

PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN REALISASI INVESTASI DI PROVINSI GORONTALO (STUDI KASUS : DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU PROVINSI GORONTALO)

Adwiyah Kadir¹, Andi Yusniar Mendo², Syamsul B. Biki³, Srie Isnawaty Pakaya⁴

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia¹

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia²

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia³

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia⁴

E-mail: adwiyah_s1manajemen@mahasiswa.ung.ac.id¹

Abstract: This study aims to determine how significant the effect of promotion on increasing investment realization in Gorontalo province at the Gorontalo Province Investment and One-Stop Integrated Service Office. The research method used is quantitative research. Data collection methods by conducting observations, interviews, questionnaires and documentation. The population in this study are investors / business actors who have registered Business Identification Number (NIB) in Gorontalo Province. Starting from Quarter 1, 2 and 3 in 2023 until Quarter 1 in 2024 there were 50,986 investors / business actors who had registered Business Identification Number (NIB). The sampling technique used purposive sampling. The sample in this study were 100 business / investor respondents. The data analysis technique uses simple liner regression analysis with SPSS. Based on the results of statistical test research, the t coefficient is 6.658 with a significance value of 0.000 less than 0.05, which indicates that the hypothesis regarding promotion has an effect on increasing investment realization is accepted so that it can be stated that the promotion (X) provided can affect the increase in investment realization (Y). The coefficient of determination R square is 0.311, meaning that the independent variable promotion has an influence on increasing investment realization by 31.1%, while the components not included in this study have an influence of 68.9%.

Keywords: Investment; Investment Realization; Promotion

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap peningkatan realisasi investasi di provinsi Gorontalo pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Gorontalo. Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara, kuisioner dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah Investor/Pelaku Usaha yang sudah terdaftar Nomor induk Berusaha (NIB) di Provinsi Gorontalo. Mulai dari Triwulan 1, 2 dan 3 ditahun 2023 sampai dengan Triwulan 1 ditahun 2024 terdaftar sebanyak 50.986 investor/pelaku usaha yang sudah terdaftar Nomor induk berusaha (NIB). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden pelaku usaha/investor. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi liner sederhana dengan SPSS. Berdasarkan hasil penelitian uji statistik menunjukkan koefisien t sebesar 6,658 dengan nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05, yang menandakan bahwa hipotesis mengenai promosi berpengaruh terhadap peningkatan realisasi investasi diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa promosi (X) yang diberikan dapat mempengaruhi peningkatan realisasi investasi (Y). Koefisien determinasi R square sebesar 0,311, artinya variabel independen promosi mempunyai pengaruh terhadap peningkatan realisasi investasi sebesar 31,1%, sedangkan komponen yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh sebesar 68,9%.

Kata Kunci: Investasi; Promosi; Realisasi Investasi

PENDAHULUAN

Pasar investasi telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam perekonomian global, menjadi salah satu instrumen utama bagi individu dan entitas bisnis untuk meningkatkan kekayaan dan mengantisipasi kebutuhan di masa depan (Pradekso, 2021). Menurut Halim (2005), investasi adalah penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan dimasa mendatang. Indonesia memiliki segudang target yang harus diselesaikan secara bersama termasuk target pemulihan ekonomi pasca *pandemic covid - 19*. Sesuai dengan instruksi Presiden Joko Widodo bahwa realisasi investasi di tahun 2023 sebesar Rp. 1.400 Triliun, lebih tinggi dari tahun 2022 yang hanya 1.200 Triliun. Bisa dibayangkan bahwa di tahun 2023 pakar ekonomi sudah

memperingatkan akan adanya ancaman resesi ekonomi di 2023 yang ditandai dengan melemahnya daya beli masyarakat karena adanya krisis ekonomi internasional (Biki et al., 2023).

Pertumbuhan ekonomi merupakan indikator untuk mengetahui seberapa besar keberhasilan pembangunan ekonomi suatu negara dan sebagai penentu adanya kebijakan pembangunan selanjutnya. Namun, permasalahan yang sering dialami dalam pembangunan ekonomi negara berkembang, termasuk Indonesia adalah keterbatasan pembiayaan. Indonesia membutuhkan dana cukup besar untuk melaksanakan pembangunan nasional sebagai upaya dalam mengejar ketertinggalan pembangunan dari negara-negara maju. Salah satu sumber pembiayaan yang potensial bagi Indonesia adalah investasi atau penanaman modal. Hal inilah yang melatarbelakangi dilakukannya *survei* untuk mengetahui aspek perekonomian yaitu investasi yang dilakukan di Provinsi Gorontalo.

Salah satu unit kerja pendukung pencapaian indikator realisasi investasi yaitu Penanaman Modal Asing dan Penanaman Modal Dalam Negeri yang ada pada bidang promosi penanaman modal (Rusli, 2022). Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Gorontalo merupakan Satuan Kerja Perangkat Daerah yang mempunyai tugas mengkoordinasi pelaksanaan urusan pemerintahan dan pelayanan perizinan yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan di bidang penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu dalam lingkup wilayah Provinsi Gorontalo, salah satu tugas Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Gorontalo adalah mengkoordinasikan pelaksanaan kebijakan promosi potensi daerah yang dapat menarik penanaman modal. Faktor penting lain bagi keberhasilan suatu usaha dalam menghadapi persaingan yang kompetitif adalah loyalitas konsumen (Mendo, 2023), Promosi sangat berpengaruh terhadap rasa ingin tahu konsumen, Promosi yang dilakukan oleh lembaga pemerintahan memang sedikit berbeda dengan strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan, karena lembaga pemerintah tidak menjual barang atau jasa, melainkan mencari investor yang berminat untuk berinvestasi atau melakukan kerjasama dengan pelaku usaha (Juliawati, 2023).

Berdasarkan data pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Gorontalo, Pada tahun 2019 target investasi sebesar 3,50 triliun rupiah hampir tercapai dengan realisasi sebesar 3,41 triliun rupiah, menunjukkan bahwa capaian realisasi sangat mendekati target. Namun, pada tahun 2020 terjadi penurunan target investasi menjadi 935 miliar rupiah, kemungkinan akibat dampak situasi ekonomi global atau nasional seperti pandemic Covid-19. Meskipun begitu, capaian realisasi investasi justru melampaui target dengan nilai 1,65 triliun rupiah, mengindikasikan performa yang baik meski di tengah tantangan. Pada tahun 2021, target investasi meningkat menjadi 1,80 triliun rupiah dan realisasi investasi mencapai 2,14 triliun rupiah, sekali lagi melampaui target dan menunjukkan adanya pemulihan dari penurunan pada tahun sebelumnya. Di tahun 2022, target investasi naik lagi menjadi 2,66 triliun rupiah, dan walaupun realisasi investasi sebesar 2,59 triliun rupiah sedikit di bawah target, capaian ini masih mendekati yang diharapkan. Peran Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia sangat penting dalam krisis ekonomi yang terbukti menyelamatkan perekonomian bangsa (Mendo, 2022). Pada tahun 2023, terjadi lonjakan tajam dengan target investasi sebesar 5,48 triliun rupiah, dan realisasi investasi yang bahkan lebih tinggi mencapai 5,52 triliun rupiah, menandakan peningkatan investasi yang signifikan dengan capaian yang melebihi target.

Faktor yang sering kali menjadi permasalahan pada investor yaitu menghadapi kesulitan dalam meningkatkan skala usaha dan daya saing mereka. Infrastruktur yang belum memadai, kurangnya akses informasi yang akurat, serta kebijakan dan regulasi yang belum optimal turut mempengaruhi kinerja dan pertumbuhan bisnis mereka. Selain itu juga kurangnya pemahaman investor tentang potensi daerah juga berdampak pada minimnya minat investor untuk berinvestasi di Provinsi Gorontalo. Diperlukan pengembangan lebih lanjut dalam promosi agar dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu provinsi gorontalo tidak mengalami kesulitan dan akan lebih mudah dari sebelumnya dalam mencapai target investasi yang ditetapkan. Kondisi ini menyoroti perlunya penelitian untuk merinci dampak langsung dan strategi pemulihan yang efektif (Hulwani, 2021). Kesenjangan penelitian ini memberikan ruang untuk penelitian lebih lanjut guna memahami secara lebih mendalam faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan promosi investasi dalam meningkatkan realisasi investasi di Provinsi Gorontalo. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi peningkatan realisasi investasi, salah satunya adalah promosi. Kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh Bidang Penanaman Modal, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Gorontalo adalah pameran investasi, *social media*, juga *mobile service*.

Peningkatan investasi yang dialami oleh Provinsi Gorontalo tentunya tidak terlepas dari upaya-upaya yang dilakukan Dpmpstsp untuk terus membuat strategi melalui inovasi - inovasi baru dalam meningkatkan pelayanan perizinan penanaman modal (Junus, 2019). Strategi investasi yang dilakukan secara tepat dapat mendukung peningkatan penanaman modal. Hal ini tentunya menuntut pemerintah daerah provinsi Gorontalo dalam hal ini adalah Badan Penanaman Modal dan

Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPSTP) Provinsi Gorontalo untuk mampu memberikan pelayanan perizinan secara efektif dan efisien bagi para investor (Yanuarsi, 2021). Pemerintah harus mampu melihat permasalahan yang ada dan mencari solusi yang tepat untuk menyelesaikan masalah dan menjadikan pedoman dalam membuat strategi.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Realisasi Investasi Di Provinsi Gorontalo (Studi Kasus : Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Gorontalo).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Realisasi Investasi Di Provinsi Gorontalo. Data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer, untuk mengukur pendapat responden yaitu dengan menggunakan skala likert 5 point yaitu : Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Kurang Setuju (3), Setuju (4), Sangat Setuju (5). Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai populasi penelitian adalah Investor/Pelaku Usaha yang sudah terdaftar Nomor induk Berusaha (NIB) di Provinsi Gorontalo. Mulai dari Triwulan 1, Triwulan 2, Triwulan 3 ditahun 2023 sampai dengan Triwulan 1 ditahun 2024 terdaftar sebanyak 50.986 investor/pelaku usaha yang sudah terdaftar Nomor induk berusaha (NIB). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden pelaku usaha/investor.

HASIL PENELITIAN

Analisis Deskriptif

Deskripsi variabel penelitian adalah bagian dari analisis statistika yang bertujuan mengetahui distribusi frekuensi jawaban responden terhadap kuesioner yang dibagikan untuk menggambar variabel dalam penelitian. Masing-masing pernyataan dari kuesioner variabel X dan Y. Variabel X dalam penelitian ini adalah Promosi. Sedangkan variabel Y dalam penelitian ini adalah Realisasi Investasi. Statistik deskriptif merupakan deskripsi atau mengenai objek gambaran penelitian yang dijadikan sampel. Data tersebut dapat dilihat dari nilai rata-rata (mean) dan standar deviasi. Penelitian ini menggunakan data observasi sebanyak 100 data. Berikut disajikan hasil pengujian statistik deskriptif untuk seluruh varibel yang digunakan dalam penelitian ini pada tabel dibawah ini :

Tabel 1 Hasil Uji Deskriptif Promosi (X)

HARGA (X1)						
ITEM PERNYATAAN	SKALA					MEAN
	1	2	3	4	5	
Pesan Promosi						4.24
Media Promosi						4.14
Waktu Promosi						4.13
Frekuensi Promosi						4.11

Sumber : Data Penelitian Diolah (2024)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif untuk variabel Promosi diperoleh hasil pada tabel di atas presentase dengan nilai paling tinggi adalah pada indikator pertama "Pesan Promosi" rata-rata sebesar 4.24. Untuk variabel Promosi untuk indikator kedua memperoleh rata-rata sebesar 4,14, indikator ketiga "waktu promosi" memperoleh rata-rata sebesar 4,13 indikator keempat "frekuensi promosi" manfaat memperoleh rata-rata sebesar 4,24. Indikator "pesan promosi" yang memperoleh rata-rata tertinggi, artinya pengaruh positif dari pesan promosi terhadap keputusan investasi menunjukkan bahwa kampanye promosi yang dilakukan efektif. Investor merasa terdorong untuk berinvestasi berdasarkan informasi yang mereka terima, menandakan bahwa pesan promosi tidak hanya informatif tetapi juga persuasif.

Selain itu, pesan informasi mengenai kemudahan layanan yang disampaikan oleh DPMPSTP membuat investor tertarik akan proses investasinya yang dipermudah. Informasi mengenai kemudahan layanan menjadi daya tarik utama bagi investor, dan pesan yang menekankan kemudahan proses investasi berhasil meningkatkan minat investor, menunjukkan bahwa DPMPSTP

mampu menyoroti keunggulan dan kemudahan yang mereka tawarkan.

Tabel 2 Hasil Uji Deskriptif Realisasi Investasi (Y)

Realisasi Investasi (Y)						
ITEM PERNYATAAN	SKALA					MEAN
	1	2	3	4	5	
Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN)						4.38

Sumber: Data diolah tahun 2024 dengan SPSS

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif untuk variabel Realisasi Investasi diperoleh hasil pada tabel di atas presentase dengan nilai indikator "Penanaman Modal Dalam Negeri" memperoleh rata-rata sebesar 4.38. Artinya, kemudahan pelayanan yang diberikan oleh DPMPSTSP berperan penting dalam mempercepat keputusan investasi dan pendaftaran NIB bagi para investor, yang mampu mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di Provinsi Gorontalo. Dengan proses yang lebih efisien, terstruktur, dan terpercaya setelah pendaftaran NIB, investor merasa lebih yakin dan termotivasi untuk berinvestasi. Mereka percaya bahwa investasi mereka akan berkontribusi positif terhadap ekonomi lokal dan meningkatkan transparansi serta kepatuhan. Promosi dan pelayanan yang efektif dari DPMPSTSP telah menciptakan lingkungan investasi yang kondusif, sehingga mendorong lebih banyak investor untuk berpartisipasi.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

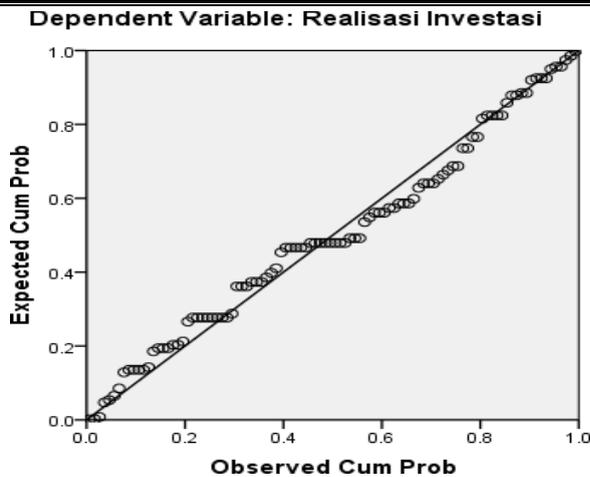
Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah data hasil penelitian berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Melalui uji normalitas data dapat ditentukan oleh statistik uji yang dapat digunakan dalam rangka pengujian hipotesis. Uji normalitas data merupakan langkah selanjutnya yang harus diselesaikan setelah uji validitas dan reliabilitas. Melalui uji *Kolmogorov-Smirnov* (KS), uji normalitas data berupaya memastikan apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak. Hal ini tunduk pada kondisi berikut: Data dapat ditentukan berdistribusi normal jika nilai signifikansi asimtotik (2-tailed) atau nilai probabilitas lebih besar dari 0,05. Berikut adalah hasil uji normalitas data SPSS.

Tabel 3 Uji Normalitas

Dengan One Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
No	Uji Normalitas Data	Nilai
1.	<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	0,734
2.	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,654
3.	Kesimpulan	Data berdistribusi normal karena nilai signifikansi (0,654) lebih besar dari 0,05.

Sumber : Data Penelitian Diolah (2024)

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai *probability* sebesar 0,654 > 0,05 maka demikian data yang diolah menggunakan SPSS oleh peneliti yaitu berdistribusi normal. Tetapi selain dari itu ada unsur lain yang juga menunjukkan data berdistribusi normal jika hasil dari p plot data dapat tersebar disekitar garis diagonal. Hasil pengujian adalah sebagai berikut :



Gambar 1 Hasil Uji P-Plot Normalitas Data

Berdasarkan gambar tersebut, dapat dilihat bahwa pengaruh variabel Promosi dan Realisasi Investasi, pola menunjukkan distribusi secara normal dimana data dapat menyebar disekitar garis diagonal, ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan dapat dilakukan tahap pengujian lebih lanjut.

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menggunakan metode fundamental analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana digunakan sebagai teknik analisis statistik karena tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi variabel- variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Variabel	Nilai Koefisien Regresi
Konstanta	-5,918
Promosi	0,532

Sumber: Hasil data diolah SPSS (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.7 dapat disajikan dalam bentuk persamaan berikut ini:
 $Y = a + bX$
 $Y = -5,918 + 0,532X$

1. Nilai Konstanta (a) sebesar -5,918 artinya nilai variabel Realisasi Investasi. Variabel Promosi dianggap konstan.
2. Koefisien regresi variabel Promosi (X) sebesar 0,532 dengan arah hubungan positif antara variabel Promosi dengan Realisasi Investasi. Artinya bahwa setiap Promosi (X) meningkat sebesar 1 satuan maka Promosi akan meningkat sebesar 0,532 atau 53,2% dan berlaku juga sebaliknya.

Uji Hipotesis Statistik

Uji Parsial

Uji t digunakan dalam penelitian ini untuk menguji signifikan korelasi sederhana apakah variabel bebas (X) secara parsial atau individual mempunyai hubungan signifikan atau sebaliknya terhadap variabel terikat (Y). Uji t ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari Variabel bebas secara parsial. Berdasarkan hasil pengolahan dari Software SPSS Statistic versi 16 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Model	Variabel	Nilai t hitung	Nilai t tabel	Hasil
X > Y	Promosi	6,658	1,660	Hipotesis

Sumber: Hasil data diolah SPSS (2024)

Hipotesis diterima jika t-hitung lebih besar dari pada t-tabel, diketahui bahwa t-tabel dari pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti adalah 1,660. Berdasarkan tabel 5 di atas, H (Promosi terhadap Realisasi Investasi) diterima. Untuk menentukan t-tabel digunakan lampiran statistik tabel t, dengan menggunakan $\alpha = 5\%$ dengan rumus degree freedom (df) dapat dihitung dengan $df = n-2-1$ ($100-2-1$) = 97 sehingga dari hasil ini diperoleh nilai t-tabel sebesar 1.660. Hasil uji t menyatakan bahwa Promosi berpengaruh secara Positif terhadap Peningkatan Realisasi Investasi.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.558 ^a	.311	.304	1.969

Sumber: Hasil data diolah SPSS (2024)

Nilai koefisien determinasi $R = 0,558$ yang diperoleh dari Tabel 7 menunjukkan kuatnya korelasi antara promosi dengan dengan tingkat peningkatan realisasi investasi. Sedangkan R square (R^2) diketahui sebesar 0,311, artinya variabel independen Promosi mempunyai pengaruh terhadap Peningkatan Realisasi Investasi sebesar 31,1%, sedangkan komponen yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh sebesar 68,9%.

Pengujian Hipotesis

Hasil analisis uji hipotesis parsial yang dirumuskan pada penelitian dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 7 Hasil Uji Hipotesis

No	Hipotesis penelitian	Sig	Keterangan
1.	Promosi terhadap realisasi investasi	0,000	Hipotesis Diterima

Sumber: Data diolah SPSS (2024)

Tabel 7 memberikan penjelasan lebih menyeluruh mengenai hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa Promosi mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05 terhadap Realisasi Investasi. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi pelaku usaha atau investor untuk melakukan investasi dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh promosi, yang membuktikan validitas hipotesis penelitian.

PEMBAHASAN

Pengaruh Promosi terhadap peningkatan Realisasi Investasi (Y)

Hasil penelitian yang dilakukan pada penelitian ini menyatakan bahwa Promosi yang diberikan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Gorontalo berpengaruh terhadap peningkatan Realisasi Investasi di Provinsi Gorontalo. Di lihat dari hasil uji yang diperoleh dari koefisien T memiliki arah positif dengan nilai signifikansi yang menandakan bahwa hipotesis mengenai promosi berpengaruh terhadap peningkatan realisasi investasi diterima. Artinya, promosi merupakan salah satu faktor utama yang mempertimbangkan investor/pelaku usaha dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap peningkatan realisasi investasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Gorontalo telah cukup baik dalam meningkatkan realisasi investasi di provinsi gorontalo, yaitu dengan melaksanakan promosi pesan-pesan promosi yang disampaikan, media promosi yang dipilih, waktu promosi yang ditentukan serta frekuensi dan komunikasi yang menyeluruh.

Berdasarkan uji koefisien determinasi yang peneliti lakukan didapatkan hasil pengaruh promosi terhadap peningkatan realisasi investasi sebesar 31,1%. Meskipun angka ini menunjukkan pengaruh yang signifikan, hasilnya mungkin tidak begitu besar. Hal ini dapat dijelaskan dengan mempertimbangkan beberapa faktor yang memengaruhi efektivitas promosi investasi. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah frekuensi dan distribusi promosi, promosi investasi tidak selalu dilakukan secara rutin dan merata di seluruh wilayah. Investor di daerah yang kurang terjangkau oleh promosi mungkin tidak selalu mendapatkan informasi terkait promosi investasi di wilayah setempat. Adapun promosi melalui media sosial merupakan salah satu metode yang digunakan, namun tidak semua investor aktif dalam bersosial media. Bagi investor yang jarang menggunakan media sosial, mereka mungkin tidak sering melihat atau merespons promosi yang disebarluaskan melalui media promosi ini. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial belum sepenuhnya efektif untuk semua segmen investor, sehingga mempengaruhi besarnya dampak promosi.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Juliawati, 2023) dengan judul "Strategi promosi investasi pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Bandung", dimana penelitian ini mengemukakan bahwa promosi investasi yang dilakukan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Bandung berjalan dengan cukup baik sehingga dapat dikatakan strategi promosi yang dilakukan oleh DPMPTSP Kota Bandung berperan dalam peningkatan realisasi investasi di Kota Bandung. Hasil penelitian ini searah dengan penelitian (Riana, 2019) dengan judul "Pengaruh Promosi Dan Motivasi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Murabahah Logam Mulia Investasi Abadi (Mulia)" dimana variabel Promosi (X1) mempengaruhi Variabel Y yang menunjukkan konsistensi antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya mengenai pentingnya promosi dalam mempengaruhi pengambilan keputusan seseorang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah dilakukan peneliti serta pembahasan pada bab sebelumnya, maka dari penelitian ini dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

Dari hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa promosi yang dilakukan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Gorontalo memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan realisasi investasi di Provinsi Gorontalo. Uji statistik menunjukkan koefisien T signifikan, yang menandakan bahwa hipotesis mengenai promosi berpengaruh terhadap peningkatan realisasi investasi diterima. Artinya, promosi berperan sebagai faktor utama dalam keputusan investasi. Efektivitas pesan promosi, pemilihan media, frekuensi, dan waktu pelaksanaan promosi telah terbukti efektif dalam menyampaikan informasi yang jelas dan persuasif kepada investor. Selain itu, kemudahan dalam pelayanan dan pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) turut mempercepat keputusan investasi dan meningkatkan efisiensi berbisnis, sehingga berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, promosi terbukti sebagai faktor utama dalam mendorong investor untuk melakukan investasi di Provinsi Gorontalo.

DAFTAR PUSTAKA

- Afina Putri Vindiana, Mutiara Eka Puspita, & Katri Widayani. (2022). Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Investasi Di Kabupaten Lebak. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 8(1), 1–15. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v8i1.2960>
- Ajzen, I. (1991). *From Intentions To Actions: A Theory Of Planned Behavior*. Action Control. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, pp.
- Anastasia Romatua & Zaili Rusli. (2022). Strategi dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu (dpmptsp) dalam meningkatkan investasi masa pandemi covid-19 di kota dumai. *Jurnal hukum, politik dan ilmu sosial*, 1(3), 67–78. <https://doi.org/10.55606/jhps.v1i3.487>
- Bakri, R. (2022). Perencanaan Strategis dalam Meningkatkan Investasi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu. *Ampop Management Accounting Review (AMAR)*, Vol. 2 No. 2 (2022), Pages 1-10. <https://doi.org/10.37531/amar.v2i2.228>
- Biki S. B. (2023). Pengaruh Service Quality Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Pantai Bototonuo Kecamatan Kabila Bone Kab Bone Bolango. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*. Vol 6. No 2. Mei 2023. : <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Biki, S. B., Sawitri Pilomonu, M. R., Mendo, A. Y., Abas, C., & Kadir, A. (2023). Lkpm-Notification: Aplikasi Marketing Sebagai Solusi Peningkatan Realisasi Investasi Di Provinsi Gorontalo. *IDEALIS : InDonEsiA journal Information System*, 6(2), 117–126. <https://doi.org/10.36080/idealis.v6i2.3035>
- Chairani, M. A., Yitawati, K., Sarjiyati, & Nugroho, S. S. (2022). *Penyuluhan Hukum Tentang*

- Perlindungan Hukum Dan Pencegahaan Terhadap Penipuan Investasi Online. *Jurnal dayamas*, 7(1), 7–15. <https://doi.org/10.33319/dymas.v7i1.85>
- Crescenzi, R., Di Cataldo, M., & Giua, M. (2021). FDI inflows in Europe: Does investment promotion work? *Journal of International Economics*, 132, 103497. <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2021.103497>
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (n.d.). Bauran Pemasaran 7p Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. 6.
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(1), 130–146. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.10>
- Fadilah, K., & Fazizah, A. (n.d.). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Promosi, Dan Resiko Investasi Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas.
- Fitriyani, F., & Taharuddin, T. (2022). Pengaruh Promosi dan Kepuasan Pelayanan terhadap Keputusan Berinvestasi Melalui Persepsi Potensi Investasi (Studi Di Provinsi Kalimantan Selatan). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 11(2), 39. <https://doi.org/10.20527/jbp.v11i2.14992>
- Fitriyani, F., & Taharuddin, T. (2022b). Pengaruh Promosi dan Kepuasan Pelayanan terhadap Keputusan Berinvestasi Melalui Persepsi Potensi Investasi (Studi Di Provinsi Kalimantan Selatan). *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 11(2), 39. <https://doi.org/10.20527/jbp.v11i2.14992>
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal AKTUAL*, 16(1), 21–27. <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>
- Hapsari, A. R., & Pradekso, T. (2021). Pengaruh Terpaan Promosi Reksadana Dan Terpaan Komunikasi Keluarga Mengenai Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi Reksadana. Volume 9, No 2.
- Hulwani, Z. (2021). Perencanaan Tata Kelola Teknologi Informasi Menggunakan Framework Cobit 2019 pada DPMPTSP. *Jurnal Ilmiah Komputasi*, 20(2). <https://doi.org/10.32409/jikstik.20.2.2750>
- Husnulwati, S., & Yanuarsi, S. (2021). Kebijakan Investasi Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Solusi*, 19(2), 183–193. <https://doi.org/10.36546/solusi.v19i2.364>
- Juliawati, P. (2023). Strategi Promosi Investasi Pada Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 9, No. 2. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v9i2.1817>
- Junus, D. (2019). ANALYSIS OF COMPETENCE OF APPARATUS IN PUBLIC SERVICES AT THE INVESTMENT OFFICE AND ONE-STOP INTEGRATED LICENSING SERVICE GORONTALO REGENCY. *jurnal.unmuhjember.ac.id*.
- Kurniawan, R., & Soeprajitno, E. D. (n.d.). Analisis Hubungan Laju Inflasi, Realisasi Investasi Industri Kecil, Perolehan Pad, Penyerapan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Perkapita (Studi Kasus di Kabupaten Nganjuk).
- Kusmayadi, M., & Saraswati, T. G. (n.d.). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Five Review di Lazada Selama Pandemi Covid-19 The Effect of Marketing Mix on The Purchase Decision of Five Review T-Shirt at Lazada During The Covid-19.
- Mamonto, F. W. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru.
- Masinambow, V. A. J. (2024). Analisis Perencanaan Dan Penganggaran Pada Pemerintah Kabupaten Minahasa Tenggara Melalui Aplikasi Sistem Informasi Pemerintah Daerah (SIPD)). *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, Vol 25 No 1 (2024). <https://doi.org/10.35794/jpekd.52259.25.1.2024>
- Mirnasari, T., & Yamin, Y. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UMKM Keripik Pisang Di Gang PU Bandar Lampung. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 40–44. <https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1460>
- Mendo, A. Y. (2022). Pengaruh Self Efficacy Dan Self Confidence Terhadap Kreativitas Pelaku Umkm Di Provinsi Gorontalo. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS*.
- Mendo, A. Y. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim Untuk Meningkatkan Loyalitas Pengguna Di Kota Gorontalo. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS*.
- Ningrum, A. S. (2018). Peranan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal. 3.
- Regiyati, S., & Rusli, Z. (2021). Strategi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dalam Meningkatkan Investasi di Kota Pekanbaru. *Jurnal Studi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(1), 47–56. <https://doi.org/10.35912/jasispol.v1i1.315>
- Riana, D. (2019). Pengaruh Promosi Dan Motivasi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Murabahah Logam Mulia Investasi Abadi (Mulia) (Studi Pada Pegadaian Syariah UPS Pasar Tamin

Bandar Lampung). Repository.Radenintan.Ac.Id.

Sahir, S. (2022). Metodologi Penelitian oleh syafri hani sahir (cetakan i, mei 2021). Penerbit kbm indonesia.

Siahaan, M., & Brina, M. (n.d.). Proactive Marketing Strategy: Exploring Marketing Strategies to Increase Occupancy through a Dynamic Sales Approach at Madani Hotel Medan. 3.

Simanjuntak, S. C., Panjaitan, M., & Napitupulu, J. (2020). Pengaruh bauran promosi dan loyalitas pelanggan dalam meningkatkan volume penjualan pada pt. Telkom kota medan.

Sofiah, M., Ramadhani, S., & Bi Rahmani, N. A. (2023). Analisis pengaruh bauran pemasaran 4p (product, price, promotion, and place) terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah (umkm). *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), 122. <https://doi.org/10.26623/jreb.v16i2.7288>

Suprajang, S. (2020). Analisis Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus Pada Wisata Hutan Pinus Gogoniti, Kabupaten Blitar). Vol. 5 No. 2 (2020).