



IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN POTENSI EKONOMI DAERAH DI DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN EMPAT LAWANG

Ferry Agusman¹, Muhammad Yusuf², Gunadi Rusydi³, Mulyadi⁴,
Dheo Rimbano⁵, Anisa Triantara⁶

^{1,3,4,5}Program Studi Magister Manajemen, Universitas Bina Insan, Lubuklinggau

²Politeknik Negeri Sriwijaya

⁶Program Studi Manajemen, Universitas Bina Insan, Lubuklinggau

e-mail: ¹Feri@gmail.com, ²m.yusuf@polsri.ac.id, ^{3*}Gunadi@gmail.com,

⁴Mulyadi@univbinainsan.ac.id, ⁵dheo_rimbano@univbinainsan.ac.id, ⁶Anisa@gmail.com

*Corresponding Author

Abstrak

Penelitian dengan judul Implementasi Kebijakan Promosi Dalam Meningkatkan Potensi Ekonomi Daerah Di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Empat Lawang adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tujuan penelitian ini dilakukan adalah a) Untuk menganalisa kebijakan promosi di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Empat Lawang. b) Untuk menganalisa potensi ekonomi daerah di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Empat Lawang. Hasil penelitian yaitu: a) Upaya DPMPTSP dalam meningkatkan investasi di Kabupaten Empat Lawang adalah dengan melakukan strategi dan inovasi dalam hal peningkatan kualitas perencanaan investasi, peningkatan kualitas iklim investasi, peningkatan kualitas kerjasama, peningkatan efektivitas promosi, peningkatan kualitas layanan serta peningkatan kualitas pengendalian pelaksanaan investasi, dan 2) Strategi promosi investasi yang dilakukan DPMPTSP Kabupaten Empat Lawang adalah dengan berinovasi pada pemanfaatan teknologi dan media sosial. Program terbaru tersebut dinamai Geliat UMKM dan Probis (Promosi Bisnis) yang di tayangkan per episode di media social berupa instagram dan Youtube DPMPTSP.

Kata kunci: Kebijakan Promosi, dan Potensi

Abstract

The research entitled Implementation of Promotional Policies in Increasing Regional Economic Potential in the Investment and One Stop Service Office of EmpatLawang Regency is a descriptive study with a qualitative approach. The purpose of this research is a) To analyze the promotion policy in the Investment and One Stop Service Office of EmpatLawang Regency. b) To analyze the regional economic potential in the Investment and One Stop Service Office of EmpatLawang Regency. The results of the study are a) DPMPTSP's efforts to increase investment in EmpatLawang Regency are to carry out strategies and innovations in terms of improving the quality of investment planning, improving the quality of the investment climate, improving the quality of cooperation, increasing promotion effectiveness, improving service quality and improving the quality of investment implementation control. , and 2) The investment promotion strategy carried out by the DPMPTSP of EmpatLawang Regency is to innovate in the use of technology and social media. The latest program is called Geliat UMKM and Probis (Business Promotion) which is broadcast per episode on social media such as Instagram and Youtube DPMPTSP.

Keywords: Promotion Policy, and Potential



I. PENDAHULUAN

Penanaman modal berperan penting dalam pembangunan ekonomi karena melalui penanaman modal dapat meningkatkan kapasitas ekonomi dan menjaga kesinambungan laju pertumbuhan ekonomi. Laju perekonomian yang baik akan memberikan dampak yang baik pula terhadap tingkat perekonomian masyarakat. Pemerintah telah menerbitkan Undang-Undang No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan penanaman modal di Indonesia baik dengan modal dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Adanya peningkatan penanaman modal diharapkan akan memacu pertumbuhan perekonomian nasional.

Peningkatan penanaman modal tersebut dapat terjadi apabila usaha pemerintah pusat dibantu oleh instansi yang terkait dengan penanaman modal, instansi tersebut haruslah bekerja dengan baik dalam melaksanakan tugasnya selaku pihak yang bertanggungjawab terhadap penanaman modal tersebut. Kinerja dari instansi ini sangat mempengaruhi kondisi penanaman modal, karena dengan hasil kerja yang baik tentunya akan membantu mendorong peningkatan penanaman modal tersebut.

Hal tersebut dikarenakan suatu organisasi memerlukan kinerja yang baik dalam melaksanakan setiap fungsi dan tugasnya agar tujuan yang diinginkan oleh organisasi tersebut dapat tercapai, dan untuk mendapatkan kinerja yang baik itu tentunya suatu organisasi harus didukung diantaranya dengan sumberdaya manusia (SDM) serta sarana prasarana yang memadai. Konsep kinerja pada dasarnya

merupakan perubahan atau pergeseran paradigma dari konsep produktivitas. Menurut Andersen dalam buku kinerja dan pengembangan kompetensi sumberdaya manusia (SDM) mengatakan bahwa paradigma produktivitas yang baru adalah paradigma kinerja secara actual keseluruhan kinerja organisasi, tidak hanya efisiensi atau dimensi fisik saja tetapi juga dimensi non fisik (*intangible*).

Perencanaan kegiatan promosi dilakukan oleh seksi pelaksana promosi penanaman modal, penyusunan kegiatan ini berdasarkan sector usaha dan wilayah. Perencanaan kegiatan dilakukan agar setiap kegiatan promosi dapat berjalan tepat waktu dan sesuai dengan target yang diinginkan.

Promosi merupakan salah satu kunci memperkenalkan potensi daerah beserta atributnya kepada wisatawan, pedagang maupun investor yang akan mendukung peningkatan laju pertumbuhan ekonomi daerah. Proses promosi menekankan kepada bagaimana cara mengkomunikasikan suatu produk kepada pelanggan/customer untuk membentuk citra positif dimata para customer.

Kebijakan promosi potensi daerah merupakan upaya mengenalkan produk daerah sehingga dikenal luas dan dapat direspon pasar.

Tujuan pembangunan ekonomi pada umumnya adalah peningkatan pendapatan riil per kapita serta adanya unsur keadilan atau pemerataan dalam penghasilan dan kesempatan berusaha. Dengan mengetahui sasaran dan tujuan pembangunan, serta kelemahan dan kelebihan yang dimiliki oleh suatu daerah, maka strategi pengembangan potensi yang ada akan lebih terarah dan strategi tersebut akan menjadi

pedoman bagi pemerintah daerah yang akan melaksanakan kegiatan usaha di daerah yang bersangkutan.

Untuk mengembangkan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan, pemerintah telah mempromosikan kebijakan dana desa untuk meningkatkan pembangunan desa, kesejahteraan dan produktivitas.

Bumdes memiliki peran penting dalam meningkatkan produktivitas masyarakat pedesaan. Pertama, Bumdes memiliki peran sebagai saluran pemasaran dan promosi yang mengakomodasi produk-produk masyarakat desa. Hal ini menyebabkan masyarakat desa sangat ingin meningkatkan produktivitasnya. Kedua, Bumdes memiliki peran sebagai penambah penghasilan dan pendapatan bagi masyarakat. Keuntungan yang diperoleh Bumdes dapat memperkuat modal komunitas dan dapat membantu masyarakat mengatasi masalah modal.

Dalam penerapan strategi pembangunan ekonomi daerah, tentunya peran pemerintah cukup penting dan menonjol, paling tidak ada beberapa peran yang dapat dijalankan oleh pemerintah dalam pembangunan ekonomi daerah.

Pertama, sebagai pelopor dan koordinator dalam pemanfaatan sumber daya ekonomi. Sebagai pelopor, pemerintah daerah melalui BUMD, dituntut untuk memelopori penggalan sumber daya alam yang bernilai ekonomis yang belum tersentuh oleh pihak lain. Selain itu, pemerintah daerah harus mengkoordinasikan di antara berbagai pihak yang mengusahakan pemanfaatan sumber daya ekonomi yang dimiliki daerah. Sebagai koordinator pemerintah daerah harus dapat melibatkan dan mengkoordinasikan berbagai dinas terkait, pengusaha swasta, UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah) serta masyarakat dalam pemanfaatan sumber daya ekonomi

daerah, hal ini terkait dengan telah diresmikannya gedung baru DEKRANASDA (Dewan Kerajinan Nasional Daerah) yang diharapkan sebagai wadah berbagai produk kerajinan kreasi masyarakat yang bertujuan menjembatani produsen dan konsumen .

Kedua, sebagai intreprenuer pemerintah daerah dituntut untuk terlibat secara aktif dan inovatif dalam mendorong aktivitas dan kreatifitas menjalankan bisnis di daerah. Banyaknya potensi sosial budaya di masyarakat Banjarnegara merupakan asset yang perlu untuk digali sebesar-besarnya, seperti kegiatan sosial masyarakat dan kesenian tradisional yang unik dari berbagai daerah di wilayah Banjarnegara, contohnya Nyadaran Gede, Gugur gunung, tari Amplang, Ebeg, Rodad, Jepin, Dayak dll, kalau dikemas secara profesional merupakan suguhan yang mempunyai nilai jual yang menarik seperti kegiatan Dieng Culture Festival.

Ketiga, sebagai stimulator dan fasilitator. Pemerintah harus dapat merangsang investor untuk masuk ke daerahnya guna pemanfaatan sumber daya di daerahnya dengan memberikan berbagai insentif fiskal, mempermudah proses perijinan, pembangunan berbagai infrastruktur yang dibutuhkan, serta menjaga kondisi ekonomi makro daerah secara kondusif. Dengan sistem *one stop service* (sistem pelayanan satu pintu) yang diberlakukan akan sangat merangsang minat para investor untuk berinvestasi, dan tidak menyulitkan proses perijinan.

Pemerintah daerah dan pengusaha adalah dua kelompok yang paling berpengaruh dalam menentukan corak pertumbuhan ekonomi daerah. Pemerintah daerah, mempunyai kelebihan dalam satu hal, dan tentu saja keterbatasan dalam hal lain, demikian juga pengusaha. Sinergi antara keduanya untuk merencanakan bagaimana ekonomi daerah akan diarahkan

perlu menjadi pemahaman bersama. Pemerintah daerah mempunyai kesempatan membuat berbagai peraturan, menyediakan berbagai sarana dan peluang, serta membentuk wawasan orang banyak. Pengusaha mempunyai kemampuan mengenali kebutuhan orang banyak dan dengan berbagai inisiatifnya, memenuhi kebutuhan itu. Aktivitas memenuhi kebutuhan itu membuat roda perekonomian berputar, menghasilkan gaji dan upah bagi pekerja dan pajak bagi pemerintah. Dengan pajak, pemerintah daerah berkesempatan membentuk kondisi agar perekonomian daerah berkembang lebih lanjut.

Pemerintah daerah dalam mempertahankan keberlanjutan pembangunan ekonomi daerahnya agar membawa dampak yang menguntungkan bagi penduduk daerah perlu memahami bahwa manajemen pembangunan daerah dapat memberikan pengaruh yang baik guna mencapai tujuan pembangunan ekonomi yang diharapkan. Bila kebijakan manajemen pembangunan tidak tepat sasaran maka akan mengakibatkan perlambatan laju pertumbuhan ekonomi. Maka manajemen pembangunan daerah mempunyai potensi untuk meningkatkan pembangunan ekonomi serta menciptakan peluang bisnis yang menguntungkan dalam mempercepat laju pertumbuhan ekonomi daerah.

Kegiatan promosi ini bertujuan untuk mengenalkan peluang investasi yang ada di Kabupaten Empat Lawang kepada calon investor baik itu PMA atau PMDN. Kegiatan promosi investasi ini terdiri dari 4 kegiatan yaitu:

1. Pameran.
2. Misi Investasi.
3. Regional Investment Forum.
4. Gelar Potensi dan Temu Usaha.

Agar tujuan untuk meningkatkan penanaman modal di Kabupaten Empat Lawang dapat tercapai tentunya Bidang

Promosi DPMPTSP harus memiliki kinerja yang baik dalam melaksanakan tugasnya dalam mempromosikan potensi investasi yang ada di Kabupaten Empat Lawang. Dengan adanya kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh DPMPTSP seharusnya dapat membantu peningkatan penanaman modal di Empat Lawang, namun pada kenyataannya saat ini penanaman modal masih mengalami penurunan, khususnya potensi yang menjadi prioritas promosi DPMPTSP, selain itu juga masih kurangnya jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada dalam Bidang Promosi Penanaman Modal selaku bidang yang bertanggung jawab dalam promosi investasi ini.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini masuk kedalam penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu berusaha mengungkapkan kajian mengenaianalisis, Implementasi Kebijakan Promosi Dalam Meningkatkan Potensi Ekonomi Daerah di Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Empat Lawang metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan informan dalam penelitian adalah pegawai di Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Empat Lawang.

Terdapat dua sumber data dalam penelitian ini, yaitu sumber data primer, dan data sekunder. Uji Keabsahan data yang digunakan adalah 1) Uji Kredibilitas, 2) Pengujian *Transferability*, 3) Pengujian *Dependability*, 4) Pengujian *Konfirmability*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu factor utama dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi suatu daerah adalah peningkatan investasi. Investasi mempunyai dampak ganda (*multiplier effect*) dalam perekonomian daerah, dengan peningkatan investasi akan mendorong pertumbuhan kegiatan ekonomi

lainnya yang pada akhirnya akan mampu memberikan kesempatan kerja yang lebih luas kepada masyarakat.

Untuk menarik investasi kedaerah maka diperlukan upaya-upaya yang efektif dan berkesinambungan serta koordinatif. Upaya tersebut antara lain dengan memberikan nilai tambah bagi calon investor yang dapat dilakukan melalui pembentukan kesan positif suatu daerah, pemanfaatan peluang investasi dan layanan investasi yang mudah, murah dan transparan.

Upaya-upaya dalam mendorong peningkatan investasi di Kabupaten Empat Lawang akan terus dilakukan. Promosi investasi yang efektif dan berkualitas akan Mampu mendorong peningkatan investasi di daerah yang pada akhirnya akan meningkatkan produktivitas, memperkuat ketahanan ekonomi dan membangun kualitas hidup yang lebih baik. Komitmen Pemerintah Kabupaten Empat Lawang untuk meningkatkan investasi terefleksi secara jelas dalam kegiatan-kegiatan promosi investasi yang dilaksanakan oleh Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Empat Lawang. Hal ini disadari karena peningkatan investasi akan mampu memberikan sumbangan yang sangat berarti dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi, perluasan kesempatan kerja dan pengurangan kemiskinan. Dari hasil wawancara peneliti melihat bahwa strategi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Empat Lawang dalam rangka meningkatkan citra positif Kabupaten Empat Lawang di mata para investor telah ada, namun belum cukup untuk menarik minat para investor hal tersebut terlihat bahwa strategi membangun citra positif daerah hanya sedikit yakni dengan mengandalkan pejabat daerah dan aplikasi kemudahan yang memang dibuat oleh kementerian.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka peneliti Pada aspek image marketing dalam rangka meningkatkan citra positif Kabupaten Empat Lawang Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu telah memiliki langkah strategi dengan mengadakan promosi investasi pada setiap tahunnya serta berkoordinasi dengan Bupati untuk terjun langsung mempromosikan daerah kepada calon investor. Selain itu juga Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Empat Lawang juga menggunakan aplikasi yang dibuat oleh kementerian untuk mempermudah perizinan.

Jabal Arfah, Entang Adhy Muhtar, A. Djadja Saefullah, Didin Muhafidin. 2019. Strategi Implementasi Kebijakan Pengembangan Kepariwisata Di Kabupaten Konawe Sulawesi Tenggara. Topik penelitian ini adalah Implementasi Kebijakan Pengembangan Kepariwisata Studi pada Wisata Pantai Toronipa Kabupaten Konawe Sulawesi Tenggara. Perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, mengapa belum ada strategi dalam implementasi kebijakan pengembangan kepariwisataan yang dimunculkan oleh pemerintah daerah. Metode analisis yang digunakan adalah secara deskriptif kualitatif dengan aspek yang dialami antara lain komunikasi, sikap pelaksana, struktur birokrasi dan sumberdaya.

Hasil penelitian, pertama, aspek komunikasi yaitu tidak adanya komunikasi intensif antara pengelola obyek wisata dengan pemerintah daerah (kabupaten) dan DPRD setempat yang ditandai dengan tidak adanya fasilitas pendukung yang diberikan selama bertahun-tahun adanya obyek wisata, kecuali beberapa bantuan dari dinas pariwisata pemerintah daerah (provinsi).

Kedua, aspek sumberdaya dalam hal ini sumberdaya manusia yaitu tersedianya



- Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung. SimbiosisRektama Media.
- Bergman Siahaan. 2021. Strategi Promosi Investasi Untuk Mewujudkan Visi Dan Misi Pemerintah Kota Medan 2021-2024
- Budiargio, Dian. 2015. *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta. PT. Alex Media Komputindo.
- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pemasaran Pariwisata (Tourism Communication): Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta. Kencana.
- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Dyah Kusumawardhani, Dewi Rostyaningsih, Aloysius Rengga. 2017. *Implementasi Kebijakan Promosi Pensi Wisata (Pantai Widuri) Kabupaten Pemalang*.
- Fidler, Roger. 2003. *Media morfosis: Memahami Media Baru*, terj. Hartono Hadikusumo. Yogyakarta. Benteng Budaya.
- Gets, D. 1991. *Festival Spesial Event dan Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Ilu Token Ratu. 2016. *Manajemen Penelitian Guru. Untuk pendidikan bermutu*. Kompas Gramedia: Jakarta
- Indrawati. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif, Manajemen dan bisnis konvergensi teknologi informasi dan komunikasi*. Refika: Jakarta
- Jabal Arfah, Entang Adhy Muhtar, A. Djadja Saefullah, Didin Muhafidin. 2019. *Strategi Implementasi Kebijakan Pengembangan Kepariwisata* Di Kabupaten Konawe Sulawesi Tenggara.
- Kencana Pace, R. Wayne & Don F. Faules. 2001. *Komunikasi Organisasi: Strategi meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Terjemahan: Deddy Mulyana, MA, Ph.D. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi ketigabelas*. Jakarta: Erlangga. Jilid 2.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana Prenada Media Grup.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marlon Naibaho. 2021. *Regional Innovation Policy in Encouraging Regional Competitiveness in South Tangerang City. Public service is an important issue for the sustainability of a city*.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Arni. 2015. *Komunikasi Organisasi*. Pengantar, T. Raka Joni. Ed.1, Cet.14. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi*. Bandung. Simbiosis Rektama Media.
- Nathapornpan Piyaarekul Utama. 2014. *Investment Promotion Policy in Potential Border Zone. Recently, border zone is regarded as a potential advantage area to foster cross-border based economic activities*.



- Pujileksono, Sugeng. 2015. Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif. Malang: Intrans Publishing.
- Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus *Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramata Publishing.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kualitatif, untuk penelitian yang bersifat eksploratif, enterprentif, interaksi dan konstruktif. Alfabeta: Bandung
- Sujarweni Wiratna. 2019. Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami. Pustaka Baru : Jakarta
- Tithan Wulung Suryata. 2020. Implementasi Kebijakan Promosi Pensi Ekonomi Daerah DPMPTSP Kabupaten Sukoharjo.