

BAB V

SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini peneliti akan menyajikan dan menjelaskan sajian data dan analisis data . Hasil penelitian dilakukan di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan terpadu Kabupaten Bantul mengenai strategi promosi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul dalam upaya meningkatkan penanaman modal di Kabupaten Bantul.

Hasil penelitian ini diperoleh setelah peneliti melakukan wawancara dengan informan yang berwenang untuk memberikan informasi dan melakukan studi dokumentasi yang didapat dari website Dinas Penanaman modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul, laporan kinerja tahunan DPMPT Kabupaten Bantul, rencana strategi DPMPT tahun 2016 – 2021 dan Badan Pusat Statistik Kabupaten Bantul.

Sajian data disusun berdasarkan tahapan pelaksanaan strategi promosi yaitu dimulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Dalam tahap perencanaan dijelaskan apa saja latar belakang, tujuan serta tahapan – tahapan yang dilakukan untuk perencanaan strategi ini. Selanjutnya pada tahap pelaksanaan akan dijelaskan mengenai proses implementasi, faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pelaksanaan promosi dalam meningkatkan penanaman modal. Selanjutnya peneliti melanjutkan untuk analisis data, temuan yang diperoleh melalui teori yang digunakan pada tinjauan pustaka.

A. Sajian Data

1. Perencanaan promosi

a. Penentuan Target dan Tujuan Promosi

Langkah pertama dalam perencanaan sebuah promosi yaitu dengan menentukan target ataupun tujuan yang akan dicapai dari sebuah promosi. Bidang Penanaman Modal Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul telah menyusun dan menentukan tujuan serta target yang akan dicapai yaitu terwujudnya peningkatan nilai penanaman modal daerah Kabupaten Bantul. Berdasarkan hasil wawancara dengan saudara BP dan telah tertera pada laporan kinerja Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul tahun 2018 menjelaskan target promosi yaitu untuk meningkatkan nilai atau jumlah penanaman modal dalam negeri (PMDN) ataupun penanaman modal luar negeri (PMA), sedangkan tujuan promosi untuk mengupayakan informasi mengenai informasi potensi serta peluang penanaman modal yang ada di Kabupaten Bantul. Berikut adalah hasil wawancara yang disampaikan oleh informan BP yang dituangkan dalam sajian data :

Promosi penanaman modal di Kabupaten Bantul bertujuan untuk memberikan informasi kepada calon investor mengenai potensi serta peluang penanaman modal. Penanaman modal dalam negeri (PMDN) ataupun penanaman modal luar negeri (PMA). (Wawancara dengan informan BP pada tanggal 13 Januari 2020).

Target dan tujuan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul yaitu adanya peningkatan nilai penanaman modal daerah dengan target meningkatnya nilai penanaman modal oleh investor serta meningkatnya pelayanan dalam mengurus perizinan dan non perizinan dengan tepat waktu sehingga masyarakat merasa puas dalam pelayanannya. Untuk mencapai tujuan tersebut Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul melaksanakan berbagai program yaitu sebagai berikut :

- 1) Peningkatan promosi dan kerjasama penanaman modal yang terdiri dari perencanaan dan pengembangan penanaman modal serta peningkatan kegiatan pemantauan, pembinaan dan pengawasan pelaksanaan penanaman modal, selain itu menyelenggarakan pameran penanaman modal.
- 2) Peningkatan iklim penanaman modal dan realisasi penanaman modal yang terdiri dari kerjasama di bidang penanaman modal, pengembangan sitem informasi penanaman modal dan sosialisasi penyamaan persepsi pengembangan penanaman modal.

TABEL 5. 1

Tujuan dan Sasaran Jangka Menengah Pelayanan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu (DPMPT) Kabupaten Bantul Tahun 2016-2021

No	Tujuan	Sasaran	Indikator Kinerja Sasaran	Capaian Indikator Kinerja		Target Indikator Kinerja			
				2016	2017	2018	2019	2020	2021
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
	Terwujudnya peningkatan nilai penanaman modal daerah	1. Meningkatkan nilai penanaman modal	Pertumbuhan realisasi penanaman modal	14,60	12,72	8,08	8,09	9	9,05
		2. Meningkatkan pelayanan perizinan dan non perizinan	Layanan perizinan tepat waktu	81,60	70,98	79	81	83	85
			Indeks kepuasan masyarakat	78,0	78,5	79	79,5	80	80,5

Sumber : RENSTRA Perubahan DPMPT Bantul

Tabel 5.1 merupakan tabel tujuan dan sasaran jangka menengah pelayanan dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu (DPMPT) Kabupaten Bantul Tahun 2016 – 2021. Berdasarkan laporan kinerja Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul Tahun 2018 untuk indikator kinerja pertumbuhan realisasi penanaman modal mencapai 11,85% yang mana berarti telah melampaui target yang telah ditetapkan sebelumnya yaitu sebesar 8,08%, untuk indikator persentase layanan perizinan dan non perizinan yang tepat waktu realisasinya mencapai 83,87% dari target yang ditetapkan sebesar 79% dan untuk indikator indeks kepuasan masyarakat realisasinya mencapai 83,29% dari target yang ditetapkan sebesar 79%.

Program yang dilakukan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul dalam upaya peningkatan nilai penanaman modal daerah terbagi menjadi dua point program kegiatan antara lain :

1) Program peningkatan promosi dan kerjasama penanaman modal

a) Perencanaan dan pengembangan penanaman modal

Kegiatan ini dilakukan untuk menggali potensi dan peluang penanaman modal yang ada di Kabupaten Bantul yang akan digunakan sebagai pembuatan bahan promosi penanaman modal serta akan menjadi prospek penanaman modal yang ditawarkan kepada calon investor supaya melakukan penanaman modal di Kabupaten Bantul.

b) Peningkatan kegiatan pemantauan, pembinaan dan pengawasan penanaman modal

Kegiatan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan komunikasi pemerintah dengan dunia usaha melalui pengendalian pelaksanaan penanaman modal dengan melakukan pemantauan, pembinaan serta pengawasan penanaman modal dalam negeri (PMDN) maupun penanaman modal luar negeri (PMA). Dengan harapan bahwa pihak perusahaan wajib melaporkan Laporan Kegiatan Penanaman Modal (LKPM) sebagai data perkembangan

penanaman modal di Kabupaten Bantul. Selain itu dilakukan monitoring ke perusahaan PMDN/PMA untuk mengetahui perkembangan perusahaan.

c) Penyelenggaraan pameran penanaman modal

Kegiatan ini dilakukan untuk mempromosikan potensi dan peluang penanaman modal sebagai upaya untuk meningkatkan minat investor, bekerjasama dengan dunia usaha, maupun berpenanaman modal di Kabupaten Bantul. Kegiatan pameran yang telah diikuti oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu seperti Pesona Budaya Nusantara 2016 pada tanggal 19 Maret bertempat di Anjungan Daerah Istimewa Yogyakarta Taman Mini Indonesia Indah, Jakarta, Pameran 12th APKASI International Trade and Investment Summit : Indonesia Investment Week 2016 (AITIS 2016) yang dilaksanakan pada tanggal 5 – 7 Mei bertempat di Jakarta International Expo Kemayoran dan Pameran Surabaya Tourism, Trade And Investment Expo 2016 Surabaya yang dilaksanakan pada tanggal 10 – 13 November 2016 bertempat di Royal Plaza, Surabaya.

2) Program peningkatan promosi dan kerjasama penanaman modal

a) Kerjasama di bidang penanaman modal

Kegiatan ini dilakukan untuk memfasilitasi dan koordinasi dalam bidang penanaman modal sebagai sarana untuk menjalin kemitraan antara usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi (UMKMK) dengan pengusaha besar serta sebagai sarana meningkatkan daya saing UMKMK di Kabupaten Bantul dalam menghadapi persaingan global.

b) Pengembangan sistem informasi penanaman modal

Kegiatan ini dilakukan dalam rangka untuk mempromosikan potensi dan peluang penanaman modal kepada masyarakat melalui website penanaman modal (penanaman.modal.bantulkab.go.id).

c) Sosialisasi penyamaan persepsi pengembangan penanaman modal

Kegiatan ini dilakukan untuk menjalin komunikasi antara aparat pemerintah dari tingkat kabupaten hingga desa bersama dengan perusahaan PMDN/PMA dengan harapan adanya kesamaan persepsi tentang pentingnya penanaman modal dan semakin meningkatnya kesadaran aparat pemerintah Kabupaten Bantul mengenai pelayanan prima.

Dalam perencanaan promosi penanaman modal Kabupaten Bantul diperlukan perencanaan promosi secara matang, karena masih perlu untuk pengembangan nilai atau jumlah penanaman modal yang ada di Bantul yang sesuai dengan tujuan promosi DPMPT. Sehingga kebijakan yang diambil oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu yaitu peningkatan koordinasi kerjasama bidang penanaman modal, peningkatan promosi penanaman modal dan pengembangan potensi penanaman modal serta pengendalian pelaksanaan penanaman modal. Berikut data strategi dan kebijakan yang tertuang dalam Renstra Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu 2016 – 2021 :

TABEL 5. 2

Tujuan, Sasaran, Strategi dan Kebijakan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul 2016-2021

Tujuan	Sasaran	Strategi	Arah Kebijakan
Terwujudnya peningkatan nilai penanaman modal daerah	Meningkatnya nilai penanaman modal	1.Meningkatkan koordinasi stakeholder terkait dan investor.	1.Peningkatan koordinasi kerjasama di bidang penanaman modal.
		2.Meningkatkan promosi penanaman modal.	2.Peningkatan promosi penanaman modal.
		3.Melakukan pemetaan potensi penanaman modal daerah.	3.Pengembangan potensi penanaman modal dan pengendalian pelaksanaan penanaman modal.

Sumber : Laporan Kinerja 2018 dan Renstra DPMPT Kab Bantul 2016 – 2021

b. Analisa Situasi (Segmentasi) Promosi

Dalam sebuah perencanaan terdapat analisis SWOT. Analisis situasi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul yang dimaksud yaitu analisis terhadap kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*oppotunity*) dan ancaman (*threat*). Dalam hal ini merupakan upaya untuk mencermati peluang dan acaman yang timbul dari lingkungan eksternal maupun lingkungan internal.

1) Kekuatan (*strenght*)

- a) Landasan hukum kelembagaan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul.
- b) Landasan hukum penyelenggaraan layanan penanaman modal dan pelayanan terpadu.
- c) Adanya komitmen Kepala Dinas dan seluruh jajaran untuk mewujudkan visi dan misi Dinas serta memberikan kontribusi optimal terhadap pencapaian visi dan misi Pemerintah Kabupaten Bantul.

2) Kelemahan (*weakness*)

- a) Kuantitas dan kualitas aparat yang belum memadai sesuai kebutuhan.
- b) Sarana dan prasarana yang belum memadai sesuai kebutuhan.
- c) Media informasi yang terbatas.

3) Peluang (*opportunity*)

- a) Kebijakan pemerintah tentang otonomi daerah, kelembagaan daerah serta pedoman nomenklatur instansi PTSP di daerah.
- b) Upaya deregulasi urusan penanaman modal dan PTSP.
- c) Kemajuan di bidang media teknologi dan informasi.

4) Ancaman (*threat*)

- a) Kebijakan dari beberapa kementerian/lembaga terkait yang tumpang tindih dan sering berubah.
- b) Belum adanya kesepakatan dan sinergitas dari stakeholder terkait.
- c) Rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan birokrasi.

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul merancang kebijakan sebagai arah pedoman dalam penyusunan program kegiatan, setiap program kegiatan yang dilakukan dijadikan sebagai pilar penyangga untuk mencapai visi dan misi yang telah ditetapkan di dalam RPJMD (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah). Dalam merumuskan program kegiatan yang tepat dengan melibatkan semua unsur sumber daya manusia aparatur yang ada, selain itu dengan memperhatikan masukan – masukan dari berbagai aspek. Rencana program, kegiatan, indikator kinerja, sasaran serta pendaan yang dapat diketahui korelasi antara program yang disusun dengan RPJMD (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah) yang sudah ditentukan yaitu sebagai berikut :

- 1) Indikator kinerja untuk pertumbuhan penanaman modal riil daerah Kabupaten Bantul terlaksana pada program peningkatan promosi dan kerjasama penanaman modal serta program peningkatan penanaman modal dan realisasi penanaman modal.
- 2) Indikator kinerja untuk pengaduan atau gugatan masyarakat terhadap izin yang telah diterbitkan dan unit usaha masyarakat yang telah memiliki izin terlaksana pada program peningkatan pengelolaan perijinan.

Permasalahan – permasalahan yang dihadapi oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan dalam melakukan pembinaan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu. Indikator – indikator diatas masih memiliki berbagai permasalahan walaupun indikator tersebut sudah memenuhi target dari rencana strategi yang sudah ditetapkan serta sudah tertera pada laporan kinerja DPMPT tahun 2018. Permasalahan yang terjadi akan mempengaruhi pencapaian kinerja. Permasalahan permasalahan tersebut yaitu sebagai berikut :

- 1) Terbatasnya promosi dan fasilitasi bagi calon investor di bidang fiskal dan non fiskal.
- 2) Adanya perbedaan persepsi kelembagaan antara pusat dan daerah lemahnya kepastian hukum, masih terbatasnya peta penanaman modal, tata ruang Kabupaten Bantul yang belum sesuai dengan keinginan rencana lokasi usaha calon investor.

- 3) Terlambatnya sosialisasi perijinan dari pusat ke daerah mengingat OPD mempunyai peran yang besar dalam bidang fasilitasi perijinan yang ada di Kabupaten Bantul.
- 4) Kurangnya koordinasi antara provinsi dengan daerah, sehingga sering terjadi provinsi melakukan kegiatan yang melibatkan perusahaan yang ada di Kabupaten Bantul tanpa pemberitahuan ke OPD di Kabupaten Bantul.
- 5) Terlambatnya monitoring yang dilakukan OPD karena terlambatnya penyampaian informasi PMA yang masuk ke Kabupaten Bantul dari BKPM.
- 6) Dalam bidang pengendalian penanaman modal investor dalam menyampaikan laporan masih terbatas, dan ada beberapa investor yang pindah lokasi, investor yang bidang usahanya tidak sesuai dengan perijinan yang dimiliki tanpa pemberitahuan dengan OPD.

c. Merancang Pesan Promosi

Dalam merumuskan pesan dari promosi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul berdasarkan situasi. Hal ini berdasarkan pada kekuatan (*strenght*) yaitu salah satunya adanya landasan hukum dalam penyelenggaraan layanan untuk penanaman modal atau penanaman modal dan pelayanan terpadu sehingga dapat mendukung dalam melakukan promosi (sarana promosi), dalam merumuskan pesan dari promosi yang dilakukan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu mengutamakan keefektifan dan keefisienan isinya yang meliputi

profil Kabupaten Bantul, keunggulan dan prestasi Kabupaten Bantul, peta Kabupaten Bantul, potensi unggulan penanaman modal di Kabupaten Bantul serta tahapan penanaman modal di Kabupaten Bantul. Dalam proses perancangan pesan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu walaupun memiliki landasan hukum dalam penyelenggaraan layanan untuk penanaman modal atau penanaman modal dan pelayanan terpadu tetapi terhambat oleh sarana dan prasarana yang belum memadai sesuai dengan kebutuhan. Hal ini diungkapkan oleh informan BP sebagaimana dalam kutipan dibawah ini :

Kendala dalam upaya perumusan pesan promosi yaitu kurangnya persediaan bahan promosi dalam artian kurangnya sarana dan prasarana yang sesuai dengan kebutuhan. (Wawancara dengan informan BP pada tanggal 13 Januari 2020).

Dengan adanya kendala diatas, maka Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul melakukan kerjasama dengan percetakan atau video untuk membuat bahan promosi serta melakukan koordinasi dengan pihak – pihak penyelenggara pameran tahunan. Hal ini diungkapkan oleh informan BP sebagaimana dalam kutipan dibawah ini :

Untuk pembuatan atau penyusunan pesan atau alat promosi penanaman modal di Kabupaten Bantul, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu bekerjasama dengan percetakan atau video untuk membuat video atau infografi, portal dan website serta propektus penanaman modal, dan lain – lain. (Wawancara dengan informan BP pada tanggal 13 Januari 2020).

d. Pemilihan Media Promosi

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul yang berdasarkan peluang kemajuan informasi dan teknologi yang digunakan untuk sarana promosi yang merupakan media paling tepat untuk media promosi. Media promosi yang digunakan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul melalui :

- 1) Website.
- 2) Brosur.
- 3) Prospektus.
- 4) CD dan flashdisk kartu.
- 5) Video atau infografi.

Hal ini diungkapkan oleh informan BP sebagaimana dalam kutipan dibawah ini :

Untuk pembuatan bahan promosi atau alat promosi potensi penanaman modal, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul bekerjasama dengan pihak – pihak yang berwenang seperti percetakan atau video serta pihak – pihak penyelenggara pameran setiap tahunnya untuk membuat bahan – bahan promosi seperti brosur, prospektus, dan lain – lain. (Wawancara dengan informan BP pada tanggal 13 Januari 2020).

2. Bauran Promosi

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul dalam melakukan perencanaan promosi selain menggunakan media, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu

Kabupaten Bantul melakukan bauran promosi melalui beberapa event yang dapat mendukung kegiatan promosi yaitu melalui pameran – pameran penanaman modal yang diadakan setiap tahunnya di berbagai wilayah, seperti Pesona Budaya Indonesia, Pameran 12th APKASI International Trade and Investment Summit, Pameran Surabaya Tourism, Trade And Investment Expo, Pameran Bali Craft Investment and Tourism Expo, dan lain – lain. Hal ini diungkapkan oleh informan BP sebagaimana dalam kutipan dibawah ini :

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul untuk melakukan kegiatan promosi melalui media dan melalui berbagai bauran promosi lainnya seperti mengikuti event pameran penanaman modal untuk setiap tahunnya yaitu pada tahun 2016 pameran penanaman modal yang diikuti seperti Pesona Budaya Indonesia, Pameran 12th APKASI International Trade and Investment Summit, Pameran Surabaya Tourism, Trade And Investment Expo, Pameran Bali Craft Investment and Tourism Expo. Pameran – pameran penanaman modal tersebut diadakan di berbagai wilayah yang berbeda. Lalu untuk tahun 2019 Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu mengikuti pameran penanaman modal seperti Surabaya Investment, Agriculture, Tourism, Trade and Export Comodity (SIATTEC EXPO 2019), APKASI Otonomi Expo 2019 dan Intradex Expo 2019. Untuk tahun 2020 Dinas Penanaman dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul rencana akan mengikuti pameran penanaman modal yang diadakan di Kepulauan Riau, Batam. (Wawancara dengan informan BP pada tanggal 13 Januari 2020).

Event – event pameran penanaman modal yang diikuti oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul pada tahun 2019 yaitu sebagai berikut :

TABEL 5. 3*Event Pameran Penanaman Modal Tahun 2019*

Event Pameran	Tempat & Tanggal Pelaksanaan
Intradex Expo	Medan, 11 – 14 April 2019
Apkasi Otonomi Expo	Jakarta, 3 – 5 Juli 2019
SIATTEC Expo	Surabaya, 24 Agustus – 1 September 2019

3. Pelaksanaan Promosi DPMPT Kabupaten Bantul

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul dalam melakukan upaya menginformasikan, mempromosikan dan memperkenalkan potensi – potensi penanaman modal yang ada di Kabupaten Bantul untuk meningkatkan penanaman modal daerah dengan menggunakan berbagai strategi promosi seperti strategi periklanan, situs website, prospektus, brosur, CD dan flashdisk kartu, promosi langsung serta video atau infografi yang digunakan sebagai sarana untuk melakukan promosi. Kabupaten Bantul merupakan salah satu kabupaten sebagai rumah untuk berpenanaman modal. Berikut merupakan sarana promosi yang telah dilakukan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan terpadu kabupaten bantul untuk meningkatkan daya tarik penanaman modal di Kabupaten Bantul yaitu sebagai berikut :

a. Website DPMPT Kabupaten Bantul

Website Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat umum

ataupun para investor untuk mengakses potensi – potensi penanaman modal, keunggulan Kabupaten Bantul, tahapan penanaman modal, perkembangan penanaman modal di Kabupaten Bantul, dan lain – lainnya yang dapat diakses melalui media internet. Maksud dan tujuan pembuatan website yaitu agar efisiensi anggaran untuk promosi serta informasi dan efektifitas dalam membangun strategi pemasaran.

b. Pameran

Pameran merupakan salah satu kegiatan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul yang diikuti setiap tahunnya di berbagai wilayah dan tentunya di DI Yogyakarta dengan berbagai macam tema pameran. Untuk tahun 2019 pameran yang diikuti oleh DPMPT Kabupaten Bantul yaitu Intradex Expo, APKASI Otonomi Daerah dan SIATTEC Expo. Hal ini merupakan salah satu rangkaian kegiatan promosi potensi penanaman modal daerah. Hal ini diungkapkan oleh informan BP dan BW sebagaimana dalam kutipan dibawah ini:

Kegiatan pameran – pameran setiap tahunnya diikuti oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul, dengan berbagai tema pameran. Salah satu pameran yang diikuti pada tahun 2019 yaitu APKASI Otonomi Expo 2019 yang bertemakan “Kemitraan Bisnis untuk Peningkatan Ekonomi Lokal Berkelanjutan”. Dalam pameran APKASI Otonomi Expo tersebut DPMPT Bantul mempromosikan potensi penanaman modal diberbagai sektor, memamerkan produk unggulan, seperti batik, tas rajut serta kerajinan kayu dan menggadeng beberapa IKM dan UMKM yang ada di Bantul. (Wawancara dengan informan BP dan BW pada tanggal 13 Januari 2020).

c. Buku

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul menerbitkan buku “The Investment Opportunities” yang berisi kondisi geografis, prestasi, potensi penanaman modal Kabupaten Bantul, dan lain – lain.

4. Evaluasi Promosi

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul dalam melakukan evaluasi setelah melakukan kegiatan promosi dengan mengadakan rapat koordinasi untuk melakukan pertanggungjawaban dan melakukan rapat koordinasi informal bidang penanaman modal untuk melakukan kebijakan selanjutnya. Hal ini diungkapkan oleh informan BP sebagaimana dalam kutipan dibawah ini :

Dalam mengevaluasi hasil promosi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul melakukan mengadakan rapat koordinasi untuk melakukan pertanggungjawaban dan melakukan rapat koordinasi informal bidang penanaman modal untuk melakukan kebijakan selanjutnya. (Wawancara dengan informan BP pada tanggal 13 Januari 2020).

Evaluasi promosi dilakukan untuk mengetahui keefektifan serta keefisienan dari alat – alat promosi yang digunakan oleh Dinas Penanaman Modal dan Penanaman Terpadu dalam melakukan kegiatan promosi penanaman modal untuk meningkatkan nilai penanaman modal daerah.

Kabupaten Bantul memiliki berbagai daya tarik penanaman modal yaitu sebagai berikut :

- a. Letak geografis Kabupaten Bantul yang terletak di bagian selatan Pulau Jawa dan terkoneksi dengan baik dengan daerah yang lainnya melalui sarana prasarana infrastruktur.
- b. Pelayanan perizinan dilayani oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu dengan menerapkan prinsip pelayanan masyarakat.
- c. Kearifan budaya dan tradisi lokal masih dipegang teguh oleh masyarakat.
- d. Daya saing tinggi karena ide dan kreatifitas masyarakat menciptakan sentra – sentra Industri Kecil Menengah (IKM) yang tersebar di seluruh daerah.
- e. Kabupaten Bantul kaya akan warisan budaya daerah berupa kerajinan, bangunan, struktur masyarakat, situs, tarian, maupun adat istiadat yang memiliki daya tarik yang tinggi.
- f. Memiliki sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas cukup tinggi.

Kelebihan atau keunggulan apabila berinvestasi di Kabupaten Bantul yaitu memiliki pelayanan perizinan dan nonperizinan dilayani oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu dengan mudah, cepat atau tepat waktu, bersih dan akurat. Dari berbagai macam izin yang ada di Kabupaten Bantul, hanya empat izin yang masih dipungut retribusi yaitu izin mendirikan bangunan (IMB), izin trayek, izin tempat penjualan minuman beralkohol dan izin usaha perikanan. Selain itu, sarana dan

prasarana di Kabupaten Bantul sangat mendukung kegiatan penanaman modal. Sarana dan prasarana yang tersedia meliputi transportasi, kesehatan, jaringan air bersih, pendidikan serta jaringan listrik dan telepon yang memadai. Hal ini diungkapkan oleh oleh informan BP sebagaimana dalam kutipan dibawah ini :

Promosi potensi penanaman modal yang dilakukan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul melalui beberapa alat atau media promosi nilai penanaman modal di Kabupaten Bantul setiap tahunnya mengalami penurunan yang signifikan sampai dengan tahun 2019. (Wawancara dengan informan BP pada tanggal 13 Januari 2020).

TABEL 5. 4

Realisasi Penanaman Modal Per Triwulan Kabupaten Bantul Tahun 2019

NO	TRIWULAN	PMDN			PMA		
		P	PR	PM	P	PR	P M
1	I	8	11	663.400.000,00	14	20	6.000.000,00
2	II	12	20	6.618.000.000,00	19	33	895.500.000,00
3	III	12	12	23.493.100.000,00	8	12	2.173.500.000,00
4	IV	-	-	-	-	-	-
TOTAL		-	-	30.774.500.000,00			3.075.000.000,00

Sumber : Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul

Ket : P = Perusahaan (Unit)

PR = Proyek (Unit)

PM = Penanaman Modal (Milyar Rupiah)

Tabel 5.4 menunjukkan realisasi jumlah penanaman modal Kabupaten Bantul pada tahun 2019 mengalami penurunan pertumbuhan penanaman

modal cukup signifikan dari tahun 2018 akan tetapi sudah mencapai target untuk tahun 2019.

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul belum melakukan penyusunan alternatif strategi untuk meningkatkan jumlah penanaman modal di Kabupaten Bantul. Hal ini diungkapkan oleh informan BP sebagaimana dalam kutipan dibawah ini :

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul sementara masih melakukan strategi promosi melalui alat atau media promosi, seperti pengembangan website, brosur, mengikuti pameran – pameran potensi penanaman modal yang diikuti setiap tahunnya, dan lain – lainnya. (Wawancara dengan informan BP pada tanggal 13 Januari 2020).

B. Analisis Data

Tahap yang selanjutnya yaitu melakukan analisis data. Berdasarkan data yang didapat oleh peneliti dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul, baik data hasil wawancara ataupun dokumen yang menjadi arsip dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul. Dapat diketahui strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu dalam mempromosikan potensi – potensi penanaman modal yang ada di Kabupaten Bantul. Berikut tahapan – tahapan peneliti dalam melakukan analisis data yaitu :

1. Tahap Perencanaan Promosi

Strategi adalah langkah awal untuk mencapai target dan tujuan. Sedangkan strategi promosi yaitu strategi promosi adalah perencanaan, implementasi, serta pengendalian komunikasi dari organisasi kepada konsumen dan sasaran yang lainnya.

Perencanaan promosi merupakan langkah awal. Karena dalam merencanakan promosi penanaman modal yang dilakukan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten berorientasi pada investor dan harus memilih media promosi yang tepat dengan mempertimbangkan kelebihan dan kekurangannya. Perencanaan promosi dibagi menjadi empat bagian yaitu sebagai berikut :

- a. Mengidentifikasi pasar serta kebutuhan.
- b. Merencanakan tujuan promosi.
- c. Mengevaluasi sejauh mana tujuan promosi dapat tercapai.
- d. Mengevaluasi kesulitan – kesulitan dalam pencapaian tujuan promosi.

Berikut tahapan - tahapan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul dalam merencanakan strategi promosi sebagai berikut :

1) Merencanakan Tujuan Promosi

Merencanakan tujuan promosi merupakan salah satu dari tahapan perencanaan promosi, untuk menentukan sebuah tujuan bahwasannya perlu untuk memahami peluang pasar serta tantangan apa saja yang akan dihadapi. Dalam merencanakan tujuan promosi dapat dilakukan dengan cara memahami dan mempelajari rencana pemasaran beserta pencapaiannya, mengatur peran dari iklan dan kegiatan promosi, menganalisis kekuatan, serta mempelajari pengaruh lingkungan terhadap rencana dan melakukan analisis program promosi secara internal. Hal ini sejalan dengan teori mengenai perencanaan tujuan promosi yang disampaikan oleh (Soemanegara, 2006).

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul mengkaji program – program promosi yang digunakan dengan cara menganalisis media promosi serta aktifitas penjualan, hal ini dilakukan guna mengevaluasi efektifitas serta keefisienan media promosi yang digunakan, mempelajari dan memahami kekurangan serta keberhasilan dari tim promosi dalam melakukan kegiatan promosi, mempelajari perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, dan melakukan kajian ulang secara eksternal yang meliputi analisis perilaku konsumen, segmentasi pasar dan target penjualan, serta posisi perusahaan dalam pasar.

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul untuk menentukan sebuah tujuan harus memperhatikan situasi di Kabupaten Bantul, seperti peluang dan tantangan. Yang pertama merupakan situasi struktur organisasi bidang penanaman modal yang terbagi menjadi dua seksi yaitu seksi pengembangan, promosi dan sistem informasi penanaman modal lewat promosi dan seksi pelayanan dan pengendalian penanaman modal, untuk mendukung kinerja Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul dalam melaksanakan tugas dan fungsinya dibantu oleh 36 orang PNS dan 7 orang sebagai tenaga kontrak.

Selanjutnya, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul melakukan pengembangan perencanaan penanaman modal atau penanaman modal dengan melihat peluang serta tantangan dari faktor internal maupun faktor eksternal yang didukung melalui kreatifitas untuk mendorong pengoptimalan pemanfaatan peluang dan melakukan penanggulangan atau meminimalisir tantangan. Dalam hal ini analisis kekuatan lingkungan internal Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul tertera pada laporan kinerja tahun 2018 yaitu sebagai berikut :

- a) Landasan hukum kelembagaan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul.
- b) Landasan hukum penyelenggaraan layanan penanaman modal dan pelayanan terpadu.

- c) Adanya komitmen Kepala Dinas dan seluruh jajaran untuk mewujudkan visi dan misi dinas dengan memberikan kontribusi secara optimal terhadap pencapaian visi dan misi Pemerintah Kabupaten Bantul.

Adapun analisis kelemahan lingkungan internal Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul meliputi :

- a) Kuantitas dan kualitas aparat yang belum memadai sesuai dengan kebutuhan.
- b) Sarana dan prasarana yang belum memadai sesuai kebutuhan.
- c) Media informasi yang terbatas.

Langkah yang selanjutnya yang dilakukan oleh pihak Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu kabupaten Bantul setelah memahami dan mempelajari mengenai peluang dan tantangan yaitu menentukan tujuan dari promosi. Tujuan promosi tersebut untuk mengembangkan potensi – potensi penanaman modal daerah serta melaksanakan promosi yang lebih efektif dengan mempertimbangkan isu – isi strategis yang dapat mempengaruhinya. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaen Bantul dalam upaya mencapai tujuan pengembangan potensi penanaman modal daerah yang telah ditetapkan dan berdasarkan kekuatan dan kelemahan tersebut, maka perlu melakukan :

- a) Sinkronisasi deregulasi.
- b) Pembangunan sistem yang terintegrasi berbasis teknologi dan informasi.
- c) Pelimpahan kewenangan urusan penanaman modal dan penyelenggaraan PTSP.
- d) Penguatan dan pengembangan kinerja kelembagaan.
- e) Penguatan dan pengembangan sistem sinergitas antar stakeholder.
- f) Penerapan Standar Mutu Manajemen/Implementasi ISO.
- g) Peningkatan Kapasitas Kinerja Aparatur Pemerintah.
- h) Peningkatan sarana dan prasarana aparatur.
- i) Pengembangan pemanfaatan teknologi informasi dalam pelayanan publik.
- j) Penyusunan, penerapan, dan monitoring standar pelayanan.
- k) Penyusunan rencana dan pelaksanaan program kegiatan dengan skala prioritas.
- l) Sosialisasi, promosi dan kerjasama penanaman modal serta peningkatan pelayanan perizinan.

Strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul menggunakan media cetak dan elektronika, hal ini disebut sebagai strategi menarik (*pull strategy*), sedangkan strategi komunikasi yang digunakan untuk mendorong penanaman modal dengan melakukan pengenalan atau promosi potensi

penanaman modal disebut sebagai strategi menarik (*push strategy*). Hal ini dilakukan karena anggaran untuk promosi atau pemasaran terbatas.

Strategi komunikasi yang selanjutnya yang dilakukan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu yaitu strategi penyampaian kepada konsumen yang terdiri dari strategi advertising, strategi personal selling, strategi public relations, strategi sales promotion, dll. Dari beberapa strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul untuk promosi yaitu website, advertising dan sales support serta bauran promosi seperti pameran yang bertujuan kegiatan penyajian serta pengkomunikasian potensi penanaman modal.

Tahap perencanaan yang dilakukan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul yaitu eksekusi serta pengaplikasian dari strategi komunikasi pemasaran. Eksekusi media yang digunakan promosi merupakan kegiatan penentuan jenis media, waktu dan biaya tayang yang proposional sesuai dengan anggaran yang telah disediakan. Selanjutnya dilakukan monitoring dan analisis situasi dan proses perencanaan yang keenam adalah respon konsumen. Analisis respon konsumen dilakukan untuk mengetahui pandangan konsumen tentang produk, melihat persepsi konsumen apakah sesuai dengan harapan perusahaan, dan mengetahui pendapat konsumen tentang produk yang ditawarkan (Soemanegara, 2006).

Menurut hasil wawancara dan pengamatan dalam mempromosikan media komunikasi dan promosi dengan saudara BP yaitu media online (website), brosur, prospektus, CD dan flashdisk kartu, video atau infografi. Menurut Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul bahwasannya media tersebut media yang paling efektif dan tepat. Selain itu perencanaan promosi yang dilakkan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul melalui bauran promosi yaitu dengan mengikuti kegiatan pameran – pameran penanaman modal yang diadakan di berbagai wilayah untuk setiap tahunnya.

Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul, telah mengimplementasikan program promosi dengan baik dengan mengaplikasikan seluruh variabel-variabel yang ada dalam promotion mix. Implementasi program promosi yang diterapkan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul sesuai dengan Soemanegara (2006) yang menyatakan bahwa perencanaan promosi yaitu dengan cara merencanakan tujuan, mengidentifikasi pasar dan kebutuhan atau persepsi konsumen, mengevaluasi pencapaian tujuan dan mengevaluasi hambatan - hambatan promosi.

Tujuan utama promosi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul yaitu terwujudnya peningkatan nilai penanaman modal daerah.

2) Segmentasi Pasar

Tahap ini merupakan kegiatan yang mendukung tercapainya tujuan dari strategi yang telah ditentukan. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul harus menentukan target berupa investor, sedangkan untuk pembagian pasar dapat dilihat dari segmen geografis, demografis, psikografik serta tingkah laku. Dalam penentuan target sasaran harus mengingat pesan yang harus tersampaikan secara ideal kepada sasaran pasar supaya tujuan perencanaan strategi dapat tercapai dengan maksimal dengan melakukan sebuah analisis yang tepat agar strategi promosi bisa diterima oleh target yang tepat dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Dengan melakukan analisis terhadap kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) sesuai dengan apa yang tertera di rencana strategi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul. Hal ini dilakukan sebagai salah satu pemetaan Kabupaten Bantul dalam persaingan antar wilayah atau daerah dalam menginformasikan dan mengembangkan potensi potensi penanaman modal.

Menurut peneliti Dinas Penanaman dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul dalam melakukan segmentasi pasar sudah memperhatikan dan melakukan aspek – aspek apa saja yang ada pada tahap segmentasi pasar. Akan tetapi, belum maksimal atau optimal dalam pelaksanaannya.

3) Merancang Pesan Promosi

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul ingin menyampaikan pesan promosi yang didalamnya memuat potensi – potensi penanaman modal yang ada di kabupaten Bantul, keunggulan dan profil Kabupaten Bantul. Berdasarkan pernyataan tersebut, menurut peneliti Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan terpadu Kabupaten Bantul telah melakukan dan memenuhi aspek pesan, hal ini dilihat melalui berbagai media yang telah digunakan serta kegiatan bauran yang telah dilaksanakan. Namun hal ini masih perlu diperhatikan lagi dan dipertimbangkan lagi supaya efek yang diharapkan banyaknya investor dalam negeri maupun investor dari luar negeri yang tertarik untuk berpenanaman modal di Kabupaten Bantul.

4) Pemilihan Media Promosi

Menurut Tjiptono (2008) menjelaskan bahwa dalam pemilihan media memerlukan dua keputusan meliputi media apa yang akan digunakan dan sarana media apa yang akan dipakai. Dua metode yang digunakan untuk menentukan pemilihan media yaitu sebagai berikut :

- a) *Cost-Per-Thousand Contacts Comparison.*
- b) *Matching of Audience and Media Characteristic.*

Merencanakan media promosi adalah salah satu hal yang harus direncanakan dengan matang. Pengembangan dan perencanaan kegiatan diawali dengan pengkajian terhadap perencanaan pemasaran

sebelumnya. Tujuan dari penyampaian pesan dengan memilih saluran komunikasi adalah menyampaikan kepada khalayak adanya sebuah informasi dengan tujuan untuk memberitahu, membujuk, dan mengajak untuk mengikuti apa yang ada pada pesan tersebut, dalam hal ini pesan yang disampaikan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul bertujuan untuk meningkatkan investor untuk melakukan penanaman modal di Kabupaten Bantul. Pemilihan media komunikasi juga harus disesuaikan dengan anggaran yang ditetapkan.

Menurut peneliti, pemilihan media komunikasi dan media promosi yang diterapkan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Kabupaten Bantul untuk promosi relatif cukup baik, apabila dilihat dari terbatasnya anggaran atau dana untuk promosi.

2. Tahap Pelaksanaan Promosi

Menurut Tjiptono (2008) promosi yaitu salah satu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran merupakan aktivitas pemasaran yang berujuan untuk memberikan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produk agar dapat diterima, membeli, serta loyal pada produk yang dipasarkan. Kegiatan ini terdiri dari tiga tahap yaitu pelaku komunikasi, material komunikasi dan proses komunikasi. Selanjutnya, dapat dilakukan eksekusi media atau aplikasi komunikasi pemasaran.

Dalam pelaksanaan strategi promosi, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul untuk menginformasikan potensi – potensi penanaman modal Kabupaten Bantul dengan mengikuti pameran – pameran penanaman modal sebagai alat promosi. Pameran penanaman modal tersebut meliputi Intradex Expo 2019, APKASI Otonomi Daerah 2019 dan SIATTEC Expo 2019. Menurut peneliti bahwasannya Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul telah melaksanakan secara maksimal dalam memperkenalkan potensi – potensi penanaman modal yang ada di Bantul dengan mengikuti kegiatan pameran – pameran yang diadakan di berbagai wilayah setiap tahunnya. Untuk promosi yang dilakukan melalui media online ataupun media offline yang sifatnya hanya menginformasikan sebelum kegiatan pameran – pameran penanaman modal yang diikuti oleh pihak Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul.

Pemilihan bentuk bauran promosi yang digunakan sebagai strategi dalam memperkenalkan potensi – potensi penanaman modal yang ada di Kabupaten Bantul yaitu periklanan (*advertising*) dengan bentuk media online ataupun offline, kegiatan pameran (*exhibition*) dan hubungan masyarakat (*public relations*) oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul disesuaikan dengan anggaran dan kebutuhan. Keseluruhan program komunikasi pemasaran perusahaan, yang disebut bauran promosi (*promotion mix*) yang terdiri atas bauran khusus

antara lain periklanan, personal selling, promosi penjualan, hubungan masyarakat (public relations), dan direct marketing.

Dalam melakukan *public relations* Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu kabupaten Bantul mengadakan pertemuan dengan para pengusaha industri kreatif yang erada di sekitar kabupaten Bantul dalam rangka kerjasama dalam pengelolaan industri ekonomi kreatif yang menjadi salah potensi penanaman modal di kabupaten Bantul.

3. Tahap Evaluasi Promosi

Setelah pelaksanaan promosi penanaman modal Kabupaten Bantul pada tahun 2016 dan 2017 Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul melakukan perencanaan, menentukan media dan melaksanakan program promosi sebaiknya melakukan evaluasi terhadap program – program promosi yang dilakukan. Untuk evaluasi promosi dapat dilakukan secara internal maupun eksternal. Untuk evaluasi program promosi secara internal yaitu analisis terhadap kompetensi sumber daya manusia, para staff atau tim promosi, mengevaluasi serta meninjau kembali hasil program. Sedangkan untuk evaluasi program promosi secara eksternal dapat dilakukan dengan melihat analisa perilaku konsumen, segmentasi pasar dan target penjualan, serta posisi perusahaan dalam pasar.

Evaluasi media promosi dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi dari media yang digunakan, mempelajari perkembangan

teknologi komunikasi dan informasi, mempelajari keberhasilan dan kekurangan dari tim promosi dan mengembangkan tujuan dan pencapaian kegiatan. Pengkajian yang terpenting terhadap program promosi adalah melakukan analisa terhadap media promosi dan aktivitas penjualan. Dengan melakukan analisa media promosi kita dapat mengetahui keefektifan media promosi yang kita gunakan.

Berdasarkan pernyataan tersebut dalam hal mengukur hasil promosi peneliti menilai Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul telah melakukan tahap ini dengan cukup baik. Berdasarkan laporan kinerja tahun 2018 Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul diatas, evaluasi dilakukan dengan melihat realisasi penanaman modal dengan target yang telah ditetapkan sebelumnya. Pengukuran efektifitas sangat penting dilakukan agar mengetahui apakah tujuan sudah tercapai atau tidak, kemudian juga selain itu berguna sebagai pembandingan dan menjadikan bahan evaluasi untuk program-program maupun perencanaan promosi yang akan dikerjakan pada tahun-tahun selanjutnya.

Dalam mengevaluasi hasil promosi, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten bantul menggunakan analisis secara eksternal dengan melihat realisasi penanaman modal dengan target yang telah ditetapkan sebelumnya. Promosi yang dilakukan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu kabupaten Bantul cukup menunjukkan keberhasilan dikarenakan penanaman modal pada tahun 2019

mencapai target akan tetapi pertumbuhan penanaman modalnya tidak tercapai. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul juga melakukan pengkajian terhadap program-program promosi dengan melakukan analisis terhadap media promosi dan aktifitas penjualan yaitu dengan cara mengevaluasi efektifitas dan efisiensi media yang telah digunakan, mempelajari perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, mempelajari keberhasilan atau kekurangan tim promosi penjualan dan target sasaran serta mengembangkan tujuan dan pencapaian kegiatan komunikasi. Tinjauan ulang secara eksternal meliputi analisis perilaku konsumen, segmentasi pasar dan target penjualan, serta posisi perusahaan dalam pasar. Dengan dilakukannya evaluasi diharapkan dapat memperbaiki sistem dan program promosi. Dalam tahap evaluasi ini juga Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul melakukan rapat koordinasi tim promosi dan koordinasi informal bidang untuk melakukan kebijakan yang selanjutnya dengan membuat laporan kinerja atau laporan pertanggungjawaban (LPJ).