
Strategi Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Dalam Mempromosikan Potensi Investasi di Kabupaten Minahasa Selatan

Christian D. Polii¹
Johannis E. Kaawoan²
Ismail Rahman³

ABSTRAK

Dalam rangka mewujudkan masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 perlu dilaksanakan pembangunan ekonomi nasional yang berkelanjutan dengan berlandaskan demokrasi ekonomi untuk mencapai tujuan bernegara. dan mewujudkan kedaulatan politik dan ekonomi Indonesia diperlukan peningkatan penanaman modal untuk mengolah potensi ekonomi menjadi kekuatan ekonomi riil dengan menggunakan modal yang berasal, baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Penelitian ini peneliti menggunakan jenis metode penelitian Kualitatif. Pendekatan kualitatif yaitu untuk mengelola data-data yang diperoleh dari lokasi penelitian dimana datanya berupa kata, kalimat, skema atau gambar. Dengan mengacu pada konsep yang digunakan, yaitu untuk mengetahui dan memahami fenomena dilapangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dalam mempromosikan potensi investasi di Kabupaten Minahasa Selatan, dan juga untuk mengetahui factor-faktor pendukung dan penghambat strategi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dalam mempromosikan potensi investasi di Kabupaten Minahasa Selatan.

Teori Investasi adalah teori permintaan modal. Investasi adalah menempatkan uang menjadi sesuatu dengan harapan laba. Dilihat pula dalam praktek strategi untuk menarik investasi, orang, dan industri ke suatu daerah (Kuncoro,2010:291), yaitu: Image Marketing, Attraction Marketing, Infrastructure Marketing, People Marketing. Image Marketing (citra) adalah sejenis kepercayaan, ide, dan ekspresi yang dimiliki orang terhadap suatu daerah. Attraction marketing (daya tarik) merupakan alasan penting untuk wisatawan, investor, dan modal datang ke suatu tempat. Infrastructure marketing 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, dan modal. People marketing merupakan strategi memasarkan daerah dengan cara memasarkan orang.

Kata kunci :Strategi, Penanaman Modal, Investasi

¹Mahasiswa Program Studi Ilmu Pemerintahan FISPOL-Unsrat

² Dosen Program Studi Ilmu Pemerintahan FISPOL-Unsrat

³ Dosen Program Studi Ilmu Pemerintahan FISPOL-Unsrat

Pendahuluan

Dalam rangka mewujudkan masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 perlu dilaksanakan pembangunan ekonomi nasional yang berkelanjutan dengan berlandaskan demokrasi ekonomi untuk mencapai tujuan bernegara. dan mewujudkan kedaulatan politik dan ekonomi Indonesia diperlukan peningkatan penanaman modal untuk mengolah potensi ekonomi menjadi kekuatan ekonomi riil dengan menggunakan modal yang berasal, baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Penanaman modal adalah segala bentuk kegiatan menanam modal, baik oleh penanam modal dalam negeri maupun penanam modal asing untuk melakukan usaha di wilayah negara Republik Indonesia. (Undang-Undang Nomor 25 tahun 2017 tentang Penanaman Modal).

Kebijakan investasi umumnya bertujuan meningkatkan iklim investasi secara keseluruhan, sementara strategi promosi investasi memiliki tujuan yang lebih terukur yang mengacu pada jumlah target PMA yang hendak diperoleh suatu negara atau wilayah dalam waktu tertentu. Dengan kata lain, strategi promosi investasi tidak mencakup kebijakan; namun lebih mencakup modalitas dan perangkat yang nyata untuk mempromosikan, menarik, dan memfasilitasi PMA. Penanaman Modal Asing atau (PMA) merupakan bentuk investasi dengan jalan membangun, membeli total atau mengakuisisi perusahaan. Penanaman Modal di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

Kabupaten Minahasa Selatan memiliki potensi pengembangan Industri seperti: minyak kelapa, sabut kelapa, pengolahan minuman dari buah, pengalengan ikan, industri kerajinan rumah tangga dan sebagainya. Selain peluang tersebut industri pembangunan rumah panggung dan perabot rumah

menjadi peluang investasi yang menjanjikan. Selain sejumlah industri besar dan menengah, terdapat juga sejumlah industri kecil yang berinvestasi di Kabupaten Minahasa Selatan.

Pemerintah Daerah Kabupaten Minahasa Selatan dalam upaya peningkatan investasi di daerah melalui Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu di Kabupaten Minahasa Selatan melakukan berbagai strategi seperti mempresentasikan berbagai potensi dan peluang investasi yang ada di Kabupaten Minahasa Selatan di depan Deputi Promosi Penanaman Modal Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM RI) pada 28 September 2017. Tujuannya adalah untuk tetap menjaga agar pemerintah pusat dan daerah saling mendukung berbagai potensi termasuk pelayanan publik sehingga dapat memberikan dampak lebih berharga bahkan bisa menaikkan PAD untuk Kabupaten Minahasa Selatan, selain itu Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu menggelar kegiatan sosialisasi peraturan Penanaman Modal dan Perizinan "Perka BKPM Nomor 17 Tahun 2015 tentang pedoman dan tata cara pengendalian pelaksanaan penanaman modal dan juga Amanah undang-undang No. 25 tahun 2007 tentang penanaman modal" kepada para pelaku usaha baik Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) maupun Penanaman Modal Asing (PMA).

Kebijakan strategis yang telah diambil dalam meningkatkan investasi di Kabupaten Minahasa Selatan yaitu Menyederhanakan setiap perizinan, perizinan online bisa dimana saja dan kapan saja pihak investor bisa mengajukan permohonan izin, non-tunai, perizinan keliling, pembentukan tim teknis perizinan, promosi-promosi melalui website DPMPSTP, membuat pamflet dan promosi keluar daerah. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu. langkah strategis yang sementara dilaksanakan untuk mensukseskan program investasi di kabupaten Minahasa Selatan tahun

2018. Program di tahun 2018 yaitu, penyusunan RUPM, penyusunan perda penanaman modal, peningkatan SDM, pembentukan satgas percepatan berusaha.

Dalam penelitian ini, peneliti melihat mengenai langkah-langkah promosi dari Dinas Penanaman Modal Minahasa Selatan Dalam rangka memperkenalkan potensi daerah sehingga dapat menarik calon investor masuk ke Minahasa Selatan sehingga menanamkan modal dan membangun perekonomian Minahasa Selatan.

Peneliti melihat belum adanya citra (*image*) yang baik dimata investor mengenai kelebihan dari kabupaten Minahasa Selatan citra yang dimaksud adalah bahwa kabupaten Minahasa selatan belum memiliki kepercayaan dari para investor besar, para investor belum memiliki ide dan ekspresi dan juga masyarakat Minahasa Selatan terlihat belum memiliki ide yang bagus dan mengekspresikan diri mereka dalam menarik investor seperti belum adanya pengembangan wilayah/kawasan pengembangan kawasan industry, kawasan perekonomian, kawasan pariwisata, bahkan kawasan-kawasan yang perlu di tingkatkan seperti peternakan dan pertanian sehingga menarik investor untuk menginvestasikan dan mengembangkan dananya di Minahasa Selatan, selain itu belum adanya infrastruktur perekonomian, tempat wisata yang menjadi pusat tujuan wisatawan mancanegara sehingga terkesan merupakan daerah yang biasa saja.

Selain itu karena kurangnya citra positif dari Kabupaten mengurangi daya Tarik dari bagi para investor untuk menanamkan modalnya di Kabupaten Minahasa Selatan. daya Tarik bagi investor lainnya yang dimaksud investor besar adalah investor yang memiliki modal yang besar dalam membangun pabrik-pabrik, objek wisata untuk menunjang investasi yang besar dan dapat merekrut banyak pegawai sehingga memacu perekonomian daerah kondisi pusat perekonomian di Kecamatan

Amurang yang masih sederhana menambah kurangnya daya Tarik Kabupaten Minahasa Selatan. selain itu belum berhasilnya *image* yang dibangun juga mempengaruhi infrastruktur yang merupakan dasar utama dalam memasarkan daerah, bukan hanya infrastruktur fisik saja, tetapi juga infrastruktur pelayanan perijinan yang dibangun oleh pemerintah masih terkesan berbelit-belit. Oleh sebab itu pemerintah daerah kabupaten minahasa selatan perlu starategi untuk meningkatkan berbagai potensi yg ada seperti di bidang ekonomi dan jasa karena minahasa selatan adalah jalan lintas daerah Sulawesi untuk itu peneliti bermaksud untuk meneliti Dinas Pannanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Dalam Mempromosikan Potensi Investasi di Kabupaten Minahasa Selatan.

Tinjauan Pustaka

Teori Strategi

Menurut Tjiptono (2009:89). istilah strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategia* yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi juga bisa diartikan suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer pada daerah – daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Handoko (2009:141). yang menyatakan bahwa perencanaan strategik (*strategic planning*) adalah proses pemilihan tujuan-tujuan organisasi ; penentuan strategi, kebijaksanaan dan program-program strategik yang diperlukan untuk tujuan-tujuan tersebut ; dan penetapan metode-metode yang diperlukan untuk menjamin bahwa strategi dan kebijaksanaan telah diimplementasikan.

Teori Promosi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, promosi adalah perkenalan dalam rangka memajukan usaha dagang. (Pusat bahasa 2015: 898 Depdiknas) Promosi merupakan salah satu jenis komunikasi yang sering dipakai oleh pemasar. Sebagai salah satu elemen bauran promosi, promosi penjualan merupakan unsur penting dalam kegiatan

promosi produk Definisi promosi penjualan menurut American Marketing Association (AMA) yang dikutip dari bukunya Sustina adalah: *“Sales promotion is media and non media marketing pressure applied for a predetermined, limited period of time in order to stimulate trial, increase consumer demand, or improve product quality”*. Definisi di atas menunjukkan bahwa promosi merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk merangsang coba-coba dari konsumen, meningkatkan permintaan dari konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk. (Sustiana 2013:299)

Menurut Rambat Lupiyoadi promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.(Hamdani 2016:120). Promosi penjualan menurut Fandy Tjiptono adalah bentuk persuasif langsung melalui penggunaan berbagai intensif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. (tjipto 2017: 176).

Teori Potensi

Potensi berasal dari bahasa latin yaitu potentia yang artinya kemampuan. Potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan (pamungkas 2009:358) . Potensi adalah sumber yang sangat besar yang belum diketahui dan yang belum diberikan pada waktu manusia lahir di dunia ini. Potensi adalah kemampuan yang belum dibukakan, kuasa yang tersimpan, kekuatan yang belum tersentuh, keberhasilan yang belum digunakan, karunia yang tersembunyi atau dengan kata lain potensi adalah kemampuan atau kekuatan atau daya, dimana potensi dapat merupakan bawaan atau bakat dan hasil stimulus atau latihan

dalam perkembangan (abi hafiz 2013:1). Potensi adalah kemampuan, kekuatan, kesanggupan, daya yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan. (hamid : 2011:504).

Teori Investasi

Investasi adalah komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan dimasa datang. (Tendelilin 2009:1) Istilah investasi bisa berkaitan dengan berbagai macam aktivitas. Menginvestasikan dana pada sektor rill (tanah, emas, mesin atau bangunan) maupun asset finansial (deposito, saham atau obligasi), merupakan aktifitas yang umum di lakukan.

Metode Penelitian

Penelitian ini peneliti menggunakan jenis metode penelitian Kualitatif. Pendekatan kualitatif yaitu untuk mengelola data-data yang diperoleh dari lokasi penelitian dimana datanya berupa kata, kalimat, skema atau gambar. Dengan mengacu pada konsep yang digunakan, yaitu untuk mengetahui dan memahami fenomena dilapangan. Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci yang lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono 2015:112), objek dalam penelitian ini kualitatif adalah objek kyang alamiah atau objek yang apa adanya dan tidak di manipulasi oleh peneliti.

Fokus dalam penelitian ini adalah praktek strategi untuk menarik investasi, orang, dan industri ke suatu daerah menurut Kuncoro (2010:291), yaitu:

- Image Marketing, image (citra)
- Attraction Marketing, Aktrasi (daya tarik)
- Infrastructure Marketing,
- People Marketing

Pembahasan

1. Image Marketing, image (citra)

Dalam penelitian ini mengenai citra yang dibangun oleh Pemerintah daerah khususnya Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu di Kabupaten Minahasa Selatan, peneliti mewawancarai Kepala bidang Pengembangan, Promosi dan kerjasama DPM-PTSP Minahasa Selatan, beliau mengatakan: *Dalam rangka membangun citra positif dimata para investor dan calon investor, maka kami telah mengambil beberapa strategi agar mereka tertarik untuk tetap dan mau menanamkan modal mereka di Minsel. Langkah yang kami ambil seperti pelaksanaan promosi oleh pejabat-pejabat teras seperti bupati, sekda serta kepala-kepala dinas terkait kepada calon investor, para pejabat tersebut turut keluar daerah bahkan keluar negeri, kami juga bekerjasama dengan media massa dan elektronik serta media online untuk 'mengeplor' minahasa selatan sebagai daerah yang ramah investor, selain itu juga kami berinovasi dengan menggunakan media internet dengan system berbasis teknologi melalui system online single (oss.go.id) dan penyederhanaan persyaratan perizinan, hal tersebut bertujuan untuk membuat citra positif mengenai iklim investasi di minsel, agar para investor tidak berpikir akan ribetnya perizinan dan sebagainya.* Di mata masyarakat, khususnya di Kabupaten Minahasa Selatan citra Minahasa Selatan sudah semakin membaik dengan adanya berbagai pembangunan-pembangunan seperti pelebaran jalan dan kompleks boulevard. Selain itu keseriusan Pemerintah daerah juga turut berpengaruh pada investor menanamkan uangnya di Minahasa Selatan. Namun sejauh ini belum banyak investor yang masuk ke Minahasa Selatan. Hal tersebut sesuai dengan wawancara informan masyarakat yang

berusaha di sekitar kawasan boulevard T.P. beliau mengatakan:

Sejauh ini dari pengamatan saya, pembangunan di minsel itu sudah baik dengan adanya penambahan jalan dan kawasan boulevard ini, namun bagi saya itu belum cukup menarik para investor kenyataannya sampai saat ini belum adanya investor besar yang masuk terutama di kawasan boulevard ini.

Dari hasil wawancara tersebut peneliti melihat bahwa strategi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Minahasa Selatan dalam rangka meningkatkan citra positif Kabupaten Minahasa Selatan di mata para investor telah ada, namun belum cukup untuk menarik minat para investor hal tersebut terlihat bahwa strategi membangun citra positif daerah hanya sedikit yakni dengan mengandalkan pejabat daerah dan aplikasi kemudahan yang memang dibuat oleh kementerian.

2. Attraction Marketing, Aktrasi (daya tarik)

Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai kepala bidang promosi dan kerjasama mengenai strategi Dinas dalam meningkatkan daya tarik investor beliau mengatakan:

Daya Tarik merupakan salah satu aspek penting bagi calon investor menanamkan modalnya di Minahasa Selatan, secara umum daerah Minahasa Selatan memiliki beberapa ciri khas seperti kawasan pertanian di Modoinding, potensi kopra, dan juga merupakan wilayah industry, dari sisi pariwisata kami belum memiliki spot yang dapat bersaing dengan daerah lain, namun dengan adanya keseriusan pemerintah daerah khususnya Bupati dan jajarannya. Dari segi tugas pokok dinas, kami memiliki langkah strategi dalam menarik perhatian investor seperti mempermudah perizinan, mempercepat pelayanan perizinan dan pemberian informasi, transparan dalam pengurusannya termasuk biaya perizinan.

Dari pengamatan peneliti secara langsung dengan keadaan Minahasa Selatan memang sesuai

dengan penuturan informan dimana, sebenarnya Minahasa Selatan memiliki potensi yang luar biasa untuk berkembang namun kenyataan dilapangan tidaklah demikian, memang telah ada satu investor perhotelan yakni sutan raja yang telah masuk dalam beberapa tahun terakhir, namun selanjutnya tidak ada penambahan hotel lainnya, hal tersebut menandakan lambatnya perkembangan investasi dan daya Tarik bagi investor. Peneliti mencontohkan daerah minahasa utara dan bitung yang memiliki banyak perusahaan, hotel dan pertokoan yang besar. Hal tersebut menandakan perkembangan investasi daerah.

Dari hasil penelitian dan pengamatan dilapangan peneliti melihat bahwa strategi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Minahasa Selatan dalam rangka menarik investor dari sisi daya Tarik daerah telah ada, namun dengan keterbatasan kewenangan yakni bahwa tugas pokok mereka adalah membantu calon investor mengurus perizinan dan promosi saja namun untuk membangun daya Tarik tidak hanya cukup dengan mempermudah perizinan dan promosi saja namun harus disertai factor pendukung lainnya seperti pembangunan spot-spot yang menjadi daya saing dan daya jual daerah sehingga mudah untuk dipromosikan dan hal tersebut merupakan kewenangan pemerintah daerah lainnya.

3. Infrastructure Marketing (Infrastruktur)

Infrastructure marketing 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, dan modal.

Peneliti mewawancarai beberapa informan salah satunya kepala seksi pengembangan dan PETA Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Minahasa Selatan, beliau mengatakan:

Pada hakekatnya, kinerja dari dinas kami itu adalah mendukung keseluruhan perizinan dan non perizinan termasuk

investasi daerah. Salah satu factor pendukung keberhasilan daerah dalam pengembangan investasi adalah ketersediaan sarana dan prasarana yakni dalam hal ini infrastruktur penunjang seperti jalan, telekomunikasi (signal) transportasi umum, bandara, pelabuhan dan sebagainya, di minahasa selatan infrastruktur jalan, pelabuhan, jalur telekomunikasi saya lihat sudah baik tinggal diperindah dan diperluas saja. Untuk itu strategi kami dalam hal infrastruktur hanya tergantung dari kinerja dari pemerintah daerah terkait seperti PU dan juga program dari Bupati, dari hasil kerja mereka, itulah yang menjadi landasan kami untuk promosi dan sebagainya.

Dari hasil penelusuran data sekunder, peneliti melihat bahwa ada sejumlah proyek infrastruktur yang dikerjakan di tahun 2019 diantaranya, pembuatan jembatan Tumpaan, jalan Lopana, Desa Ritey-Maliku, pembuatan jalan daerah Teep/ibu kota kecamatan Amurang Barat, pembuatan jalan Raanan Baru-Toyopon serta jaringan air bersih khusus Amurang Timur, serta Kecamatan Ranoyapo Desa Popo, bersumber dari dana DAK.

Dari berbagai proyek pembangunan tersebut terlihat masih belum bisa menjadi dasar bagi para investor untuk tertarik berinvestasi, Minahasa Selatan membutuhkan pembangunan yang mencolok yang signifikan seperti dilakukan pada beberapa tahun yang lalu seperti pelabuhan dan jalan boulevard.

Informan masyarakat juga setuju mengenai argumentasi tersebut, mereka menilai keberadaan infrastruktur pendukung di Minahasa Selatan sudah terlihat seperti pembangunan jalan dan pelabuhan namun itu belum cukup untuk menarik investor besar. Pada hakekatnya Ketersediaan infrastruktur dapat meningkatkan akses masyarakat/investor terhadap sumber daya sehingga dapat meningkatkan produktifitas dan efisiensi dan pada akhirnya dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator untuk melihat hasil pembangunan yang

telah dilakukan dan juga berguna untuk menentukan arah pembangunan di masa yang akan datang. Pertumbuhan ekonomi yang positif menunjukkan adanya peningkatan perekonomian.

4. People Marketing

Dari hasil penelitian mengenai strategi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Minahasa Selatan dalam menarik minat investor melalui strategi *people marketing* telah dilaksanakan dengan koordinasi bupati beserta skpd terkait, hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh informan Kepala Bidang pengembangan promosi dan kerjasama beliau mengatakan:

Dalam rangka menarik minat investor strategi pemasaran melalui orang yang berpengaruh itu cukup efektif contohnya adalah bupati christiany e paruntu, dalam berbagai kesempatan mempresentasikan daerah minahasa selatan baik skala local, nasional maupun internasional, kami juga mempunyai program sosialisasi investasi kepada calon investor yang diadakan setiap tahun. Bupati juga dalam hal ini selalu mendorong seluruh jajarannya untuk mendukung program investasi daerah.

Strategi melalui orang yang berpengaruh cukup efektif dalam rangka membangun kepercayaan dan citra sebuah daerah, seperti yang selama ini dibangun oleh kabupaten minahasa selatan yakni dimana bupati selalu gencar mempromosikan daerahnya, dengan turun tangannya bupati akan membuat tingkat kepercayaan calon investor meningkat.

Dari hasil pengamatan peneliti melalui berbagai media massa, elektronik dan media social, terdapat beberapa pemberitaan mengenai promosi investasi, promosi potensi daerah yang dilakukan oleh bupati sendiri. Dari data dan fakta tersebut, peneliti melihat bahwa strategi *people marketing* yang dijalankan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Minahasa Selatan dengan berkoordinasi dengan jajaran pimpinan daerah telah dijalankan dengan baik. Selain itu juga pihak DPMPSTP Minahasa Selatan melakukan

beberapa langkah strategis lainnya seperti bekerjasama dengan Asosiasi Pemerintah Kabupaten Seluruh Indonesia (APKASI) dalam promosi Kabupaten Minahasa Selatan. Pihak Dinas juga melibatkan masyarakat setempat daerah investasi dengan membuka jalur transportasi baik darat maupun laut.

Penutup Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka peneliti menyimpulkan pada kesimpulan penelitian sebagai berikut:

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

Pada aspek daya tarik atau attraction marketing Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Minahasa Selatan telah memiliki strategi untuk menarik investor untuk berinvestasi dengan mengandalkan posisi daerah serta sarana dan prasarana yang telah ada, namun dengan keterbatasan kewenangan yakni bahwa tugas pokok mereka adalah membantu calon investor mengurus perizinan dan promosi saja sehingga untuk keberlanjutannya adalah tergantung dari keseriusan pemerintah daerah.

Pada aspek infrastruktur marketing Untuk menarik minat para investor peneliti menyimpulkan bahwa keberadaan infrastruktur penunjang seperti pelebaran jalan, penambahan jalan, pelabuhan telah dimiliki oleh daerah, namun dari pengamatan peneliti, peneliti menyimpulkan bahwa kesemuanya itu

belum cukup untuk betul-betul membuat investor tertarik.

Pada aspek *people marketing* yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah dan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu yakni dengan mengandalkan sosok Bupati Minahasa Selatan untuk menarik minat investor yang disertai dengan berbagai program seperti promosi di luar daerah dengan bekerjasama dengan pihak terkait, mengadakan sosialisasi-sosialisasi investasi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan kontribusi melalui saran penelitian sebagai berikut:

Pada aspek *image marketing* meningkatkan citra positif daerah, disarankan bagi dinas mencoba untuk membuat video yang berisikan potensi-potensi daerah seperti potensi pertanian modoving, kawasan boulevard, potensi kelapa yang semuanya dikemas dengan baik dan menarik agar, membangun kesan positif bagi yang melihat terutama calon investor. Selain mengandalkan aplikasi serta web dari kementerian, perlu juga dibuatkan chanel youtube mengenai potensi investasi di Minahasa Selatan

Pada aspek daya tarik Dalam rangka meningkatkan daya Tarik investasi di minahasa selatan, perlu lagi penyederhanaan investasi terutama perizinan agar calon investor tidak merasa kesulitan dalam mengurus perizinan. Selain itu pentingnya keseriusan pemerintah dalam lebih lagi membangun potensi investasi di daerah.

Pada aspek infrastruktur marketing tataran infrastruktur penunjang investasi, disarankan agar pemerintah daerah membangun spot yang mudah menjadi pusat perhatian investor seperti infrastruktur pariwisata, karena sejauh ini hamper tidak ada yang dapat diandalkan oleh minahasa selatan dari sisi pariwisata mencontoh daerah yang telah lebih dulu eksis seperti kota tomohon, minahasa utara dan kabupaten minahasa yang memiliki ciri khas tersendiri.

Pada aspek *people marketing* agar lebih meningkatkan ketertarikan para

calon investor untuk berinvestasi, dari strategi *people marketing* perlu dipertimbangkan untuk menggunakan *influencer* lain selain pejabat daerah seperti artis, selebgram, youtuber selain juga media-media mainstream dan media social.

Daftar Pustaka

- Abi Hafiz, <http://www.abihafiz.wordpress.com>, Mei, 2013.
- Akdon. 2009. *Strategic Management For Education Management (Manajemen Strategik untuk Manajemen Pendidikan)*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arsyad, Sitanala. 2010. *Konservasi Tanah dan Air*. Bandung: Penerbit IPB (IPB Press)
- Boone, Louis E dan Kurtz, David L. (2012). *Pengantar Bisnis*. Jilid ke-1. Terjemahan Anwar Fadriansyah. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Chairul Nizar, Abubakar Hamzah, Sofyan Syahnur, 2013. *Pengaruh Investasi dan Tenaga Kerja Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Serta Hubungannya Terhadap Tingkat Kemiskinan di Indonesia*, Jurnal Ekonomi Pascasarjana Universitas Syah Kuala, Volume 1, No. 2
- David, Fred R, 2011. *Strategic Management*, Buku 1. Edisi 12 Jakarta
- Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010)
- Faisal, Sanapiah. 2009, *Format-Format penelitian Sosial*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Hamid D. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- A.Hamdani, Rambat Lupiyoadi, 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Handoko, T. Hani. 2009. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA. <http://indonesiainancetoday.com>,

- diakses pada 2 September 2013. Laporan Kajian Industri Prioritas. Badan Koordinasi Penanaman Modal. 2011. Laporan Perkembangan Kemajuan Program Kerja Kementerian Perindustrian 2004-2012. Departemen Perindustrian. 2013
- Jogiyanto, 2013. Teori Portofolio dan Analisis Investasi, Edisi III, cet, I Yogyakarta, BPFE.
- Kartasapoetra, G., A.G. dan M.M. Sutedjo. 2011. Teknologi Konservasi. Bina Aksara. Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajat. 2010. Otonomi dan Pembangunan Daerah. Erlangga : Jakarta.
- Kuncoro.2004.Otonomi & pembangunan daerah.Jogjakarta : Ull press yogya.
- Madura, Jeff. (2010). Pengantar Bisnis Buku 2. Jakarta: Salemba Empat
- Moleong, Lexy J. 2010 Metodologi Penelitian Kualitatif, Penerbit PT Remaja Rosdakarya. Offset, Bandung.
- Nasir, Moh. 2013. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pakhi Pamungkas, 2009. Ensiklopedi Indonesia, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta
- Pusat Bahasa Departement Pendidikan Nasional, 2015. Kamus Umum Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka
- Rangkuti, Freddy. 2013. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ruslan, Rosadi, 2010, Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations, Edisi Revisi, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sadono S. 2009. Makro ekonomi Modern. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____.2004. Pengantar Teori Makroekonomi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Salvatore D. 2015. Managerial Economic. Fifth Edition. Sinagpore. Thompson Learning
- Samuelson, Paul A dan Nordhaus, William D,2014, Ilmi Makro Ekonomi.Jakarta PT. Media Edukasi.
- Siahaan.2013. Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Jakarta. Raja Grafindo Persada
- Siagian, Sondang P, 2011, Prinsip-prinsip Dasar Manajemen Sumber Daya Manusia, Jilid I, Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta
- Sugiyono. 2015. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung:Alfabeta
- Sustina, 2013. Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tendellin E. 2010. Analisis Investasi dan Manajemen. Portofolio (Edisi pertama, cetakan kedua) Yogyakarta. BPFE
- Tjiptono F. 2010. Manajemen Jasa. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi
- _____, 2011. Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Andi Offset