

# **STRATEGI PROMOSI PENANAMAN MODAL DI KABUPATEN BANTUL**

**Vega Ersivita Sari**

Program Studi Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas  
Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya (Lingkar Selatan), Tamantirto,  
Kasihan, Bantul

Daerah Istimewa Yogyakarta 55183

Email : [vegaersivita22@gmail.com](mailto:vegaersivita22@gmail.com)

## **INTISARI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang digunakan untuk meningkatkan penanaman modal di Kabupaten Bantul dan untuk mengetahui faktor pendorong dan faktor penghambat yang dihadapi dalam meningkat penanaman modal di Kabupaten Bantul yang dilaksanakan oleh pihak Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metodologi triangulasi. Dari hasil penelitian diketahui strategi promosi yang digunakan DPMPT Bantul yaitu menggunakan strategi analisa pasar dengan adanya tahapan perencanaan, tahapan implementasi dan tahapan evaluasi. Strategi tersebut digunakan untuk melakukan promosi potensi – potensi penanaman modal di berbagai sektor yang ada di Kabupaten Bantul. Promosi yang digunakan yaitu bauran promosi seperti periklanan online maupun offline, hubungan masyarakat, promosi penjualan dan dengan bauran promosi seperti pameran. Evaluasi yang dilakukan melalui evaluasi strategis dan evaluasi tahunan dengan pembuatan laporan kinerja tahunan dan dilakukannya pengkajian terhadap program –program promosi yang telah dilakukan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwasannya strategi promosi yang efektif untuk dilakukan yaitu dengan mengikuti kegiatan penanaman modal setiap tahunnya diberbagai wilayah, salah satu kegiatan pameran yang pernah diikuti oleh DPMPT Kabupaten Bantul yaitu SIATTEC Expo tahun 2019. Faktor pendorong untuk meningkatkan penanaman modal di Kabupaten Bantul yaitu adanya pemberian insentif dan disinsentif dalam pengelolaan kawasan penanaman modal, prioritas sektor penanaman modal dan upaya koordinasi atau kerjasama untuk mempromosikan serta adanya penetapan kawasan industri dan pengembangan kawasan strategis. Faktor penghambat untuk meningkatkan penanaman modal di Kabupaten Bantul yaitu terbatasnya bahan promosi dikarenakan anggaran yang terbatas, belum adanya kesepahaman dan sinergitas dari stakeholder, sarana dan praarana yang belum

memadai sesuai kebutuhan dan kuantitas serta kualitas aparat yang belum memadai, media informasi yang terbatas.

**Kata Kunci :** Strategi Promosi, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu, Potensi Penanaman Modal, Kabupaten Bantul.

### **ABSTRACT**

*This research aims to determine the promotion strategy used to increase investment in Bantul Regency and to find out the driving factors and inhibiting factors encountered in increasing investment in Bantul Regency carried out by the Investment and Integrated Services Office of Bantul Regency. This study uses a qualitative descriptive approach with the triangulation methodology. From the research results it is known that the promotion strategy used by DPMPT Bantul is to use a market analysis strategy with the stages of planning, implementation stages and evaluation stages. This strategy is used to promote investment potentials in various sectors in Bantul Regency. Promotions used are promotional mixes such as online and offline advertising, public relations, sales promotions and with promotional mixes such as exhibitions. The evaluation is carried out through strategic evaluation and annual evaluation by making an annual performance report and conducting an assessment of the promotion programs that have been carried out. The conclusion of this research is that an effective promotional strategy to be carried out is by participating in investment activities every year in various regions, one of the exhibition events that has been attended by the Bantul Regency DPMPT namely SIATTEC Expo in 2019. The driving factors for increasing investment in Bantul Regency are the provision of incentives and disincentives in the management of investment areas, investment sector priorities and efforts to coordinate or cooperate to promote and the establishment of industrial zones and the development of strategic areas. Inhibiting factors to increase investment in Bantul Regency are limited promotional materials due to limited budget, lack of understanding and synergy of stakeholders, inadequate facilities and infrastructure according to the needs and quantity and inadequate quality of apparatus, limited information media.*

**Keywords :** Promotion Strategy, DPMPT, Investment Potential, Bantul Regency.

## PENDAHULUAN

Dalam penelitian ini akan menganalisis serta membahas strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan penanaman modal di Kabupaten Bantul dan faktor pendorong serta faktor penghambat apa saja yang dapat mempengaruhi penanaman modal di Kabupaten Bantul yang telah dilakukan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penanaman modal merupakan salah indikator atau upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu daerah, dikarenakan penanaman modal akan mendorong pertumbuhan ekonomi serta mampu meningkatkan kapasitas suatu daerah ataupun wilayah dalam proses penciptaan output untuk perekonomian. Secara langsung penanaman modal dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara umum dan akan memberikan dampak positif terhadap kapasitas fiskal daerah.

Definisi penanaman modal menurut pandangan islam yaitu penanaman atau penyertaan modal untuk melakukan bidang usaha tertentu yang mana kegiatan usaha tersebut harus sesuai dengan prinsip – prinsip syari'ah. Dalam pandangan islam bahwasannya kegiatan penanaman modal diperbolehkan, karena untuk mendapatkan kesejahteraan umat secara lahir maupun batin agar sumber daya (modal) tidak hanya disimpan. Dalam Al – Qur'an terdapat beberapa ayat – ayat yang menjelaskan tentang penanaman modal yaitu sebagai berikut :

## 1. QS. Al Baqarah : 268

*“Perempumaan nafkah (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang – orang yang menafkakan hartanya di jalan Allah adalh serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada setiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki dan Allah Maha Luas (karunia=Nya) lagi Maha Mengetahui.”*

## 2. QS. An Nisa : 9

*“Dan hendaklah takut kepada Allah orang – orang yang seandainya meninggalkan di belakang mereka keturunan yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.”*

## 3. QS. Yusuf : 47 – 49

*“Yusuf berkata: supaya kalian bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; maka apa yang kalian tuai hendaklah kalian biarkan bulirnya kecuali sedikit untuk kalian makan. Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang amat sulit, yang menghabiskan apa yang kalian simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kalian simpan. Kemudian setelah itu akan datang tahun yang padanya manusia diberi hujan (dengan cukup) dan di masa itu mereka memeras anggur.”*

Pembangunan ekonomi daerah ditujukan pada pertumbuhan ekonomi yang merata serta berkelanjutan dan mampu beraing secara sehat melalui pengembangan penanaman modal, seperti Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) maupun Penanaman Modal Asing (PMA). Untuk mendukung perkembangan penanaman modal maka perlu diciptakannya iklim penanaman modal atau penanaman modal yang kondusif serta adanya agenda – agenda yang komprehensif yang terdiri dari :

1. Merumuskan kebijakan mengenai penanaman modal.
2. Memperbaiki peraturan dan regulasi.
3. Memperbaiki dukungan dan layanan birokrasi.
4. Mengembangkan promosi potensi daerah.

5. Mengembangkan kemitraan.
6. Mengembangkan regional manajemen.
7. Mengembangkan *business networking*.
8. Mempertajam strategi belanja publik.

**TABEL 1. 1**

Nilai PMDN & PMA Kabupaten Bantul Tahun 2013-2018

<b>Tahun</b>	<b>Nilai Penanaman modal PMA (Rp)</b>	<b>Nilai Penanaman modal PMDN (Rp)</b>
<b>2013</b>	<b>204.205.834.760,00</b>	<b>541.527.425.654,89</b>
<b>2014</b>	<b>332.212.175.756,00</b>	<b>543.768.413.437,84</b>
<b>2015</b>	<b>415.919.685.134,00</b>	<b>557.333.697.000,94</b>
<b>2016</b>	<b>550.714.055.730,00</b>	<b>564.682.781.966,05</b>
<b>2017</b>	<b>655.549.055.730,00</b>	<b>601.765.581.966,05</b>
<b>2018</b>	<b>740.109.755.730,00</b>	<b>666.256.881.966,05</b>

*Sumber* : Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu (DPMPT) Bantul

Tabel diatas menunjukkan kondisi real dari Penanaman Modal Dalam Negeri dan Penanaman Modal Asing di Kabupaten Bantul dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2018 yang mengalami peningkatan secara signifikan setiap tahun dari berbagai sektor. Sektor – sektor inilah yang mejadi potensi untuk penanaman modal dalam negeri maupun penanaman modal asing di Kabupaten Bantul, antara lain:

1. Sektor ekonomi kreatif.
2. Sektor pendidikan.

3. Sektor pangan.
4. Sektor insfrastruktur.
5. Sektor energi.

Untuk mendorong keberhasilan penanaman modal di Kabupaten Bantul agar setiap tahunnya meningkat, maka diperlukan adanya kebijakan yang berkaitan dengan penanaman modal, peningkatan kualitas pelayanan serta prosedur yang legal untuk investor serta diperlukan adanya strategi promosi yang tepat dengan tujuan untuk mendorong jumlah nilai penanaman modal di Kabupaten Bantul, DIY yang dilakukan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu (DPMPT) Kabupaten bantul serta pihak – pihak yang berwenang dibidang penanaman modal.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk menganalisis “Strategi Promosi Penanaman Modal Di Kabupaten Bantul”.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan penulis, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi promosi penanaman modal di Kabupaten Bantul ?
2. Faktor pendorong dan faktor penghambat apa saja yang dihadapi dalam meningkatkan penanaman modal di Kabupaten Bantul ?

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi promosi penanaman modal di Kabupaten Bantul dan untuk mengetahui faktor pendorong dan faktor penghambat yang dihadapi dalam meningkatkan penanaman modal di Kabupaten Bantul.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan secara praktis, dengan rincian sebagai berikut :

1. Secara teoritis, penelitian ini menambah pengetahuan dan wawasan tentang dalam bidang ilmu ekonomi khususnya mengenai penanaman modal serta dalam bidang ilmu komunikasi khususnya mengenai *public relations*.
2. Bagi pengambil kebijakan, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang berguna di dalam memahami strategi promosi dalam meningkatkan penanaman modal sehingga dapat dijadikan sebagai bahan tinjauan bagi pihak – pihak terkait dalam menentukan kebijakan.
3. Manfaat bagi penulis, penelitian ini dapat menambah wawasan penulis tentang strategi promosi untuk meningkatkan penanaman modal disuatu daerah.

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Objek dalam penelitian ini terdiri dari pihak – pihak yang berwenang serta berkompeten untuk memberikan informasi mengenai kondisi iklim penanaman modal, perkembangan nilai penanaman modal dan strategi promosi untuk meningkatkan penanaman modal di Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yaitu Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu (DPMPT) Bantul.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel “*purposive sampling*” yang digunakan untuk menentukan sampel. Teknik *purposive*

*sampling* yaitu pemilihan subjek penelitian dan lokasi penelitian yang bertujuan untuk memahami pokok permasalahan yang sudah tertera pada rumusan masalah penelitian yaitu Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu (DPMPT) Kabupaten Bantul. Dengan tujuan agar data atau informasi yang diperoleh akurat serta mendalam mengenai penanaman modal di Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Kriteria informan dalam penelitian ini sebaiknya memenuhi kriteria sebagai berikut ini :

1. Menguasai serta memahami mengenai penanaman modal ataupun kegiatan yang tengah diteliti.
2. Memiliki waktu yang memadai untuk dimintai informasi ataupun data.
3. Mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi hasil olahan mereka sendiri.
4. Mereka yang semulanya cukup asing dengan peneliti sehingga lebih menggairahkan untuk dijadikan semacam guru atau narasumber.

Mendasar dari uraian di atas sumber data atau informan atau narasumber yang dituju adalah aparatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Pengumpulan data merupakan teknik untuk mendapatkan data yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan data yang diperoleh melalui teknik wawancara dan teknik dokumentasi sebagai berikut :



## 1. Teknik Wawancara

Teknik wawancara digunakan untuk menyajikan konstruksi saat sekarang dalam suatu konteks untuk mengenali pribadi, peristiwa, aktivitas, organisasi, perasaan, motivasi, tanggapan atau persepsi untuk merekonstruksi sebagai bagian dari pengalaman masa lampau dan memproyeksikan hal-hal untuk dikaitkan dengan harapan yang bisa terjadi di masa yang akan datang (Sutopo, 2002).

Menurut Mulyana (2014) menjelaskan wawancara merupakan bentuk komunikasi antara dua orang yang melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan beberapa pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu. Dalam hal ini alat yang digunakan untuk pengumpulan data disebut sebagai pedoman wawancara. Wawancara dapat disimpulkan sebagai salah satu alat pengumpul informasi atau komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau dua arah secara lisan. Terdapat dua bentuk wawancara secara garis besar yang dibagi menjadi dua bagian yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Definisi dari wawancara terstruktur merupakan bentuk wawancara baku yang artinya sudah ditetapkan susunan pertanyaan dengan pilihan-pilihan jawaban yang sudah disediakan. Sedangkan wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara mendalam, wawancara intensif, wawancara kualitatif dan wawancara terbuka. Dalam wawancara tidak terstruktur peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun secara sistematis dan lengkap pengumpulan

datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur atau wawancara terbuka yang dilakukan untuk mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya dari pihak Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul. Akan tetapi *interview guide* tetap digunakan sebagai acuan arah pembicaraan, namun pembicaraab lebih bersifat luwes dan mengalir supaya pada saat wawancara tidak terlalu kaku dan formal. Harapannya dengan pembicaraan yang lebih santai maka data yang didapat juga bisa lebih mendalam.

## 2. Teknik Observasi

Obervasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengupulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Obervasi dapat dilakukan secara partisipatif ataupun nonpartisipatif. Observasi partisipatif yaitu pengamat ikut sebagai peserta dalam kegiatan yang sedangberlangsung. Sedangkan observasi nonpartisipatif pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan, peneliti hanya berperan mengamati kegiatan. Observasi sebagai teknik pengumulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik wawancara dan kuesioner, karena observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik nonpartisipatif. Tentang apa yang telah dilakukan oleh pengelola berupa alat apa yang digunakan untuk promosi.

### 3. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan dengan penelitian (Riduwan, 2010).

Dokumentasi informasi yang tertulis ataupun tercetak yang dapat berbentuk tulisan tangan atau masih dalam bentuk naskah tercetak, diterbitkan atau belum diterbitkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwasannya dokumentasi ialah data yang diperoleh langsung oleh penulis atau peneliti berupa dokumen, arsip-arsip, buku, brosur serta *leaflet* yang relevan dengan permasalahan yang sedang diteliti untuk kelengkapan data.

Dalam penelitian ini teknik dokumentasi peneliti mengumpulkan data publikasi dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Bantul untuk memperoleh data laju pertumbuhan ekonomi Kabupaten Bantul serta data perkembangan nilai penanaman modal Kabupaten Bantul yang diperoleh dari data publikasi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu (DPMPT) Kabupaten Bantul, dll.

Analisis data merupakan penyusunan data secara sistematis dari data yang diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi, studi pustaka dan sebagainya. Kemudian dilakukan pengumpulan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah untuk dipahami oleh diri sendiri ataupun orang lain (Sugiyono, 2012).

Dalam penelitian kualitatif terdapat dua proses dalam analisis data yaitu sebagai berikut :

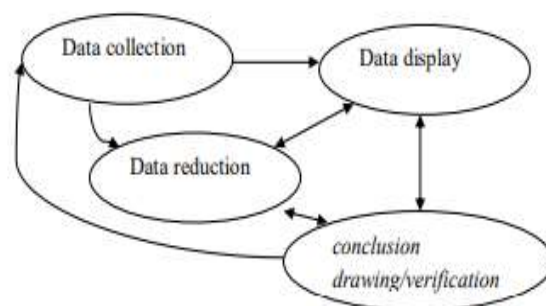
1. Analisis data sebelum di lapangan :

Dalam analisis data sebelum di lapangan yang dilakukan oleh peneliti yaitu studi data sekunder yang akan digunakan sebagai titik fokus dalam penelitian. Analisis data ini masih bersifat sementara saja.

2. Analisis data selama di lapangan :

Analisis data selama di lapangan merupakan tahapan pengumpulan data selama wawancara terhadap jawaban dari informan yang diwawancarai sampai dengan jawaban dari informan dianggap sudah kredibel.

yang dapat digambarkan pada gambar berikut ini



### **GAMBAR 3. 1**

#### **Komponen Analisis Data**

Dari gambar diatas dapat dijelaskan komponen analisis data yaitu sebagai berikut :

##### **1. *Data Reduction* (Reduksi Data)**

Reduksi data berarti merangkum atau memilih hal-hal pokok dari data yang diperoleh selama berada di lapangan secara teliti dan rinci serta membuang hal-hal yang tidak penting dari data yang diperoleh tersebut. Setelah dilakukan reduksi data maka akan didapatkan gambaran atau rangkuman yang lebih jelas dan dapat mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data yang selanjutnya (Sugiyono, 2012).

##### **2. *Data Display* (Penyajian Data)**

Untuk penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sebagainya. Dengan adanya penyajian data maka data terorganisir atau tersusun dalam pola hubungan sehingga akan mudah untuk dipahami (Sugiyono, 2012).

##### **3. *Conclusion Drawing/verification***

Langkah terakhir dalam komponen analisis data yaitu penarikan kesimpulan serta verifikasi. Yang diharapkan dari kesimpulan dalam penelitian kualitatif yaitu adanya kesimpulan

untuk penyelesaian permasalahan dari penyajian data tersebut. Sehingga dapat dipahami dengan mudah dan jelas yang berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis ataupun teori (Sugiyono, 2012).

## **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.

### **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 terintegra 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 monev 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).