerah dengan kualitas pelayanan yang bagus, serta tempat tinggal yang layak dan nyaman bagi warganya.

Bagi pemerintah Kota Malang, konsep *Smart City* bukan lagi hal yang baru. Bibit pengembangan konsep kota cerdas di kota ini telah dimulai sejak 2017. Dan, kemudian menjadi salah satu prioritas di Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) 2018 – 2023. Bahkan, pada 2020 lewat Peraturan Walikota Malang Nomor 43/2020 pemerintah Kota telah meluncurkan Rencana Induk Kota Cerdas untuk 2020 – 2025. Tidak hanya telah memiliki rencana induk, tetapi juga telah dibentuk Dewan Pengarah *Smart City* dan Tim Pengembang *Smart City*.

Pengembangan kota cerdas di Kota Malang ini telah menjadi satu kebutuhan bagi kota yang dikenal dengan sebutan Tri Bina Cita karena menjadi kota pendidikan, industri, dan pariwisata. Memiliki tidak kurang dari 56 perguruan tinggi negeri dan swasta, Kota Malang menjadi kota tujuan bagi pelajar dari berbagai wilayah di Indonesia, bahkan juga

dari luar negeri. Sebagai kota industri, Kota Malang juga menjadi tempat beroperasinya berbagai perusahaan besar. Tidak ketinggalan, sebagai kota pariwisata, Kota Malang telah menjadi destinasi pariwisata sejak jaman Belanda karena udaranya yang sejuk. Kota ini dulunya juga terkenal dengan sebutan kota bunga. Saat ini, Kota Malang juga terkenal sebagai destinasi pariwisata *heritage*, dan menjadi *hub* bagi para wisatawan yang akan pergi ke Kawasan Bromo Tengger Semeru (BTS).

Kedatangan orang-orang ke Kota Malang baik untuk belajar, bekerja, ataupun berlibur, menciptakan baik potensi ataupun tantangan bagi Kota Malang. Dari segi potensi, para pendatang dan turis akan mendatangkan pemasukan bagi Kota Malang, di satu sisi mereka juga berkontribusi terhadap terciptanya kemacetan, polusi udara, dan beberapa akses negatif lainnya. Sehingga, konsep kota cerdas diharapkan akan mampu menjadi *tool* atau perangkat untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki dan mengatasi tantangan yang dihadapi. Dengan ini, Kota Malang akan mampu menjadi sebuah kota yang layak untuk ditinggali karena tersedianya pelayanan yang berkualitas (*Smart Living*) dan didukung oleh pemerintah yang reponsif (*Smart Governance*). Tidak ketinggalan, Kota Malang akan bisa menjadi kota yang memberikan peluang kepada industri kreatif, pariwisata, dan rintisan untuk berkembang (*Smart Branding*), yang nantinya akan bisa meningkatkan pendapatan masyarakat dan pengangguran juga akan turun (*Smart Economy*). Tidak hanya itu, Kota Malang nantinya juga akan mampu untuk membangun sebuah masyarakat yang “pintar” dengan memanfaatkan heterogenitasnya (*Smart Society*). Dan terakhir, Kota Malang, dengan berbagai kemajuannya, akan tetap mampu melakukan perlindungan terhadap lingkungan mereka – udara, tanah, dan air – dengan pengelolaan limbah cair dan padat yang lebih baik sehingga lingkungan di Kota Malang akan menjadi lebih berkelanjutan (*Smart Environment*).

Buku 3 ini merupakan ringkasan (*executive summary*) dari Buku 2. Di dalam buku ini secara ringkas akan dijabarkan sasaran, strategi, dan program (peta jalan) *Smart City* Kota Malang dalam waktu 10 tahun ke depan di masing-masing dimensi. Ringkasan mimpi 10 tahun ke depan Kota Malang ini disusun sudah dengan mempertimbangan posisi Kota Malang sebagai bagian dari Kawasan Bromo Tengger Semeru (BTS) dan juga Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Singhasari. Buku ini diharapkan akan bisa menjadi panduan singkat untuk melihat rencana Kota Malang dalam pelaksanaan *Smart City*. Tentunya, perubahan-perubahan dalam pelaksanaan *Smart City* sangat mungkin untuk dilakukan sesuai dengan perkembangan yang terjadi di Kota Malang. Karena, buku ini merupakan dokumen hidup yang bisa diubah sesuai dengan kebutuhan Kota Malang.

Buku 3 ini akan berisi empat bab. Di Bab I tentang Pendahuluan yang membahas latar belakang, tujuan, landasan hukum, dan kerangka berpikir penulisan *master plan Smart City* Kota Malang. Bab II tentang Visi Misi dan Sasaran *Smart City* Kota Malang. Bab III akan membahas strategi pembangun di masing-masing dimensi *Smart City*. Lebih lanjut di Bab IV, akan dibahas peta jalan *Smart City* Kota Malang untuk 2022 – 2031) secara singkat.

1.2 TUJUAN

Buku Ketiga ini merupakan ringkasan *Master Plan Smart City* Kota Malang (Buku 2). Adapun tujuan disusunnya buku kedua ini adalah:

- a. Menyediakan informasi singkat terkait strategi dan peta jalan *Smart City* Kota Malang untuk 10 tahun ke depan.
- b. Menyediakan buku panduan bagi *stakeholder* di Kota Malang dalam mengembangkan *Smart City* sehingga akan berjalan dengan sistematis, efektif, terintegrasi, dan berkelanjutan.
- c. Dapat mendukung dan menyelaraskan diri dengan pembangunan kawasan, baik BTS ataupun KEK Singhasari.

1.3 LANDASAN HUKUM

Pelaksanaan *Smart City* dan pembuatan *Master Plan* di Kota Malang berdasarkan pada regulasi-regulasi yang ada baik di tingkat nasional ataupun Kota Malang. Regulasi-regulasi tersebut antara lain:

1. Undang-undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang;
3. Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
4. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik;
5. Undang-undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik;
6. Undang-undang Nomor 23 tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah;
7. Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2003 Tentang Kebijakan Dan Strategi Nasional Pengembangan e-Government;
8. Peraturan Presiden Nomor 81 Tahun 2010 tentang Grand Desain Reformasi Birokrasi 2010-2025;
9. Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah;
10. Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Sistem

- Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE);
11. Peraturan Pemerintah Nomor 68 Tahun 2019 tentang Kawasan Ekonomi Khusus Singhasari;
 12. Peraturan Presiden Nomor 39 Tahun 2019 tentang Satu Data Indonesia;
 13. Peraturan Presiden Nomor 80/2019 tentang Percepatan Pembangunan Ekonomi di Kawasan Gresik – Bangkalan – Mojokerto – Surabaya – Sidoarjo – Lamongan, Kawasan Bromo – Tengger – Semeru, serta Kawasan Selingkar Wilis dan Lintas Selatan;
 14. Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 5 Tahun 2018 tentang Pedoman Evaluasi Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik;
 15. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 14 Tahun 2016 tentang Pedoman Nomenklatur Perangkat Daerah Bidang Komunikasi dan Informatika;
 16. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 90 Tahun 2019 tentang Klasifikasi, Kodifikasi, dan Nomenklatur Perencanaan Pembangunan dan Keuangan Daerah;
 17. Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 5 Tahun 2010 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang 2020 -2025;
 18. Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 7 Tahun 2016 Tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah;
 19. Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 1 Tahun 2019 Tentang RPJMD Kota Malang Tahun 2018-2023;
 20. Peraturan Walikota Malang Nomor 34 Tahun 2014 Tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah;
 21. Peraturan Walikota Malang Nomor 35 Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Struktur Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Komunikasi dan Informatika.
 22. Peraturan Walikota Malang Nomor 43 Tahun 2020 Tentang Rencana Induk Malang Kota Cerdas
 23. Surat Keputusan Walikota 188.45/167/35.73.112/2021 Tentang Dewan *Smart City* dan Tim Pelaksana *Smart City* Daerah

1.4 KERANGKA BERPIKIR SMART CITY

Pelaksanaan *Smart City* di Kota Malang dilakukan dengan menggunakan konsep yang dikembangkan oleh *CitiAsia Center for Smart Nation (CCSN)*. Pengembangan *Smart City* akan dilakukan di enam dimensi: *Smart Governance*, *Smart Branding*, *Smart Economy*, *Smart Society*, dan *Smart Environment*. Keenam dimensi ini, meskipun secara fokus berbeda, namun keberadaannya sama pentingnya, serta saling memperkuat satu sama lainnya. Secara singkat, berikut pengertian untuk masing-masing dimensi *Smart City*:

a. **Smart Governance**, merupakan gambaran dari tata kelola pemerintahan yang dilaksanakan secara pintar. Dengan *Smart Governance* ini, tata kelola pemerintahan akan mampu mengubah pola-pola birokrasi tradisional untuk bisa menghasilkan *business process* yang lebih cepat, efektif, efisien, komunikatif dan selalu melakukan perbaikan. *Smart Governance* harus dapat dimplementasikan ke dalam tiga unsur dalam tata kelola, yaitu pelayanan (*service*), birokrasi (*bureaucracy*), dan kebijakan (*policy*).

b. **Smart Branding**, yaitu serangkaian cara yang dilakukan daerah memasarkan potensi yang dimiliki oleh daerah sehingga mampu meningkatkan daya saing daerah dengan mengembangkan tiga elemen, yaitu pariwisata, bisnis, dan wajah kota. Dengan *Smart Branding*, sebuah kota tidak lagi hanya bisa mengandalkan pemanfaatan potensi lokal yang dimilikinya saja untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Akan tetapi juga harus bisa melibatkan partisipasi masyarakat, baik dari kota tersebut, ataupun dari luar daerah. Partisipasi lainnya juga diperlukan dari pihak-pihak lain seperti pelaku bisnis dan investor untuk ikut mendorong percepatan pembangunan daerahnya.

c. **Smart Economy**, dimaksudkan untuk mewujudkan ekosistem perekonomian di daerah yang mampu memenuhi tantangan di era informasi yang disruptif dan menuntut adaptasi yang cepat terhadap perubahan yang terjadi. Tiga elemen di *Smart Economy* yang disasar, yaitu ekosistem industri, peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan ekosistem transaksi keuangan.

d. **Smart Living**, merupakan satu dimensi yang bertujuan untuk menjadikan sebuah kota merupakan sebuah tempat yang lebih layak untuk tinggal dengan kualitas pelayanan kesehatan yang baik, tata ruang yang harmonis, dan adanya dukungan kelayakan mobilitas baik untuk orang ataupun barang.

e. **Smart Society**, merupakan dimensi yang banyak membahas tentang manusia sebagai unsur utama sebuah kota. Dengan mediasi teknologi, dimensi fisik dan virtual kehidupan warga kota akan semakin terjalin secara intensif. Tiga hal yang menjadi fokus di dimensi ini, yaitu komunitas warga (*community*), ekosistem pembelajaran (*learning*), dan sistem keamanan (*security*).

6. **Smart Environment**, sebuah kota yang pintar tidak saja mampu melakukan pembangunan infrastruktur fisik yang besar-besaran dan menyediakan fasilitas-fasilitas yang layak bagi warganya, tetapi juga sebuah kota yang mampu memberikan perlindungan bagi daya dukung lingkungan, yang didukung oleh pembangunan lingkungan yang berkelanjutan. Beberapa elemen penting di dalam dimensi ini adalah perlindungan air, udara, dan tanah, pengelolaan sampah padat dan limbah cair, serta upaya daerah untuk pengelolaan energi.

BAB II

VISI MISI SMART CITY KOTA MALANG

2.1 VISI DAN MISI SMART CITY KOTA MALANG

Pembuatan Visi dan Misi Kota Malang *Smart City* di Rencana Induk ini mengacu pada RPJMD 2018-2023 dan dimensi *Smart City*. Visi *Smart City* Kota Malang adalah “**Mewujudkan Kota Malang sebagai Kota Cerdas yang Inovatif**”. Visi ini diturunkan menjadi enam Misi di bawah ini:

1. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang tertib hukum, profesional, dan akuntabel untuk memastikan layanan publik yang memuaskan;
2. Membangun kota berdaya saing tinggi berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata yang didukung oleh penataan wajah kota yang berkualitas;
3. Mencapai kesejahteraan masyarakat dengan memaksimalkan pengembangan sektor unggulan daerah dan ekonomi digital;
4. Mewujudkan kota yang layak ditinggali dengan tersedianya layanan kesehatan yang berkualitas, transportasi yang nyaman, dan penataan kota yang harmonis;
5. Mewujudkan masyarakat yang toleran, rukun, dan inklusif, berasaskan keberagaman yang didukung oleh ekosistem pendidikan yang mumpuni;
6. Meningkatkan tata kelola lingkungan yang bertanggung jawab dan efisien untuk mencapai lingkungan hidup yang berkualitas dan berkelanjutan.

2.2 SASARAN SMART CITY KOTA MALANG

Visi dan Misi *Smart City* diterjemahkan lebih lanjut ke dalam Sasaran *Smart City* Kota Malang. Penentuan Sasaran *Smart City* Kota Malang, tidak bisa dilepaskan dari enam konsep *Malang Futures* atau Malang Masa Depan yang sudah dijelaskan di RPJMD. Keenam konsep *Malang Futures* yang sudah selaras dengan dimensi-dimensi *Smart City* ini meliputi:

1. **Malang City Heritage**, bahwa Kota Malang memiliki ikon sejarah dan jejak perjuangan yang sesuai dengan dimensi *Smart Branding*. Sasaran yang ingin dicapai di *Malang City Heritage* adalah penegakan regulasi cagar budaya; pengembangan destinasi dan paket wisata heritage; pemberdayaan masyarakat untuk konservasi cagar budaya; penguatan peran perguruan tinggi, komunitas, media, dan pelaku bisnis untuk mendorong lahirnya terobosan-terobosan inovatif dalam pelestarian sejarah dan budaya kota; dan penguatan edukasi sejarah dan budaya di setiap jenjang pendidikan. Konsep ini telah sesuai dengan *Smart Branding*.
2. **Malang 4.0**, bahwa Kota Malang merupakan Kota Pendidikan yang memiliki literasi teknologi informasi di segala ini. *Malang 4.0* ini sudah sejalan dengan dimensi *Smart Governance* dan *Smart Society* di kerangka *Smart City*.
3. **Malang Creative**, dimana Kota Malang adalah pusat ekonomi kreatif. Konsep ini selaras dengan dimensi *Smart Economy*.

4. **Malang Halal**, dimana Kota Malang banyak memiliki sentra industri dan destinasi wisata yang mendukung *halal tourism*. Konsep ini selaras dengan *Smart Branding*.
5. **Malang Services**, bahwa Kota Malang menerapkan sistem pemerintahan yang terpadu dan kolaboratif dalam memberikan pelayanan prima kepada masyarakat. Ini sejalan dengan dimensi *Smart Governance*.
6. **Malang Nyaman**, yaitu Kota Malang memiliki tata kota yang ramah dan berkelanjutan, yang mampu memberikan kenyamanan bagi warganya. Kota ini juga bisa memberikan menyediakan pelayanan dasar yang layak, seperti kesehatan, pendidikan, dan memberikan kemudahan bagi warganya untuk melakukan mobilitas. Konsep ini selaras dengan dimensi *Smart Living* dan *Smart Environment*.

Jika diterjemahkan secara lebih detail, berikut sasaran-sasaran yang ingin dicapai oleh Kota Malang *Smart City* di setiap dimensi dan sub-dimensi:

2.2.1 Smart Governance

Berikut di di Tabel 2.1 disajikan sasaran di dimensi *Smart Governance* yang ingin diwujudkan di Kota Malang. Fokus dimensi adalah penyediaan pelayanan publik yang bagus, birokrasi yang efisien, dan pembuatan kebijakan publik yang dua arah.

Tabel 2. 1. *Sasaran Dimensi Smart Governance*

Sub-Dimensi	Sasaran
Layanan Publik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kemudahan akses pelayanan publik 2. Meningkatnya kepuasan masyarakat terhadap pelayanan publik yang diberikan
Manajemen Birokrasi	Meningkatkan tata kelola birokrasi yang adil, bertanggung, dan terbuka
Kebijakan Publik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan keterlibatan publik dalam penyusunan kebijakan daerah 2. Meningkatnya akses publik terhadap kebijakan dan produk hukum daerah

Sumber: FGD Bimbingan Teknis II dan III Kota Malang, diolah

2.2.2 Smart Branding

Sasaran di dimensi *Smart Branding* di Kota Malang bisa dilihat seperti Tabel 2.2. Dimensi ini fokus pada potensi lokal yang dimiliki: *heritage* dan ekonomi kreatif. Kolaborasi dua hal ini harapannya bisa menguntungkan masyarakat secara ekonomi.

Tabel 2. 2. *Sasaran Smart Branding*

Sub-Dimensi	Sasaran
Pariwisata	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya kunjungan wisatawan ke Kota Malang 2. Meningkatnya keterlibatan aktif komunitas dalam pengembangan daerah destinasi wisata
Daya Saing Bisnis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya peran serta komunitas ekonomi kreatif dalam aktivitas ekonomi di daerah 2. Meningkatnya kepuasan masyarakat atau pelaku ekonomi dengan kemudahan pelayanan perizinan dan non-perizinan
Wajah Kota	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya jumlah bangunan/kawasan bersejarah yang berhasil direvitalisasi/preservasi 2. Meningkatnya keindahan kota dengan penataan infrastruktur yang rapi

Sumber: FGD Bimbingan Teknis II dan III Kota Malang, diolah

2.2.3 Smart Economy

Tabel 2.3 berikut di bawah menyajikan sasaran di dimensi *Smart Economy* Kota Malang. Pengembangan dimensi ini adalah pemberdayaan sektor ekonomi kerakyatan sehingga bisa berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat.

Tabel 2. 3. Sasaran Smart Economy

Sub-Dimensi	Sasaran
Ekosistem Industri	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya UMKM/pedagang pasar yang berdaya 2. Meningkatnya upaya untuk diversifikasi pangan
Kesejahteraan Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurunnya pengangguran 2. Meningkatkan pendapatan dan derajat kesejahteraan masyarakat
Ekosistem Transaksi Ekonomi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya kunjungan masyarakat ke pasar rakyat 2. Meningkatnya transaksi keuangan digital daerah (<i>e-commerce, e-marketplace</i>, dan pembayaran non-tunai)

Sumber: FGD Bimbingan Teknis II dan III Kota Malang, diolah

2.2.4 Smart Living

Terbagi dalam tiga sub-dimensi Tabel 2.4 berikut di bawah menjelaskan sasaran yang ingin dicapai di dimensi *Smart Living* di *Master Plan Smart City* Kota Malang 2021 – 2031. Sasaran ini ditetapkan untuk menjadikan Kota Malang sebagai tempat yang layak huni (*liveable*) bagi penduduknya ataupun pengunjung.

Tabel 2. 4. Sasaran Smart Living

Sub-Dimensi	Sasaran
Harmonisasi Tata Ruang	Meningkatnya ketersediaan ruang terbuka hijau
Pelayanan Kesehatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya akses warga terhadap pelayanan kesehatan yang berkualitas 2. Menurunnya jumlah masalah-masalah kesehatan yang dihadapi warga
Transportasi	Meningkatnya kenyamanan dan keamanan masyarakat dalam bermobilitas

Sumber: FGD Bimbingan Teknis II dan III Kota Malang, diolah

2.2.5 Smart Society

Tabel 2.5 di bawah menjelaskan sasaran yang ingin dicapai di dimensi *Smart Society* di Kota Malang *Smart City*.

Tabel 2. 5. Sasaran Smart Society

Sub-Dimensi	Sasaran
Interaksi Masyarakat	Meningkatnya respon cepat terhadap layanan kedaruratan dan non-kedaruratan
Ekosistem Belajar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya literasi dan minat baca masyarakat 2. Meningkatnya akses masyarakat terhadap pendidikan 3. Meningkatnya aksesibilitas kota kepada semua warga (termasuk kelompok rentan)
Keamanan Masyarakat	Meningkatnya sistem atau manajemen keamanan dan keselamatan bagi warga masyarakat dari resiko bencana alam dan non-alam

Sumber: FGD Bimbingan Teknis II dan III Kota Malang, diolah

2.2.6 Smart Environment

Dimensi terakhir di *Smart City* adalah *Smart Environment*. Di Tabel 2.6 berikut di bawah, dapat dilihat sasaran di masing-masing sub-dimensi. Harapannya, Kota Malang akan menjadi sebuah kota yang berkelanjutan.

Tabel 2. 6. Sasaran Dimensi Smart Environment

Sub-Dimensi	Sasaran
Proteksi Lingkungan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan lingkungan 2. Meningkatnya sistem tata kelola perlindungan sumber daya tanah, air, dan udara
Pengelolaan Sampah & Limbah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan sampah dan limbah 2. Meningkatnya jumlah limbah cair domestik yang sudah diolah

Tata Kelola Energi

Meningkatnya penggunaan energi terbarukan (EBT) di daerah

Sumber: FGD Bimbingan Teknis II dan III Kota Malang, diolah

BAB III
STRATEGI PEMBANGUNAN *SMART CITY*

3.1 SMART GOVERNANCE

Untuk mencapai sasaran yang sudah ditetapkan di Bab sebelumnya, berikut strategi yang digunakan di dimensi *Smart Governance*, seperti bisa dilihat di Tabel 3.1 di bawah ini:

Tabel 3. 1. Strategi Smart Governance

Sub-Dimensi	Strategi
Layanan Publik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Integrasi aplikasi/sistem layanan dan interoperabilitas data yang ditujukan untuk pelayanan publik yang lebih baik 2. Penyediaan fasilitas pelayanan publik yang terintegrasi, seperti Mall Pelayanan Publik (MPP) 3. Peningkatan Pengelolaan Infrastruktur TIK Terintegrasi
Manajemen Birokrasi	Integrasi aplikasi/sistem layanan dan interoperabilitas data terkait manajemen birokrasi, seperti urusan kepegawaian
Kebijakan Publik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Maksimalisasi partisipasi masyarakat dalam pembangunan lewat Musrenbang, Sambat Online, atau Ngalam 112 2. Maksimalisasi website JIDH

Sumber: FGD Bimbingan Teknis II dan III Kota Malang, diolah

Strategi untuk *Smart Governance* diarahkan integrasi baik secara sistem ataupun tempat layanan. Secara sistem, ini untuk merespon banyaknya aplikasi yang dimiliki oleh Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di Kota Malang. Bahkan beberapa memiliki fungsi yang sama. Sayangnya, aplikasi-aplikasi ini belum saling terhubung, dan masih beroperasi secara terpisah. Saat ini, dari data Dinas Komunikasi dan Informasi, Kota Malang memiliki tidak kurang dari 68 aplikasi *e-government* aktif. Sementara itu, integrasi penyediaan tempat layanan dilakukan dengan penyediaan Mall Pelayanan Publik (MPP) yang menyatukan layanan-layanan perizinan dan non-perizinan.

3.2 SMART BRANDING

Di *Smart Branding*, strategi pembangunan di masing-masing sub-dimensi bisa dilihat di Tabel 3.2 di bawah ini:

Tabel 3. 2. Strategi Smart Branding

Sub-Dimensi	Strategi
Pariwisata	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan daya tarik kota Malang sebagai destinasi pariwisata yang berkelanjutan 2. Pelibatan aktif komunitas ekonomi kreatif, dan Pokdarwis dalam pengembangan destinasi pariwisata dan ekonomi kreatif di Kota Malang
Daya Saing Bisnis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyediaan fasilitasi ekonomi kreatif untuk berkembang dan berkelanjutan (seperti Malang

Creative Center (MCC), *co-working space* di lima kecamatan)

2. Penyediaan pelayanan perizinan dan non-perizinan yang terintegrasi, seperti penyediaan Mall Pelayanan Publik (MPP)

Wajah Kota

1. Peningkatan dan pemeliharaan taman kota
2. Perawatan dan pembangunan kembali (revitalisasi) bangunan/benda cagar budaya kota yang rusak

Sumber: FGD Bimbingan Teknis II dan III Kota Malang, diolah

Strategi *Smart City* Kota Malang di *Smart Branding* berkaitan erat dengan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Sektor pariwisata di Kota Malang banyak mengandalkan pengembangan destinasi wisata *heritage* dan kampung tematik karena daerah ini tidak memiliki potensi wisata alam. Oleh karena itu, strategi yang bisa dilakukan untuk melakukan optimalisasi potensi yang sudah ada, seperti pengembangan kawasan *heritage* (seperti Kayutangan), dan kampung tematik. Pengembangan sektor pariwisata ini juga melibatkan dukungan ekonomi kreatif, yang berjumlah tidak kurang dari 100 komunitas.

3.3 SMART ECONOMY

Dimensi *Smart Economy* dengan tiga sub-dimensi, menggunakan beberapa strategi yang dilakukan untuk mencapai sasaran, seperti yang bisa dilihat di tabel di bawah ini:

Tabel 3. 3. Strategi Smart Economy

Sub-Dimensi	Strategi
Ekosistem Industri	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemberdayaan dan pendampingan pengusaha mikro dan pedagang pasar sehingga memiliki daya saing yang tinggi 2. Pemanfaatan lahan sempit untuk pertanian perkotaan dapat mendukung ketangguhan pangan
Kesejahteraan Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan pelayanan pencari kerja yang terintegrasi 2. Pembangunan sistem layanan rujukan kesejahteraan terpadu 3. Pembangunan sistem ketersediaan informasi bahan pokok
Ekosistem Transaksi Ekonomi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan revitalisasi pasar rakyat dengan melakukan perbaikan fisik dan peningkatan kualitas layanan 2. Elektronisasi di pasar rakyat untuk pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat

Sumber: FGD Bimbingan Teknis II dan III Kota Malang, diolah

Strategi utama di dimensi *Smart Economy* berkaitan dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan pengangguran. Di Kota Malang, kalangan UMKM masih memiliki *skill* yang lemah untuk melakukan pemasaran hasil produk mereka di *e-marketplace* atau *e-commerce*. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas mereka masih menjadi hal yang perlu untuk dilakukan. Jika sektor UMKM bisa dimaksimalkan, salah satu *multiplier effect* yang bisa dirasakan adalah pengurangan jumlah pengangguran di Kota Malang. Meskipun pengangguran dapat berkurang sebagai dampak program lainnya, strategi atau program khusus pengurangan pengangguran masih diperlukan.

3.4 SMART LIVING

Untuk menjadikan Kota Malang sebagai kota yang layak huni kota, strategi yang dilakukan bisa dilihat di Tabel 3.4 di bawah ini:

Tabel 3. 4. Strategi Smart Living

Sub-Dimensi	Strategi
Harmonisasi Tata Ruang	Penyediaan sistem informasi penataan dan pengendalian ruang
Pelayanan Kesehatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemberian akses layanan kesehatan terhadap warga miskin, kaum marginal, dan kelompok rentan 2. Pelibatan berbagai stakeholders untuk mengatasi masalah-masalah kesehatan 3. Pemanfaatan TIK untuk mengatasi masalah-masalah kesehatan
Transportasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebijakan pengaturan pemanfaatan jalan raya 2. Kebijakan untuk penyediaan transportasi umum massal yang nyaman

Sumber: FGD Bimbingan Teknis II dan III Kota Malang, diolah

Strategi yang dilakukan oleh Kota Malang adalah penyediaan layanan kesehatan yang dapat diakses oleh siapapun, pelibatan seluruh stakeholders dalam mengatasi masalah-masalah kesehatan. Di bidang mobilitas, untuk menciptakan transportasi yang nyaman, pemerintah kota merencanakan untuk melakukan pengaturan pemanfaatan jalan raya sekaligus dengan penyediaan transportasi umum massal yang nyaman.

3.5 SMART SOCIETY

Strategi yang dilakukan oleh Kota Malang di dimensi *Smart Society* bisa dilihat di Tabel 3.5 di bawah ini. Potensi dan tantangan Kota Malang untuk pengembangan strategi *Smart Society* turut dipengaruhi oleh Kota Malang sebagai Tri Bina – kota pariwisata, kota industri, dan kota pendidikan. Dengan statusnya ini, Kota Malang menjadi daerah tujuan bagi kaum pendatang, untuk bersekolah atau bekerja.

Tabel 3. 5. Strategi Smart Society

Sub-Dimensi	Strategi
Interaksi Masyarakat	Pemanfaatan respon cepat tanggap kedaruratan dengan penggunaan sistem yang terintegrasi
Ekosistem Belajar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan minat baca masyarakat lewat digitalisasi perpustakaan, peningkatan sarana-prasarana, dan layanan 2. Penguatan dan penyebarluasan muatan nilai dan budaya lokal lewat berbagai media 3. Menciptakan tatanan masyarakat yang ramah kepada kaum rentan
Keamanan Masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Integrasi sistem peringatan dini dan kesiapsiagaan masyarakat 2. Integrasi sistem informasi wilayah rawan konflik atau pelanggaran ketentraman dan ketertiban umum

Sumber: FGD Bimbingan Teknis II dan III Kota Malang, diolah

Dalam penentuan strategi di dimensi *Smart Society*, faktor kultur dan *nature* berperan sangat besar. Sebagai daerah heterogen, Kota Malang selain banyaknya forum dan komunitas kreatif, juga memiliki potensi konflik sosial. Dari segi *nature*, Kota Malang rentan terhadap terjadinya bencana alam. Oleh karena itu, diperlukan penanganan lewat adanya saluran pengaduan, respon cepat, dan upaya mitigasi.

3.6 SMART ENVIRONMENT

Dimensi *Smart Environment* melakukan beberapa strategi untuk melakukan perlindungan terhadap lingkungan, pengelolaan limbah padat/sampah atau limbah cair yang berasal dari rumah tangga, dan tata kelola energi yang berkelanjutan. Strategi di dimensi ini bisa dilihat di Tabel 3.6 di bawah ini:

Tabel 3. 6. Strategi Smart Environment

Sub-Dimensi	Strategi
Proteksi Lingkungan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan penambahan ruang terbuka hijau dengan melibatkan masyarakat 2. Pengelolaan dan pengendalian penyediaan air bersih bagi warga kota
Pengelolaan Sampah & Limbah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengelolaan sampah dengan penguatan partisipasi masyarakat lewat dengan 3R dan maksimalisasi peran Bank Sampah Malang

2. Melibatkan masyarakat untuk sadar dalam pengelolaan limbah domestik cair dan memanfaatkan fasilitas sanitasi UPT PALD
3. Pemanfaatan ulang limbah padat tinja untuk menjadi barang bernilai ekonomis dengan pendekatan ekonomi sirkular

Tata Kelola Energi

Memperbesar penggunaan EBT sebagai sumber energi alternatif di daerah kota

Sumber: FGD Bimbingan Teknis II dan III Kota Malang, diolah

Strategi yang diterapkan di *Smart Environment* di Kota Malang bertujuan untuk menjadikan kota yang berkelanjutan secara ekologis – baik dari kualitas air, udara, dan tanah. Untuk ini, Pemerintah Kota Malang tidak bisa bekerja sendiri. Partisipasi masyarakat juga sangatlah dibutuhkan, terutama untuk pengelolaan limbah padat/sampah dan limbah cair yang berasal dari rumah tangga. Terakhir, dukungan anggaran dari pemerintah kota juga menjadi faktor penting dalam pengelolaan lingkungan hidup.

BAB IV
PETA JALAN PEMBANGUNAN *SMART CITY*

4.1 SMART GOVERNANCE

Di Tabel 4.1 di bawah ini, disajikan informasi singkat terkait peta jalan atau program yang direncanakan oleh Pemerintah Kota Malang pada 2022 – 2031. Program-program yang direncanakan dalam *Master Plan* ini, sebagian masih mengandalkan pembangunan dan pengoperasian sistem atau aplikasi.

Tabel 4. 1. Peta Jalan Smart Governance

Sub Dimensi	Nama Program	Jangka Waktu	Leading Sector
Layanan Publik	SI APEL: Pengembangan Sistem Informasi Pelayanan Publik Berbasis WebBase/WebSite	2022	Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil
	Aplikasi Pajak Daerah Terintegrasi: Pengembangan dan Pemeliharaan Sistem Informasi Pajak Daerah Terintegrasi (SIMPADA, SISMIOP, e-BPHTB, SINGO PAJAK, SIPD, Smart MAP)	2022 – 2026	Badan Pendapatan Daerah
	Pengelolaan Layanan Pengadaan Barang dan Jasa (Layanan Jatim Bejo: Belanja Online Pengelolaan Barang dan Jasa)	2022 – 2026	Bagian Layanan Pengadaan Barang dan Jasa
	Sistem Informasi Manajemen Aset Tanah Daerah: Aplikasi Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (SIMBADA)	2022 – 2026	Badan Keuangan dan Aset Daerah
	Aplikasi Pesan Sewa Lapangan Olahraga Milik Pemkot (SIMBAHE)	2022 – 2026	Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata
	Pembuatan Mall Pelayanan Publik (Catatan: juga masuk ke dalam program di Smart Branding)	2022 – 2026	Dinas Tenaga Kerja, Penanaman Modal, Perizinan Terpadu Satu Pintu
	Pembangunan Ducting Bersama Kota Malang	2027 – 2031	Dinas Komunikasi dan Informatika
Manajemen Birokrasi	Dashboard Walikota: Pengembangan Dashboard Walikota (Si-Dasty)	2022 – 2026	Dinas Komunikasi dan Informatika
	Aplikasi Smart City (Si-Mart)	2022 – 2026	Dinas Komunikasi dan Informatika
	Pengembangan Platform Perizinan Kota Malang IZOL: Integrasi Data Perizinan Sektoral Secara Online	2022 – 2026	Dinas Komunikasi dan Informatika
	Malang Satu Data: Sistem informasi Satu Data	2022 – 2031	Dinas Komunikasi dan Informatika
Kebijakan Publik	Pengembangan Website JDIH (Integrasi dengan JDIH Provinsi; Klinik Hukum; dan <i>E-Legal Drafting</i>)	2022 – 2026	Bagian Hukum, Dinas Komunikasi dan Informatika

Sumber: FGD Bimbingan Teknis II dan III Kota Malang, diolah

Dalam pelaksanaan program-program di *Smart Governance*, Dinas Komunikasi dan Informasi (DISKOMINFO) Kota Malang memegang peranan penting. OPD ini melakukan dua kegiatan, yaitu pengelolaan database dan optimalisasi pelayanan *online*. Dalam pengembangan

pelayanan online di Kota Malang, banyak dari aplikasi yang saat ini digunakan untuk mendukung *e-government* dikembangkan oleh DISKOMINFO. Dari total 68 aplikasi di Kota Malang, 20 aplikasi dikelola dan dikembangkan oleh DISKOMINFO. Aplikasi-aplikasi tersebut diantaranya: *SAMBAT* (aplikasi pengaduan masyarakat), *e-JKN* (aplikasi kesehatan untuk orang miskin), *e-KINERJA* (aplikasi untuk merekam kinerja ASN di lingkup pemerintah Kota Malang), *IZOL* (untuk sistem manajemen informasi reklame di Kota Malang), dan *SURADI* (aplikasi untuk surat virtual antar OPD di Kota Malang).

Berikut di bawah beberapa informasi singkat terkait program jangka pendek (2022 – 2026) yang diajukan di *Master Plan Smart City* Kota Malang 2022 – 2031 di dimensi *Smart Governance*:

- a. **Program Pengembangan Sistem Pelayanan Publik Berbasis Web.** Program yang diusulkan oleh Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil (Dispenduk Capil) ini lebih dikenal dengan nama SI APEL. Program yang mensasar sinkronisasi *Application Programming Interface* (API) dan penambahan fitur ini, dianggarkan sebesar Rp. 66 juta pada 2022.
- b. **Pengembangan dan Pemeliharaan Sistem Informasi Pajak Daerah Terintegrasi.** Program ini diusulkan oleh Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA). Sejalan dengan indikator SNI 37122 10.2, program ini di tahun pertama mengalokasikan anggaran sebesar Rp. 1 miliar, dan pada tahun kedua sampai dengan kelima, anggaran direncanakan sebesar Rp. 200 juta tiap tahunnya. Program yang direncanakan dimulai 2022 ini juga didukung oleh aplikasi monitoring pajak daerah yang sudah mulai berjalan sejak Oktober 2021.
- c. **Pengembangan Aplikasi Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (SIMBADA).** Program ini diusulkan oleh Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD). Program yang direncanakan mulai pada 2022 ini dianggarkan Rp. 300 juta di tahun pertama, dari tahun kedua sampai dengan tahun kelima, anggaran tahunan yang direncanakan untuk dialokasikan adalah Rp. 200 juta. Anggaran di tahun pertama dianggarkan lebih besar daripada di tahun berikutnya karena di 2022, BPKAD membutuhkan anggaran untuk penyediaan *server* aplikasi ini. Sedangkan di tahun-tahun berikutnya, tidak lagi dibutuhkan belanja untuk *server*, tetapi biaya yang dibutuhkan adalah pemeliharaan *server*, dan program-program terkait penguatan literasi, seperti sosialisasi program dan bimbingan teknis (Bimtek).
- d. **Program Pengembangan Aplikasi Pesan Sewa Lapangan Olahraga Milik Pemkot (SIMBAHE).** Aplikasi ini bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi para warga Kota Malang yang ingin meminjam lapangan atau fasilitas olahraga milik Pemkot, karena warga tidak perlu datang secara langsung ke kantor DISPORPAR. Program ini dilaksanakan bekerjasama dengan Bank Jatim.

- e. **Pembangunan Mall Pelayanan Publik (MPP).** Program ini juga menjadi bagian dari dimensi *Smart Branding*. MPP ini akan menyatukan tidak kurang dari 400 layanan perizinan dan non-perizinan di satu tempat. Dengan fasilitas layanan publik yang telah menyatu ini akan mempermudah masyarakat dalam mengakses pelayanan-pelayanan yang mereka butuhkan karena tidak perlu datang ke berbagai lokasi yang berbeda.
- f. **Program Pengembangan Dashboard Walikota dan Aplikasi Smart City:** yang dikembangkan oleh Dinas Komunikasi dan Informasi (Dinas Kominfo) Kota Malang. Untuk *Dashboard Walikota* ini ditujukan untuk program-program berkaitan dengan manajemen birokrasi yang bisa dengan mudah melakukan pemeriksaan pencapaian target kinerja secara real time untuk mempercepat pengambilan keputusan. Sedangkan aplikasi *Smart City* merupakan sistem yang diperuntukkan untuk pelayanan untuk publik (masyarakat) dan masyarakat bisa mengaksesnya. Program yang dilaksanakan oleh Dinas Kominfo ini, akan didukung oleh anggaran sebesar Rp. 80 juta (2022), Rp. 90 juta (2023), Rp. 100 juta (2024), Rp. 100 juta (2025), dan Rp. 120 juta pada 2026.
- g. **Program Integrasi Layanan Perizinan (IZOL):** program yang berada di bawah komando Diskominfo ini, dilakukan untuk mencapai integrasi aplikasi data. Anggaran yang dialokasikan untuk program ini adalah Rp. 95 juta pada 2022 dengan target kinerja 25%, Rp. 120 juta pada 2023, Rp. 150 juta pada 2023, Rp. 175 juta pada 2025 dengan target kinerja 75%, dan alokasi anggaran Rp. 250 juta pada 2026 dengan target kinerja 100%.
- h. **Malang Satu Data:** merupakan sebuah inovasi yang dilakukan oleh Dinas Kominfo untuk interoperabilitas data di Kota Malang. Malang Satu Data ini dalam pengembangannya didukung oleh anggaran Rp. 150 juta pada 2022, Rp. Rp. 165 juta (2023), Rp. 175 juta (2024), Rp. 200 juta pada 2025, dan Rp. 250 juta pada 2026.
- i. **Optimalisasi Website JDIH:** situasi ini merupakan tempat Bagian Hukum Kota Malang mengunggah produk-produk hukum yang dihasilkan, yang jumlahnya bisa ratusan. Optimalisasi JDIH yang akan dilakukan adalah dengan melakukan sinkronisasi dengan Pemerintah Provinsi dan membuka Klinik Hukum. Selain itu, juga direncanakan untuk melakukan kegiatan berupa *E-Legal Drafting* yang berguna untuk mengetahui posisi regulasi dalam proses pembuatannya.

Untuk program jangka panjang (2027 – 2031) ditambahkan satu program baru (yang juga bagian dari program di *Smart Branding*), seperti di bawah ini:

- a. **Program Pengelolaan Infrastruktur TIK Terintegrasi Kota Malang (Ducting Bersama Kota Malang):** dikenal dengan inovasi Pembangunan Ducting Bersama Kota Malang, program ini dilakukan di bawah komando Dinas Kominfo. Anggaran yang dialokasikan untuk program ini selama 2027 sampai dengan 2031 mencapai Rp. 5 miliar, Rp. 8 miliar, Rp. 10 miliar, Rp. 15 miliar, dan Rp. 20 miliar.

4.2 SMART BRANDING

Seperti terlihat di Tabel 4.2, ditampilkan Peta Jalan atau program di dimensi *Smart Branding* berikut OPD yang menjadi *leading sector* di masing-masing inovasi di dalam *Master Plan*.

Tabel 4. 2. Peta Jalan Smart Branding

Sub-Dimensi	Nama Program	Jangka Waktu	Leading Sector
Ekosistem Pariwisata	Edupark	2022 – 2031	Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata
	Kampung Tematik: Ubah Kampung Lokal Menjadi Destinasi Wisata	2022 – 2031	Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata
	Malang Heritage Tourism (Malang Heritage Performance Bekerjasama dengan Kelompok Ekonomi Kreatif)	2022 – 2031	Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata
Ekosistem Bisnis Daerah	Wisata Belanja Tugu & Night Market	2022 – 2031	Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata
	Co-Working Space 5 Kecamatan Wujudkan Malang Creative	2022 – 2031	Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata
	Operasionalisasi Malang Creative Centre	2022 – 2031	Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan
	Pencitraan Industri Kreatif	2022 – 2031	Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan
	Penyediaan Mall Pelayanan Publik (Catatan: juga menjadi bagian dari program di dimensi <i>Smart Governance</i>)	2022 – 2026	Dinas Tenaga Kerja, Penanaman Modal, Perizinan Terpadu Satu Pintu
Wajah Kota	Kampung Tematik: Ubah Kampung Lokal Menjadi Destinasi Wisata	2022 – 2031	Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata
	Malang Heritage Tourism (Malang Heritage Performance Bekerjasama dengan Kelompok Ekonomi Kreatif)	2022 – 2031	Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata
	Ducting Bersama Kota Malang (Program Pengelolaan Infrastruktur TIK Terintegrasi Kota Malang)	2027 – 2031	Dinas Komunikasi dan Informatika

Sumber: FGD Bimbingan Teknis II dan III Kota Malang, diolah

Di dimensi *Smart Branding*, program-program dan kegiatan-kegiatan yang direncanakan fokus pada sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Di dimensi ini, Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata (DISPORAPAR) dan Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan

(Diskopindag) Kota Malang menjadi *leading sektor* di kegiatan-kegiatan yang diusulkan menjadi rencana program kerja di *Master Plan Smart City* Kota Malang 2021 – 2031. Program-program yang diusulkan ini berlandaskan pada tantangan-tantangan yang masih dihadapi oleh Kota Malang dan potensi yang dimiliki oleh kota ini. Program-program yang direncanakan ini, lebih banyak mensasar pada penyediaan fasilitas atau pemberdayaan pelaku usaha ekonomi kreatif untuk mendukung Kota Malang menjadi destinasi wisata andalan di Kawasan BTS. Program di bidang wisata di *Smart Branding* dikembangkan berdasarkan tiga payung kebijakan: *Sustainable Tourism*, *Malang Heritage*, dan *Malang Creative*. Berikut beberapa program yang direncanakan di dimensi ini di jangka pendek (2022 – 2026):

- a. **Program Malang Sustainable Tourism:** inovasi pertama yang dikembangkan adalah **EduPark**, yaitu mengubah tempat bekas Tempat Pembuangan Akhir Sampah (TPA) menjadi RTH, yang bisa dimanfaatkan untuk keperluan publik, seperti lomba burung. Anggaran yang dialokasikan untuk program ini adalah Rp. 2.5 miliar pada 2022, dan Rp. 7.5 miliar di 2023. Inovasi kedua di *Malang Sustainable* adalah **Kampung Tematik**. Inovasi pada dasarnya adalah melanjutkan program yang sudah ada saat ini, dan lebih diperluas untuk lokasi dengan melakukan penyesuaian dengan kondisi yang ada saat ini. Tidak saja dengan melakukan perbaikan untuk fasilitas fisik, tetapi juga melakukan penguatan untuk kelompok sadar wisata (Pokdarwis). Program ini juga telah merangkul CSR dari perusahaan cat, atau perusahaan swasta lainnya. Anggaran yang dialokasikan selama 2022 sampai dengan 2026 Rp. 402 juta, Rp. 500 juta, Rp. 600 juta, Rp. 700 juta, dan Rp. 800 juta.
- b. **Program Pengembangan Kawasan Kayu Tangan Heritage dengan Seni Musik dan Pertunjukan**, atau dikenal dengan **Malang Heritage Tourism**. Inovasi yang melibatkan 1.440 pelaku ekonomi kreatif di bidang seni musik dan pertunjukan ini dilakukan di empat titik di Kawasan Heritage Kayu Tangan. Kegiatan yang akan dilakukan di 2022 ini, rencana akan diselenggarakan selama 364 hari. Tujuan inovasi ini adalah memberikan *experience* (pengalaman) wisata bagi para pengunjung, termasuk bagi mereka yang sedang singgah di Kota Malang sebelum melanjutkan perjalanan ke TNBTS. Inovasi yang berada di bawah kemudi DISPORAPAR ini dianggarkan masing-masing Rp. 1.3 miliar untuk tiap tahunnya.
- c. **Program Malang Creative.** Inovasi pertama adalah Wisata Belanja Tugu dan *Night Market*. Pedagang Wisata Belanja Tugu lokasi di parkir stadion Gajayana Malang, sedangkan untuk pedagang *night market* terletak di Jl. Thamrin. Dari 2022 sampai dengan 2026, 674 pedagang menjadi sasaran program ini. Tetapi, terjadi variasi anggaran yang dialokasikan tiap tahunnya. Yaitu, Rp. 104 juta pada 2022, Rp. 110 juta pada 2023, Rp. 115 juta pada 2024, Rp. 125 pada 2025, dan Rp. 126 juta pada 2026. Di dua destinasi wisata belanja ini, DISPORAPAR bertujuan untuk merubah sistem transaksi

dari tunai menjadi non-tunai. **Inovasi kedua** adalah penyediaan lima *co-working space* di lima kecamatan di Kota Malang, yang antara lain berlokasi di Kecamatan Bakalankrajan, Stadion Gajayana, dan Kebun Bibit. Program ini didukung oleh anggaran sebesar Rp. 806 juta dengan sasaran 530 pelaku usaha pada 2022, dan Rp. 850 juta dan mensasar 550 pelaku usaha pada 2023 sampai dengan 2026. Jumlah pelaku usaha yang menjadi sasaran dan anggaran yang relatif tetap selama tiga tahun ini karena *co-working spaces* sudah maksimal berjalan. Selain *Co-Working Space* di lima Kecamatan, dukungan terhadap ekonomi kreatif juga diwujudkan dengan pembangunan Malang Creative Center (MCC) di bawah koordinasi Dinas Koperasi, Industri, dan Perdagangan (Diskopindag). MCC ini akan mampu untuk menampung pengusaha ekraf dari 17 sub-sektor yang ada.

Program yang dirancang di peta jalan jangka pendek dan menengah, dilanjutkan di peta jalan program jangka panjang 2027 – 2031 seperti di Tabel 5.4. Selain program-program yang tinggal melanjutkan, ditambahkan satu program berupa **Ducting Bersama Kota Malang**. Program ini tidak saja untuk merapikan jaringan-jaringan infrastruktur TIK di Kota Malang yang keberadaannya mengganggu keindahan kota. Inovasi ini tidak saja akan semakin “mempercantik” wajah Kota Malang, tetapi juga bisa mendatangkan pendapatan bagi daerah. Karena melibatkan pembangunan fisik yang besar dan melibatkan banyak *stakeholders* untuk diajak kerjasama, capai target juga dilakukan secara bertahap selama 2027 – 2031. Di 2027 dengan capaian 35%, anggaran yang dialokasikan sebesar Rp. 5 miliar, disusul dengan 55% di 2028 dengan anggaran sebesar Rp. 8 miliar, dan kemudian dialokasikan Rp. 10 miliar dengan capaian sebanyak 65% di 2029. Pada 2030, target capaian sebanyak 75% dengan rencana anggaran sebesar Rp. 15 miliar. Dan, terakhir pada di 2031 dengan target capaian 100%, Rp. 20 miliar dianggarkan untuk mendukung program ini.

4.3 SMART ECONOMY

Tabel 4.3 menyajikan Peta Jalan, jangka waktu program, dan *leading sector* untuk program-program yang direncanakan untuk dimensi *Smart Economy Master Plan* Kota Malang *Smart City* 2021 – 2031.

Tabel 4. 3. Peta Jalan Smart Economy

Sub-Dimensi	Nama Program	Jangka Waktu	Leading Sector
Ekosistem Industri	Peningkatan Diversifikasi dan Ketahanan Pangan Masyarakat	2022 – 2026	Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan

	Pemberdayaan Kelembagaan Potensi dan Pengembangan Usaha Mikro	2022 – 2023	Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan
Kesejahteraan Masyarakat	Revitalisasi Pasar: Situs sembako.malangkota.go.id (Sistem Informasi Ketersediaan Bahan Pokok)	2022 –	Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan
	Aplikasi Job Fair (Program Peningkatan Pelayanan Ketenagakerjaan)	2022 – 2031	Dinas Tenaga Kerja, Penanaman Modal, dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
	Si-Bansos (Implementasi dan Pengembangan Aplikasi Berbasis Web untuk Transparansi Penerima Bansos)	2022 – 2031	Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak, Keluarga Berencana dan Pengendalian Penduduk, Dinas Kesehatan, Badan Penyelenggara Jaminan Sosial
Ekosistem Transaksi Ekonomi	Revitalisasi Pasar: e-RTB (e-Retribusi)	2022 – 2031	Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan
	Revitalisasi Pasar: Sepasar Pedas (Sekolah Pasar Rakyat Pedagang Cerdas).	2022 – 2031	Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan

Sumber: FGD Bimbingan Teknis II dan III Kota Malang, diolah

Program dan kegiatan yang direncanakan di dimensi *Smart Economy* di *Master Plan* Kota Malang 2021 – 2031 dilaksanakan di bawah *leading sector* seperti Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (DISPANGTAN), DISNAKER PMPTSP, Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak, Keluarga Berencana dan Pengendalian Penduduk (Dinsos P3AP2KB), Dinas Kesehatan (Dinkes), dan Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan (KOPINDAG) Kota Malang. Program-program yang direncanakan adalah sebagai berikut:

- a. **Program Peningkatan Diversifikasi Pangan Masyarakat.** Dikenal dengan inovasi **Urban Farming**, program yang dilaksanakan di bawah komando DISPANGTAN ini akan melakukan diversifikasi potensi Kota Malang untuk pengembangan pertanian perkotaan. Dengan target capaian kinerja 100 persen tiap tahun (2022 – 2026), anggaran yang dialokasikan untuk program ini bervariasi. Yaitu, Rp. 642 juta pada 2022, Rp. Rp. 1,9 miliar di 2023, Rp. 2,1 miliar di 2024, Rp. 2,3 dan Rp. 2,6 di 2025 dan 2026. Harapannya, di jangka panjang, akan tercipta satu kampung dengan satu produk sayuran unggulan.

- b. **Program Peningkatan Pelayanan Bidang Ketenagakerjaan.** Program yang dikomando oleh DISNAKER PMPTSP ini bertujuan untuk mengurangi jumlah pengangguran dengan membuat aplikasi **Job Fair** yang mampu menghubungkan para pencari kerja dan penyedia kerja secara *real time*. Program yang direncanakan ini diharapkan bisa menjadi solusi untuk angka pengangguran di Kota Malang yang tergolong tinggi. Dianggarkan sebesar Rp. 300 juta, program ini diharapkan bisa memberikan manfaat kepada 1500 orang pencari kerja. Dan jumlah anggaran dan target sasaran terus bertambah menjadi Rp. 450 juta yang rencana mensasar 3,000 orang pencari kerja pada 2023. Di 2024, dengan alokasi anggaran Rp. 500 juta, program ini bertujuan untuk mencapai 4,500 pencari kerja. Di 2025, jumlah sasaran program ini naik menjadi 6,500 orang pencari kerja dengan anggaran sebesar Rp. 600 juta. Dan, selanjutnya di 2026, program ini sudah bisa mencapai sasaran 7,000 pencari kerja dengan alokasi anggaran sebesar Rp. 750 juta.
- c. **Program Revitalisasi Pasar Rakyat.** Program revitalisasi pasar ini menjadi bagian dari upaya agar pasar-pasar rakyat di Kota Malang sesuai dengan Standar Nasional Indonesia (SNI). Inovasi ini terdiri dari beberapa inovasi dan kegiatan. Diantaranya, *E-Retribusi*, Sepasar Pedas (Sekolah Pasar Rakyat, Pedagang Cerdas), dan Sistem Informasi Harga Sembako di *Malangkota.go.id*. Inovasi pertama adalah pasar-pasar tradisional di Kota Malang sudah memanfaatkan jual beli di *e-marketplace* dengan inovasi **E-Retribusi**. Dengan *leading sector* Dinas Kopindag, sasaran program ini bertambah tiap tahunnya. Pada 2022, dengan anggaran sebesar Rp. 300 juta, mensasar tujuh pasar. Jumlah bertambah pada 2023 dengan 11 pasar, dan didukung oleh anggaran dari APBD sebesar Rp. 450 juta. Pada 2024, dengan dukungan anggaran Rp. 500 juta, 13 pasar menjadi sasaran program ini. Pada 2025 dan 2026, dengan masing-masing sasaran 14 dan 17 pasar, pemerintah kota memberikan dukungan sebesar Rp. 600 juta dan Rp. 750 juta. Inovasi kedua adalah Sepasar Pedas yang kegiatan utama yang dilakukan adalah memberikan pelatihan marketing dan pelayanan kepada konsumen yang diberikan kepada pedagang pasar. Inovasi ini mensasar 65 pedagang di 2022, 100 pedagang di 2023, dan masing-masing 100 peserta di 2024 – 2026.
- d. **Program Pendampingan dan Penguatan Usaha Mikro:** program ini terdiri dari beberapa kegiatan, diantaranya inkubasi bisnis, klinik usaha mikro, dan fasilitasi perijinan bagi UMKM. Program yang mensasar 1.605 usaha mikro di 2022 ini dianggarkan sebesar Rp. 2.1 miliar pada 2022, dan Rp. 2.8 miliar pada 2023.
- e. **Layanan Si Bansos:** inovasi ini merupakan aplikasi berbasis *website* yang digunakan untuk transparansi penerimaan bantuan sosial (bansos), termasuk bagi mereka yang sudah menerima atau belum. Sistem ini diperlukan karena saat ini banyak sekali

terdapat program bansos, baik yang didanai oleh anggaran pemerintah nasional, pemerintah nasional, ataupun pemerintah kota. Bahkan, skema bansos yang dilakukan oleh pemerintah kota sendiri juga bermacam-macam, karena hampir tiap OPD memiliki program bansos. Sehingga dengan sistem ini, bisa dihindari orang-orang yang mendapatkan bansos ganda. Lewat sistem ini, warga juga bisa mengajukan diri untuk mendapatkan bansos. Saat ini, Si Bansos juga telah melakukan kolaborasi dengan *e-warung*. Berada di bawah komando Dinas Sosial P3AP2KB, program ini dianggarkan tiap tahunnya (2022 – 2026) sebesar Rp. 800 juta untuk menjangkau 6.400 keluarga penerima manfaat (KPM).

4.4 SMART LIVING

Tabel 4.4 di bawah ini, disajikan informasi singkat Peta Jalan untuk dimensi *Smart Living*. Di dimensi ini, program-program yang direncanakan diampu oleh tiga *leading sector*, Dinas Kesehatan (Dinkes), Dinas Perhubungan (Dishub), dan Dinas Pekerjaan Umum, Penataan Ruang, Perumahan, dan Kawasan Permukiman (DPUPRKP). Tentunya, untuk beberapa inovasi juga dibutuhkan dukungan dari OPD lainnya.

Tabel 4. 4. Peta Jalan Smart Living

Sub-Dimensi	Nama Program	Jangka Waktu	Leading Sector
Harmonisasi Tata Ruang	Sistem Informasi AP dan Siteplan (SIAP)	2022 - 2031	Dinas Pekerjaan Umum, Penataan Ruang, Perumahan, dan Kawasan Permukiman
	Sistem Informasi Penataan Ruang (Si Petarung)	2022 - 2026	Badan Perencanaan Pembangunan Daerah
Pelayanan Kesehatan	Program Pendampingan ODGJ dan Keluarga (PAK SMART Keluargaku Harapanku)	2022 - 2031	Dinas Kesehatan
	Promosi untuk Program-Program Kesehatan Melalui Berbagai Media Tersedia (KIE).	2022 - 2031	Dinas Kesehatan
	Program Penanggulangan Stunting	2022 - 2031	Dinas Kesehatan
	SIKDA Kota Malang (Aplikasi Rekam Medik Terpadu Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama)	2022 - 2030	Dinas Kesehatan
	E-JKN (Jaminan Kesejahteraan Nasional Elektronik)		Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan,

			Perlindungan Anak, Keluarga Berencana dan Pengendalian Penduduk, Dinas Kesehatan, Badan Penyelenggara Jaminan Sosial
Transportasi	Pengadaan dan Pemasangan Smart Traffic Light	2022 – 2024	Dinas Perhubungan
	Program Retribusi Parkir Berbasis Elektronik (E-Parkir)	2022 – 2025	Dinas Perhubungan
	Penyediaan Aplikasi Berbasis Android <i>Road Transport and Traffic Information Center</i> (RTTIC)	2022	Dinas Perhubungan, Dinas Komunikasi dan Informatika

Sumber: FGD Bimbingan Teknis II dan III Kota Malang, diolah

Berikut informasi-informasi singkat terkait program-program yang direncanakan di atas:

- a. **Sistem Informasi AP dan Siteplan (SIAP):** Inovasi yang sekarang ini juga sudah dilengkapi dengan layanan konsultasi **Halo Siap**, dimana warga bisa melakukan konsultasi lewat terhadap rencana pembangunan yang akan dilakukan. Ini bertujuan agar pembangunan yang akan dilakukan tidak bertentangan dengan Rencana Detail Tata Ruang Kota (RDTRK). Kegiatan ini rencana dianggarkan sebesar Rp. 90 juta pada 2022; Rp. 92 juta pada 2023; Rp. 94 juta pada 2024; Rp. 96 juta pada 2025; dan pada 2026 dianggarkan sebesar Rp. 98 juta.
- b. **Program Pendampingan ODGJ dan Keluarga** yang dikenal dengan nama lain **PAK SMART Keluargaku, Harapanku**. Beberapa kegiatan yang menjadi bagian dari kegiatan ini antara lain: skrining (deteksi dini) kesehatan jiwa, pemberian pelatihan kepada ex-ODGJ, pembentukan satuan petugas trauma healing, dan penyediaan klinik konsultasi kejiwaan yang disediakan atas kerjasama dengan perguruan tinggi atau RS. Program ini juga didukung dengan pembuatan KIE untuk keperluan sosialisasi dan promosi program ini, baik secara *face to face*, ataupun daring melalui kanal media sosial yang ada. Sumber pendanaan program ini cukup beragam. Beberapa kegiatan seperti Jambore Jiwa dan Pelatihan kepada Ex-ODGJ berasal dari anggaran Bantuan Operasional Kesehatan (BOK), sedangkan kegiatan deteksi/skrining jiwa dengan menggunakan HRV, Klinik Konsultasi, dan Pembentukan Satuan Petugas Healing dibiayai dari anggaran Dana Alokasi Khusus (DAK). Untuk HRV misalnya, dianggarkan sebesar Rp. 390 juta pada 2022, dan menjadi Rp. 780 juta di tahun anggaran 2023 – 2026 tiap tahunnya.

- c. **Program Penanggulangan Stunting:** program ini disusun tidak saja karena merupakan salah satu prioritas pembangunan nasional, akan tetapi stunting masih menjadi masalah kesehatan yang dihadapi di Kota Malang. Penanggulangan *stunting* terdiri dari beberapa kegiatan, diantaranya: adanya Peraturan Walikota tentang Penanggulangan Stunting yang terintegrasi, dan tersedianya Rumah Pemulihan Gizi (RPG) di tiap kelurahan. Dengan dukungan anggaran per tahun Rp. 50 juta (2022 – 2026), target cakupan kelurahan di 2022 ditetapkan sebanyak 10%, dan di 2026, cakupan sudah meluas menjadi separuh dari jumlah kelurahan di Kota Malang. *Penanggung Stunting* ini, dalam pelaksanaannya tidak bisa diimplementasikan oleh Dinas Kesehatan saja, tetapi harus menggerakkan sektor atau *stakeholders* lainnya sampai dengan di tingkat kelurahan.
- d. **e-JKN:** merupakan program yang diselenggarakan secara bersama-sama oleh Dinas Kesehatan, Dinas Sosial P3AP2KB, dan BPJS. Inovasi ini bertujuan untuk memberikan fasilitas kepada warga Kota Malang untuk dapat tercakup asuransi kesehatan, bagi mereka yang belum memiliki BPJS ataupun warga Kota Malang peserta BPJS Mandiri yang nunggak tagihan paling tidak 3 bulan. Dengan ditanggung oleh APBD, alokasi pembayaran yang dikenal di BPJS dikenal dengan istilah PBI daerah ini menjadi program prioritas walikota, dan anggaran yang dialokasikan selama 2022 – 2027 tiap tahunnya Rp. 9.8 miliar untuk menjangkau 280 ribu peserta atau sasaran.
- e. **Program Pembangunan Sarana dan Prasarana Jalan Raya dan Pemberian Rambu-Rambu Jalan.** Dikenal dengan inovasi **Smart Traffic Light**, program yang dilakukan di bawah Dinas Perhubungan ini, untuk penganggaran, masih diproyeksikan sampai dengan 2024. Untuk pengadaan lampu dan rambu-rambu jalan, anggaran yang dialokasikan sebesar Rp. 6,8 miliar dengan target lima unit pada 2022 dan 2023. Sedangkan pada 2024, dengan target empat unit, kegiatan ini didukung oleh anggaran dari APBD sebesar Rp. 5,4 miliar.
- f. **Program Retribusi Parkir Berbasis Elektronik (E-Parkir):** dilaksanakan di bawah komando Dinas Perhubungan, program ini dilaksanakan pada 2023 sampai dengan 2025. Inovasi ini didukung dengan alokasi anggaran sebesar Rp. 800 juta untuk penyediaan empat unit lokasi parkir di 2023. Di 2024 dan 2025, dialokasikan anggaran yang sama.
- g. **Penyediaa Aplikasi Berbasis Android Road Transport and Traffic Information Center** (RTTIC) yang merupakan hasil kerjasama dengan Dinas Kominfo, dengan Dinas Kominfo merupakan penyedia aplikasi ini, sedangkan Dinas Perhubungan merupakan pelaksana untuk kegiatan ini.

Program jangka panjang di dimensi *Smart Living*, pada umumnya merupakan lanjutan dari program-program dan kegiatan-kegiatan yang dirancang pada 2022 – 2026. Seperti misalnya PAK SMART, yang diusulkan sampai dengan 2031. Satu inovasi baru ditambahkan di rencana jangka panjang (2027 – 2031), yaitu Program SIKDA Kesehatan. Program SIKDA Kota Malang merupakan sebuah inovasi yang merupakan penyediaan aplikasi rekam medik terpadu di Fasilitas Kesehatan Tingkat Primer (FKTP). Aplikasi ini juga memungkinkan untuk diselenggarakannya *telemedicine* kepada masyarakat sebagai sasaran untuk program-program di bidang kesehatan. Meskipun program sudah diselenggarakan sejak 2027, untuk anggaran baru dialokasikan pada 2028 sebesar Rp. 30 juta, dan dilanjutkan pada 2028 sebesar Rp. 35 juta.

4.5 SMART SOCIETY

Di Tabel 4.5 di bawah ini disajikan Peta Jalan atau program di dimensi *Smart Society*. Di dimensi *Smart Society*, program-program diusulkan oleh beberapa *leading sectors* seperti Diskominfo, Dinas Sosial P3AP2KB, Dinas Pendidikan dan Kebudayaan (Disdikbud), Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah (DISPUSIDDA), dan dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Malang.

Tabel 4. 5. Peta Jalan Smart Society

Sub-Dimensi	Nama Program	Jangka Waktu	Leading Sector
Interaksi Masyarakat	Ngalam 112 (Kanal Layanan Kedaruratan dan Non Kedaruratan)	2022 – 2026	Dinas Komunikasi dan Informatika
Ekosistem Belajar	Pengembangan Bahan Pustaka melalui Aplikasi M-Mobilib	2022 – 2024	Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah
	Kurikulum Lokal Berbasis Toleransi	2022 – 2031	Dinas Pendidikan dan Kebudayaan
	Digitalisasi Cagar Budaya yang ada di Kota Malang (Virtual Tour di Bis Sekolah tentang Cagar Budaya)	2022 – 2023	Dinas Pendidikan dan Kebudayaan
	Seniman Masuk Sekolah	2026 – 2031	Dinas Pendidikan dan Kebudayaan
	Vila Lansia	2023 – 2025	Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak, Keluarga Berencana dan

			Pengendalian Penduduk
	Program Aplikasi Satu Data Profil Pendidikan (SIMAK)	2027 – 2031	Dinas Pendidikan dan Kebudayaan
Sistem Keamanan dan Keselamatan Masyarakat	Sistem Informasi Pengawasan Satpol PP (Singapol PP).	2022 – 2031	Satuan Petugas Pamong Praja
	Pemetaan Daerah Rawan Konflik dan Kebakaran	2022 – 2031	Satuan Petugas Pamong Praja
	EWS (Early Warning System) Banjir	2022 – 2031	Badan Penanggulangan Bencana Daerah

Sumber: FGD Bimbingan Teknis II dan III Kota Malang, diolah

Program-program yang diusulkan di dimensi *Smart Society*, mayoritas adalah inisiatif-inisiatif baru. Meskipun beberapa upaya, seperti mendorong peningkatan literasi sudah mulai dilakukan oleh Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah. Berikut informasi singkat beberapa program di dimensi Smart Society di jangka pendek dan menengah:

- a. **Program Ngalam 112.** Kegiatan ini merupakan menyatukan layanan kedaruratan atau hanya penyampaian keluhan di Kota di Kota Malang. Saat ini, di Kota Malang, untuk saluran aduan sudah dilakukan di banyak kanal. Masing-masing OPD sudah memiliki. Seperti Sambat Online di bawah komando Diskominfo. Dengan Program Ngalam 112 ini, semua aduan dijadikan di dalam satu kanal di 112 ini. Tidak saja layanan kedaruratan atau aduan untuk OPD di bawah Pemkot Malang, tetapi juga untuk instansi vertikal lainnya. Seperti Kepolisian, ambulance, Basarnas, dan sebagainya. Aduan yang masuk, akan di-*relay* ke masing-masing OPD/instansi vertikal yang bersangkutan untuk direspon.
- b. **Pembudayaan Gemar Membaca di Tingkat Daerah** (Pengembangan Bahan Pustaka melalui Aplikasi M-Mobilib): program yang dijalankan di bawah komando Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah ini didukung dengan anggaran sebesar Rp. 478 juta di 2022; Rp. 325 juta di 2023 untuk mendukung 10 kegiatan; dan pada 2024, dan Rp. 333 juta untuk melaksanakan 13 kegiatan.
- c. **Program Pembinaan Perpustakaan:** program lainnya yang dilakukan untuk peningkatan literasi di Kota Malang adalah pembinaan perpustakaan di keliling di 57 kelurahan yang ada di Kota Malang. Sama dengan program Pembudayaan Gemar Membaca, anggaran dan target kegiatan masih diproyeksikan sampai dengan 2024. Anggaran yang dialokasikan untuk kegiatan ini sebesar Rp. 1,5 miliar pada 2022, Rp. 1,9 miliar pada 2023, dan Rp. 2 miliar pada 2024.
- d. **Program Pelestarian dan Pengelolaan Cagar Budaya di Kota Malang:** Program yang berada di bawah *leading sector* Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Malang

ini melakukan digitalisasi informasi cagar budaya di Kota Malang. Kegiatan ini didukung oleh anggaran sebesar Rp. 515 juta dengan mensasar 35 bangunan cagar budaya (BCB) pada 2022, dan menjadi Rp. 528 juta dengan sasaran 35 BCB pada 2023.

- e. **Program Sistem Informasi Pengawasan Satpol PP (SINGAPOL PP).** Program ini bertujuan untuk melakukan deteksi adanya pelanggaran regulasi daerah yang ada.
- f. **Kegiatan Pelayanan Pecegahan dan Kesiapsiagaan Terhadap Bencana.** Dikenal dengan nama inovasi *Early Warning System* (EWS), inovasi ini dilakukan di bawah *leading sector* Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPDB).

Program-program yang dilaksanakan pada 2027 – 2031 pada umumnya merupakan kelanjutan dari program-program di periode 2022 – 2026. Beberapa program baru ditambahkan di dimensi *Smart Society* untuk jangka panjang diantaranya:

- a. **Program Kurikulum Berbahasa Jawa dengan Berbasis Toleransi** yang dilakukan oleh Dinas Pendidikan dan Kebudayaan.
- b. **Program Pembuatan Aplikasi Satu Data di Bidang Pendidikan (SIMAK)** yang dilakukan oleh Dinas Pendidikan dan Kebudayaan.
- c. **Program Seniman Masuk Sekolah.** Program yang diusulkan oleh Dinas Pendidikan dan Kebudayaan ini bertujuan untuk mendukung program-program di *Smart Branding*, terutama *Malang Heritage*.

4.6 SMART ENVIRONMENT

Di dimensi *Smart Environment*, Peta Jalan untuk program-program yang direncanakan dan menjadi bagian dari *Master Plan Smart City* Kota Malang bisa dilihat di Tabel 4.6 di bawah ini:

Tabel 4. 6. Peta Jalan Smart Environment

Sub-Dimensi	Nama Program	Jangka Waktu	Leading Sector
Proteksi Lingkungan	Program Pengelolaan Ruang Terbuka Hijau (Taman Singha)	2022 – 2031	Dinas Lingkungan Hidup
	Integrasi Total Water Utility Integrated Network Command Center (TCC) dan Sistem Penyediaan Air Minum (SPAM) dengan Supervisory Control and Data Acquisition (SCADA)	2022 - 2026	Perumda Air Tugu Tirta
Pengelolaan Sampah & Limbah	Suskeskan Limbah Lumpur Tinja Terjadwal Melalui Pengelolaan Air Limbah Domestik (SIPALDI)	2022 – 2031	Dinas Pekerjaan Umum, Penataan Ruang, Perumahan, dan

			Kawasan Permukiman
	Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup di Wilayah Malang Raya (Kerjasama antara Pemerintah Kota Batu, Pemerintah Kabupaten Malang, dan Pemerintah Kota Malang) untuk Pengelolaan Persampahan dan Limbah B3	2022 – 2031	Dinas Lingkungan Hidup
	Ubah Limbah Tinja Jadi Kompos (Reuse Limbah Tinja menjadi Kompos untuk Mendukung <i>Circular Economy</i>)	2022 – 2031	Dinas Pekerjaan Umum, Penataan Ruang, Perumahan, dan Kawasan Permukiman (UPT Pengelolaan Air Limbah Daerah)
	Eco Pesantren	2027 – 2031	Dinas Lingkungan Hidup
Tata Kelola Energi	Smart Lighting (Program dengan Pemanfaatan Matahari untuk Lampu Penerangan Jalan)	2022	Dinas Pekerjaan Umum, Penataan Ruang, Perumahan, dan Kawasan Permukiman (dukungan dari Kementerian ESDM)

Sumber: FGD Bimbingan Teknis II dan III Kota Malang, diolah

- a. **Program Pengelolaan Ruang Terbuka Hijau:** penyediaan RTH yang cukup menjadi demand dari warga kota. Oleh karena itu, di dalam *master plan* ini, program ini menjadi salah satu dari program yang direncanakan. Di bawah komando Dinas Lingkungan Hidup (DLH), program ini mengalokasikan anggaran dari APBD yang cukup besar. Yaitu, Rp. 29,5 miliar pada 2022; Rp. 35 miliar, masing-masing di 2023, 2024, 2025, dan 2026.
- b. **Layanan Lumpur Tinja Terjadwal (LLTT) dengan SIPALDI:** di bawah komando Dinas Pekerjaan Umum, Penataan Ruang, Perumahan, dan Kawasan Permukiman (DPUPRKP) dan dilaksanakan langsung oleh UPT Pengelolaan Air Limbah Domestik (PALD), program yang dikenal dengan inovasi LLTT Melalui MIS Pengelolaan Air Limbah Domestik (SIPALDI), menjadi salah satu program yang diusulkan di *Master Plan Smart City* Kota Malang. Inovasi ini selama 2022 dianggarkan Rp. 609 juta dengan menjangkau 30 ribu rumah tangga; Rp. 670 juta untuk menjangkau 40 ribu rumah tangga di 2023; Rp. 737 juta untuk menjangkau 50 ribu rumah tangga di 2024,

Rp. 811 juta untuk menjangkau 60 ribu rumah tangga di 2024; dan Rp. 892 juta untuk menjangkau 70 juta. Di Indonesia untuk program LLTT merupakan bagian dari pembangunan di bidang sanitasi 100-0-1000, yaitu 100 persen akses terhadap air layak minum, 0 persen untuk perkampungan kumuh, dan 100 persen untuk akses terhadap sanitasi yang layak.

- c. **Program Pengelolaan Persampahan dan Limbah B3:** dilaksanakan dengan *leading sector* di DLH, anggaran yang rencana dialokasikan adalah Rp. 29,5miliar di 2022. Selanjutnya dari 2023 sampai dengan 2026, anggaran yang dialokasikan di program ini adalah Rp. 30 miliar tiap tahunnya.
- d. **Program Pengelolaan Sampah Pemrosesan Akhir:** bertujuan untuk mengurangi jumlah sampah yang terolah di TPA, anggaran yang dialokasikan untuk program ini dari 2022 sampai dengan 2026 adalah Rp. 4,5 miliar tiap tahunnya.
- e. **Reuse (Pengolahan Kembali) Limbah Tinja Menjadi Kompos.** Inovasi ini dilakukan oleh (DPUPRPKP) dan dilaksanakan langsung oleh UPT Pengelolaan Air Limbah Domestik (PALD). Pemanfaatan limbah tinja untuk menjadi kompos merupakan “produk sampingan” dari limbah cair yang berhasil diolah dan bisa dibuang ke sungai. Program ini tidak bertujuan untuk mendapatkan manfaat ekonomi (keuntungan), akan tetapi lebih pada upaya untuk ikut berkontribusi terhadap upaya penurunan emisi gas rumah kaca (GRK). Dengan anggaran dialokasikan sebesar Rp. 3 miliar, sebanyak 50m³/bulan limbah terolah, berarti sebanyak 600m³ limbah tinja bisa diolah menjadi kompos. Proses ini bisa ditingkatkan untuk produktivitas jika sistem pengelolaan air limbah di IPLT tidak lagi dilakukan secara manual (sudah menggunakan mesin/mekanis).

Pelaksanaan program-program di dimensi *Smart Environment* ini, dalam rangka menjadikan Kota Malang yang memiliki kualitas lingkungan yang berkelanjutan, yang ini bisa dilihat adanya kualitas udara, air, dan tanah yang bagus.

