



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 1 Tahun 2025 Page 4855-4864

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengaruh Strategi Promosi dan Investasi dalam Upaya Menarik Investor di Kabupaten Karimun Pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP)

Ana Mariana Kalbu Odjan<sup>1✉</sup>, Mitrayati<sup>2</sup>, Linda Sari<sup>3</sup>, Mira<sup>4</sup>

(1,3,4) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cakrawala, (2) Universitas Karimun

Email: [haira.ana24@gmail.com](mailto:haira.ana24@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan menyajikan bukti berdasarkan data empiris. tentang pengaruh strategi promosi dan investasi dalam upaya menarik investor. Populasi penelitian ini adalah pegawai negeri sipil dan honor Dinas Penanaman Modal dan Palayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaen Karimun dengan jumlah populasi 60 orang, Penelitian ini menerapkan teknik sampling jenuh, sehingga diperoleh total sebanyak 60 responden sebagai sampel. Penelitian ini memanfaatkan data primer dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data primer dengan kuesioner yang diukur menggunakan skala Likert. Data yang dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil pengujian menunjukkan bahwa strategi promosi berpengaruh signifikan positif dalam upaya menarik investor dengan nilai sig. sebesar  $0,003 < 0,05$  dan nilai t hitung (3.093) > ttabel (1.672), Investasi berpengaruh signifikan positif dalam Upaya Menarik Investor dengan nilai nilai sig. sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai thitung (3,544) > ttabel (1.672).

Kata Kunci: *Promosi, Investasi, Investor*

## Abstract

This research aims to evaluate and present evidence based on empirical data. about the influence of promotional and investment strategies in efforts to attract investors. The population of this study were civil servants and honoraria from the One Stop Integrated Services and Investment Service of Karimun Regency with a population of 60 people. This research applied a saturated sampling technique, so that a total of 60 respondents were obtained as samples. This research utilizes primary data with a quantitative approach. Primary data was collected through a questionnaire which was measured using a Likert scale. Data were analyzed using SPSS software. The test results show that the promotional strategy has a significant positive effect in attracting investors with a sig. equal to  $0.003 < 0.05$  and t value  $(3.093) > t$  table  $(1.672)$ , Investment has a significant positive effect on Efforts to Attract Investors with a value of sig. equal to  $0.001 < 0.05$  and tcount  $(3.544) > t$ table  $(1.672)$ .

Keywords: *Promotion, Investment, Investors*

## PENDAHULUAN

Dalam persaingan bisnis yang ketat era globalisasi, strategi promosi dan investasi sangat penting bagi suatu Lembaga instansi. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) merupakan sebuah instansi pemerintah, tugasnya melayani investasi para investor. Penanaman modal adalah pilar penting untuk perkembangan ekonomi daerah, Memiliki peran dalam menciptakan peluang kerja, meningkatkan pendapatan, dan mengembangkan infrastruktur.

Data dan informasi dari database sangat penting dalam mendukung penelitian strategi promosi dan investasi di DPMPTSP Kabupaten Karimun. Investasi sangat berpengaruh dalam perekonomian suatu daerah karena mampu membuka peluang kerja dan meningkatkan taraf kesejahteraan masyarakat. Pemerintah daerah kabupaten karimun memiliki tanggung jawab untuk menarik investor. yang terletak di lokasi strategis dan kaya akan sumber daya alam, memiliki potensi tinggi dalam investasi, tetapi masih menghadapi tantangan untuk menarik investor.

DPMPTSP Kabupaten Karimun bertanggung jawab dalam menarik dan memfasilitasi investasi, melaksanakan strategi promosi dan mengelola perizinan investasi dengan efisien dan transparan. Strategi promosi penting untuk menunjukkan potensi dan peluang investasi di daerah, termasuk pameran investasi dan pemasaran melalui website atau media sosial. Smith (2018) mengatakan bahwa strategi promosi yang baik dapat menarik minat investor terhadap peluang yang ada.

Investasi pemerintah dalam infrastruktur dan fasilitas dapat meningkatkan daya tarik daerah bagi investor. Ini menunjukkan komitmen daerah untuk mendukung kebutuhan investor. Menurut Jones (2017), investasi pemerintah dapat menarik perhatian investor asing, terutama dengan insentif yang menarik. Menarik investor sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi daerah, yang berdampak positif bagi pengembangan lapangan kerja dan kesejahteraan masyarakat.

DPMPTSP Kabupaten Karimun perlu merancang dan menerapkan strategi yang tepat, meskipun ada kendala seperti kurangnya koordinasi antara instansi dan kurangnya sumber daya yang berkualitas. Penelitian mempunyai tujuan yaitu untuk mengkaji pengaruh strategi promosi dan investasi dalam menarik investor dan memberikan rekomendasi untuk kebijakan dan praktik investasi demi pertumbuhan ekonomi berkelanjutan di Kabupaten Karimun.

Tujuan Penelitian:

1. Untuk mendiskripsi strategi promosi, investasi dan investor di DPMPTSP Kabupaten Karimun.
2. Untuk menguji serta menganalisis pengaruh strategi promosi investor di DPMPTSP Kabupaten Karimun.
3. Untuk menguji serta menganalisis pengaruh investasi investor di DPMPTSP di Kabupaten Karimun.
4. Untuk menguji serta menganalisis pengaruh strategi promosi dan investasi secara simultan terhadap investor di DPMPTSP di Kabupaten Karimun

#### METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif, yang berarti bahwa fokus utama dari penelitian adalah melakukan uji teori dengan mengukur variabel-variabel menggunakan data numerik. Data tersebut kemudian dianalisis melalui prosedur statistik, dan hasilnya disajikan dalam sebuah laporan tertulis yang mencakup pembahasan, metodologi, hasil, dan teori yang relevan. Adapun metode penelitian yang diterapkan adalah metode kuesioner, penelitian pustaka dan dokumentasi.

Subjek yang terlibat didalam penelitian ini yaitu pegawai negeri sipil dan pegawai honor di DPMPTSP (Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu) Karimun berjumlah 60 orang, Penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan metode sampling jenuh.

Dengan demikian, total sampel yang akan diteliti pada penelitian berjumlah 60 orang. Dalam Penelitian ini melibatkan independent variabel atau variabel bebas dan dependent variabel atau variabel terikat. Variabel bebasnya yaitu strategi promosi dan investasi sedangkan variabel terikat yakni investor. Penggunaan metode analisis data yang diterapkan pada penelitian ini yaitu uji analisis validitas dan reliabilitas, uji normalitas, Regresi Linier Berganda, Uji t (parsial), Uji F (simultan) dan koefisien determinan untuk mengetahui variabel strategi promosi (X1), investasi (X2) terhadap Investor (Y).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian pertama yang dilakukan adalah uji validitas. Berikut ini adalah hasil pengujiannya.

Tabel.1 Uji Validitas

No	Variabel	Rhitung	Rtabel	Sig.	Keterangan
1	Strategi Promosi (X1)	0,675	0,254	0,001	
		0,696	0,254	0,001	valid
		0,763	0,254	0,001	valid
		0,652	0,254	0,001	valid
2	Investasi (X2)	0,583	0,254	0,001	
		0,626	0,254	0,001	valid
		0,622	0,254	0,001	valid
		0,668	0,254	0,001	valid
		0,351	0,254	0,006	valid
3	Investor (X2)	0,701	0,254	0,001	
		0,653	0,254	0,001	valid
		0,623	0,254	0,001	valid
		0,523	0,254	0,001	valid
		0,663	0,254	0,001	valid

Hasil uji validitas dari tabel.1 diatas terhadap 60 responden yang dimana keseluruhan butir pernyataan dari variabel-variabel itu menghasilkan nilai r hitung lebih besar dan 0,100 yang mana merupakan r table dan nilai signifikannya <0,05 maka semua item pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i> <0,6	Keterangan
1	Strategi Promosi (x1)	0,637	Reliable
2	Investasi (x2)	0,714	Reliable
3	Investor (Y)	0,616	Reliable

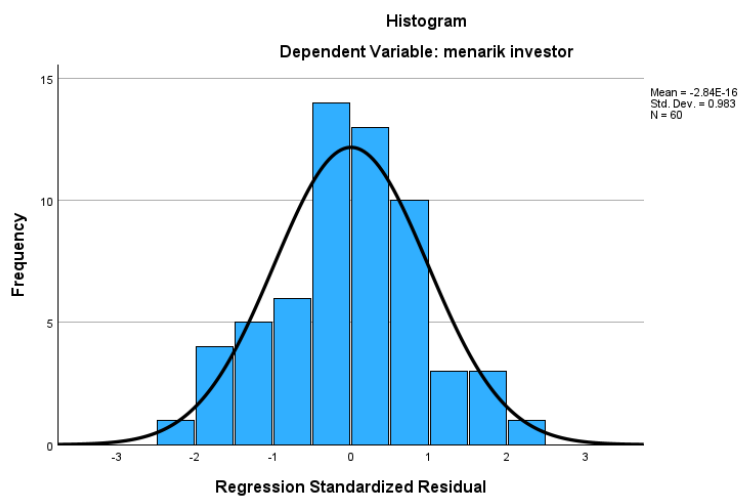
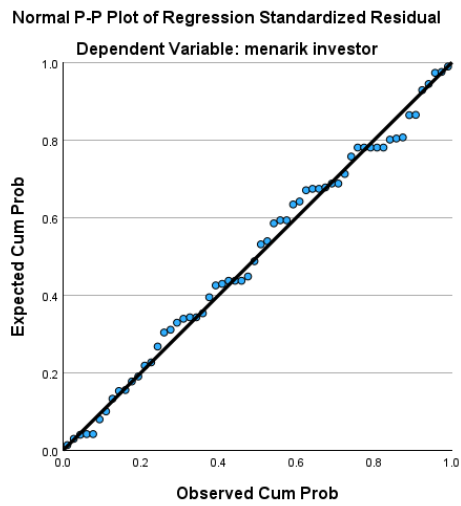
Pada tabel uji reliabilitas diatas, dapat diartikan bahwa tiap pernyataan yang telah diajukan tersebut reliabel. Reliabe ini dibuktikan dengan skor uji Cronbach Alpha yang dilakukan pada ketiga variabel berada pada angka 0,637 pada variabel X1, variabel X2 pada angka 0,714 dan 0.616 pada variabel Y. Oleh karenanya hal tersebut memenuhi syarat reliabilitas yaitu dengan metode Cronbach Alpha dengan hasil yang harus berada >0,6

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One Sample KolmogorovSmirnov Test				
		Strategi Promosi	Investasi	Menarik Investor
	N	60	60	60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.000	.000	.000
	Std Deviation	1,7516	1.7136	1.5856
Most Extreme Differences	Absolute	.104	.085	.073
	Positive	.094	.085	.073
	Negative	-.104	-.059	-.056
	Kolmogorov.Smirnov Z	.104	.085	.073
	Asymp. Sig. (2tailed)	.164	.200	.200
a. Test distribution is Normal				
b. Calculated from data				

Dapat terlihat nilai signifikan dari hasil pengujian *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,164 (X1), 0,200 (X2) dan 0,200 (Y), ini lebih tinggi dari nilai sig. 0.05. Maka dapat dibuktikan jika data pada penelitian ini merupakan data yang tersebar secara normal.

Terlihat juga pada gambar grafik Normal *P-p Plot* dan Histogram. Dapat dilihat bahwa titik-titik penyebaran data pada Normal *P-p Plot* bersifat normal karena titik-titik tersebut mendekati sumbu diagonalnya. Dapat dilihat juga pada Histogram Residual yang terlihat berbentuk seperti lonceng (*bell shape*) ini berarti bahwa data terdistribusi normal.



Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	standardizecoefficients		t	Sig	
	B	std Error			
(constant)	6.273	2.691	2.331	.023	
1	Strategi Promosi	.398	.129	3.093	.003
	Investasi	.381	.108	3.544	<.001
	F hitung		15.338		
	R Square		.350		<.001

Dari pengujian yang dilakukan diperolehlah persamaan regresi linier sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 6.273 + 0.398 X_1 + 0.381 X_2$$

Berdasarkan persamaan menunjukkan bahwa:

“Nilai koefisien konstantanya 6.273 ini dapat diartikan bahwa jika nilai X1 (Strategi Promosi) dan X2 (Investasi) pada obyek penelitiannya yaitu sama dengan 0, maka nilai Y (Investor) adalah 6.273. Tanda positif (+) di depan nilai koefisien X1 (Strategi Promosi) dan X2 (Investasi) mengindikasikan adanya hubungan yang searah antara X1 (Strategi Promosi) dan X2 (Investasi) dalam Menarik Investor (Y). Artinya, Apabila variabel X1 (Strategi Promosi) dan X2 (Investasi) meningkat sebesar 1%, maka nilai Menarik Investor (Y) diperkirakan juga akan mengalami peningkatan, masing-masing sebesar konstanta 0,398 untuk X1 dan 0,381 untuk X2. Sebaliknya, jika terjadi penurunan pada kedua variabel tersebut, nilai Y juga akan menurun dengan besaran yang sama.

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi “R”

Model Summary <sup>b</sup>					
Model		R	R. Square	Adjusted R. Square	Std Error of the Estimate
dimension0	1	.592 <sup>a</sup>	.350	.327	1.613
a. Predictors: (Constant), Strategi Promosi, Investasi					
b. Dependent Variable: Menarik Investor					

Pada tabel diatas mempunyai Nilai R dari model regresi dalam penelitian ini dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square, yaitu sebesar 0,350. dapat diartikan yaitu terdapat 50% variabel dependent (Menarik Investor) hal ini dijelaskan oleh variabel independen penelitian (Strategi Promosi dan Investasi), kemudian sisanya dengan besar 50% (100% - 50%) dipengaruhi dari variabel lain yang tidak termasuk didalam model penelitian ini. Maka kesimpulannya bahwa dengan nilai R.Square sebesar 50% artinya adalah model penelitian yang dipakai ini memiliki model persamaan yang cukup kuat.

Tabel 6. Uji Statistik F (Pengujian Simultan)

ANOVA <sup>b</sup>			
	Model	F	Sig.
1	Regression	15.338	<.001 <sup>b</sup>
	Residual		
	Total		
a. Predictors: (Constant), Strategi Promosi, Investasi			
b. Dependent Variable: Menarik Investor			

Berdasarkan pengujian dari Tabel.6 diatas terlihat nilai signifikansi F sebesar  $0.001 < 0.05$  dan nilai F-hitung  $> F$ -tabel sebesar 15.338. Maka hal ini disimpulkan bahwa secara bersama strategi promosi dan investasi keduanya memiliki pengaruh secara simultan/bersamaan terhadap Investor. Dari hasil ini juga dapat diartikan bahwa hipotesis (H3) menyatakan bahwa Strategi Promosi dan Investasi secara simultan/bersamaan berpengaruh signifikan terhadap Investor di DPMPTSP (Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu) Kab.Karimun.

Tabel 7. Uji t (Pengujian Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>			
	Model	T	Sig
	(constant)	2.331	.023
1	Strategi Promosi	3.093	.003
	Investasi	3.544	<.001

a. Dependent Variable: Menarik Investor

Yang dapat diketahui pengujian (uji-t) yang ditunjukkan tabel.7 diatas adalah:

1. Pengujian Hipotesis (H1): diketahui variabel Strategi Promosi memiliki nilai signifikansi  $0.003 < 0.05$  dan nilai t hitung (3,093)  $> t$ tabel (1,672). Menunjukkan variabel Strategi Promosi (x1) signifikan pada level 5%, sehingga keputusannya (H1) diterima. Mengindikasikan Hipotesis pertama (H1) yaitu Strategi Promosi (x1) berpengaruh signifikan positif dalam Upaya Menarik Investor (Y).
2. Pengujian Hipotesis (H2): diketahui variabel Investasi (x2) mempunyai nilai signifikansi  $0.001 < 0.05$  dan nilai thitung (3.544)  $> t$ tabel (1,672) . Menunjukkan bahwa pada variabel Investasi (x2) signifikan pada level 5%, sehingga hasilnya (H2) diterima. Mengindikasikan Hipotesis kedua (H2) yaitu Investasi (x2) berpengaruh signifikan positif dalam Upaya Menarik Investor.

## SIMPULAN

Wilayah Kabupaten karimun merupakan wilayah yang sangat strategis untuk pengembangan aktivitas kegiatan ekonomi sehingga memiliki potensi dan peluang investasi yang cukup besar bagi para investor. Strategi promosi dalam upaya menarik investor sudah dilakukan cukup baik ditandai adanya peta potensi dan investasi melalui situs web DPMPTSP (Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu) Kabupaten Karimun. Strategi promosi yang baik dan daya dukung investasi yang banyak sangat

berpengaruh untuk menarik investor. Tentunya ada beberapa hal yang perlu diteliti dan diperbaiki kedepannya yang merupakan parameter utama dalam melihat keseriusan pemerintah daerah dalam upaya menarik investor yaitu dengan membuat birokrasi menjadi lebih efisien dan keseriusan dalam memperbaiki infrastruktur.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2022). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Terbaru)* Rineka Cipta.
- Bogle, J (2007). *The Little Book of Common Sense Investing: The Only Way to Guarantee Your Fair Share of Stock Market Returns*. John Wiley & Sons.
- Brown, T. (2019). *Marketing Strategies for a Digital Age*. Press Global.
- Buffett, W. (1996). *Berkshire Hathaway Annual Letter to Shareholders*.
- Buffett, W. (1997). *The essays of warren buffett: Lessons for Corporate America*. Ed. Lawrence A. Cunningham. Harvard Business Review Press.
- Fahmi, I. (2015). *Manajemen Investasi: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Graham B. (2003). *The Intelligent Investor: A Book of Practical Counsel (Revised ed.,commentary by J. Zweig)*. Harper Business.
- Hartono, J. (2015). *Manajemen Investasi*. Yogyakarta: BPFE.  
<https://dpmpstsp.karimunkab.go.id/profil>
- Jones, M. (2017). "Government Investment as a Magnet for Foreign Investors." *International Business Review*, 115
- Kotler & Armstrong G. (2010). *Principles of Marketing (13th ed.)* Pearson.
- Otoritas Jasa Keuangan, [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)
- Rangkuti, F. (2006). *Strategi & Perencanaan Bisnis*. Jakarta: PT,Gramedia Pustaka Utama.
- Ridwan, R. (2014). *Metode dan Teknik Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sekaran U. (1992). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. New York: J.Wiley & Sons.
- Smith J. (2018). *The Importance of Effective Promotion Strategies in Attracting Investors*. *Journal of Investment Promotion*, 45
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan kuantitatif kualitatif dan R&D* Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* Bandung: Alfabeta.
- SukirnoS. (2001). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Suparmoko, M. (1993). Ekonomi Mikro: Teori dan Aplikasi, Yogyakarta: BPFE  
Syafi'i, M. (2008). Manajemen Investasi. Jakarta: Elex Media Komputindo.  
TjiptonoF (2005). Pemasaran Jasa, Yogyakarta: Andi Offset.