

Pentingnya pengembangan strategi promosi peluang investasi dalam rangka meningkatkan penanaman modal di Indonesia

Erma Dewi Pujawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=95820&lokasi=lokal>

Abstrak

Penanaman Modal (tahun 1967 - tahun 2000) U

Perkembangan penanaman modal di Indonesia sejak berlakunya Undang-Undang No. 1 tahun 1967 tentang Penanaman Modal Asing dan Undang-Undang No.6 tahun 1968 tentang Penanaman Modal Dalam Negeri melaju dengan pesatnya seiring dengan pertumbuhan ekonomi nasional dan internasional.

Globalisasi yang diikuti liberalisasi perdagangan dan investasi bergerak begitu cepat, disatu sisi dapat memberikan nilai positif bila pemerintah dapat mengantisipasi, namun dapat pula merupakan ancaman bila tidak mampu mempersiapkan diri dalam menghadapi persaingan yang semakin tajam. Berlangsungnya perubahan lingkungan begitu cepat, Indonesia selama ini merupakan salah satu negara yang menjadi incaran investor, sejak terjadi I-crisis moneter yang berkembang menjadi krisis disegala bidang sejak pertengahan tahun 1997 tampak perubahan sikap investor, membuat perekonomian Indonesia khususnya sektor riil menjadi sangat terpuruk. Krisis tersebut berdampak pula pada penurunan tajam minat dan realisasi penanaman modal baik secara nasional maupun dalam rangka PMDN I PMA dalam tahun 1998, 1999 dan 2000.

Badan Penanaman Modal dalam beradaptasi dengan perubahan yang sedang berlangsung, harus memperhatikan faktor-faktor lingkungan strategis baik internal maupun eksternal yang berpengaruh terhadap kegiatan ekonomi dan investasi, mencari dan menentukan strategi promosi peluang investasi yang tepat guna mengembalikan dan meningkatkan investasi di Indonesia.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif. Penulis sebagai karyawan di instansi tersebut melakukan observasi dan terlibat langsung dalam studi kasus yang penulis teliti.

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa, dalam menarik dan mengembangkan investasi di Indonesia, banyak masalah yang dihadapi antara lain : keterbatasan dana, adanya resesi persaingan menarik modal, kondisi prasarana dan sarana berinvestasi, kebijakan pemerintah, kestabilan politik, pengaruh perubahan lingkungan internal dan eksternal dan sebagainya.

Dengan mengacu hasil penelitian ini, guna mendorong peningkatan penanaman modal di Indonesia di sarankan agar BPM melakukan langkah-langkah strategis dalam memasarkan peluang-peluang investasi yang ada melalui program promosi investasi yang profesional yaitu dengan melakukan komunikasi yang terintegrasi antara BPM dengan 1 instansi - instansi terkait, BKPM - BKPM

(pemerintah daerah) dan dunia internasional melalui pendekatan Konsep Integrated Marketing Communication.