

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Kekayaan alam yang dimiliki Indonesia sepenuhnya diatur oleh negara sesuai dengan Undang-Undang Dasar 1945 pasal 33 ayat 3 yang berbunyi “bumi, air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat”. Pemerintah pusat mempunyai kewajiban dalam penerapan UUD tersebut dengan cara mengelola potensi yang dimiliki demi kemaslahatan rakyat. Namun dalam prakteknya pemerintah pusat mengalami keterbatasan dalam proses pengelolaan tersebut, wilayah Indonesia yang luas menjadi penyebab utama. Maka dari itu pemerintah pusat membutuhkan peran pemerintah daerah untuk mengelola dan mengatur potensi alam yang berada di daerah masing-masing guna mewujudkan pemerataan pembangunan di seluruh wilayah Indonesia.

Berdasarkan Undang-Undang No 25 tahun 2004 tentang sistem perencanaan pembangunan nasional dan kemudian menurut Undang-Undang No 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang merupakan revisi dari UU No. 22 Tahun 1999 mengenai otonomi daerah, dapat dilihat bahwa otonomi daerah merupakan pemberian hak kepada daerah untuk mengatur rumah tangganya sendiri. Pemerintah daerah memiliki kebebasan untuk mempunyai ide dan kreatifitas untuk

dapat mengelola segala potensi daerah secara maksimal, sehingga segala potensi yang ada dapat meningkatkan pendapatan daerah. Namun demikian urusan daerah menjadi semakin besar. Oleh karena itu, dalam menyelenggarakan otonomi daerah diperlukan kesiapan dari pemerintah itu sendiri baik di bidang keuangan, sumber daya manusia, sarana dan prasarana.

Dengan begitu pemerintah daerah mempunyai wewenang untuk mengelola sumber daya maupun potensi yang ada di daerahnya demi mewujudkan kesejahteraan penduduk dengan memanfaatkan segala potensi yang ada di daerah seperti lahan pertanian, lokasi pariwisata, zona industri. Dalam pengelolaan potensi yang dimiliki daerah pemerintah mempunyai keterbatasan baik dari sumber dana maupun sumber daya manusia sehingga pemerintah membutuhkan peran pihak swasta untuk berinvestasi bekerja sama membangun daerah.

Investasi merupakan salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi daerah. Untuk menarik maupun untuk mempertahankan investor yang telah ada pemerintah telah merancang berbagai macam aktivitas yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik dengan para investor. Komunikasi merupakan unsur penting dalam membangun hubungan yang baik dan efektif, karena keberhasilan pemerintah daerah dalam merangkul investor ditentukan oleh pesan yang disampaikan kepada investor dan bagaimana pemahaman investor terhadap pesan tersebut.

Investor yang dapat disebut juga sebagai pemegang saham (*shareholder*) merupakan pihak yang berinvestasi pada perusahaan. Pada hakikatnya investasi merupakan penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan akan memperoleh keuntungan dimasa yang akan datang (Halim, 2005:2). Hal terpenting bagi investor adalah bagaimana memperoleh keuntungan dari investasi yang telah dilakukan dan mengembalikan modal awal investasi. Abdul Halim menjelaskan investasi umumnya dibedakan menjadi dua:

1. Investasi pada aset finansial

Investasi pada aset-aset finansial dilakukan di pasar uang, misalnya berupa sertifikat deposito, *commercial paper*, surat berharga pasar uang, dan lainnya. Investasi juga bisa dilakukan di pasar modal, misalnya berupa saham, obligasi, waran, opsi dan lain-lain.

2. Investasi aset-aset riil

Investasi pada aset-aset riil dapat berbentuk pembelian aset produktif, pendirian pabrik, pembukaan pertambangan, pembukaan perkebunan dan lainnya.

Seiring dengan terus bergulirnya arus globalisasi yang didukung dengan perkembangan teknologi, membuat para investor asing mulai melirik Indonesia sebagai salah satu pasar yang menjanjikan, tren investasi yang semula terpusat di daerah perkotaan khususnya ibukota negara dan sekitarnya kini telah berubah, para

pemilik modal yang berasal dari luar negeri mulai berani menanamkan modal di daerah. Potensi daerah yang belum banyak dieksplor serta ketersediaan lahan yang luas merupakan salah satu faktor pendorong masifnya arus perpindahan tren investasi dari kawasan kota ke daerah. Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi yang secara geografis terletak di tengah Pulau Jawa, hal tersebut menjadi salah satu nilai tambah karena secara teknis akan mempermudah teknis pendistribusian barang, maka tidak heran jika provinsi ini menjadi salah satu wilayah favorit bagi pemilik modal asing, pada tahun 2014 tercatat ada 6 negara yang menanamkan modalnya di Jawa Tengah, dan Singapura menjadi negara dengan nilai investasi terbesar, informasi lebih detail dapat dilihat di tabel berikut:

Gambar 1

Tabel Penanaman Modal Asing Tahun 2014

Asal Negara	Jumlah Proyek	Nilai Investasi (dalam Juta US\$)
Korea Selatan	24	4.34
Singapura	17	42.87
Jepang	10	21.76
Taiwan	9	9.50
Hong Kong	6	6.01
China	2	1.22

Sumber: <http://www.kendalindustrialpark.co.id/id/cj-economic.html> diakses

16 Desember 08.05

Salah satu program pemerintah Jawa Tengah yang terus didorong adalah pengembangan Kawasan Industri Kendal, kawasan industri yang mulai dirintis sejak tahun 2012 tersebut terletak dekat dengan Ibukota Provinsi Jawa Tengah dan diyakini akan mendorong roda perekonomian nasional. Pemerintah Kabupaten Kendal telah menyediakan lahan untuk dikelola sebagai kawasan industri seluas 2.770 ha. Sebagai faktor pendukung pemerintah Kabupaten Kendal menyediakan kemudahan dalam pelayanan perizinan yang diurus dalam satu atap (*one stop service*). Hal ini sebagaimana yang dimuat oleh koran Radar Pekalongan:

Pemerintah kabupaten akan memberikan kemudahan bagi para calon investor yang akan berinvestasi di Kendal. Terlebih hal ini sudah termaktub dalam Perda No 26 tahun 2011 Tentang Pemberian Insentif dan Pemberian Kemudahan Penanaman Modal di Kabupaten Kendal. (<http://www.radarpekalongan.com/88048/kawasan-industri-kendal-rampung-tak-ada-lagi-pengangguran/> diakses tanggal 15 Desember 2015 jam 19.00 WIB).

PT KIK adalah sebuah perusahaan pengembang yang bergerak di bidang pembelian lahan, penyewaan lahan, dan pembangunan pabrik di kawasan industri. PT KIK merupakan anak dari PT Jababeka, perusahaan tersebut merupakan pihak yang telah mengakusisi lahan seluas 2.770 ha di Kawasan Industri Kendal dengan investasi sebesar 8 triliun. Walaupun PT Kawasan Industri Kendal bukan milik pemerintah namun pemerintah juga memiliki peran dalam mempromosikan KIK melalui Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPMPPT) yang merupakan badan dengan wewenang mengelola perihal penyusunan dan pelaksanaan kebijakan daerah di bidang investasi.

Pada tahun 2013 investasi yang masuk di Kabupaten Kendal mencapai Rp 172.150.000.000. Adanya Kawasan Industri Kendal pemerintah Kabupaten Kendal mulai menekankan kegiatan *investor relations* pada tahun tersebut, ditunjukkan dengan keikutsertaan BPMPT Kabupaten Kendal dalam delapan pameran. Hasilnya pada tahun 2014 nilai investasi yang masuk mengalami peningkatan dengan 317 usaha menjadi Rp 179.837.246984. Seiring dengan terus berkembangnya lahan yang dikelola oleh PT KIK serta terus berjalannya program *investor relations*, seharusnya nilai investasi yang masuk di Kabupaten Kendal pada tahun berikutnya juga mengalami peningkatan atau stabil. Namun pada kenyataannya nilai investasi pada tahun 2015 justru mengalami penurunan dengan menjadi 134 usaha Rp 81.434.213.002. Berikut ini adalah detail investasi yang masuk pada tahun 2013, 2014 dan 2015:

Tabel 1

Tabel Investasi Masuk Tahun 2013, 2014 dan 2015

Uraian	2013		2014		2015	
	Jumlah Unit Usaha	Nilai Investasi (juta)	Jumlah Unit Usaha	Nilai Investasi	Jumlah Unit Usaha	Nilai Investasi (juta)
Industri	6	41,344.00	14	10,158.29	21	20,770.71
Perdagangan, Hotel dan Makanan	149	42,028.00	242	140,258.21	89	49,505.35
Pengangkutan dan Komunikasi	9	2,657.00	7	2,188.19	4	2,243.17
Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan	5	75,504.00	15	1,482.58	1	300.00
Jasa-jasa	61	10,617.00	39	25,819.95	19	8,614.97
Jumlah (juta)	230	172,150.00	317	179,837.24	134	81,434.21

Sumber: Dokumen BPMPT Kabupaten Kendal tahun 2015

Pada akhir tahun 2015 Kabupaten Kendal memperoleh penghargaan Regional Marketing Award 2015 dari Dewan Perwakilan Daerah (DPD) dan firma pemasaran Markplus, katagori Kabupaten sebagai pengakuan atas potensi Kabupaten Kendal dan promosi yang dilakukan BPMPT sehingga menarik investasi skala besar. Hal inilah yang menjadi alasan dilakukannya penelitian pada tahun 2015. Namun berdasarkan data investasi yang masuk di atas dapat disimpulkan bahwa terjadi penurunan investasi yang masuk ke Kabupaten Kendal pada tahun 2015. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat permasalahan yang terjadi dalam kegiatan pengelolaan investasi.

Lokasi Kabupaten Kendal yang strategis dan dengan segala potensi yang ada telah menarik perhatian para calon investor untuk tidak hanya terfokus pada Semarang sebagai pusat investasi di Jawa Tengah, berdirinya PT Kawasan Industri Kendal selaku pihak penyedia lahan juga turut mendorong geliat investasi di Kabupaten Kendal. Banyaknya investor yang masuk ke Kabupaten Kendal maka diperlukan sebuah divisi yang bertugas untuk melakukan pengelolaan terhadap keperluan dan kebutuhan para calon investor dengan menyediakan informasi lengkap tentang potensi dan prosedur penanaman modal di Kabupaten Kendal, selain itu diperlukan pula fungsi pengawasan dan pembinaan terhadap investor yang telah ada sebelumnya.

Atas dasar hal tersebut maka dilakukan berbagai kegiatan pengelolaan investor dan calon investor. Dalam lingkup pemerintah Kabupaten Kendal peran



ini dijalankan oleh Badan Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu dan bagian Hubungan Masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ibu Safiah pada tanggal 11 Januari 2016 selaku Kabid. Penanaman Modal BPMPT Kabupaten Kendal diketahui ada tiga aktivitas yang dijalani oleh divisi *investor relations*, diantaranya:

#### 1. Menarik investasi

Kegiatan menarik investasi adalah aktivitas rutin yang dilakukan oleh BPMPT dengan merumuskan sebuah pesan yang hendak disampaikan kepada calon investor, selain itu ditentukan pula media-media yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut yaitu melalui media cetak, media elektronik, media baru dan pameran. Kegiatan-kegiatan tersebut mesinergikan sehingga terbentuk sebuah saluran komunikasi yang saling mendukung guna memaksimalkan aktivitas promosi.

#### 2. Perizinan

Salah satu tahap paling penting dalam penanaman investasi di sebuah daerah adalah tahap perizinan, di Kabupaten Kendal perizinan investasi ditugaskan kepada BPMPT. Perizinan tersebut kini dapat dilakukan melalui satu pintu, sehingga meningkatkan permohonan izin yang dahulu terkendala birokrasi yang panjang. Hal ini juga menjadi salah satu strategi promosi dengan menunjukkan sisi kemudahan dalam permohonan perizinan.

### 3. Menjalin hubungan dengan investor yang telah ada

Investor terdahulu yang telah menanamkan modalnya di Kabupaten Kendal menjadi salah satu elemen penting yang harus terus dirangkul agar mencitrakan kepedulian pemerintah Kabupaten Kendal kepada investor, hal ini juga menjadi salah satu peran dari *investor relations* melalui berbagai aktivitas yang dilakukan oleh BPMPT dan humas, aktivitas tersebut diantaranya adalah publikasi informasi yang berkaitan dengan investasi, pertemuan rutin dengan para investor, pembuatan laporan dan kunjungan perusahaan. Hal-hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan harmonisasi antara pihak pemerintah dengan para investor.

Kegiatan utama kita sebenarnya ada banyak, tapi kalau dikategorikan ada menarik investasi, kegiatan perizinan, dan membangun relasi dengan para investor yang telah ada. Semua kegiatan tersebut masih ada sub kegiatan-kegiatan lagi yang terlalu panjang untuk dijelaskan, namun secara garis besar ya seperti itulah kegiatan yang dilakukan oleh BPMPT (wawancara Safiah Kepala Bidang Penanaman Modal BPMPT Kabupaten Kendal tanggal 11 Maret 2016).

Ditetapkannya Kabupaten Kendal sebagai zona ekonomi khusus dengan berbagai pertimbangan baik teknis maupun non teknis, menunjukkan bahwa pemerintah pusat menjadikan Kendal sebagai salah satu akses masuknya investasi ke Jawa Tengah. Hal tersebut juga menjadi salah satu program pemerintah Jawa Tengah untuk menyelesaikan permasalahan Semarang yang secara teknis mengalami *overload* terkait investasi, Kendal diproyeksikan menjadi *Greater Semarang, The Investment Gate of Central Java*, yang berarti bahwa Kabupaten

Kendal akan menjadi penyangga utama Semarang yang menjadi pusat investasi di Jawa Tengah dengan lokasi Kabupaten Kendal berbatasan langsung dengan Semarang menjadi salah satu alasan agar operasinal perusahaan yang dimiliki oleh investor mudah terintegrasi dengan pusat pemerintahan. Atas dasar tersebut keberadaan *investor relations* Kabupaten Kendal semakin dibutuhkan karena kuantitas investasi yang masuk ke Kendal akan bertambah seiring dengan dibaginya pintu masuk investasi Jawa Tengah yang sudah tidak mampu lagi ditampung oleh Semarang. Seperti yang dilansir oleh harian Seputar Semarang:

Alasan yang menjadikan Kendal sebagai zona ekonomi khusus adalah letak strategis berada di jalur distribusi Pulau Jawa. Dukungan infrastruktur lengkap, dua pelabuhan ekspor, dua bandara internasional, jalur kereta api, jaringan pipa gas dan listrik. Dikelilingi 873 industri berorientasi ekspor, 3339 industri sedang dan besar, 524 manufaktur dan 644.000 industri kecil. Didukung SDM dari 5 PTN, 244 PTS, 782 SMK, 19 BLK, BLKI dan BKSP (badan koordinasi sertifikasi profesi). Kesiapan lahan yang luas dan kemudahan perijinan yang dapat diurus dalam satu atap sehingga proses bisa lebih cepat. (<http://seputarsemarang.com/kendal-industrial-park-kawasan-industri-terpadu-kendal/> diakses tanggal 15 Desember 2015 jam 18.24 WIB).

Hubungan investor merupakan salah satu fungsi PR yang bertugas menyediakan informasi kepada investor dan membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan para investor untuk memaksimalkan nilai pasar. Dalam rangka mencapai kesuksesan usaha, sebuah perusahaan harus bisa memenuhi kebutuhan *stakeholder*, termasuk kebutuhan akan informasi baik informasi

mengenai keuangan maupun non keuangan yang dapat memberikan keyakinan bagi *stakeholder* atas nilai jual perusahaan itu sendiri.

Perlunya hubungan investor bagi pemerintah daerah Kendal adalah untuk membina hubungan yang baik antara pihak pemerintah dengan pihak pemilik modal, selain sebagai sarana untuk mempererat hubungan dengan investor yang telah ada fungsi *investor relations* juga untuk menarik investor lain agar bersedia menanamkan modalnya di Kabupaten Kendal. Mempertahankan investor yang telah ada bukanlah perkara yang mudah seiring dengan sumber daya dan kebijakan pemerintah yang terus berubah, dalam hal ini divisi *investor relations* bertugas untuk meningkatkan kepercayaan investor dari segala sektor investasi, baik sektor hotel, jasa, dan industri termasuk salah satunya dengan PT Kawasan Industri Kendal.

Untuk mempererat hubungan dengan investor yang telah ada dan untuk menarik para investor baru dibutuhkan aktifitas yang tepat, termasuk dengan transparansi dan kejelasan informasi kepada para investor. Dalam pengelolaan aktivitas investasi, tentu membutuhkan kerjasama dari berbagai pihak terkait, dibutuhkan koordinasi dan komunikasi yang baik diantara pihak-pihak tersebut. Berjalannya sebuah investasi di sebuah daerah tentu membutuhkan proses yang panjang, mulai dari pemasaran potensi sebuah daerah melalui promosi dan publikasi tentang kebijakan yang mendukung investasi hingga sampai ke tahap lobi antara pemerintah dan calon investor. Agar dapat menghasilkan capaian yang diinginkan diperlukan kerjasama dalam menjalankan aktivitas tersebut, maka dari

itu diperlukan sebuah wadah yang menaungi pihak yang terlibat didalamnya sebagai sebuah jalur komunikasi yang terintegrasi. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai aktivitas *investor relations* Pemerintah Daerah Kabupaten Kendal tahun 2015 dalam upaya menjalin hubungan dan menarik investor baru untuk menanamkan modal di Kendal.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut: Bagaimana aktivitas *investor relations* Pemerintah Daerah Kabupaten Kendal tahun 2015?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini yaitu untuk mendiskripsikan aktivitas *investor relations* Pemerintah Kabupaten Kendal tahun 2015 dalam menjalin hubungan dan menarik investor baru untuk menanamkan modal.

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi bagi universitas, khususnya di bidang ilmu komunikasi berkaitan dengan penelitian *investor relations* dan penanaman modal.
- b. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber dan bahan referensi bagi mahasiswa yang tertarik melakukan penelitian dalam bidang *investor relations*.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini bisa dijadikan bahan pertimbangan bagi perusahaan yang akan berinvestasi di Kabupaten Kendal.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan pemikiran dan bahan evaluasi pihak instansi pemerintah yang akan menjalin hubungan dengan investor atau penanam modal.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi masyarakat tentang keadaan bidang investasi Kabupaten Kendal pada tahun 2015.

## **E. Kerangka Teori**

Pada bagian ini peneliti akan membahas tentang *Public Relations* apa definisi, fungsi, tugas seorang PR dalam suatu organisasi termasuk keterkaitan PR dengan investor. Selanjutnya teori bagian ke 2 peneliti mengenai fungsi, peran, dan aktivitas hubungan investor dalam organisasi.

### **1. *Public Relations***

Menurut Edward L. Bernays dalam bukunya *Public Relations* mengatakan bahwa *Public Relations* adalah 1) penerangan kepada masyarakat, 2) persuasi untuk mengubah sikap dan tingkah laku masyarakat, 3) usaha untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan dengan sikap perbuatan masyarakat dan sebaliknya. Adapun Frank Jefkins memberikan definisi *public relations* adalah hubungan masyarakat ada pada semua bentuk perencanaan baik diluar konteks maupun di dalam konteks komunikasi antara organisasi dan publiknya yang memiliki tujuan pada pencapaian spesifik objektif demi mencapai kesepahaman (Rachmat, 1992:19).

Berdasarkan definisi yang dikemukakan para ahli di atas walaupun berbeda-beda namun ada beberapa kesamaan yakni *public relations* adalah usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi dengan masyarakat melalui suatu proses komunikasi timbal balik atau dua arah, hubungan yang harmonis ini timbul dari adanya kepahaman, kenyamanan dan

citra yang baik. Semua ini merupakan langkah-langkah yang ditempuh oleh *public relations* untuk mencapai hubungan yang harmonis.

*Public Relations* salah satu bagian penting dalam sebuah organisasi. Keberadaannya harus bisa mengkomunikasikan segala sesuatu yang berkaitan dengan instansi atau perusahaan kepada publiknya agar publik menaruh kepercayaan dan pemahaman terhadap perusahaan. Sebagai media dan jembatan antara publik dengan instansi. PR juga harus mengetahui apa yang diinginkan oleh publik dan sebaliknya perusahaan berusaha menjawab apa yang diinginkan oleh publik melalui kebijakan atau program-program yang sesuai. Tidak hanya itu PR harus mampu mengamati dan menganalisis persoalan yang berhubungan dengan publik dan instansinya.

Sebagai sebuah divisi yang bertanggung jawab baik internal maupun eksternal organisasi, humas memiliki sejumlah aktivitas yang harus dilaksanakan (Betty, 2012: 37-39):

a. Membina hubungan dengan lingkungan internal dan eksternal

Humas harus rajin berkomunikasi dengan rekan internal organisasi maupun *stakeholder* yang berada di luar organisasi, hal ini bertujuan untuk mendeteksi dini tentang segala permasalahan yang berhubungan dengan organisasinya.



b. Membina hubungan dengan pers

Pers adalah salah satu rekan humas yang sangat penting, informasi yang baik maupun buruk berkaitan dengan organisasi akan dipublikasikan oleh awak media, sehingga dibutuhkan pengelolaan hubungan yang baik dengan para pencari berita.

c. Dokumentasi dan Kliping

Dokumentasi dan kliping adalah salah satu kegiatan humas untuk menelaah, menganalisis, dan mengevaluasi perkembangan organisasi, aktivitas-aktivitas, dan program kerja tertentu baik komersial maupun non komersial yang telah dimuat di media massa dan non massa.

d. Kegiatan khusus (*special events*)

Menyelenggarakan sebuah acara khusus adalah salah satu cara humas untuk menarik perhatian pers dan publik agar tertuju pada organisasi tersebut.

e. Pameran

Pameran adalah salah satu cara untuk menyampaikan pesan yang informatif, persuasif dan sebagai sarana komunikasi agar publik mengetahui dan memahami tujuan organisasi melalui pameran tersebut.

Fungsi PR yang bertugas menangani pihak investor atau *shareholder* disebut dengan *investor relations*, atau *financial relations* atau *corporate relations*. Peran dari hubungan investor dalam organisasi adalah

mengumpulkan materi-materi yang dibutuhkan dan menyiapkan pada kelompok-kelompok yang berkepentingan. Demi memelihara kepercayaan investor pada perusahaan tugas PR adalah menciptakan dan memelihara kepercayaan investor serta membangun hubungan positif dengan komunitas finansial melalui penyebaran informasi perusahaan dengan menyiapkan laporan tahunan, laporan triwulan, *news release* keuangan, dan publikasi lainnya pada audiens bidang yang spesifik ini (Lattimore, 2010:322).

## **2. *Investor Relations***

Sebagai seorang *Public Relations* dalam instansi ataupun perusahaan PR harus mampu menjalankan fungsinya dengan baik untuk menjadi media jembatan antara organisasi dengan pihak luar seperti investor. Pada era sekarang berhubungan dengan investor dilakukan tidak hanya oleh perusahaan tetapi pemerintahan juga dituntut untuk menjalin hubungan dengan investor. Terlebih dengan adanya otonomi daerah yang memberikan wewenang kepada pemerintah daerah untuk mengelola potensi daerah termasuk kegiatan investasi. Menurut Frazier Moore (1988: 28) perusahaan atau organisasi dengan jumlah pemegang saham yang semakin besar menyerahkan tanggung jawab hubungan pemegang saham kepada staf hubungan masyarakat, yang bekerja sama dengan sekretaris dan para petugas finansial perusahaan lainnya dalam merencanakan komunikasi.

Praktisi *Public Relations* dalam organisasi dituntut untuk mampu menjalin komunikasi dengan pihak internal maupun eksternal. Menurut Cutlip (2011 : 25) *investor relations* adalah bagian dari PR dalam perusahaan korporat yang membangun dan menjaga hubungan yang bermanfaat dan saling menguntungkan dengan *shareholder* dan pihak lain di dalam komunikasi keunggulan dalam rangka memaksimalkan nilai pasar. Sedangkan menurut *National Investor Relations Institute* (NIRI) mengartikan *investor relations* sebagai kegiatan pemasaran korporat yang menggabungkan disiplin komunikasi untuk memberikan gambaran yang tepat mengenai kinerja dan prospek perusahaan kepada para investor dan calon investor.

Sehingga merujuk pada definisi di atas dalam penelitian ini, peneliti akan memfokuskan bagaimana kegiatan pengelolaan investor yang merupakan salah satu tugas humas sebuah pemerintah dalam menarik calon investor baru dan menjalin hubungan dengan para investor yang sudah ada, agar terbangun relasi saling menguntungkan, melalui berbagai tindakan komunikasi yang bertujuan untuk mengembangkan nilai investasi, sehingga akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Dalam menjalankan perannya, pelaku *investor relations* mempunyai tugas untuk memberikan informasi kepada pemegang saham. Selain itu masih ada beberapa aktivitas yang dilakukan oleh *investor relations* (Cutlip, 2006: 25), yaitu Meneliti tren pasar, menyediakan informasi kepada publik finansial, memberi saran manajemen dan merespon permintaan informasi keuangan.

Upaya untuk menciptakan relasi yang baik dengan para pemilik modal maka sebisa mungkin harus dibangun iklim investasi yang baik, karena fokus pengelolaan investor tidak hanya terpaku pada investor yang sudah ada, akan tetapi juga bagaimana mendatangkan lebih banyak investor. Untuk dapat menarik calon investor baru diperlukan berbagai pertimbangan seperti perancangan strategi. Menurut Kotler (Kuncoro, 2014: 397-400) ada empat cara pemasaran yang digunakan untuk menarik investasi ke suatu daerah, yaitu:

a. *Image Marketing*

*Image* atau citra adalah sejumlah kepercayaan, ide, dan ekspresi yang dimiliki orang terhadap suatu daerah. Citra merupakan sebuah simplikasi dari begitu banyak informasi yang berhubungan dengan suatu daerah. Untuk mengkomunikasikan daerah dapat digunakan dengan cara slogan, pengambilan posisi citra, dan simbol secara visual. Bila diintegrasikan dengan rencana strategik, slogan dapat bermanfaat untuk menumbuhkan antusiasme, optimisme, momentum dan ide-ide baru. Pemasaran daerah juga dapat dilakukan dengan *image positioning* yaitu menempatkan daerah dalam konteks regional, nasional, internasional pada suatu jenis aktivitas, lokasi, daya tarik tertentu, dibanding daerah lain yang memiliki posisi lebih kuat.

b. *Attraction Marketing*

Atraksi atau daya tarik merupakan alasan penting untuk wisatawan, investor, dan modal, datang ke suatu tempat. Atraksi dibagi menjadi dua sumber yaitu sumber daya alam dan buatan manusia. Pembagian antara

sumber daya alam dengan buatan manusia tidak selalu jelas, banyak atraksi natural membutuhkan infrastruktur dan manajemen untuk digunakan sebagai tujuan wisata. Untuk lebih jauh, klasifikasi dibagi menjadi dua yaitu atraksi yang nyata dan atraksi peristiwa. Peristiwa adalah suatu yang terjadi pada suatu waktu tertentu yang membutuhkan prioritas dari pada sekedar lokasi.

#### c. *Infrastructure Marketing*

Infrastruktur merupakan dasar utama dalam memasarkan daerah. Slogan dan *image positioning* tidak ada artinya tanpa diikuti oleh tersedianya prasarana dan sarana yang mampu menarik orang, investasi modal. Perlu ditekankan dalam hal mempromosikan infrastruktur adalah 1) Aksesibilitas: kemudahan untuk di datangi, mencakup jalan, kereta api, airport, pelabuhan, sungai, transportasi umum dan telekomunikasi. 2) Kualitas infrastruktur: seberapa jauh sumber daya modal, fisik, dan prasarana pendukung aktivitas ekonomi yang telah tersedia.

#### d. *People Marketing*

Cara memasarkan daerah yang lain adalah memasarkan orang. Bentuk pemasaran orang dapat dilakukan dengan lewat: 1) Pemimpin daerah. Sebagai contoh Sri Sultan HB X memposisikan dirinya sebagai raja Jawa di milenium baru sekaligus Gubernur DIY. 2) Orang-Orang kompeten dan wirausaha. Sebagai contoh, daerah Kansai (Osaka) Jepang, Taiwan dan Hong Kong terkenal akan profil wirausahanya. 3) Sikap masyarakat:

seberapa jauh keterbukaan masyarakat lokal (daerah) terhadap unsur-unsur (orang, investasi, industri, produk) dari luar.

Fungsi utama *investor relations* adalah untuk memwadahi kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan para pemilik saham. Hal ini bertujuan untuk mewujudkan relasi yang baik dengan para investor, untuk merealisasikannya maka perlu ada aktivitas-aktivitas rutin yang dilakukan oleh *investor relations*. Menurut Fraser P. Saitel profesional *Investor Relations* bertanggung jawab dengan berbagai macam aktivitas seperti:

a. *Annual Report* (Laporan Tahunan)

*Annual report* adalah salah satu alat komunikasi defisi *Investor Relations* untuk melaporkan informasi keuangan perusahaan. Laporan tahunan terdiri dari 2 bentuk yaitu *on line* dan cetak. Secara umum isi dari laporan tahunan yaitu:

1) Deskripsi Perusahaan

Berisi tentang nama perusahaan, alamat perusahaan, deskripsi tentang bisnis yang dijalani, ringkasan tentang kegiatan perusahaan.

2) Surat Untuk Pemegang Saham

Berisi mengenai jajaran tertinggi (CEO) perusahaan, hasil laporan kinerja perusahaan tahun sebelumnya, keadaan perusahaan lingkungan perusahaan dan prospek kedepan perusahaan. Surat kepada pemegang

saham yang baik adalah yang menjunjung asas kejujuran, mudah dipahami, dan jelas.

3) *Financial Review*

Pembahasan yang dilakukan untuk mengulas laporan keuangan tahun sebelumnya untuk dijadikan perbandingan.

4) Penjelasan dan Analisis

Untuk menyeimbangkan laporan diperlukan analisa tentang faktor-faktor yang mempengaruhi hasil yang diraih perusahaan.

5) Manajemen Diskusi

Laporan tahunan berisi tentang rencana pengembangan usaha kedepan.

6) Grafik

Foto dan grafik akan membantu menjelaskan pemaparan kinerja perusahaan.

b. *Quarterly Report* (Laporan Tri Wulan)

Laporan triwulan atau laporan sementara berisi tentang isu yang berkembang tiga bulan terakhir untuk menjaga agar pemegang saham tetap mengetahui perkembangan perusahaan, selain itu laporan ini juga memuat informasi mengenai pendapatan istimewa perusahaan. Secara umum laporan triwulan digunakan untuk membandingkan kinerja perusahaan dalam periode yang sama dengan tahun sebelumnya.

### c. *Annual Meeting*

Satu tahun sekali manajemen perusahaan mewajibkan pertemuan dengan para pemilik saham untuk mendiskusikan membahas hal-hal yang berhubungan dengan perusahaan, terkadang pertemuan tahunan antara manajemen dan investor diiringi dengan kekhawatiran oleh manajemen terutama jika perusahaan mengalami permasalahan, meskipun demikian investor adalah pemilik perusahaan yang berhak mendapatkan laporan tersebut. Pertemuan tahunan juga diisi dengan presentasi oleh pihak manajemen yang berisi tentang informasi kinerja perusahaan.

### d. *Monitoring Media*

Manajemen harus memonitor setiap perkembangan informasi dari berbagai media yang berhubungan dengan organisasinya, hal ini dilakukan agar investor mendapatkan informasi yang sedang berkembang.

Sebuah instansi atau perusahaan memang penting terdapat pihak-pihak yang bertugas khusus untuk menjalin hubungan dengan para investor. Peran *investor relations* sebagai jembatan organisasi untuk terus menjaga kepercayaan investor melalui komunikasi dan informasi apa saja yang dibutuhkan investor. Keberadaan seorang pelaku *investor relations* harus menjalankan tugasnya dengan baik dalam mencapai tujuan karena mereka berperan cerminan perusahaan di mata investor dan komunitas keuangan lainnya.



### 3. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini penulis juga menggunakan dua hasil penelitian sejenis yang terfokus kegiatan *investor relations*. Hal ini dimaksudkan untuk membuktikan bahwa penelitian tentang aktivitas *investor relations* pemerintah daerah Kabupaten Kendal tahun 2015 belum pernah dilakukan. Berdasarkan penelitian terdahulu didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Judul : *Investor Relations* Pemerintah Daerah (Studi Kasus Praktik Investor Relations Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPMP2T) Kabupaten Siak dalam Upaya Menarik Investor untuk Menanamkan Modal di Kawasan Industri Tanjung Beton

Nama : Kamela Eka Putri

Tahun : 2013

Hasil : Bahwa BPMP2T melakukan praktik *investor relations* dalam upaya menarik investor untuk Kawasan Industri Tanjung Buton (KITB) dengan baik. Praktik-praktik yang dilakukan seperti analisis audiens, pesan dan pengembangan informasi, serta penentuan alat komunikasi. Namun demikian dalam era pemerintahan yang kompetitif ini, tiap daerah saling bersaing dan mengunggulkan potensi daerahnya, sehingga pemerintah

harus lebih gencar melakukan praktik *investor relations* dalam upaya menarik investor untuk KITB.

Perbedaan : Perbedaan dengan penelitian ini adalah pada metode penelitian yang digunakan, penelitian ini menggunakan metode studi kasus yang terjadi di BPMPT Kabupaten Siak. Selain itu perbedaan juga ada pada teknik analisis data yang menggunakan teknik *pattern-match*.

2. Judul : Strategi *Investor Relations* Pemerintah Kabupaten Bantaeng Tahun 2009

Nama : Nurul Hasmi

Tahun : 2009

Hasil : Secara umum masyarakat Kabupaten Bantaeng sangat senang dengan hadirnya investor. Karena selain menambah pendapatan asli daerah juga mengurangi tingkat pengangguran yang terdapat di daerah ini, karena perusahaan-perusahaan yang didirikan dengan hadirnya investor mampu merekrut tenaga kerja atau karyawan dari penduduk lokal Bantaeng.

Perbedaan : Perbedaan pada penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang menganalisis strategi *investor relations* Kabupaten Bantaeng. Teori yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas pada strategi menarik investasi ke suatu daerah. Selain itu juga terdapat perbedaan pada lokasi dan tahun penelitian.

## **F. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi secara tepat dan terperinci mengenai bagaimana aktivitas *Investor Relations* Pemerintah Daerah Kabupaten Kendal tahun 2015.

Menurut Nawawi (1995: 63) jenis deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek atau obyek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Data yang didapatkan dari penelitian menggunakan metode deskriptif berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Dengan demikian maka hasil penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan. Data tersebut

mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2001:6).

## **2. Lokasi Penelitian**

Untuk menyusun dan mengumpulkan data sehubungan dengan tujuan penelitian ini dan berdasarkan latar belakang masalah penelitian, maka diambil lokasi penelitian di lingkungan Sekretariat Pemerintah Daerah Kabupaten Kendal dengan alamat di Jalan Raya Soekarno-Hatta No. 193 Kendal. Telp. (0294) 384008 / Fax. (0294) 381 062.

## **3. Objek Penelitian**

Penelitian ini akan difokuskan pada aktivitas *investor relations* yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Kendal, terfokus pada Bagian Hubungan Masyarakat Setda Kabupaten Kendal dan Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPMPT) dalam upaya menjalin hubungan dan menarik investor untuk menanamkan modal di wilayah Kabupaten Kendal.

## **4. Sumber Data**

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder.

- a. Data primer berasal dari pihak-pihak yang berhubungan langsung dan memahami objek penelitian.

- b. Data sekunder merupakan dokumen-dokumen yang terkait dengan objek penelitian yaitu investor salah satunya Kawasan Industri Kendal.

## 5. Teknik Pengambilan Informan

Teknik pengambilan informan pada penelitian kualitatif ini peneliti mengambil data menggunakan wawancara kepada orang-orang yang dianggap tau mengenai judul yang peneliti ambil. Penentuan sumber data pada informan yang diwawancarai dilakukan menggunakan purposive sampling yaitu pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, seperti informan dianggap paling tahu mengenai yang diharapkan atau mungkin informan mempunyai jabatan tinggi sehingga akan memudahkan peneliti (Sugiyono, 2005: 54).

Seperti yang telah disebutkan bahwa pemilihan informan merupakan hal yang paling utama menggunakan pertimbangan kapasitas informasi tentang *investor relations* di Kabupaten Kendal. Penelitian ini mengkaji *investor relations* pemerintah daerah Kendal sehingga peneliti memilih informan Kepala Bagian Humas Setda Kendal dan Kepala Bidang Penanaman Modal BPMPT Kendal, karena bagian ini yang berhubungan langsung dengan pihak investor. Sedangkan dari pihak investor peneliti mengambil informan *Government Relations* PT Kawasan Industri Kendal sebagai perwakilan investor dengan pertimbangan informan tersebut berinvestasi dengan nilai terbesar sehingga menjadi target *investor relations* Kabupaten Kendal.

Tabel 2

Tabel Rincian Informan

No	Nama Informan	Jabatan	Tugas	Pertimbangan
1	Heri Wasito	Kabag Humas	Koordinator penyebarluasan informasi	Memiliki kapasitas informasi tentang publikasi informasi dan pencitraan Kabupaten Kendal melalui berbagai media
2	Safiah	Kabid Penanaman Modal	Koordinator Penanaman Modal	Memiliki kapasitas informasi tentang kegiatan penanaman modal di Kabupaten Kendal
3	Mifti Khusnul	Kabag Government Relations PT. KIK	Koordinator hubungan dengan pemerintah	Memiliki kapasitas informasi tentang kegiatan yang dilakukan dengan pemerintah. Selain itu KIK merupakan investor dengan nilai investasi terbesar.

## 6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data adalah wawancara dan studi dokumen.

### a. Teknik Wawancara

Menurut Rachmat Kriyantono wawancara adalah percakapan antara periset (seseorang yang berharap mendapatkan informasi) dan informan (seseorang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek (Berger, 2000:11).

Wawancara ini dilakukan kepada pihak-pihak yang terkait dengan topik penelitian, yaitu:

- 1) Drs Heri Wasito, selaku Kepala Bagian Humas Sekda Pemerintah Kabupaten Kendal
- 2) Safiah, selaku Kepala Bidang Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPMPT) Kabupaten Kendal.
- 3) Mifti , selaku Bagian *Government Relations* PT Kawasan Industri Kendal.

Wawancara yang dilakukan dengan menggunakan dua jenis pertanyaan. Pertama, wawancara terstruktur yaitu menggunakan daftar pertanyaan yang telah dibuat oleh penulis sebagai panduan (*interview guide*). Kedua, wawancara tak terstruktur yaitu menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang muncul secara spontan dan merupakan perkembangan dari daftar pertanyaan yang ada, sifatnya informal.

## b. Studi Dokumen

Menurut Bogdan studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, biasanya berbentuk tulisan, gambar, video, foto. Hasil penelitian dari observasi atau wawancara akan lebih kredibel dapat dipercaya apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis yang sudah ada (Sugiyono, 2005: 82). Dalam penelitian ini sumber kelengkapan data yang digunakan adalah foto-foto yang merupakan kegiatan langsung dari program investor, laporan-laporan arsip tertulis, ataupun dokumentasi liputan media cetak yang semuanya sangat membantu mengenai kelengkapan data secara lebih akurat.

## 7. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Data dalam penelitian ini adalah data mengenai aktivitas *investor relations* yang dilakukan Pemda Kabupaten Kendal dalam upaya menjalin hubungan dan menarik investor untuk menanamkan modal di Kawasan Industri Kendal yang didapat melalui wawancara dan studi dokumen.

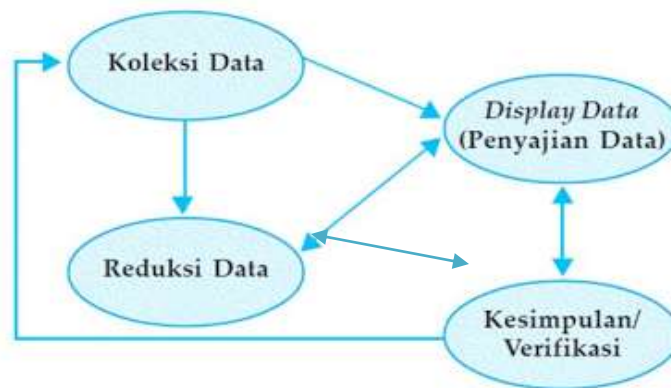
Dalam menganalisis data penelitian ini menggunakan analisis interaktif. Menurut Miles dan Huberman, mengemukakan bahwa analisis dalam kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung dilakukan secara terus menerus



secara tuntas, sehingga datanya sudah jenuh (Sugiyono, 2005: 91-96). Terdapat beberapa tahap aktivitas dalam analisis data:

Gambar 2

Komponen-Komponen Analisis data Model Interaktif



Sumber: Buku Metode Penelitian Kualitatif Moleong

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data melalui teknik-teknik yang sesuai dengan teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu melalui kata-kata dan tindakan, sumber tertulis, foto, data statistik, dan wawancara.

### 2. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, maka perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah

direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

### 3. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian ini dituliskan dalam bentuk teks yang bersifat naratif, untuk menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan. Penyajian data berfungsi untuk mengorganisasikan data, sehingga data tersusun rapi dan mudah dipahami untuk selanjutnya merencanakan pekerjaan berdasarkan apa yang telah difahami (Sugiyono, 2005:95).

### 4. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

## 8. Uji Validitas Data

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi, triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu (Sugiyono, 2005:125). Lebih spesifik teknik yang digunakan adalah triangulasi sumber, menurut Patton triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode

kualitatif. Teknik triangulasi sumber ini dapat dilakukan dengan cara (Moleong, 2001:178):

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Dalam penelitian ini data yang didapat dari wawancara akan dibandingkan dengan data studi isi dokumen berkaitan dengan penelitian ini, sehingga ada keseimbangan dari data sumber yang satu dengan sumber yang lain.

## **9. Sistematika Penulisan**

Agar dapat memberikan gambaran yang jelas tentang isi dari penelitian ini, maka disusunlah sistematika penelitian yang akan menjelaskan perihal apa

saja yang akan dibahas dalam setiap bab. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dijelaskan alasan pengambilan judul penelitian ini, informasi yang tercantum dalam bab ini yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

Bab dua akan membahas tentang informasi tentang Kabupaten Kendal pada umumnya dan humas serta BPMPT pada khususnya, informasi tersebut meliputi sejarah, visi dan misi, tugas pokok dan fungsi serta struktur organisasi.

## **BAB III SAJIAN DATA DAN ANALISIS**

Dalam bab ini akan dilakukan pemaparan tentang aktivitas *investor relations* yang dijalankan Pemerintah Kabupaten Kendal pada tahun 2015, mulai dari aktivitas pemasaran daerah dan aktivitas rutin yang dijalankan.

## **BAB IV PENUTUP**

Bab terakhir dari penelitian ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, selain itu peneliti juga menuliskan saran yang ditujukan bagi aktivitas *investor relations* Pemerintah Kabupaten Kendal.