

**“PERANAN KANTOR PENANAMAN MODAL DALAM
MENGEMBANGKAN POTENSI DAN PELUANG INVESTASI
DI WILAYAH KOTA SURAKARTA”**



TUGAS AKHIR MAGANG

Diajukan oleh

Nama : Arini Kusumasita Setyorini

No. Mhs : 08311022

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

YOGYAKARTA

2011

**“PERANAN KANTOR PENANAMAN MODAL DALAM
MENGEMBANGKAN POTENSI DABN PELUANG INVESTASI
DI WILAYAH KOTA SURAKARTA”**

TUGAS AKHIR MAGANG

**Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian
akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi,
Universitas Islam Indonesia**

Diajukan oleh

Nama : Arini Kusumasita Setyorini

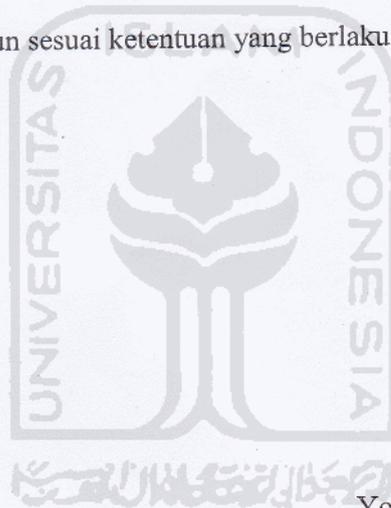
No. Mhs : 08311022

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2011

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam laporan magang ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai ketentuan yang berlaku.”



Yogyakarta, November 2011

Penyusun,



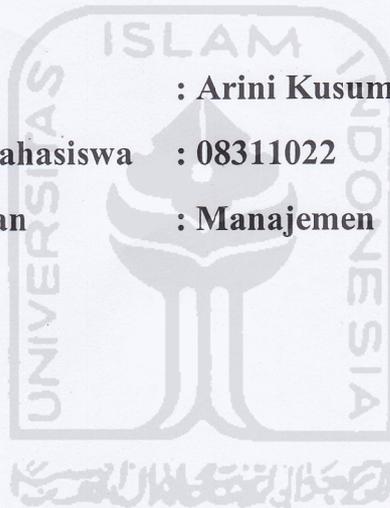
Arini Kusumasita S.

Halaman Pengesahan Laporan

**“PERANAN KANTOR PENANAMAN MODAL DALAM
MENGEMBANGKAN POTENSI DAN PELUANG
INVESTASI DI WILAYAH KOTA SURAKARTA”**

Oleh :

Nama : Arini Kusumasita Setyorini
No. Mahasiswa : 08311022
Jurusan : Manajemen



Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Magang

Pada tanggal.....

Dosen Pembimbing Magang,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Murwanto Sigit', written over a faint circular stamp or watermark.

Drs.H. Murwanto Sigit, MBA

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Peranan Kantor Penanaman Modal Dalam Mengembangkan Potensi
dan Peluang Investasi di Wilayah Kota Surakarta

Disusun Oleh: ARINI KUSUMASITA SETYORINI
Nomor Mahasiswa: 08311022

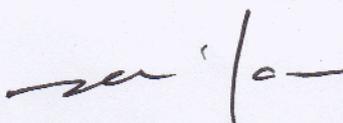
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 13 Desember 2011

Penguji/Pemb. Skripsi : Drs. Murwanto Sigit, MBA
Penguji : Drs. Muchsin Muthohar, MBA



.....
.....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA

MOTTO

- Do the best for my life, my family, and my future! (Penulis)
- Kegagalan adalah awal dari keberhasilan, yakinlah pada kemampuan sendiri, selalu bersyukur, dan jangan menyerah, jangan jadikan kelemahan menjadi penghambat keberhasilan (Penulis)
- ‘Jadikanlah Sabar dan Sholat sebagai penolongmu. Sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu’.
(Al Baqarah :45)



ABSTRAK

“PERANAN KANTOR PENANAMAN MODAL DALAM MENGEMBANGKAN POTENSI DAN PELUANG INVESTASI DI WILAYAH KOTA SURAKARTA”

Arini Kusumasita Setyorini

08311022

Tujuan Magang ini adalah untuk mengetahui peranan Kantor Penanaman Modal dalam mengembangkan potensi dan peluang investasi di Wilayah Kota Surakarta serta untuk mengetahui pula media promosi yang digunakan Kantor Penanaman Modal dalam mempromosikan potensi investasi di Surakarta.

Kantor Penanaman Modal Surakarta didirikan pada tanggal 1 Januari 2010 yang terletak di JL. Slamet Riyadi No.368 Surakarta yang bertujuan agar Investor dapat menggerakkan ekonomi rakyat, meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan pengembangan objek wisata daerah berpotensi melestarikan budaya bangsa. Penulis melaksanakan praktik magang di Kantor Penanaman Modal Kota Surakarta pada bulan 12 September 2011-12 Oktober 2011, yang dilakukan pada hari Senin-Jum'at mulai pukul 07.00-15.30. Metode yang digunakan bersifat deskriptif dengan menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara secara langsung, sedangkan data sekunder dilakukan teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan/identifikasi isi. Pencapaian yang dapat dicapai selama magang dapat disimpulkan bahwa Kegiatan Kantor Penanaman Modal lebih terfokus pada promosi, Kantor Penanaman Modal belum berwenang dalam pengeluaran izin usaha sehingga dalam hal ini KPPT sangat diperlukan dalam proses perijinan, serta bagian Pelayanan hanya melayani informasi penanaman modal di kota Surakarta.

Rekomendasi mengenai kebijakan Kantor Penanaman Modal adalah pemilihan sarana internet seperti email dan website sangat efektif dalam memperluas cakupan investor, meningkatkan sosialisasi bagi para pengusaha dan masyarakat untuk mengenalkan potensi dan peluang Kota Surakarta sehingga dapat mengembangkan investasi di Kota Surakarta. Masukan bagi magang berikutnya adalah dalam pelaksanaan magang sebaiknya juga mengikuti kegiatan pameran yang berhubungan dengan investasi.

Kata kunci : peran kantor penanaman modal, media promosi

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas pertolongan dan kebaikannya. Shalawat dan salam tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta para sahabatnya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan pelaksanaan magang beserta laporannya dengan judul 'PERANAN KANTOR PENANAMAN MODAL DALAM MENGEMBANGKAN POTENSI DAN PELUANG INVESTASI DI WILAYAH KOTA SURAKARTA'

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, membimbing, memotivasi dan mendoakan sehingga penulisan Tugas Akhir Magang ini dapat selesai, yaitu kepada :

1. Prof.Hadri Kusum,MBA., DBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
2. Drs.H.Murwanto Sigit,MBA, selaku Dosen Pembimbing Magang yang telah memberikan bantuan, bimbingan, masukan dan motivasi kepada penulis.
3. Dr.Dwi Praptono Agus Hardjito, selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi.
4. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Indonesia atas bantuan dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Terimakasih kepada Bapak Hasta,selaku Kepala Kantor Penanaman Modal Surakarta, Bapak Daroni, Ibu Farida, Ibu Dwi, Ibu Ernawati, Bapak Darma serta selaku Staf Kantor Penanaman Modal yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan.
6. Ayahanda H.Arief Arya dan Ibunda Hj.Sri Harini,SH yang telah memberikan doa yang tidak putus-putusnya memberikan motivasi kepada penulis.
7. Ibunda ke dua ku, Mamah Anik dan Mbah Bu yang selalu mendoakanku.
8. Kakak-kakakku tercintaku, Mbak Dovi dan Mbak Via yang selalu tidak henti-hentinya memberikan semangat bagi penulis.

9. Keponakan-keponakanku tercinta, Aul,Cantika dan Azizah yang selalu menjadi semangatku.
10. Orang yang spesial dan berarti dalam hidupku, Tri Agung Rujito yang setia mendukung dan mendoakanku.
11. Sahabat-sahabatku di Fakultas Ekonomi, Vian dan Malisa Resta yang selalu memberikan motivasi kepada penulis.
12. Sahabat-sahabatku di Kost Wisma Cemara, Mbak Dini dan Mbak Ari yang selalu membantu penulis serta memberikan motivasi kepada penulis .
13. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penulisan Tugas Akhir Magang ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa Penulisan Tugas Akhir Magang ini tidak sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca.

Yogyakarta , 6 November 2011

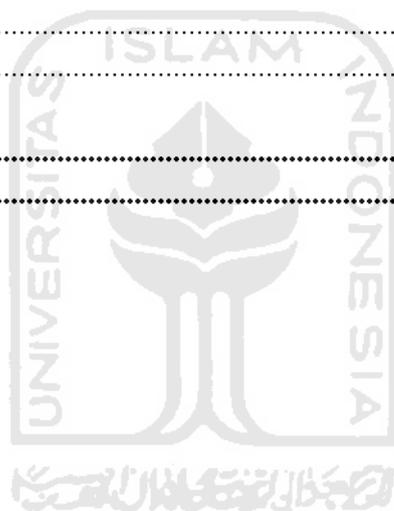
Penulis,

Arini Kusumasita Setyorini

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Judul 2	ii
Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan	iv
Motto	v
Abstrak	vi
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Bagan	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah Dan Asumsi	3
1.4 Tujuan Kegiatan	4
1.5 Manfaat	4
1.6 Metodologi	5
1.7 Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN TEORITIS	
2.1 Sejarah Berdirinya	10
2.2 Penanaman Modal	11
2.2.1. Pengertian Penanaman Modal	11
2.2.2. Tujuan Penanaman Modal	11
2.2.3. Peran Penanaman Modal	12
2.2.4. Fungsi Penanaman Modal	12
2.2.5. Visi & Misi	13
2.2.6. Struktur Organisasi	15
2.2.7. Deskripsi Jabatan	16
BAB III HASIL MAGANG DAN PEMBAHASAN	
3.1 Hasil Magang	20
3.1.1. Pelaksanaan Program Kerja	20
3.1.2. Hasil Temuan	20
3.2 Pembahasan	24
3.2.1. Definisi Pemasaran	24
3.2.2. Definisi Jasa	25
3.2.3. Definisi Manajemen Pemasaran	25

3.2.4. Marketing Jasa	25
1. Karakteristik Jasa.....	25
2. Dimensi Kualitas Jasa	26
3.2.5. Kantor Penanaman Modal	27
1. Peran Kantor Penanaman Modal	27
2. Pelaksanaan Peran Kantor Penanaman Modal	28
3.2.6. Promosi.....	30
A. Produk yang dipromosikan	30
B. Investor	41
C. Media Promosi.....	43
D. Desain Pesan	47
BAB IV ANALISIS	48
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
6.1 Kesimpulan.....	55
6.2 Rekomendasi	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN	



DAFTAR BAGAN

Gambar 1 Bagan Struktur Organisasi	16
Gambar 2 Bagan Kerangka Teoritis	18



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Magang No.440/429

Lampiran 2 Formulir Permohonan Magang

Lampiran 3 Formulir Penilaian Magang dari Kantor Penanaman Modal Surakarta

Lampiran 4 Jadwal Mahasiswa Magang di Kantor Penanaman Modal Ska

Lampiran 5 Absensi Magang dari UII Yogyakarta



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam sebuah perekonomian daerah, peran investasi diharapkan mampu memacu pertumbuhan perekonomian sekaligus pemerataan pendapatan masyarakat. Dengan bertambahnya investor berarti lapangan pekerjaan akan semakin luas dan tentu saja berpengaruh terhadap tingkat pengangguran yang semakin menurun.

Dalam tiap-tiap daerah pastinya mempunyai pelaksanaan pemerintahan yang berbeda sesuai dengan otonomi masing-masing daerahnya, begitu pula menyangkut masalah peningkatan perekonomian suatu daerah melalui cara penarikan para investor agar mau menanamkan modalnya pada daerah tersebut. Investor akan tertarik dan minat menanamkan modal di suatu daerah jika Potensi dan Peluang di daerah tersebut kondusif. Kantor Penanaman Modal (KPM) memiliki peran memberikan tawaran bagi para investor agar mau menanamkan modalnya yang tentunya dengan memaparkan peluang atau prospek daerah tersebut pada masa yang akan datang dengan bertindak secara cepat, tepat dan berinovasi secara kreatif untuk meningkatkan daya saing daerah sebagai keunggulan daerah.

Peluang pengembangan komoditas unggulan ditentukan oleh seberapa kuat daya saing yang dimiliki oleh produk tersebut. Bila daya saing cukup tinggi, maka

komoditas tersebut mempunyai peluang pengembangan yang cukup besar untuk dapat masuk dan bertahan di pasaran. Daya saing suatu komoditas unggulan tersebut juga sangat penting artinya dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dalam menghadapi dinamika ekonomi global ke depan.

Hal itu pula yang dilakukan oleh KPM di kota Surakarta dengan segala keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh kota Surakarta ini. Pendirian KPM di sini juga tidak terlepas dan keinginan untuk meningkatkan perekonomian khususnya di daerah Kota Surakarta dan Indonesia pada umumnya. Dalam penerapan, KPM juga perlu ditopang oleh Pemerintah Daerah setempat, di mana hal ini diperlukan agar dalam pelaksanaannya pula dapat berjalan dengan baik dan benar sehingga apa yang menjadi tujuannya dapat terwujud.

Ada berbagai contoh yang dapat diambil serta dijadikan sebagai penarik para investor agar mau menanamkan modalnya ke Kota Surakarta, seperti budaya serta sektor pariwisata di Kota Surakarta ini. Hal tersebut harus ditopang dengan pihak Pemerintah daerah dalam memberikan fasilitas yang baik seperti perencanaan pembangunan kota, penetapan tata ruang kota, penyediaan sarana serta prasarana yang memadai. Semua hal tersebut akan terlaksana dengan adanya media promosi yang tepat agar promosi yang dilakukan KPM dapat membuat calon investor tertarik dan berminat berinvestasi di Kota Surakarta.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka untuk itulah penulis mengangkatnya dalam suatu penulisan tugas akhir magang dengan judul:
"PERANAN KANTOR PENANAMAN MODAL DALAM

MENGEMBANGKAN POTENSI DAN PELUANG INVESTASI DI WILAYAH KOTA SURAKARTA”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang ingin penulis pecahkan melalui kegiatan magang ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Peranan Kantor Penanaman Modal Dalam Mengembangkan Potensi Dan Peluang Investasi di Wilayah Kota Surakarta sudah dilaksanakan ?
2. Apakah media promosi yang digunakan Kantor Penanaman Modal dalam mempromosikan potensi investasi di Surakarta sudah tepat ?

1.3 Batasan Masalah dan Asumsi

Kajian ini hanya membahas tentang faktor-faktor yang berpotensi menjadi sumber daya saing Kota Surakarta dan peluang investasi di Kantor Penanaman Modal Kota Surakarta yang dilengkapi dengan rekomendasi strategi serta kegiatan bagi pemerintah Kota Surakarta untuk menarik investor baru. Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka dapat diasumsikan sebagai berikut:

1. Kantor Penanaman Modal dapat memberikan data dan informasi tentang peluang investasi di berbagai sektor usaha di Kota Surakarta.
2. Pemilihan media promosi secara tepat dapat memperkenalkan Surakarta secara efektif, menarik minat investor berinvestasi di Surakarta.

1.4 Tujuan Kegiatan

Tujuan kegiatan magang pada hakekatnya mengungkapkan sasaran akhir yang hendak dicapai dari kegiatan yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

Kegiatan ini bertujuan mengetahui peranan apa saja yang sudah dilakukan KPM dalam mengembangkan investasi Kota Surakarta sebagai dasar dalam penguatan daya saing daerah dengan keanekaragaman daerah di Kota Surakarta serta mengetahui media promosi apasaja yang sudah tepat digunakan oleh Kantor Penanaman Modal (KPM) dalam mempromosikan potensi investasi di Surakarta.

1.5 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari kegiatan magang ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pentingnya peranan Kantor Penanaman Modal dalam mengembangkan potensi dan peluang investasi di Wilayah Kota Surakarta.

2. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan sebagai dasar referensi dan masukan tentang peranan Kantor Penanaman Modal dalam mengembangkan potensi dan peluang investasi di Wilayah Kota Surakarta .

3. Bagi pihak akademis

Diharapkan dapat menjadi suatu referensi serta acuan dalam penulisan laporan magang berikutnya.

1.6 Metodologi

Unit analisis magang pada bagian metodologi ini membahas pendekatan yang digunakan, alat analisis, dan unit analisis didasarkan pada metode, sistematika, dan pemikiran tertentu, yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala tertentu dengan jalan menganalisisnya, kecuali itu, maka juga diadakan pemeriksaan yang mendalam terhadap data-data yang diperoleh tersebut untuk kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan-permasalahan yang timbul dalam gejala bersangkutan

Metode penelitian yang akan digunakan dalam adalah sebagai berikut:

1. Jenis Magang

Jenis Magang yang digunakan penulis adalah data sekunder, untuk kemudian dilanjutkan dengan data primer di lapangan atau terhadap masyarakat.

2. Sifat Magang

Dilihat dari sudut sifatnya maka kegiatan magang ini bersifat deskriptif untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya. Maksudnya adalah terutama untuk mempertegas hipotesa-hipotesa, agar dapat membantu didalam memperkuat teori-teori lama atau didalam kerangka menyusun teori-teori baru.

3. Pendekatan Magang

Pendekatan kegiatan magang ini menggunakan pendekatan-pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan tata cara yang menghasilkan

data deskriptif, yaitu apa yang dinyatakan oleh responden secara tertulis atau lisan, dan perilaku nyata

4. Lokasi Penelitian

Lokasi Magang ini akan dilaksanakan di Kantor Penanaman Modal Kota Surakarta.

5. Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan dalam Magang ini berupa data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung dari lapangan yang menjadi objek magang atau yang diperoleh langsung dari responden yang berupa keterangan atau fakta-fakta .

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang menunjang dan mendukung data primer yang diperoleh dari bahan-bahan kepustakaan yang dapat berupa dokumen, buku-buku, laporan, arsip dan literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

6. Sumber Data

a. Sumber data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung berhubungan dengan masalah yang ada dalam penyusunan proposal magang. Sumber data primer dalam penyusunan proposal magang ini

diperoleh dari lokasi magang yaitu Kantor Penanaman Modal Kota Surakarta.

b. Sumber Data Sekunder

Merupakan sumber data yang mendukung sumber data primer, yaitu literature dan peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti penulis, antara lain Peraturan Walikota Surakarta Nomor : 20-D tahun 2009 tentang Pedoman Uraian Tugas Jabatan Struktural pada Kantor Penanaman Modal

7. Teknik Pengumpulan Data

a. Studi dokumen atau bahan pustaka

Tipe data apapun yang akan dikehendaki oleh penulis, maka studi dokumen atau bahan pustaka yang akan selalu dipergunakan terlebih dahulu. Penulis dapat mempergunakan peraturan perundang-undangan, buku-buku, dokumen-dokumen, booklet, lifelet atau CD karena akan sangat berguna bagi penulis.

b. Wawancara

Dengan mempergunakan wawancara sebagai suatu alat pengumpul data, penulis diharapkan dapat mengungkapkan berbagai aspek dari masyarakat tersebut. Dalam hal ini kegiatan magang diharapkan dapat mengungkapkan segala

aspek yang berkaitan dengan pelaksanaan penanaman modal berdasarkan Peraturan Walikota Surakarta Nomor : 20-D tahun 2009.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan rencana isi tugas akhir magang yang akan ditulis sebagai gambaran awal untuk menilai kerangka materi yang akan disusun penulis. Adapun sistematika penulisan ini terdiri dari lima bab, yang tiap bab terbagi dalam sub bagian yang dimaksudkan untuk mempermudah pemahaman terhadap keseluruhan hasil kegiatan magang ini. Sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah dan asumsi, tujuan kegiatan, manfaat magang, metodologi, sistematika penulisan.

BAB II : Kajian Teoritis

Dalam bab ini membahas penjelasan dan pembahasan secara rinci Sejarah berdirinya, tujuan, peran, fungsi, visi, misi dan struktur organisasi, deskripsi jabatan yang relevan dengan Peranan Kantor Penanaman dalam Mengembangkan Potensi dan Peluang Investasi di Wilayah Kota Surakarta.

BAB III : Hasil Magang dan Pembahasan

Dalam bab ini menjelaskan perusahaan secara deskriptif. Penjelasan deskriptif ini bermaksud untuk memberikan gambaran mengenai munculnya permasalahan yang diangkat dalam kegiatan magang.

BAB IV : Analisis

Analisis data sendiri merupakan kegiatan magang yang didasarkan pada data-data yang dikumpulkan sebagai bahan analisis yang bersifat kaulitatif dengan model interaktif. Teknik analisis data kualitatif dengan interaktif yang meliputi 3(tiga) alur komponen pengumpulan data Teknik tersebut adalah suatu tata cara mengumpulkan data dalam berbagai cara dengan menganalisi berbagai media promosi yang digunakan KPM yang kemudian diproses dalam tiga tahap yaitu mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan dalam bentuk analisis.

BAB V : Kesimpulan dan Rekomendasi



BAB II

KAJIAN TEORITIS

2.1. Sejarah Berdirinya

Kantor Penanaman Modal (KPM) Kota Surakarta merupakan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Kota Surakarta yang mempunyai tugas melaksanakan pelayanan di bidang penanaman modal. KPM Kota Surakarta dalam melaksanakan tugas dipimpin seorang Kepala Kantor yang berkedudukan di bawah dan bertanggungjawab kepada WaliKota melalui Sekretaris Daerah. KPM Kota Surakarta yang baru berdiri tahun 2009 ini berlokasi di Jl. Slamet Riyadi No. 368 Surakarta yang bersatu atap dengan Balai Meteorologi Wilayah Kota Surakarta.

KPM Kota Surakarta berdiri sejak dikeluarkannya Peraturan Walikota Surakarta Nomor 20-D Tahun 2009 tentang Pedoman Uraian Tugas Jabatan Struktural Pada Kantor Penanaman Modal. Sebelumnya hal-hal yang mengenai Penanaman Modal diurus dikantor Dinas Perindustrian Perdagangan dan Penanaman Modal sejak tahun 2001 dan baru berdiri sendiri hingga dikeluarkannya Peraturan WaliKota Surakarta Nomor 20-D Tahun 2009.

2.2 Penanaman Modal

2.2.1. Pengertian Penanaman Modal

Definisi tentang investasi atau Penanaman Modal dikemukakan oleh Kamaruddin Ahmad adalah menempatkan uang atau dana dengan harapan untuk memperoleh tambahan atau keuntungan tertentu atas uang atau dana tersebut (Kamaruddin Ahmad,1996: 3)

Sedangkan, menurut Fitzgerald dalam Salim,2008, Penanaman modal atau investasi adalah aktivitas yang berkaitan dengan usaha penarikan sumber-sumber (dana) yang dipakai untuk mengadakan barang modal pada saat sekarang dan dengan barang modal akan dihasilkan aliran produk baru dimasa yang akan datang.

2.2.2. Tujuan Penanaman Modal

Tujuan dibentuk penanaman modal, dijabarkan pada Pasal 3 ayat (2) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal adalah sebagai berikut:

- a) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional
- b) Menciptakan lapangan kerja
- c) Meningkatkan pembangunan ekonomi berkelanjutan;
- d) Meningkatkan kemampuan daya sing dunia usaha nasional
- e) Meningkatkan kapasitas dan kemampuan teknologi nasional
- f) Mendorong pengembangan ekonomi kerakyatan

- g) Mengolah ekonomi potensial menjadi kekuatan ekonomi riil dengan menggunakan dana yang berasal, baik dari dalam negeri maupun dari Luar negeri, dan
- h) Meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

2.2.3. Peran Kantor Penanaman Modal

Kantor Penanaman Modal (KPM) berperan dalam hal :

- Mengembangkan peluang dan potensi penanaman modal daerah dengan memberdayakan badan usaha (Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007)
- Menyiapkan bahan-bahan promosi investasi kerjasama dengan Dinas atau Instansi Pemerintah Kabupaten atau Kota.
- Melakukan promosi investasi bekerjasama dengan Badan Koordinasi Penanaman Modal Republik Indonesia (BKPM-RI) serta Dinas atau Instansi Pemerintah Kabupaten atau Kota.
- Melakukan monitoring dan pembinaan terhadap para investor yang telah memulai kegiatan investasinya

2.2.4. Fungsi Kantor Penanaman Modal

Kantor Penanaman Modal mempunyai fungsi :

1. Penyelenggaraan kesekretariatan kantor
2. Penyusunan rencana program, pengendalian, evaluasi dan pelaporan.
3. Penyelenggaraan pelayanan penanaman modal.
4. Penyelenggaraa promosi dan kerjasama bidang penanaman modal.

5. Penyelenggaraan penanaman modal
6. Penyelenggaraan sosialisasi
7. Pembinaan jabatan fungsional.

2.2.5. Visi & Misi

a. Visi, Misi dan Tujuan Kantor Penanaman Modal Kota Surakarta

Pemerintah Kota Surakarta telah menetapkan visi dan misi dalam menjalankan pemerintahan. Visi Kota Surakarta adalah terwujudnya Kota Surakarta sebagai Kota budaya yang bertumpu pada potensi perdagangan, jasa, pendidikan, pariwisata dan olahraga. Sedangkan misi Kota Surakarta adalah:

- 1) Revitalisasi kemitraan dan partisipasi seluruh komponen masyarakat dalam semua bidang pembangunan, serta perekatan kehidupan bermasyarakat dengan komitmen cinta Kota yang berlandaskan pada nilai-nilai “Surakarta Kota Budaya”.
- 2) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang memiliki kemampuan dalam pengusahaan dan pendayagunaan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni, guna mewujudkan inovasi dan integrasi masyarakat madani yang berlandaskan Ketuhanan Yang Maha Esa.
- 3) Mengembangkan seluruh kekuatan ekonomi daerah, sebagai pemacu tumbuh dan berkembangnya ekonomi

rakyat yang berdaya saing tinggi, serta mendayagunakan potensi pariwisata dan teknologi terapan yang akrab lingkungan.

- 4) Membudayakan peran dan fungsi hukum, pelaksanaan Hak Asasi Manusia dan demokratisasi bagi seluruh elemen masyarakat, utamanya para penyelenggara pemerintah.

Upaya pencapaian visi dan misi Kota Surakarta senantiasa dilakukan dengan menjabarkan ke dalam tujuan, dan sasaran organisasi. Selanjutnya tujuan dan sasaran tersebut dijabarkan melalui serangkaian strategi dan program yang terarah, jelas dan berkesinambungan.

Kantor Penanaman Modal Kota Surakarta menjabarkan visi dan misi Kota Surakarta menjadi visi dan misi Kantor Penanaman Modal serta menjabarkannya ke dalam tujuan sasaran, strategi dan program. Adapun visi misi Kantor Penanaman Modal Kota Surakarta sebagai berikut:

- 1) Visi: Terwujudnya Kota Surakarta sebagai Kota pro investasi yang aman dan berbudaya.
- 2) Misi :
 - a) Meningkatkan pelayanan dan perluasan akses penanaman modal kepada masyarakat.
 - b) Mengembangkan teknologi informasi penanaman modal.

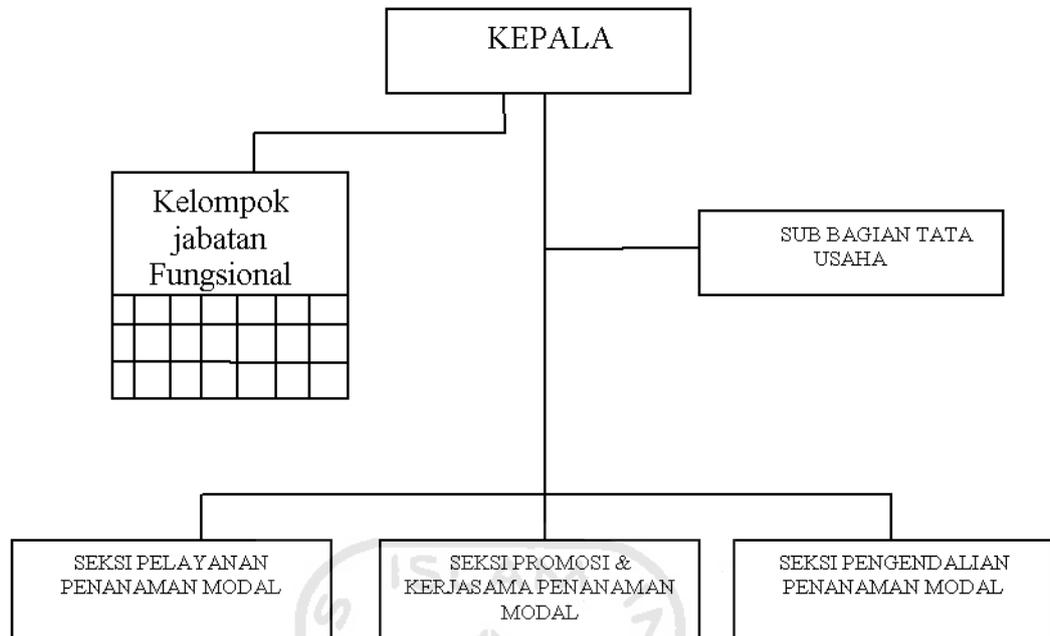
- c) Mengembangkan fasilitas yang mengembangkan UMKM.

2.2.6. Struktur Organisasi

Struktur organisasi dapat diartikan sebagai gambaran tentang hubungan-hubungan antar bagian yang ada pada perusahaan dalam rangka mencapai suatu tujuan. Secara implisit, organisasi perangkat daerah dibentuk berdasarkan pertimbangan sebagai berikut (menurut pasal 68 UU Nomor 22 Tahun 1999 dalam Murtir Jeddawi, 2005) :

1. Luasnya kewenangan yang dimiliki daerah
2. Kemampuan keuangan daerah .
3. Kemampuan sumber daya manusia yang dimiliki daerah.
4. Kemampuan mengembangkan kerjasama dengan daerah lain.

Jadi struktur organisasi mempunyai peranan penting dalam mengatur, membagi, dan mengkoordinasikan tugas dan kegiatan kerja dalam suatu organisasi agar dapat terawasi dengan mudah dan baik. Adapun bagan struktur organisasi Kantor Penanaman Modal tersebut dapat dilihat pada gambar 1.1



Gambar 1.1 Struktur Organisasi Kantor Penanaman Modal Surakarta

2.2.7. Deskripsi Jabatan

1. Kepala Kantor

Mempunyai tugas pokok menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang penanaman modal.

2. Sub Bagian Tata Usaha

Kepala Subbagian Tata Usaha mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan, pengkoordinasian penyelenggaraan tugas secara terpadu, pelayanan administrasi dan pelaksanaan di bidang perencanaan, evaluasi, dan pelaporan, keuangan dan umum, dan kepegawaian meliputi : koordinasi perencanaan, pemantauan, evaluasi dan pelaporan, pengelolaan keuangan, verifikasi,

pembukuan dan akuntansi, pengelolaan administrasi kepegawaian, hukum, humas, organisasi dan tatalaksana, ketatausahaan, rumah tangga dan perlengkapan di lingkungan kantor.

3. Seksi Pelayanan Penanaman Modal

Kepala Seksi Pelayanan Penanaman Modal mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan di bidang pelayanan penanaman modal, meliputi : perumusan kebijakan dan pedoman pelayanan izin usaha dan non izin, perumusan dan penyusunan pedoman tata cara penanaman modal.

4. Seksi Promosi dan Kerjasama Penanaman Modal

Kepala seksi promosi dan kerjasama penanaman modal mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan di bidang promosi dan kerjasama penanaman modal, meliputi : pemberian bimbingan dan pembinaan promosi penanaman modal, mengkoordinir dan melaksanakan promosi penanaman modal baik di dalam negeri maupun di luar negeri, penyiapan usulan bidang – bidang usaha yang perlu di pertimbangkan tertutup dan pertimbangkan terbuka dengan persyaratan, pertimbangkan prioritas tinggi, penyusunan peta investasi daerah, mendorong, melaksanakan, mengajukan usulan materi dan memfasilitasi kerjasama dunia usaha, dan internasional di bidang penanaman modal.

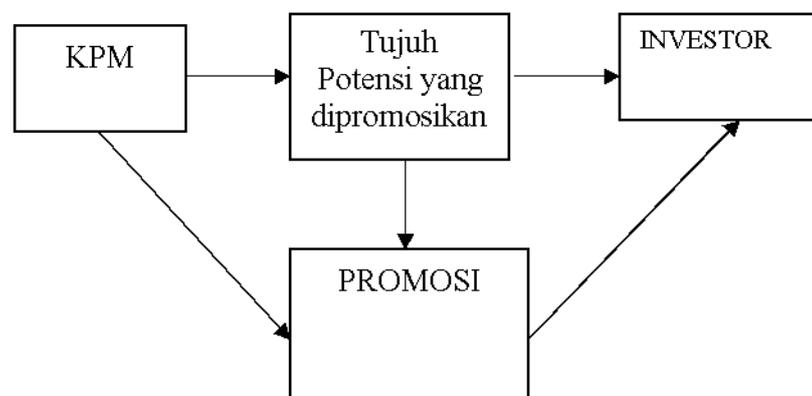
5. Seksi Pengendalian Penanaman Modal

Kepala Seksi pengendalian penanaman modal mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan di bidang pengendalian penanaman modal, meliputi : pengkajian, perumusan dan penyusunan kebijakan teknis pengendalian penanaman modal, melaksanakan pemantauan, bimbingan dan pengawasan serta berkoordinasi dengan instansi terkait.

6. Kelompok Jabatan Fungsional

Ketentuan diatur berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

BAGAN KERANGKA TEORITIS



Gambar 1.2 BAGAN KERANGKA TEORITIS

KETERANGAN :

Kerangka teoritis diatas diperlukan sebagai landasan teori yang menjelaskan keterkaitan berbagai variable. Kantor Penanaman Modal (KPM) berperan dalam hal mempromosikan potensi dan peluang investasi di Kota Surakarta. Dalam kegiatan promosinya, KPM mempromosikan tujuh potensi kepada calon investor dengan sarana pemilihan media promosi yang tepat agar investor mengenal, tertarik dan berminat menanamkan modalnya di Kota Surakarta. Dari berbagai media promosi yang dipilih KPM, penulis mengevaluasi mengenai pemilihan media yang tepat, isi pesan yang disampaikan hingga desain pesan yang dipilih.

Berdasarkan hal tersebut, permasalahan yang ingin penulis ketahui adalah : (1) Apakah Peranan Kantor Penanaman Modal Dalam Mengembangkan Potensi Dan Peluang Investasi di Wilayah Kota Surakarta sudah dilakukan ? (2) Apakah media promosi yang digunakan Kantor Penanaman Modal dalam mempromosikan potensi investasi di Surakarta sudah tepat ?

BAB III

HASIL MAGANG DAN PEMBAHASAN

3.1. HASIL MAGANG

3.1.1 Pelaksanaan Program Kerja

Penulis melaksanakan praktik magang di Kantor Penanaman Modal Kota Surakarta pada bulan 12 September 2011-12 Oktober 2011, yang dilakukan pada hari Senin-Jum'at mulai pukul 07.00-15.30. Adapun data-data yang penulis peroleh selama melaksanakan magang akan dijabarkan pada lampiran jadwal kegiatan magang.

3.1.2 Hasil Temuan dalam Pelaksanaan Peran Kantor Penanaman Modal

Kota Surakarta

1. Peran Kantor Penanaman Modal Surakarta

Dalam meningkatkan Penanaman Modal di Kota Surakarta Kantor Penanaman Modal mempunyai peran sebagai berikut :

- a. Mengembangkan peluang dan potensi penanaman modal daerah dengan memberdayakan badan usaha (Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007)

Upaya yang dilakukan KPM dalam mengembangkan peluang dan potensi daerah sudah dilaksanakan dalam menggali potensi dan peluang yang ada di Kota Surakarta agar bisa dijadikan tempat berinvestasi para investor. Dalam hal ini,

melakukan pemetaan peluang investasi, pengembangan data base, dan sistem informasi manajemen.

- b. Menyiapkan bahan-bahan promosi investasi kerjasama dengan Dinas atau Instansi Pemerintah Kabupaten atau Kota.

Dalam hal menyiapkan bahan-bahan promosi investasi kerjasama penanaman modal, KPM telah melakukan beberapa langkah dalam melakukan peranannya, yaitu seperti : membuat peta potensi dan peluang investasi Kota Surakarta, Xbanner, booklet, leaflet, CD yang akan dipamerkan serta dibagikan dalam pameran investasi Nasional.

. Selain itu saat ini sedang disiapkan pula Sistem Informasi Penanaman Modal Daerah (SIMPEDAL) Surakarta yang bertujuan untuk mempermudah investor atau masyarakat untuk mengetahui peta potensi dan peluang daerah Surakarta yang dapat dijadikan tempat berinvestasi. Dengan promosi yang dilakukan KPM tersebut akan mengenalkan Potensi dan Peluang Investasi Kota Surakarta serta Kota Surakarta bagi Investor yang mungkin tidak pernah memiliki niat berinvestasi di Kota Surakarta.

- c. Melakukan promosi investasi bekerjasama dengan Badan Koordinasi Penanaman Modal Republik Indonesia (BKPM-RI) serta Dinas atau Instansi Pemerintah Kabupaten atau Kota.

Kantor Penanaman Modal dalam menjalankan promosi dan kerjasama sangat memperlihatkan keberadaannya Kantor tersebut. Hal tersebut diperlihatkan dengan program-program

yang dibuat oleh KPM lebih banyak mengenai promosi dan kerjasama dalam pengembangan investasi di Kota Surakarta. Dalam menjalankan Promosi dan Kerjasama KPM sudah dilakukan dengan baik, KPM bekerjasama oleh Dinas Pariwisata Kota Surakarta dan Perdagangan yang khas Solo yaitu Batik di Kota Surakarta serta bekerjasama dengan BKPM-RI.

- d. Melakukan pengendalian penanaman modal dan pembinaan terhadap para investor yang telah memulai kegiatannya.

Dalam menjalankan pengendalian penanaman modal di Kota Surakarta, KPM banyak dibantu oleh SKPD lainnya seperti Dinas Tata Ruang, Badan Lingkungan Hidup dan lainnya. Seperti pengendalian mengenai investasi asing pun masih berada pada BKPM, dan KPM hanya mendapatkan tembusannya saja. Perizinan yang masih diatur oleh BPM Semarang seperti Izin Prinsip Penanaman Modal, Izin Pendaftaran Penanaman Modal, Izin Perubahan Penanaman Modal dan Izin Perluasan Penanaman Modal.

Sedangkan yang masih dipegang oleh KPPT Kota Surakarta seperti Izin Usaha, Izin Pemanfaatan Ruang, IMB, Izin Lokasi, dan izin-izin yang berkaitan dengan usaha. Sehingga untuk saat ini pelayanan yang dapat diberikan oleh KPM hanya sebagai tempat berkonsultasi bagi para calon investor yang tidak tahu ingin menanamkan modalnya dalam usaha apa di Kota

Surakarta. Dalam pengendalian yang sudah dilakukan oleh KPM hanyalah sekedar memantau dan mengawasi kegiatan di lapangan dalam hal yang dilakukan perusahaan seperti perluasan bangunan dan lahan, penambahan produk yang ingin di produksi suatu perusahaan. Dimana izin perluasan bangunan dan penambahan produk itu tetap di pegang oleh KPPT. Hal ini membuat peran KPM dalam hal pengendalian penanaman modal kepada investor menjadi kabur atau tidak jelas.

2. Hasil temuan dalam pelaksanaan program kerja di Kantor Penanaman Modal Kota Surakarta adalah
 - a. Kegiatan Kantor Penanaman Modal lebih terfokus pada promosi.
 - b. Bagian Pelayanan hanya melayani informasi penanaman modal di kota Surakarta.
 - c. Media promosi yang digunakan KPM dalam mempromosikan peluang investasi di Kota Surakarta saat ini adalah Xbanner, booklet, leaflet, CD selain itu digunakan pula SIMPEDAL dan website KPM yang bergabung dengan Pemkot Surakarta.
3. Faktor-faktor pendukung pelaksanaan program kerja

Faktor-faktor pendukung pelaksanaan program kerja sehingga tercapainya tujuan magang adalah:

- Tersedianya fasilitas yang sangat mencukupi seperti meja kerja dan komputer yang terhubung langsung dengan sambungan

internet memberikan kenyamanan serta kemudahan sehingga dapat memperlancar proses kegiatan, efektif, dan berkualitas.

3. Faktor-faktor penghambat pelaksanaan program kerja

- Hambatan yang dihadapi dalam menjalankan program kerja di Kantor Penanaman Modal Kota Surakarta adalah kurangnya kemampuan personil (SDM) dalam penanaman modal, kurangnya data-data dan dokumen tentang penanaman modal dan kurangnya anggaran untuk mengembangkan media promosi yang lebih efektif.

3.2. PEMBAHASAN

3.2.1 Definsi Pemasaran

Pemasaran merupakan faktor peranan penting yang harus dilakukan suatu instansi atau perusahaan yang kegiatannya berhubungan langsung dengan investor/konsumen dengan menciptakan produk yang inovatif dari persaingan yang begitu ketat. Kegiatan pemasaran harus memberikan kepuasan bagi konsumen/investor. Menurut Kotler & Keller (2007) definisi pemasaran adalah :

“proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan agar menguntungkan organisasi dan pemilik saham.”

3.2.2 Definisi Jasa

Dalam proses pemasaran, produk diklasifikasikan berdasarkan daya tahan atau berwujud yang disebut barang dan tak berwujud atau jasa. Dalam hal ini Kantor Penanaman Modal Surakarta bergerak dalam bidang jasa yaitu mempromosikan potensi Surakarta kepada para investor.

Menurut Lupiyoadi (2006) Definisi Jasa :

“Aktifitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk fisik yang dikonsumsi secara bersamaan dan memberi nilai tambah.”

3.2.3. Manajemen Pemasaran

Dalam kegiatan pemasaran dapat tercapai tujuan perusahaan, namun harus dikoordinasi dengan baik agar tercipta manajemen pemasaran yang baik. Definisi manajemen pemasaran menurut Kotler (2007) sebagai berikut :

“Seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.”

3.2.4. Marketing Jasa

1. Karakteristik Jasa

Menurut Kotler (2005) Jasa memiliki empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi desain program pemasaran :

a. Intangibility (tidak berwujud)

Jasa tidak dapat dilihat diraba, atau dicium sebelum dibeli. Investor akan mencari data pendukung atau bukti atas mutu jasa tersebut

b. Inseparability (tidak dapat dipisahkan)

Biasanya dihasilkan secara bersamaan. Hal ini tidak berlaku bagi barang-barang fisik, barang yang disimpan, didistribusikan melalui banyak penjual dan dikonsumsi kemudian.

c. Variability (bervariasi)

Tergantung pada siapa pemberinya, kapan, dimana diberikan sehingga jasa sangat bervariasi.

d. Perishability (tidak tahan lama)

Jasa tidak dapat disimpan. Sifat jasa yang tidak tahan lama akan menjadi masalah jika permintaan tetap berjalan.

2. Dimensi kualitas jasa

Dimensi kualitas jasa menurut Zeithaml dalam Umar (2003) dibagi menjadi lima yaitu :

1. Keterandalan (Reliability)

Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.

2 Kesigapan (Responsiveness)

Kesigapan para staff untuk membantu investor dan memberikan layanan yang cepat dan tanggap.

3. Jaminan (Assurance)

Kemampuan karyawan terhadap pengetahuan produk secara tepat, kualitas keramahan, perhatian, kesopanan, dalam memberikan pelayanan.

4. Empaty (Emphaty)

Perhatian individu yang diberikan perusahaan kepada investor seperti kemudahan menghubungi perusahaan dan usaha perushaaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

5. Nyata (tangibles)

Penampilan fisik seperti gedung, kebersihan,dll.

Pemasaran jasa sangat berkaitan dengan selera investor, dipengaruhi jumlah pendapatan, tidak ada fungsi penyimpanan, dan kualitas dipengaruhi infrastruktur dan lokasi.

3.2.5. Kantor Penanaman Modal Surakarta

(1). Peran Kantor Penanaman Modal Kota Surakarta dalam Meningkatkan Penanaman Modal di Kota Surakarta

Peran yang ingin dicapai KPM di tahun 2011 adalah mengoptimalkan organisasi dan sumberdaya di lingkungan KPM dan SKPD yang terkait dengan investasi dan pengembangan perekonomian di Surakarta. Peran tersebut diwujudkan dengan Rencana yang sedang diproses untuk

realisasinya yaitu pembentukan suatu Badan yang mengurus tentang penanaman modal. Badan tersebut dalam rencananya merupakan gabungan antara Kantor Penanaman Modal dengan Kantor Pelayanan Perijinan Terpadu Kota Surakarta. Sehingga dengan adanya Badan tersebut maka proses pengurusan penanaman modal di Kota Surakarta lebih efisien dan efektif.

(2). Pelaksanaan Peranan Kantor Penanaman Modal Surakarta

Kantor Penanaman Modal Kota Surakarta dalam pengembangan penanaman modal di Kota Surakarta memiliki beberapa peranan yaitu:

a) Peranan Pelayanan Penanaman Modal

Peran pelayanan penanaman modal yang dimaksud ialah bertugas melakukan penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan di bidang pelayanan penanaman modal. Perumusan kebijakan dan pedoman pelayanan perizinan izin usaha dan non izin, perumusan dan penyusunan pedoman tata cara penanaman modal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Dwi bagian Seksi Pelayanan Penanaman Modal KPM bahwa peran pelayanan penanaman modal belum dapat berjalan sesuai yang seharusnya sesuai dengan Peraturan Kepala KPM No.12 Tahun 2009 tentang Pedoman dan Tata Cara Permohonan Penanaman Modal yaitu seperti izin pendaftaran penanaman modal, izin prinsip penanaman modal, izin perluasan penanaman modal, izin prinsip perubahan, izin usaha serta lainnya . Tetapi

dalam kenyataannya, pelayanan perijinan investasi di Kota Surakarta dilayani oleh KPPT dan sudah ada standar waktu pelayanan ijin investasi. Pada KPPT ini sudah tersedia sarana dan prasarana yang mendukung proses perijinan. Hal ini dikarenakan untuk pelayanan perizinan dan non perizinan penanaman modal belum menjadi kewenangan KPM, masih dijalankan di Badan Koordinasi Penanaman Modal Daerah (BKPM) Semarang dan Kantor Pelayanan Perijinan Terpadu (KPPT) Kota Surakarta. (Wawancara dengan Ibu Dwi selaku Seksi Pelayanan Penanaman Modal di KPM Kota Surakarta, 15 Desember 2011, Pukul 13.30 WIB)

b) Peranan Promosi dan Kerjasama Penanaman Modal

Peranan Promosi dan Kerjasama Penanaman Modal yang dimaksud ialah bertugas melakukan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan di bidang promosi dan kerjasama penanaman modal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Farida bagian Seksi Promosi dan Kerjasama Penanaman Modal KPM bahwa peranan promosi dan kerjasama yang paling penting dari KPM pada saat ini. Hal tersebut diperlihatkan dengan program-program yang dibuat oleh KPM lebih banyak mengenai promosi dan kerjasama dalam pengembangan investasi di Kota Surakarta. Dalam menjalankan peranannya, KPM harus bisa menggali potensi dan peluang yang ada di Kota Surakarta agar bisa dijadikan tempat berinvestasi para investor. Selain itu, dalam hal Promosi

dan Kerjasama pun KPM tidak berdiri sendiri karena dibantu oleh Pariwisata Kota Surakarta dan Perdagangan yang khas Solo yaitu Batik di Kota Surakarta. (Wawancara dengan Ibu Farida selaku Seksi Promosi dan Kerja sama Penanaman Modal di KPM Kota Surakarta, 20 Desember 2011, Pukul 08.34 WIB).

3.2.6. Promosi

Promosi adalah koordinasi dari semua penjual untuk menyusun hubungan informasi dan persuasi dalam rangka menjual barang atau jasa atau mempromosikan suatu gagasan. Dalam hal ini, Kantor Penanaman Modal agar calon investor dapat mengenal Kota Surakarta melalui media promosi yang digunakan yang didukung oleh tatanan pemilihan lay out yang kreatif serta kemudahan birokrasi dan perbaikan infrastruktur dari pemerintah yang diharapkan dapat meningkatkan minat berinvestasi dananya di Kota Surakarta.

A. Produk yang dipromosikan kepada investor

Pengembangan investasi Kota Surakarta, dapat tercipta apabila suatu kegiatan investasi mempunyai keterkaitan satu sama lain antara potensi investasi dan industri terkait yang layak dikembangkan antara lain: perdagangan, pariwisata ,infrastruktur, properti, serta jasa. Beberapa produk yang dipromosikan kepada investor tersebut antara lain (Booklet,2011):

1. Sky Tower Solo Techno Park (STP)
2. Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ)
3. Pusat Pergudangan Pedaringan (PDP)
4. Pasar Jongke.
5. Pengelolaan Sampah Akhir TPA Putri Cempo
6. Pembangunan Terminal Tirtanadi Lantai Atas
7. Instalasi Pengelolaan Air (IPA)

Potensi investasi di Kota Surakarta sebagaimana diuraikan di atas, secara rinci adalah sebagai berikut (Booklet,2011):

1. *Sky Tower Solo Techo Park (STP)*, yang berlokasi Jl. Ki Hajar Dewantara Kentingan, Jebres, Surakarta di dibangun dengan konsep desain futuristik yang merupakan area perkantoran dan pusat manajemen STP. Sky Tower merupakan beberapa potensi yang dapat ditawarkan kepada investor potensial, masalah satu diantaranya adalah name branding dari Sky Tower yang dapat ditawarkan kepada investor yang membiayai pembangunan proyek Sky Tower. Selain itu Sky Tower juga dapat dimanfaatkan sebagai advertising space yang abstraktif mengingat potensi lokasi dan ketinggian yang dimiliki oleh Sky Tower.

Sedangkan puncak Sky Tower itu sendiri juga dapat dimanfaatkan sebagai transmission relay untuk perusahaan-perusahaan telekomunikasi atau multimedia lokal maupun internasional. Dengan fasilitas pendukung yang lengkap dan

memadai, Sky Tower diharapkan dapat mendukung pengembangan kawasan STP dan memberikan kenyamanan bisnis dan investasi bagi para pelaku dunia usaha dan dunia industri. Fasilitas pendukung yang tersedia di Sky Tower antara lain:

- Office space (area perkantoran)
- Convention hall dan meeting rooms
- Skyview restaurant
- Food court
- Bank
- IT center (pusat pembelajaran IT dan data base center untuk pengamanan data perusahaan)
- Office service (pelayanan jasa komunikasi, jasa sekretaris, jasa kebersihan, jasa catering, jasa office boy,dll)
- Hotel

Nilai investasi ini berkisar Rp 137, 262 M, dengan luas wilayah yang diinvestasikan sebesar 5.025 m² serta perkiraan kapasitas 27 lantai, dan per lantai = 2.800 m²

2. *Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ)*, Taman Satwa Taru Jurug yang berlokasi di Jl. Ir. Sutami 109 Surakarta, adalah suatu kawasan wisata di Kota Surakarta yang memadukan keberadaan satwa dan taman keluarga. Kawasan ini mempunyai potensi yang bagus untuk dikembangkan mengingat keberadaannya dekat dengan sungai Bengawan Surakarta dengan luas lahan 14 ha, sehingga dapat dijadikan tempat rekreasi dan edukasi bagi pengunjung. Keberadaan TSTJ sangat

berarti bagi masyarakat Kota Surakarta dan daerah sekitarnya serta memiliki berbagai potensi yang dapat dikembangkan antara lain : kebun binatang, telaga, taman, arena bermain dan wisata air Sungai Bengawan Solo yang memiliki pemandangan eksotik dari Sungai Bengawan Surakarta yang telah lama dikenal di masyarakat dunia, dapat dieksploitasi sebagaimana pemanfaatan sungai di Eropa sebagai masalah satu tujuan wisata yang menarik.

TSTJ saat ini memiliki ratusan koleksi binatang dan memberikan pemasukan bagi daerah, hingga November 2009 pendapatan mencapai Rp 1,2 Miliar. Pada tahun 2010 pendapatan Taman Satwa Taru Jurug mencapai Rp 2,032 Miliar. Pendapatan ini tentunya akan bertambah apabila ada perbaikan infrastruktur, taman satwa, wahana permainan dan fasilitas untuk pengunjung. Peluang Pemasukan dilihat dari harga tiket masuk untuk dewasa Rp 6.000,- per orang untuk harii biasa dan Rp 7.000,- per orang pada hari minggu dan Rp 8.000,- untuk event khusus, belum termasuk pemasukan dari tiket wahana permainan. Jumlah pengunjung rata-rata 300.000 per tahun. Berasal dari Solo Raya, Salatiga, Grobogan, Kabupaten Semarang, Demak, Jepara, Kudus, Blora, Pati, Rembang, Ngawi, Magetan, Pacitan, Bojonegoro, Cepu, Tuban, dan Kediri. Lahan merupakan milik Pemerintah Kota Surakarta dikelola Perusda TSTJ. Sistem kerja sama BOT. Nilai investasi yang ditawarkan Rp 100 Miliar.

3. *Pusat Pergudangan Pedaringan (PDP)* yang berlokasi di JL. Ketingan no.1, Jebres, Solo adalah sarana perdagangan yang potensial dan merupakan peluang investasi yang prospektif. Pusat Pergudangan Pedaringan menyediakan jasa pergudangan terpadu, jasa angkutan barang, jasa parkir dan jasa pergudangan lain. Jumlah perusahaan yang memanfaatkan fasilitas tersebut pada tahun 2010 sebanyak 20 perusahaan, baik perusahaan swasta merupakan perusahaan asing.

Lahan milik pemerintah Kota Surakarta dan dikelola oleh Perusda Pusat Pergudangan Pedaringan Kota Surakarta. Sistem kerjasama yang ditawarkan adalah Sewa, Kerjasama Operasi. Pusat Pedaringan didirikan tanggal 22 Oktober 1984 berdasarkan Perda No.4 tahun 1984 berlokasi di Ketingan Jebres dengan luas lahan 9,2 ha, merupakan penyedia jasa pergudangan memiliki berbagai fasilitas, yaitu :

- Memiliki Manajemen pergudangan yang modern
- Ruangan gudang yang luas 9.960 m² (9 unit gudang) dengan kapasitas daya tampung 24.500 ton.
- Tenaga kerja berpengalaman.
- Keamanan selama 24 jam.
- Tempat strategis (dekat dengan ringroad).
- Tempat Parkir luas dan bebas banjir.
- Gudang terbuka 1.000 m²

4. *Pasar Induk Jongke* yang berlokasi di JL. Dr. Rajiman 618, Kabangan, Solo, Laweyan adalah Pengembangan Pasar Jongke Menjadi perpaduan Pasar Modern, Pasar Tradisional, dan Wisata Kampung Batik. Kota Surakarta, sejak lama dikenal sebagai pusat perdagangan di Pulau Jawa. Hal ini dapat dilihat dari keberadaan pasar yang telah ada, dan berkembang sampai dengan saat ini. Pasar Jongke, adalah suatu konsep pasar masa depan yang memadukan pasar modern dengan pasar tradisional menjadi satu kesatuan, yang dipadukan dengan Wisata kampung Batik Laweyan.

Sampai saat ini, Pasar Jongke (kabangan) terkenal sebagai pasar dari barang-barang kebutuhan rumah tangga. Keberadaan Pasar Jongke, diharapkan dapat memperlihatkan karakteristik dan keunikan Kota Surakarta secara lebih nyata kepada khalayak Kota Surakarta dan luar Kota Surakarta. Jenis Investasi adalah infrastruktur dan Properti. Calon Investor terdiri dari pemerintah, swasta, dan masyarakat sekitar. Investasi swasta dalam bentuk pasar modern, sedangkan investasi pemerintah adalah pasar tradisional, dan infrastruktur jalan kampung laweyan. Adapun industri yang terkait adalah wisata, jasa, dan perdagangan.

Dukungan Transportasi untuk Pasar Jongke adalah sebagai berikut:

- Estimasi investasi: Rp. 70.000.000.000,-
- Lebar jalan : 32 meter

- Arus lalin : 2 arah, sebagai Jalur utama kedua arah Yogyakarta
- Arus Masuk : Sisi Utara (Jl. KH. Agus Salim), Sisi Barat & Timut (Jl. Dr.Rajiman)
- Kepadatan lalin : Padat
- Pengguna Jalan : Truk, angkota, bus, minibus, taksi, motor, kendaraan pribadi.

Faktor Pendorong Internal Pasar Jongke antara lain:

- Tersedia Tanah Seluas 17.120 m²
- Desain Bangunan Pasar 3 (tiga) lantai, memungkinkan semua space dasaran laku terjual
- Konsep pasar sebagai pusat perbelanjaan meliputi:
Pasar tradisional, Pasar sepeda, Pasar peralatan khusus (bahan dari seng/ plastik), Pasar pusat oleh-oleh khas Solo, Pertokoan modern
- Fasilitas pasar dengan fasilitas modern
- Desain tempat dasaran pasar bervariasi
- Tempat parker luas, langsung berdekatan dengan pasar
- Areal Bongkar Muat (Loading Area) di beberapa titik
- Fasilitas pendukung pasar (MCK, gudang, parkir, loading area, mushola, pos keamanan, APAR, Escalator, dll)
- Dukungan aspek legal dan kepastian hukum.

Faktor Pendukung Eksternal Pasar Jongke antara lain:

- Posisi Strategis Termasuk Segitiga Joglosemar dan Berada Jalur Transportasi dan Perdagangan Antar Propinsi dan Antar Daerah.
- Posisi Sentral Kota Surakarta sebagai Hinterland bagi daerah-daerah sekitar memungkinkan Surakarta Menjadi Pusat Transaksi Perdagangan Bagi Daerah Sekitarnya.
- Kota Surakarta Sebagai Kota Budaya
- Semakin banyaknya event penting pengembangan dunia usaha, pariwisata, budaya dan pendidikan (Solo Batik Carnival, AMPCHUD, SIEM)

Faktor Dukungan Lingkungan antara lain:

1. Jalur utama kedua arah Yogyakarta
 2. Jalur Menuju Kraton Kasunan Surakarta & Pasar Klewer
 3. Area Bisnis
 4. Kampung Batik Laweyan
 5. IPAL-PDAM
 6. SPBU
5. *Pengelolaan Sampah Akhir TPA Putri Cempo* yang berlokasi di Praon-Solo, adalah produk yang dihasilkan dari pengelolaan sampah di TPA Putri Cempo berupa kompos, gas metana, material daur ulang dan material RDF. Kompos sangat dibutuhkan untuk pertanian, perkebunan, rehabilitasi dan konservasi lahan kritis serta merupakan bahan baku organik ke BUMN industri pupuk dan

pertanian. Gas metana diolah sedemikian rupa sehingga menjadi tenaga elektrik dan dapat dipasok ke PLN .

Material daur ulang akan dipilah-pilah dan disalurkan pada pengepul existing dan industri daur ulang. RDF sebagai bahan – bahan padat alternative disalurkan pada industri yang mempunyai boiler dan industri semen. Luas TPA 17 ha dan jumlah volume sampah yang masuk ke TPA Putri Cempo rata-rata sebesar 225-250 ton per hari. Tumpukan sampah sudah mencapai ketinggian 13m dengan volume sampah sekitar 1,6 juta m³. Komposisi sampah mengandung bahan organik sekitar 80 %. Lahan milik Pemerintah Kota Surakarta. Sistem Kerjasama BOT(Build, Operate, Transfer). Nilai investasi yang ditawarkan Rp 200 miliar rupiah.

6. *Pembangunan Terminal Tirtonadi Lantai Atas* yang berlokasi di Jl. Ahmad Yani No.262 Solo, tergolong terminal tipe A memiliki luas 3,5ha. Dengan adanya perluasan sebesar 1,7ha maka pengembangan nantinya akan menjadi 5,2ha. Terminal Tirtonadi diharapkan mampu meningkatkan pelayanan jasa transportasi di dalam terminal, sirkulasi kendaraan dan penumpang akan menjadi lebih baik serta tercipta kenyamanan dan keamanan pengguna jasa terminal yang lebih optimal. Sesuai dengan slogan SOLO THE SPIRIT OF JAVA dalam rangka peningkatan kunjungan wisata maka salah satu infrastruktur terpenting Kota Surakarta adalah Terminal Terttonadi

sebagai pusat pergerakan manusia dan pintu gerbang masuknya wisatawan.

Oleh Karena itu pengembangan Terminal Tirtonadi tidak hanya terfokus pada kegiatan transportasi tetapi dapat juga dikembangkan sebagai kawasan perdagangan. Lahan Milik Pemerintah Kota Surakarta. Sistem Kerjasama BOT (Build, Operate, Transfer). Nilai investasi yang ditawarkan Rp 125 miliar rupiah.

7. *Instalasi Pengelolaan Air (IPA) Semanggi* yang berlokasi Jl. Ahmad Yani No.340 Solo, pelayanan air minum perpipaan di Kecamatan Laweyan 28,74 %, Kecamatan Serengan 33,74%, dan Kecamatan Pasar Kliwon mencapai 45,83%. Jumlah sambungan untuk 3 kecamatan yang telah dilayani oleh PDAM Kota Surakarta sebanyak 18.445 unit. Konsumsi air untuk domestik wilayah ini sesuai dengan data yang ada rata-rata sebesar $25\text{m}^3/\text{bulan}/\text{sambungan}$. Kualitas, Kuantitas dan kontinuitas pelayanan di 3 kecamatan belum optimal. Permukaan air tanah semakin menurun akibat pemakaian air tanah oleh industry. Selain itu, harga air bersih yang dijual yaitu Rp 1.250,- /jerigen = Rp 1.250,-/20 liter = Rp 62.500,-/ m^3 .

Melihat kondisi eksisting tersebut, direncanakan adanya peningkatan cakupan pelayanan dan kapasitas menjadi 300 liter per detik. Selain itu, konversi sumur dalam dengan pembelian air curah diharapkan dapat menurunkan biaya listrik hingga 25%. Investasi jaringan retikulasi yang merupakan tanggung jawab PDAM

dilaksanakan tahun 2013-2015. Pendanaan investasi jaringan retikulasi dibiayai oleh PDAM Kota Surakarta.

Dengan demikian diharapkan dapat menambah pelanggan baru sebanyak 10.100 unit dengan rincian sebagai berikut :

- Tahun 2013 sebanyak 5.000 unit
- Tahun 2014 sebanyak 2.000 unit
- Tahun 2015 sebanyak 3.100 unit

Aspek Legal dan Bentuk Investasi

- Kesesuaian terhadap perencanaan pembangunan telah sesuai tercantum dalam Dokumen Program Investasi Jangka Menengah (RPJM) Bidang Cipta Karya Kota Surakarta Tahun 2009-2013.
- Telah dilakukan konsultasi public dalam rangka rekomendasi teknik untuk Surat Ijin Pengambilan Pemanfaatan Air Permukaan (SIPPAP).
- Pola Kerjasama, rencana kerjasama dengan swasta adalah model BOT (Build, Operate, Transfer)
- Pra Study Kelayakan (Pre FS) dan Tender Dokumen.

Analisis Keuangan :

- Nilai Investasi : Rp 57.047,77 juta
- NPV : Rp 4.434,02 juta
- IRR equity : 15%
- Payback Period : 8 tahun

B. Investor

Dalam mengembangkan Potensi yang dimiliki Kota Surakarta, dana APBD tidaklah cukup untuk memperbaiki dan menambah sarana dan prasarana yang dibutuhkan, sehingga keberadaan investor sangat penting dalam menanamkan investasi khususnya di Kota Surakarta. Berdasarkan praktek magang yang dilakukan oleh penulis di Kantor Penanaman Modal Kota Surakarta, target investor yang ditetapkan oleh Pemerintah Kota Surakarta berdasarkan potensi yang ditawarkan adalah sebagai berikut (Wawancara dengan Ibu Farida selaku Seksi Promosi dan Kerja sama Penanaman Modal di KPM Kota Surakarta, 16 Desember 2011, Pukul 10.00 WIB) :

– Target Investor

Target investor dalam hal ini yaitu semua pelaku usaha yang terdaftar resmi di Kota Surakarta yaitu yang mempunyai SIUP (Surat Ijin Usaha Perdagangan/Perusahaan).

Target investor dari tujuh potensi yang ditawarkan ini dibagi menjadi dua macam, yaitu:

(a) Investor yang bersumber dari modal asing (PMA)

Merupakan kegiatan menanam modal untuk melakukan usaha di wilayah negara republik Indonesia yang dilakukan oleh penanam modal asing, baik yang menggunakan modal asing sepenuhnya maupun yang berpatungan

dengan penanam modal dalam negeri (Pasal 1 Ayat (3) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal).

(b) Investasi yang bersumber dari modal dalam negeri

Penanaman modal dalam negeri adalah kegiatan menanam modal untuk melakukan usaha di wilayah Negara Republik Indonesia yang dilakukan oleh penanam modal dalam negeri dengan menggunakan modal dalam negeri (Pasal 1 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal).

Berikut ini adalah investor yang telah menginvestasikan dananya di beberapa potensi yang ditawarkan :

1. Pemerintah Kota (Pemkot) Solo dengan PT. Selaras Daya Utama (Sedayu) yang menggandeng Pemilik Euro Tech GmbH, Volker Schulz Berrendt investor dari Jerman dalam hal pengelolaan Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Sampah Putri Cempo. Berdasarkan kesepakatan, pihak investor akan menanamkan US\$30 juta atau sekitar Rp 300 miliar. Investor yang terpilih dari pelelangan tersebut mempunyai korelasi dengan TPA Putri Cempo yaitu mempunyai teknologi yang modern dalam pengelolaan sampah menjadi biogas untuk mesin pembangkit listrik dengan kapasitas 2 megawatt (MW) dan bisa dikembangkan sesuai kebutuhan dan ketersediaan bahan baku yaitu sampah organik. Lalu tahap selanjutnya adalah pemasangan mesin-mesin produksi biogas dan listrik

2. Investor dari PT Dinamika Karsa Cemerlang menanamkan modal Rp 165 miliar untuk pengembangan Taman Satwa Taru Jurug, Solo, Jawa Tengah. Investor dari PT Dinamika Karsa Cemerlang tidak hanya mampu menyiapkan dana dan merampungkan fisik pembangunan, tetapi juga harus mampu menjual yang ditargetkan sudah kembali modal selama tiga tahun ini, Pemerintah Kota Solo diproyeksikan mendapat penghasilan Rp 15 miliar pada lima tahun pertama.

– Penyaringan Calon Investor

Penyaringan calon investor diadakan dalam pelelangan dan diikuti oleh seluruh investor yang berminat menginvestasikan di Kota Surakarta yang diadakan oleh Pemerintah Kota Surakarta yang bertujuan agar mendapatkan investor yang potensial. Calon Investor yang mengikuti pelelangan disaring berdasarkan syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh PemKot Surakarta. Selain itu, calon investor harus mempunyai konsep yang terbaik untuk merealisasikan dananya dan korelasi yang sama dengan objek potensi yang ditawarkan. Lalu, setelah melewati proses pelelangan yang diadakan PemKot Surakarta, calon investor tunggal yang telah lolos dalam proses pelelangan segera melaksanakan prosedur perijinan di KPPT.

3.7.3. Media Promosi

Media promosi yang digunakan di KPM yaitu berupa media outdoor, media cetak, media elektronik, media internet dan pameran yang bertujuan agar calon investor mengenal Kota Surakarta.

Berikut ini adalah penjelasan dari berbagai media yang digunakan KPM sebagai media promosi adalah sebagai berikut:

- Media Outdoor

Media outdoor atau luar ruang yaitu media yang menyampaikan pesannya di luar ruang secara umum melalui media cetak dan elektronika secara statis.

Menurut Lupiyoadi (2001), contoh media outdoor meliputi: Papan reklame yaitu poster dalam ukuran besar yang dapat dilihat secara umum di perjalanan, spanduk yaitu suatu pesan dalam bentuk tulisan dan disertai gambar yang dibuat di atas secarik kain dengan ukuran tergantung kebutuhan dan dipasang di suatu tempat yang strategi agar dapat dilihat oleh semua orang, billboard, poster, baliho, dan TV layar lebar. Pemilihan media outdoor yang dipilih oleh KPM adalah Baliho dan billboard yang dipasang beberapa lokasi strategis di Kota Solo.

- Media Cetak

Media cetak, yaitu suatu media statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Media cetak pada umumnya terdiri dari gambaran sejumlah kata, gambar atau foto dalam tata warna. Fungsi utama media cetak ini adalah memberi informasi dan menghibur.

Adapun macam-macamnya menurut Lupiyoadi (2001) adalah poster, leaflet, brosur, majalah, surat kabar, lembar balik, sticker, dan pamflet. Namun, media cetak yang digunakan oleh KPM dalam mempromosikan Kota Surakarta adalah Booklet, Leaflet dan Xbanner.

Dalam penggunaan media cetak berdasarkan target investor yang ada, pemilihan media promosi yang KPM gunakan, kurang efektif dan mengeluarkan banyak biaya dalam mempromosikannya.

- Media Elektronik

Media elektronik yaitu suatu media bergerak dan dinamis, dapat dilihat dan didengar dalam menyampaikan pesannya melalui alat bantu elektronika. Adapun macam-macam media tersebut menurut Lupiyoadi (2001) adalah TV, radio, film, video film, cassette, CD, VCD. Dalam hal ini KPM menggunakan media elektronik yaitu video film tentang profil Kota Surakarta.

- Media Internet

Menurut Hanson (2000), pemasaran internet atau e-pemasaran ini secara umum meliputi kegiatan pembuatan desain web (*web design*), periklanan dengan menggunakan baner, promosi perusahaan lewat mesin pencari informasi, surat elektronik (*e-mail*), periklanan lewat surat elektronik (*email advertising*).

Sistem Informasi Penanaman Modal Daerah (SIMPEDAL) Surakarta merupakan salah satu pemanfaatan media internet berupa web yang bertujuan untuk mempermudah investor atau masyarakat untuk mengetahui peta potensi dan peluang daerah Surakarta yang dapat dijadikan tempat berinvestasi. Dengan promosi yang dilakukan KPM tersebut akan mengenalkan potensi dan peluang investasi Kota Surakarta serta Kota

Surakarta bagi Investor yang mungkin tidak pernah memiliki niat berinvestasi di Kota Surakarta

Selain itu, terdapat website khusus tentang KPM yang bergabung dengan PemKot Surakarta yang menyediakan informasi lebih lanjut mengenai penjelasan potensi yang ditawarkan kepada investor secara detail yang di dukung dengan tatanan lay out yang menarik sehingga calon investor diharapkan berminat dan tertarik menginvestasikan modalnya ke Surakarta.

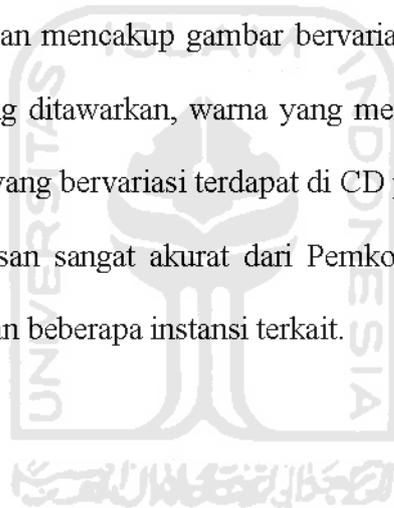
- Pameran

Kegiatan pameran termasuk salah satu program public relation yang merupakan kegiatan penting dalam pemasaran dimana perusahaan juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan public yang lebih besar. Dalam kegiatan public relation menurut Lupiyoadi (2001), meliputi publikasi, event, hubungan dengan investor, pameran dan mensponsori berbagai acara. Namun, dalam hal ini KPM menyelenggarakan pameran yang bekerja sama dengan beberapa instansi terkait untuk mensukseskan program promosi ke berbagai investor lokal dan mancanegara.

D. Desain Pesan

Desain pesan pada KPM bertujuan agar calon investor dapat berminat menginvestasikan dana di Kota Surakarta adalah sebagai berikut:

- Isi pesan berupa himbauan bersifat rasional yaitu mengungkapkan kondisi kota dan perkembangan ekonomi kota di tahun terkini mengenai fungsi, kinerja, infrastruktur yang menunjang investasi, dan profit yang ditawarkan pada produk tersebut
- Format pesan mencakup gambar bervariasi dan lebih spesifik dari produk yang ditawarkan, warna yang menonjol/colourfull dan dari segi gerak yang bervariasi terdapat di CD promosi KPM.
- Sumber pesan sangat akurat dari Pemkot Surakarta yang bekerja sama dengan beberapa instansi terkait.



BAB IV

ANALISIS

Berdasarkan hasil temuan di lapangan magang di Kantor Penanaman Modal, maka dari data yang diperoleh penulis menggunakan analisis dari peranan KPM apasaja yang sudah dilakukan atau belum dilakukan serta media promosi apasaja yang sudah tepat sasaran dari target audiens yang ditentukan KPM.

1. Peran Kantor Penanaman Modal

- a. Mengembangkan peluang dan potensi daerah dalam menggali potensi dan peluang yang ada di Kota Surakarta sudah dilakukan oleh KPM. Hal ini diterapkan dalam melakukan pemetaan peluang investasi, pengembangan data base, dan sistem informasi manajemen selain itu didukung dengan SDM (Aparatur) semakin berkualitas di bidang penanaman modal.
- b. Menyiapkan bahan-bahan promosi investasi kerjasama dengan Dinas atau Instansi Pemerintah Kabupaten atau Kota sudah dilakukan oleh KPM. KPM telah melakukan beberapa langkah dalam melakukan peranannya, yaitu seperti : membuat peta potensi dan peluang investasi Kota Surakarta, Xbanner, booklet, leaflet, CD yang akan dipamerkan serta dibagikan dalam pameran investasi Nasional.
- c. Melakukan promosi investasi bekerjasama dengan Badan Koordinasi Penanaman Modal Republik Indonesia (BKPM-RI) serta Dinas atau Instansi Pemerintah Kabupaten atau Kota sudah dilakukan oleh KPM. KPM

bekerjasama oleh Dinas Pariwisata Kota Surakarta dan Perdagangan yang khas Solo yaitu Batik di Kota Surakarta serta mengikuti pameran investasi 4x dalam 1 tahun bekerjasama dengan BKPM-RI.

- d. Melakukan pengendalian penanaman modal dan pembinaan terhadap para investor yang telah memulai kegiatan investasinya, belum dilakukan oleh KPM karena pengendalian mengenai investasi asing masih berada pada BKPM dan perizinan masih dikelola oleh KPPT.

2. Media Promosi yang digunakan oleh KPM

a. Baliho

Baliho adalah media promosi yang dipasang di tempat terbuka, ditempat-tempat strategis seperti di jalan raya yang di dalamnya dicantumkan informasi mengenai suatu hal. KPM meletakkan media Baliho di timur adipura depan kantor inspektorat dan di daerah colomadu. Penggunaan media baliho yang digunakan KPM dinilai lebih bersifat pasif karena penyebaran media baliho tidak merata ke berbagai titik potensial di Kota Surakarta.

- Kelebihan baliho diantaranya:

Mampu menarik perhatian banyak orang hanya dengan sekilas memandang, dapat dijadikan sebagai media penarik minat masyarakat.

- Kekurangan baliho diantaranya :

Hanya dilihat secara sekilas sehingga kadangkala informasi yang detail bisa tidak jelas, seringkali pemasangan baliho yang berlebihan merusak tata kota, Pemasangan baliho yang tidak benar seringkali merugikan masyarakat karena roboh, Biaya pengadaan maupun penyewaan media baliho sangat mahal, Menyita banyak pasokan daya listrik.

b. Billboard

Media iklan berupa papan berukuran besar yang diletakkan dipinggir jalan yang di pasang ditempat strategis. KPM meletakkan media billboard di timur adipura depan kantor inspektorat. Penggunaan media billboard yang digunakan KPM dinilai lebih bersifat pasif karena penyebaran media billboard tidak merata ke berbagai titik potensial di Kota Surakarta.

- Kelebihan Billboard diantaranya :

Ukurannya relatif besar sehingga dapat lebih menarik perhatian, Mempunyai masa berlaku yang sangat lama

- Kekurangan Billboard diantaranya :

Penempatan yang tidak tepat akan sangat merugikan, Hanya dilihat secara sekilas sehingga kadangkala informasi yang detail bisa tidak jelas, biaya pengadaan dan penyewaan mahal.

c. Booklet

Booklet adalah media komunikasi massa yang bertujuan untuk menyampaikan pesan yang bersifat promosi, anjuran, larangan-larangan kepada khalayak massa, dan berbentuk cetakan. Penyebaran media booklet dinilai lebih bersifat pasif, karena hanya diberikan pada saat kegiatan pameran, diletakkan di KPPT, beberapa kecamatan di Surakarta dan termasuk pada saat studi banding yang berasal dari tamu walikota.

- Kelebihan booklet diantaranya:

Tahan lama, Dapat dibawa ke mana-mana, Informasi lebih terperinci, proses booklet agar sampai kepada obyek atau masyarakat bisa dilakukan sewaktu-waktu, proses penyampaiannya juga bisa disesuaikan dengan kondisi yang ada.

- Kelemahan booklet yaitu:

Media ini bersifat pasif karena booklet hanya dibutuhkan/bagikan pada saat pameran sehingga tidak bisa menyebar ke seluruh masyarakat, biaya tinggi, target audiens terbatas, tidak langsungnya proses penyampaiannya sehingga umpan balik dari obyek kepada penyampai pesan tidak secara langsung (tertunda), memerlukan banyak tenaga dalam penyebarannya.

d. Leaflet

Leaflet adalah jenis wacana tertulis yang lebih menonjolkan sisi seni dari sebuah informasi yang disajikan. Penyebaran media leaflet dinilai lebih bersifat pasif, karena hanya diberikan pada saat kegiatan pameran,

diletakkan di KPPT, beberapa kecamatan di Surakarta dan termasuk pada saat studi banding yang berasal dari tamu walikota.

- Kelebihan Leaflet diantaranya :

Leaflet relatif dapat menarik perhatian calon peminat, Orang dapat mengerti tentang suatu hal yang ditawarkan tanpa banyak membaca.

- Sedangkan kekurangannya adalah:

Media ini bersifat pasif karena booklet hanya dibutuhkan/bagikan pada saat pameran sehingga tidak bisa menyebar ke seluruh masyarakat, biaya tinggi, target audiens terbatas, tidak langsungnya proses penyampaiannya sehingga umpan balik dari obyek kepada penyampai pesan tidak secara langsung (tertunda), memerlukan banyak tenaga dalam penyebarannya.

d. Xbanner

Media yang diletakkan dengan penyangga berbentuk x, bisa ditempatkan di dalam maupun diluar ruangan. Media X-Banner lebih bersifat pasif karena dipromosikan KPM pada saat pameran dan diletakkan di KPPT dan beberapa kantor kecamatan di Kota Surakarta.

- Kelebihan X- Banner :

Ukurannya relatif besar sehingga dapat lebih menarik perhatian, Mempunyai masa berlaku yang sangat lama.

- Kekurangan X-Banner :

Jangkauan yang dilakukan oleh media X- Banner relatif terbatas, Hanya dapat dilihat dan diamati oleh konsumen yang berada didekat media tersebut, umur sangat pendek karena rusaknya media, biayanya mahal.

e. Video film tentang profil Kota Surakarta.

Video film (VCD) profil adalah media bergerak dan dinamis, dapat dilihat dan didengar dalam menyampaikan pesannya melalui alat bantu elektronika. Video film profil dinilai bersifat pasif karena hanya diputar oleh KPM pada setiap tamu dari walikota yang melakukan studi banding di Kota Surakarta dan dibagikan pada saat kegiatan pameran investasi.

- Kelebihan :

Sudah dikenal masyarakat, lebih mudah dipahami, lebih menarik karena ada suara dan gambar bergerak, sebagai alat diskusi dan dapat diulang-ulang.

- Kelemahan :

Media ini bersifat pasif karena video ini hanya diputar pada saat tamu yang datang ke KPM untuk keperluan studi banding dan kegiatan pameran, biaya lebih tinggi, perlu listrik, perlu alat canggih untuk produksinya, perlu persiapan matang, perlu keterampilan dalam design pembuatannya.

f. Web

Web adalah salah satu alat komunikasi online yang menggunakan media internet dalam pendistribusiannya. Untuk mengoptimalkan media internet ini, KPM mengadakan sosialisasi di tingkat kecamatan dan di dalam media leaflet dan map juga tertera situs KPM.

- Kelebihan web diantaranya :

Murah, fleksibel karena bisa diakses oleh siapa saja dimana saja, dan kapan saja, Jangkauan pasar yang sangat luas, Akses Informasi yang sangat mudah, Update Informasi yang fresh karena di update setiap satu bulan sekali.

- Kekurangan web diantaranya :

Karena tidak bertemu langsung dengan klien susah untuk mendapatkan kepercayaan dari klien, Banyaknya persaingan di Internet maka untuk mendapat peringkat bagus di Google menjadi susah.

h. Pameran

Pameran merupakan media yang bersifat terbuka untuk umum dan efektif untuk mengenalkan produk (media iklan) dan juga perusahaan itu sendiri kepada khalayak umum. Pada tahun 2011, KPM telah melaksanakan kegiatan pameran sebanyak tujuh kali yaitu Semarang, Bali, Yogyakarta, Solo, Batam, Jakarta, dan Surabaya. Pameran lebih bersifat pasif karena hanya menjangkau target audiens yang terbatas. Untuk mengatasi kelemahan ini dibagikan juga leaflet, Booklet dan CD profil Kota Surakarta pada saat kegiatan pameran berlangsung.

- Kelebihan pameran :

Dapat mengubah persepsi seseorang tentang perusahaan tersebut, dan bertatap muka dengan target audiens.

- Kelemahan pameran :

Mahal dan target audiens terbatas.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Berdasarkan hasil magang dan pembahasan yang telah dilakukan, maka Penulis simpulkan bahwa:

1. Kantor Penanaman Modal telah melaksanakan tiga dari empat peran yang harus dilaksanakan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007, Namun, KPM belum melaksanakan peran KPM dalam melakukan monitoring dan pembinaan terhadap para investor yang telah memulai kegiatan investasinya dikarenakan pengendalian mengenai investor asing masih dipegang oleh BKPM dan dimana izin perluasan bangunan dan penambahan produk itu tetap di pegang oleh KPPT. Hal ini membuat peran KPM dalam hal pengendalian penanaman modal kepada investor menjadi kabur atau tidak jelas.
2. Pemilihan media promosi pada KPM melalui Billboard, baliho, booklet, leaflet, X-banner, video profil dan pameran dinilai lebih bersifat pasif dan kurang efektif karena menjangkau investor yang sangat terbatas sehingga tidak dapat mengoptimalkan investor yang berpotensi dari berbagai negara.
3. Hambatan Kantor Penanaman Modal dalam Meningkatkan Penanaman Modal di Kota Surakarta dibagi menjadi dua, yaitu hambatan internal dan eksternal. Hambatan internal berasal dari KPM Kota Surakarta meliputi belum adanya kebijakan daerah Kota Surakarta dalam mengatur ketentuan mengenai penanaman modal, terpisahnya Kantor Pelayanan Perijinan Terpadu Kota Surakarta dengan KPM sehingga

menghambat pelayanan, dan kewenangan ijin PMA masih menjadi kewenangan BKPM. Hambatan eksternal berasal dari masyarakat kurangnya pengenalan masyarakat dengan KPM Kota Surakarta sehingga dalam hal ini, pemilihan media promosi yang tepat sangat dibutuhkan dalam mempromosikan kepada masyarakat luas.

B. Saran

Berdasarkan hasil magang dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat Penulis sarankan sebagai berikut:

1. Peranan Kantor Penanaman Modal

Peranan KPM dalam hal pengendalian penanaman modal kepada investor sangat penting untuk segera dilaksanakan melalui penggabungan KPPT dengan KPM sesegera mungkin. Sehingga dalam hal operasionalnya, KPM dapat sesuai dengan peranannya dan memudahkan investor dalam hal ijin investasi, pembinaan dan pelayanan penanaman modal dalam satu atap.

2. Media Promosi yang digunakan KPM

Media promosi selama ini yang digunakan KPM kurang tepat sasaran dari target audiens yang ditetapkan dan mengeluarkan terlalu banyak biaya. Pemilihan media website dapat di optimalkan melalui sosialisasi terhadap calon investor baru dan masyarakat secara luas. Selain itu pemilihan media internet melalui email dapat dijadikan alternatif media promosi yang tepat karena tidak mengeluarkan biaya yang banyak dan sasaran target audiensnya jauh lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim(2010).”*Cetak Biru(Master Plan) Pengembangan Penanaman Modal Kota Surakarta*”.Surakarta,2010.
- Anonim(2011).”*Penyusunan Restra*”.Surakarta,2011.
- H.S., Salim dan Sutrisno,Budi (2008). *Hukum Investasi di Indonesia*.Vol.1, No.1, Jakarta : PT. Jasa Grafindo Persada 2008.
- Hanson, Ward (2000). *Pemasaran Internet*.Vol.1. Jakarta : Salemba Empat
- Jeddawi,Murtir (2005).”Kajian Beberapa Perda Tentang Penanaman Modal”. *Memacu Investasi di Era Otonomi Daerah*.Vol.1 (Juni),Yogyakarta: UII Press 2005.
- Kamaruddin, Ahmad (1996).*Dasar-dasar Manajemen Investasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, Philip & Keller (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi keduabelas, Jilid I. Jakarta : Indeks.
- Kotler, Philip(2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi keduabelas, Jilid 2. Jakarta : Indeks.
- Lupiyoadi, R & A. Hamdani(2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Peraturan Walikota Surakarta No.20-D Tahun 2009 Tentang Pedoman Uraian Tugas Jabatan Struktural Pada Kantor Penanaman Modal.
- Umar, Husein.(2002). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Undang-Undang No.25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal.



PEMERINTAH KOTA SURAKARTA
KANTOR PENANAMAN MODAL

Jl. Brigjen Slamet Riyadi No : 368
Telp. (0271) 7655235 – 7655215, Fax. (0271) 7655235
SURAKARTA KODE POS 57141

SURAT KETERANGAN

Nomor :440/429.....

Yang bertanda tangan dibawah ini :

N a m a : Drs. HASTA GUNAWAN, MM

J a b a t a n : Kepala Kantor Penanaman Modal Kota Surakarta

Dengan ini menerangkan bahwa :

N a m a : ARINI KUSUMASITA S

N I M : 08311022

Mahasiswa Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Telah menjalani Latihan Kerja (Magang) sejak tanggal 12 September s/d 12 Oktober 2011 di Kantor Penanaman Modal Kota Surakarta.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Surakarta
Pada tanggal : 12 Oktober 2011

Kantor
Penanaman Modal
KEPALA KANTOR PENANAMAN MODAL
KOTA SURAKARTA

Drs. HASTA GUNAWAN, MM

Pembina Tingkat I
NIP. 19610220 199101 1 003

LAMPIRAN 1
FORMULIR PERMOHONAN MAGANG

Nama tempat magang : Kantor Penanaman Modal
Alamat : JL. SLAMET RIYADI NO.368 SOLO
Telepon/Fax/Email : (0271)7655235-7655215
Kontak Person : 0817447800

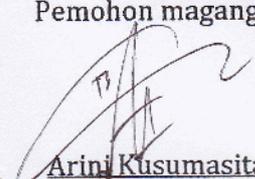
Surat Pengantar diperlukan/tidak diperlukan*)

Nama mahasiswa : Arini Kusumasita Setyorini
Nomor Pokok Mahasiswa : 08311022
Telah lulus sejumlah SKS : 140 SKS
Indeks Prestasi : 3.42
Pembimbing Magang : Drs. H. Murwanto Sigit , M.B.A
Bidang minat : Pemasaran
Tanggal mulai magang : 12 Sepember 2011
Tanggal selesai magang : 12 Oktober 2011
Perkiraan selesai : 12 Oktober 2011
Perkiraan Presentasi : -

Bersama ini dilampirkan surat pernyataan memenuhi persyaratan untuk melaksanakan magang.

Yogyakarta, 9 September 2011

Pemohon magang,


Arini Kusumasita S.

LAMPIRAN 2
FORMULIR PENILAIAN MAGANG

Dengan ini kami menyatakan bahwa mahasiswa berikut :

Nama Penyelia : Drs.Hasta Gunawan
 Nama tempat magang : Kantor Penanaman Modal Kota Surakarta
 Judul magang : Peranan Kantor Penanaman Modal
 Dalam Mengembangkan Potensi dan Peluang
 Investasi di Wilayah Kota Surakarta
 Tanggal kerangka acuan : 12 September 2011
 Waktu pelaksanaan : 12 September – 12 Oktober 2011
 Nama mahasiswa : Arini Kusumasita Setyorini
 Nomor Pokok Mahasiswa : 08311022

Dinyatakan telah menyelesaikan magang di instansi kami sesuai dengan kerangka acuan tertanggal di atas.

Dengan mempertimbangkan segala aspek, baik dari segi bobot pekerjaan maupun pelaksanaan magang, maka kami memutuskan bahwa yang bersangkutan telah menyelesaikan kewajibannya dengan hasil sebagai berikut :

No.	Aspek Penilaian	1	2	3	4	5
1.	Kepuasan pemberi magang					✓
2.	Disiplin					✓
3.	Kemampuan memilih prioritas				✓	✓
4.	Tepat waktu					✓
5.	Kemampuan bekerja sama					✓
6.	Kemampuan bekerja mandiri				✓	✓
7.	Ketelitian					✓
8.	Kemampuan belajar dan kemampuan menyerap hal baru					✓
9.	Kemampuan menganalisa dan merancang				✓	✓

Keterangan :

- 1 : Sangat Buruk
 2 : Buruk
 3 : Netral
 4 : Baik
 5 : Sangat baik

Mengetahui,
 KEPALA KANTOR PENANAMAN MODAL
 KOTA SURAKARTA

Drs. Hasta Gunawan, M.M
 Kepala Kantor
 NIP. 19610220 199101 1 003

Surakarta, 12 Oktober 2011

PEMBIMBING LAPANGAN
 MAGANG

Daroni Purnama, S.H., M.H
 Sub. Bagian Tata Usaha
 NIP. 19630828 199101 1 001

**JADWAL MAHASISWA MAGANG DARI UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
KANTOR PENANAMAN MODAL KOTA SURABAYA TANGGAL 12 SEPTEMBER S.D. 12 OKTOBER 2011**

No	Tanggal	Topik/Kegiatan	Pembimbing	Perguruan Tinggi
1	Hari ke-1,2(tgl 12,13 Sept 2011)	-Overview Kantor Penanaman Modal	-Seksi Tata Usaha -Seksi Pelayanan -Seksi Promosi & Kerjasama -Seksi Pengendalian	UII YOGYAKARTA
2	Hari ke-3(tgl 14 Sept 2011)	-Penata Usahaan honor tng kebersihan & pjga malam -Penata usahaan surat menyurat -Pelayanan Informasi di Bidang Penanaman Modal	-Seksi Tata Usaha -Seksi Tata Usaha -Seksi Pelayanan	UII YOGYAKARTA
3	Hari ke-4,5(tgl 15,16 Sept 2011)	-Persiapan Pameran ke Sby tanggal 18-22 Sept 2011 ✓ Persiapan Stand/Dekorasi Pameran ✓ Pendataan dan Pembuatan absensi Petugas Pameran ✓ Persiapan Materi Pameran yang akan di tampilkan	-Seksi Promosi	UII YOGYAKARTA
4	Hari ke-6(tgl 19 Sept 2011)	-Berkas tagihan Alat Tulis Kantor -Pembuatan Undangan dan Notulen Rapat -Pembuatan surat pra jabatan	-Seksi Tata Usaha -Seksi Tata Usaha -Seksi Tata Usaha	UII YOGYAKARTA

5	Hari ke-7(tgl 20 Sept 2011)	<ul style="list-style-type: none"> -Penata Usahaan Penyediaan js. Telekomunikasi -Pembuatan Laporan Pengadaan Perlengkapan Gudang -Pelayanan Informasi di Bidang Penanaman Modal 	<ul style="list-style-type: none"> -Seksi Tata Usaha -Seksi Tata Usaha -Seksi Pelayanan 	UII YOGYAKARTA
6	Hari ke-8,9(tgl 21,22 Sept 2011)	<ul style="list-style-type: none"> -Persiapan Pameran ke Tangerang tgl 27-2 Okt 2011 ✓ Persiapan Stand/Dekorasi Pameran ✓ Pendataan dan Pembuatan absensi Petugas Pameran ✓ Persiapan Materi Pameran yang akan di tampilkan ✓ 	-Seksi Promosi	UII YOGYAKARTA
7	Hari ke-10,11(23,26 Sept 2011)	<ul style="list-style-type: none"> -Berkas Tagihan Makan Minum Rapat -Persiapan Pameran ke Tangerang tgl 27-2 Okt 2011 ✓ Pengepakan : Lifelet,Booklet,Gambar/Foto-foto dan CD 	<ul style="list-style-type: none"> -Seksi Tata Usaha -Seksi Promosi 	UII YOGYAKARTA
8	Hari ke-11(tgl 27 Sept 2011)	<ul style="list-style-type: none"> -Pelayanan Informasi di Bidang Penanaman Modal -Membuat dana realisasi usaha mikro,kecil dan menengah yang nilai investasi kurang dari 10 Milyar 	<ul style="list-style-type: none"> -Seksi Pelayanan -Seksi Pengendalian 	UII YOGYAKARTA
9	Hari ke-12(tgl 28 Sept 2011)	<ul style="list-style-type: none"> -Pembuatan Laporan Pengadaan Perlengkapan Gudang -Merakap data realisasi bidang Penanaman Modal 	<ul style="list-style-type: none"> -Seksi Tata Usaha -Seksi Pengendalian 	UII YOGYAKARTA

10	Hari ke-13(tgl 29 Sept 2011)	<ul style="list-style-type: none"> -Pembuatan Laporan Tagihan Pemeliharaan Rutin / Berkala Kantor -Menangani izin Perluasan Bangunan di Perusahaan yang bermasalah 	<ul style="list-style-type: none"> -Seksi Tata Usaha -Seksi Pengendalian 	UJI YOGYAKARTA
11	Hari ke-14(tgl 30 Sept 2011)	<ul style="list-style-type: none"> -Pembuatan Laporan Pemakaian Energi dan Air -Pembuatan Pengumpulan perubahan penyertaan dalam modal perseroan yang sudah ijin BKPM 	<ul style="list-style-type: none"> -Seksi Tata Usaha -Seksi Pengendalian 	UJI YOGYAKARTA
12	Hari ke-15(tgl 3 Okt 2011)	<ul style="list-style-type: none"> -Laporan Tagihan Pengembangan Sistem Informasi Penanaman Modal -Pelayanan Informasi di Bidang Penanaman Modal 	<ul style="list-style-type: none"> -Seksi Tata Usaha -Seksi Pelayanan 	UJI YOGYAKARTA
13	Hari ke-16(tgl 4 Okt 2011)	<ul style="list-style-type: none"> -Berkas Tagihan Alat Tulis Kantor -Pembuatan Berkas Penanganan LKPM(Laporan Kantor Penanaman Modal) 	<ul style="list-style-type: none"> -Seksi Tata Usaha -Seksi Pengendalian 	UJI YOGYAKARTA
14	Hari ke-17,18(tgl 5,6 Okt 2011)	<ul style="list-style-type: none"> -Pembuatan Undangan dan Notulen Rapat -Berkas Retribusi, Izin Tanda daftar Perusahaan Perorangan, Koperasi, PT, CV 	<ul style="list-style-type: none"> -Seksi Tata Usaha -Seksi Pengendalian 	UJI YOGYAKARTA
15	Hari ke-19(tgl 7 Okt 2011)	<ul style="list-style-type: none"> -Pembuatan Perkembangan Investasi bulan Okt-Nov 2011 -Pendataan Jumlah Investor 	<ul style="list-style-type: none"> -Seksi Pengendalian -Seksi Pengendalian 	UJI YOGYAKARTA

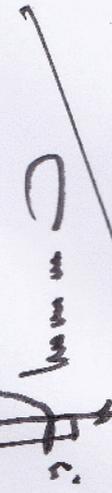
16	Hari ke-20,21(tgl 10,11 Okt 2011)	- Persiapan Pameran ke Yogyakarta tgl 10-12 Okt 2011 ✓ Persiapan Stand/Dekorasi Pameran ✓ Pendataan dan Pembuatan absensi Petugas Pameran ✓ Persiapan Materi Pameran yang akan di tampilkan	-Seksi Promosi	UII YOGYAKARTA
17	Hari ke-22(tgl 12 Okt 2011)	-Laporan Tagihan Penyediaan Makan Minum Rapat - Persiapan Pameran ke Yogyakarta tgl 10-12 Okt 2011 ✓ Pengepakan : Lifelet,Booklet,Gambar/Foto-foto dan CD	-Seksi Tata Usaha -Seksi Promosi	UII YOGYAKARTA


 Mengenalui,
KEPALA KANTOR PENANAMAN MODAL
 KOTA SURAKARTA

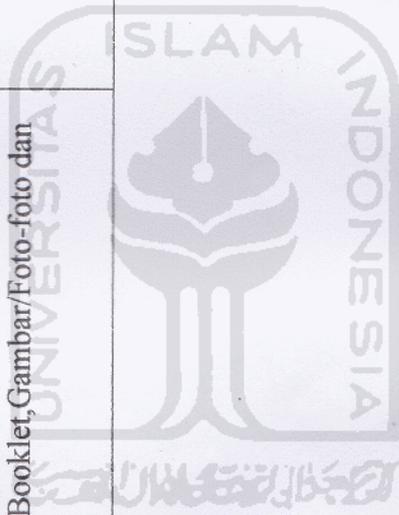
Drs. Hasta Gunawan, M.M
 Kepala Kantor
 NIP. 19610220 199101 1 003

Surakarta, 12 Oktober 2011

PEMBIMBING LAPANGAN
 MAGANG



Daroni Purnama, S.H., M.H
 Sub. Bagian Tata Usaha
 NIP. 19630828 199101 1 001



ABSENSI MAGANG DARI UII YOGYAKARTA

KANTOR PENANAMAN MODAL SURAKARTA TGL.12 SEPTEMBER S.D. 12 OKTOBER 2011

Jam kerja: 07.00-15.30

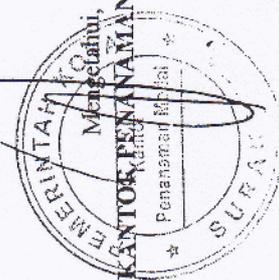
NO	NAMA/NIM	JURUSAN	TANDA TANGAN											
			September											
			12	13	14	15	16	19	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG
1	Arini Kusumasita	S1 Manajemen	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG

NO	NAMA/NIM	JURUSAN	TANDA TANGAN											
			September											
			20	21	22	23	26	27	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG
1	Arini Kusumasita	S1 Manajemen	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG

NO	NAMA/NIM	JURUSAN	TANDA TANGAN											
			September - Oktober											
			28	29	30	3	4	5	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG
1	Arini Kusumasita	S1 Manajemen	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG

NO	NAMA/NIM	JURUSAN	TANDA TANGAN / Oktober											
			September - Oktober											
			6	7	10	11	12	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG	
1	Arini Kusumasita	S1 Manajemen	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG	MASUK	PULANG

Solo, 12 Oktober 2011



KEPALA KANTOR PENANAMAN MODAL KOTA SKA

PEMBIMBING LAPANGAN MAGANG

Handwritten signature

Drs. Hasta Gunawan, M.M
#NIP: 19610220 199101 1 003

Daroni Paruama, S.H., M.H.
NIP. 19640828 199010 1 001