

Strategi Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Meningkatkan Investasi Di Provinsi Sulawesi Utara

Nincy Adam¹, Rocky H. Sendouw², Steven Tarore³

^{1,2,3}Program Studi Administrasi Negara, Universitas Negeri Manado, Indonesia

nincyadam@gmail.com reckysendouw@unima.ac.id steventarore@unima.ac.id

INFO ARTIKEL

ABSTRACT

Accepted: 25 Agustus 2025
Revised : 01 Oktober 2025
Published: 31 Oktober 2025

Key word:

Strategy
DPMPTSP
Investment
Public Service

Increased investment is a crucial factor for the economic growth and development of North Sulawesi Province. This research aimed to identify, analyze, and describe the strategies implemented by the Investment and One-Stop Integrated Services Agency (DPMPTSP) of North Sulawesi Province in boosting investment. This study used a qualitative approach, with data collected through in-depth interviews with 5 informants (3 from DPMPTSP and 2 investors), observation, and documentation. Data analysis was conducted interactively using the Miles, Huberman, and Saldana model. The results indicate that the Promotion Strategy is constrained by a lack of investor understanding regarding licensing procedures and sub-optimal internal reporting. The Print Media Strategy has low effectiveness and limited reach compared to digital media, and lacks creative and interactive content. The implementation of OSS is hampered by a lack of understanding among MSMEs and significant technical barriers due to inadequate digital infrastructure, especially in archipelagic areas, which lowers investor satisfaction.

INTISARI

Kata kunci:
Strategi
DPMPTSP
Investasi
Pelayanan Publik

Peningkatan investasi merupakan faktor krusial bagi pertumbuhan ekonomi dan pembangunan Provinsi Sulawesi Utara. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mendeskripsikan strategi yang diterapkan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Provinsi Sulawesi Utara dalam meningkatkan investasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap 5 informan (3 dari DPMPTSP dan 2 investor), observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara interaktif menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldana. Hasil penelitian menunjukkan Strategi Promosi terkendala kurangnya pemahaman investor terhadap prosedur perizinan dan pelaporan internal yang belum optimal. Strategi Media Cetak memiliki efektivitas rendah dan jangkauan terbatas dibandingkan digital, serta minim konten kreatif dan interaktif. Implementasi OSS terhambat oleh kurangnya pemahaman UMKM dan hambatan teknis yang signifikan akibat infrastruktur digital yang kurang memadai, terutama di daerah kepulauan, yang menurunkan kepuasan investor .

1. Pendahuluan

Pembangunan ekonomi nasional yang berkelanjutan bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur. Salah satu faktor krusial yang bertanggung jawab terhadap pertumbuhan dan pembangunan ekonomi suatu negara adalah investasi. Dalam kerangka otonomi daerah, pemerintah daerah dituntut untuk berpikir kreatif dan adaptif dalam menciptakan strategi kebijakan investasi yang ramah dan kondusif.

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) memegang peranan vital sebagai garda terdepan pelayanan perizinan. Tugas pokok DPMPTSP menuntut manajemen strategis yang tepat dalam organisasi publik. Sebagaimana dijelaskan oleh Sendouw, manajemen strategis pada organisasi publik mengintegrasikan proses manajemen untuk mengembangkan diri guna mencapai tujuan objektif organisasi [2].

Di daerah kepulauan seperti Sulawesi Utara, tantangan geografis dan infrastruktur digital menjadi penghambat utama, sebagaimana ditekankan oleh Siwij [3]. Isu ini diperparah dengan temuan bahwa kurangnya pemahaman UMKM dan hambatan teknis dalam penggunaan OSS secara signifikan menurunkan kepuasan investor. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi krusial karena tidak hanya mengidentifikasi strategi (Promosi, Media Cetak, OSS), tetapi juga menganalisis kendala spesifik dalam implementasi ketiga strategi tersebut, yang belum terbahas secara mendalam dalam konteks DPMPTSP wilayah kepulauan.

Meskipun beberapa daerah telah menerapkan strategi serupa, seperti di Kalimantan Utara yang fokus pada promosi investor luar negeri [8], tantangan seperti fluktuasi ekonomi global dan kurangnya pemahaman prosedur perizinan sering menghambat realisasi investasi. Studi di Pekanbaru menunjukkan bahwa selama pandemi COVID-19, DPMPTSP setempat berhasil meningkatkan investasi melalui adaptasi digital [7]. Inovasi teknologi dalam pelayanan publik, seperti penerapan sistem informasi, menjadi kunci efisiensi birokrasi pemerintahan [1]. Siwij menekankan bahwa inovasi pelayanan publik di daerah kepulauan sangat krusial untuk mengatasi hambatan geografis dan meningkatkan kualitas layanan kepada investor [3].

Provinsi Sulawesi Utara (Sulut) memiliki potensi ekonomi unggulan yang besar pada sektor pariwisata, perikanan, dan pertanian, namun wilayah ini dicirikan sebagai daerah kepulauan yang menghadapi hambatan infrastruktur dan aksesibilitas logistik yang tinggi [3]. DPMPTSP Sulut, oleh karena itu, harus menjalankan tugasnya di bawah tekanan geografis, yang menuntut strategi inovasi pelayanan publik untuk mengatasi keterisolasi dan ketimpangan [3, 4]. Meskipun data realisasi investasi periode 2019-2024 menunjukkan tren peningkatan yang signifikan (rata-rata 20-45%), fluktuasi tajam masih terjadi, terutama pada tahun 2022 dan 2024, dipicu oleh faktor global dan kendala internal yang belum teratas [12]. Temuan ini menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai sejauh mana efektivitas strategi yang telah diterapkan oleh DPMPTSP dalam menghadapi tantangan unik wilayah ini. tantangan kualitatif seperti kurangnya pemahaman investor terhadap prosedur perizinan online menuntut evaluasi strategi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi DPMPTSP Sulawesi Utara dalam meningkatkan investasi daerah, khususnya melalui promosi dan inovasi digital.

Penelitian terdahulu yang dilakukan di Kota Pekanbaru dan Kalimantan Utara menunjukkan fokus pada adaptasi digital masa pandemi dan promosi investor luar negeri [7, 8]. Namun, penelitian ini bertujuan mengisi kesenjangan (gap) dengan mengevaluasi secara spesifik strategi DPMPTSP Sulut sebagai daerah kepulauan, menyoroti integrasi promosi, media cetak, dan inovasi digital Online Single Submission (OSS). Urgensi penelitian ini terletak pada analisis kualitatif terhadap tantangan mendasar seperti rendahnya literasi digital investor dan hambatan teknis jaringan, yang secara empiris memengaruhi optimalisasi OSS dan promosi daerah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan secara mendalam bagaimana strategi DPMPTSP Sulawesi Utara dalam meningkatkan investasi daerah dikaitkan dengan kerangka teori manajemen strategis dan inovasi pelayanan publik [2, 3].

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Metode ini dipilih untuk memahami fenomena strategi peningkatan investasi secara mendalam pada kondisi objek yang alamiah. Penelitian ini berlokasi di Kantor Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Provinsi Sulawesi Utara.

Sumber data terbagi menjadi data primer yang dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam dengan informan kunci (Kepala Bidang, Staf DPMPTSP, dan Investor), serta data sekunder melalui studi kepustakaan dan dokumen resmi [12]. Pemilihan informan kunci dilakukan melalui teknik purposive sampling untuk mendapatkan informasi yang mendalam dan kredibel.

Teknik analisis data mengikuti model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana yang terdiri dari pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Model ini memungkinkan peneliti mengolah data lapangan secara sistematis dan mengaitkannya dengan kerangka teori yang ada [1].

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa DPMPTSP Provinsi Sulawesi Utara menerapkan bauran strategi yang berfokus pada promosi agresif dan inovasi pelayanan berbasis teknologi. Temuan ini dikaitkan dengan teori manajemen strategis dan inovasi pelayanan publik, dengan tantangan yang perlu diatasi melalui integrasi teori dan praktik.

3.1 Promosi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa promosi melalui pameran potensi daerah, media sosial, dan penyusunan peta potensi investasi efektif meningkatkan kesadaran investor. Terdapat tantangan signifikan yang menghambat optimalisasi strategi promosi tersebut. Fluktuasi ekonomi global menjadi penyebab utama penurunan realisasi investasi yang terjadi pada tahun 2022 dan 2024 [12]. Masalah internal kualitatif utama adalah kurangnya pemahaman investor terhadap prosedur perizinan online, yang menuntut evaluasi berkala dan sosialisasi yang lebih gencar. Selain itu, laporan internal DPMPTSP menunjukkan bahwa pelaporan kegiatan promosi yang tidak optimal juga menghambat evaluasi efektivitas program di lapangan.

Kaitan dengan teori manajemen strategis Sendouw [2] menekankan bahwa promosi sebagai bagian integrasi proses manajemen membantu organisasi mencapai tujuan objektif. Masalah utama yang ditemukan adalah kurangnya pemahaman investor terhadap prosedur perizinan yang detail, yang menuntut evaluasi berkala. Data realisasi menunjukkan tren positif, tetapi tantangan internal seperti pelaporan yang tidak optimal menghambat pemantauan. Teori Harrod-Domar mendukung bahwa investasi sebagai faktor pertumbuhan ekonomi perlu didorong melalui promosi yang sistematis [5].

Kaitan dengan teori inovasi pelayanan publik Siwij [3] menunjukkan bahwa promosi di daerah kepulauan harus mengatasi hambatan geografis melalui media digital, yang sejalan dengan praktik DPMPTSP. Rekomendasi penguatan integrasi media cetak-digital diperlukan, seperti yang dijelaskan dalam strategi komunikasi pemasaran sektor publik [14].

3.2 Media Cetak

Selain media digital, DPMPTSP masih menggunakan media cetak seperti brosur dan profil bisnis sebagai bagian dari bauran strategi promosi. Penggunaan materi cetak ini bertujuan untuk memberikan informasi yang komprehensif serta meningkatkan kredibilitas formal lembaga di mata investor. Wawancara dengan informan menunjukkan bahwa materi cetak sangat membantu bagi investor konservatif yang belum terbiasa dengan teknologi digital. Strategi ini juga penting dalam upaya menyusun dan menyajikan peta potensi investasi daerah secara rinci kepada investor potensial

Permasalahan utama yang ditemukan adalah rendahnya efektivitas media cetak dibandingkan dengan kanal digital dalam menjangkau khalayak luas. Efeknya, jangkauan informasi yang disampaikan menjadi terbatas, terutama bagi investor dari generasi milenial yang lebih mengandalkan media online. Selain itu, ditemukan juga masalah kurangnya konten yang kreatif dan interaktif pada media cetak yang ada, sehingga kurang menarik perhatian. Data observasi menunjukkan bahwa DPMPTSP masih mengandalkan brosur, namun proses integrasinya dengan media digital belum berjalan optimal.

Strategi penggunaan media cetak dikaitkan dengan teori komunikasi pemasaran Haquie-Fawzi et al., [10] yang menekankan bahwa media cetak melengkapi kanal digital untuk membangun brand awareness. Namun, teori manajemen strategis Arifudin [5] juga mengingatkan bahwa strategi komunikasi harus adaptif terhadap perubahan teknologi yang cepat. Kaitan dengan teori inovasi Siwij [3] menunjukkan bahwa di daerah kepulauan, media cetak harus dikombinasikan dengan digital untuk mengatasi hambatan geografis secara efektif. Oleh karena itu, pengembangan konten interaktif dan kolaborasi dengan media nasional direkomendasikan untuk meningkatkan daya tarik dan jangkauan media cetak.

3.3 Online Single Submission (OSS)

Inovasi pelayanan publik yang paling signifikan adalah implementasi sistem Online Single Submission (OSS), yang merupakan amanat dari PP No. 5 Tahun 2021 tentang Perizinan Berusaha Berbasis Risiko (OSS-RBA). Sistem ini berfungsi untuk memangkas birokrasi perizinan yang berbelit, memungkinkan investor mengurus izin secara transparan dan cepat tanpa harus bertatap muka [13]. Efektivitas OSS terbukti meningkatkan jumlah Nomor Induk Berusaha (NIB) yang diterbitkan di Sulawesi Utara. Wawancara dengan investor menunjukkan bahwa sistem ini berhasil mempercepat proses perizinan dari yang awalnya membutuhkan waktu berhari-hari menjadi hitungan jam.

Implementasi OSS menghadapi tantangan berupa kurangnya pemahaman dari pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam mengadopsi sistem digital ini. Hambatan teknis, seperti infrastruktur digital yang tidak memadai dan masalah jaringan internet di daerah kepulauan, turut menyebabkan ineffisiensi [15]. Gangguan teknis pada sistem OSS secara langsung menurunkan kualitas pelayanan publik dan dapat berdampak negatif pada kepuasan investor [4, 6]. Kondisi ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan publik sangat ditentukan oleh fasilitas infrastruktur dan konsistensi waktu pelayanan.

Sistem OSS sejalan dengan penelitian Tarore yang menyatakan bahwa implementasi sistem ini signifikan dalam meningkatkan minat investasi asing melalui kepastian hukum dan kecepatan layanan [4]. Namun, masalah infrastruktur dan adopsi ini dikaitkan dengan teori difusi inovasi Rogers, yang menegaskan bahwa kesiapan infrastruktur vital untuk keberhasilan adopsi teknologi baru [11]. Dalam kerangka manajemen strategis Sendouw, OSS sebagai inovasi memerlukan dukungan berupa pelatihan intensif bagi pegawai untuk mitigasi kendala teknis [2]. Oleh karena itu, sosialisasi masif dan penguatan infrastruktur digital direkomendasikan untuk mengatasi kendala literasi digital dan teknis yang masih ada

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi DPMPTSP Sulawesi Utara meningkatkan investasi melalui 3 indikator, terdapat tantangan yang signifikan yang perlu diatasi untuk mencapai pertumbuhan berkelanjutan. Promosi: Strategi promosi melalui pameran, media sosial, dan peta potensi terdapat efektivitas promosi terkendala oleh kurangnya pemahaman investor terhadap prosedur perizinan online yang menuntut evaluasi strategi secara berkala. Media Cetak: Media cetak (brosur/profil bisnis) memberikan informasi komprehensif dan kredibilitas formal, khususnya bagi investor konservatif. Meskipun demikian, media cetak memiliki efektivitas rendah, jangkauan terbatas dibandingkan media digital, dan kurangnya konten yang kreatif/interaktif, sehingga integrasi dengan media digital sangat dibutuhkan. Online Single Submission (OSS): Kendala utamanya adalah kurangnya pemahaman di kalangan UMKM dan hambatan teknis yang disebabkan oleh infrastruktur digital yang belum memadai di daerah kepulauan, yang berpotensi menurunkan kepuasan investor.

Referensi

- [1] M. H. F. Sinaga, R. H. E. Sendouw, dan S. T. T. Manengkey, “Strategi Pelayanan Publik Berbasis E-Government di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Manado,” *Jurnal Administro: Jurnal Kajian Kebijakan dan Ilmu Administrasi Negara*, vol. 6, no. 1, pp. 29-35, 2024.
- [2] R. H. E. Sendouw, “Manajemen Strategis dalam Pengembangan Ekonomi Daerah: Analisis Investasi di Provinsi Sulawesi Utara,” dalam Prosiding Seminar Nasional Administrasi Publik, Universitas Negeri Manado, 2023, pp. 120-135.
- [3] D. S. R. Siwij, “Strategi Peningkatan Investasi Melalui Inovasi Pelayanan Publik di Daerah Kepulauan: Studi Kasus Sulawesi Utara,” *Jurnal Administrasi Publik Universitas Manado*, vol. 12, no. 2, pp. 45-60, 2022.
- [4] S. V. Tarore, “Efektivitas Sistem Online Single Submission (OSS) dalam Meningkatkan Investasi Asing: Perspektif Administrasi Publik,” *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, vol. 15, no. 1, pp. 78-92, 2024.
- [5] O. Arifudin, *Manajemen Strategik Teori dan Implementasi*. Banyumas: Pena Persada, 2021.
- [6] S. B. Kairupan, J. Mantiri, M. Mandagi, dan R. H. E. Sendouw, “Ethics of Public Services in the Department of Investment and One-Stop Integrated Services of Manado City,” *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, vol. 353, pp. 219-223, 2019.
- [7] H. Yunita dan I. Sentosa, “Strategi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Dalam Meningkatkan Investasi Masa Pandemi Covid-19 di Kota Pekanbaru,” *Jurnal Kebijakan Publik*, vol. 10, no. 2, 2019.
- [8] I. Rokhina, “Strategi Penanaman Modal Provinsi Kalimantan Utara Dalam Menarik Investor Dalam dan Luar Negeri,” *Jurnal Ilmiah Provinsi Kalimantan Utara*, 2019.
- [9] C. D. Polii, J. E. Kaawaan, dan I. Rachman, “Strategi Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Dalam Mempromosikan Potensi Investasi di Kabupaten Minahasa Selatan,” *Jurnal Governance*, vol. 1, no. 2, 2021.
- [10] M. G. Haquie-Fawzi et al., *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. 2022.
- [11] E. M. Rogers, *Diffusion of Innovations*, 5th ed. New York: Free Press, 2003.

[12] DPMPTSP Provinsi Sulawesi Utara, "Laporan Realisasi Investasi Provinsi Sulawesi Utara," 2024. [Online]. Tersedia: <https://dpmptsp.sulutprov.go.id>. Diakses: 27 April 2024.

[13] T. R. Simanjuntak dan F. B. Sembiring, "Peran Online Single Submission (OSS) dalam Reformasi Birokrasi Pelayanan Perizinan di Era Digital," Jurnal Ilmu Administrasi Negara, vol. 14, no. 2, pp. 101-115, 2023.

[14] A. N. Diansari dan S. M. Rahmawati, "Strategi Komunikasi Pemasaran Sektor Publik dalam Menarik Investasi Asing," Jurnal Manajemen dan Kebijakan Publik, vol. 9, no. 1, pp. 1-15, 2022.

[15] I. A. N. Setyabudi, "Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Melalui Inovasi Digitalisasi Perizinan," Jurnal Administrasi Bisnis, vol.

[16] Tribun Manado, "Berita Ekonomi dan Bisnis Sulawesi Utara," 2023. [Online]. Available: <https://manado.tribunnews.com>.