

## IMPLEMENTASI *REGIONAL MARKETING* DI KABUPATEN PURBALINGGA TAHUN 2000-2014

**Ridlo Gilang Wicaksono**  
[ridlo.gilang.w@mail.ugm.ac.id](mailto:ridlo.gilang.w@mail.ugm.ac.id)

**R. Rijanta**  
[rijanta@ugm.ac.id](mailto:rijanta@ugm.ac.id)

### ABSTRACT

*Regional marketing is one way solution that can be applied to support regional economic. This research was done in Purbalingga Regency which is well-known as Investment-Friendly Regency that makes it interesting to be observed. This research aims to (1) Identify the entrepreneurs perception, (2) Identify government vision, and (3) Identify the implementation of regional marketing. The method used in this research is descriptive qualitative and pairwise comparison. The data is collected from interview with entrepreneur and government.*

*The research result shows that the most significant service is the permission system that makes it easier for entrepreneurs. It is in accordance with what has been started by the regional government. While the lack of micro and supporting infrastructure becomes the service infirmity. This happens because the status of Purbalingga region is Allocation of Industrial Area so there hasn't been maximum accomplishment for infrastructure availability.*

**Keywords: implementation, regional marketing, investment friendly**

### ABSTRAK

Memasarkan daerah merupakan salah satu langkah solutif yang dapat diaplikasikan untuk mendorong kegiatan perekonomian wilayah. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Purbalingga karena label yang dimiliki wilayah yakni Kabupaten Ramah Investasi, sehingga menarik untuk diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengidentifikasi persepsi pengusaha, (2) mengidentifikasi pandangan pemerintah, dan (3) mengidentifikasi implementasi pemasaran wilayah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan *pairwise comparison*. Data diperoleh dari wawancara pengusaha dan pemerintah kabupaten.

Hasil penelitian diperoleh informasi bahwa pelayanan paling dirasakan berupa sistem perizinan yang memudahkan bagi pengusaha. Hal tersebut selaras dengan yang disampaikan oleh pemerintah kabupaten. Kekurangan pelayanan berupa ketersediaan infrastruktur mikro dan infrastruktur pendukung. Kondisi tersebut terjadi karena status wilayah Purbalingga masih berupa Peruntukan Kawasan Industri, sehingga belum ada pencapaian maksimal mengenai ketersediaan infrastruktur.

**Kata kunci : implementasi, regional marketing, ramah investasi**

## PENDAHULUAN

Perekonomian saat ini berkaitan dengan kemajuan teknologi yang memungkinkan segala jenis data mengalir cepat melalui serat kabel optik. Selain itu, jenis data didapatkan melalui transmisi satelit sehingga memungkinkan menembus batas ruang dan waktu. Kondisi ini menyebabkan suatu wilayah dapat bersaing secara global tanpa mempertimbangkan kekayaan alam, populasi, bahkan faktor lokasi strategis (Helmi, 2007). Wilayah dapat bersaing dengan pasar global melalui perbaikan sistem yang ada di wilayah tersebut. Sistem yang buruk akan merugikan wilayah itu sendiri bahkan mengorbankan penduduk yang menjadi tenaga kerja atau buruh. Sistem yang perlu dibenahi antara lain penerapan pajak secara konsisten, pemberian insentif yang sesuai kepada pekerja, dan menaikkan gaji buruh atau tenaga kerja (Kim dan Mouborogne, 2005 dalam Helmi, 2007).

Memasarkan wilayah merupakan salah satu cara untuk memajukan daerah yang membutuhkan konsistensi dan kerja keras kolektif antara pemerintah daerah dengan masyarakat. Memajukan daerah tidak hanya mengandalkan APBD tetapi diperlukan upaya-upaya yang kreatif dan inovatif. Dewasa ini memajukan daerah tidak cukup dengan mengandalkan besarnya potensi kekayaan sumberdaya alam atau tingkat pendapatan daerah. Kondisi yang demikian hanya akan membuat wilayah menjadi statis. Memasarkan wilayah adalah salah satu langkah solutif yang dapat diambil dan diaplikasikan daerah untuk mendorong kegiatan perekonomian wilayahnya. Kemampuan membentuk

citra wilayah merupakan kunci agar dapat memasarkan wilayah. Citra wilayah dalam pemasaran wilayah akan selalu selaras dengan sebuah nilai kepercayaan. Harapannya dengan citra wilayah yang positif mampu menarik minat bagi penanam modal demi meningkatkan daya saing wilayah (Yananda, 2014).

Sejalan dengan pemikiran diatas, Kabupaten Purbalingga mulai memahami pentingnya pemasaran wilayah (*regional marketing*). Terciptanya wilayah yang mandiri menjadi tujuan utama demi melepaskan diri dari ketergantungan APBD dan kekayaan sumberdaya alam. Pemasaran wilayah (*regional marketing*) mulai dilakukan dengan pembenahan dan persiapan Purbalingga, dilihat dari rancangan Purbalingga yang sudah mengarah kepada penciptaan poros perekonomian baru. Hal tersebut dilakukan guna mengelola jumlah penduduk produktif yang mencapai 73,76%. Kepercayaan diri tersendiri bagi pemerintah Kabupaten Purbalingga untuk mulai merintis wilayah Purbalingga yang dinamis dan berdaya saing (Bappeda, 2014).

Rumusan masalah yang dibangun adalah:

1. Bagaimana persepsi pengusaha terhadap penerapan kebijakan pemasaran wilayah (*regional marketing*) di Kabupaten Purbalingga dan pandangan serta langkah yang disiapkan oleh pemerintah kabupaten akan hal tersebut?
2. Apa hasil yang telah dicapai dari implementasi pemasaran wilayah (*regional marketing*) di Kabupaten Purbalingga?

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Mengidentifikasi persepsi pengusaha terkait pemasaran wilayah (*regional marketing*) kabupaten ramah investasi di Kabupaten Purbalingga.
2. Mengidentifikasi pandangan serta langkah yang diambil pemerintah kabupaten terkait pemasaran wilayah (*regional marketing*) di Kabupaten Purbalingga.
3. Mengidentifikasi secara riil implementasi pemasaran wilayah (*regional marketing*) di Kabupaten Purbalingga tahun 2000-2014.

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Data kualitatif diperoleh melalui pengumpulan data primer di lapangan dengan instrumen pengambilan data berupa wawancara (*interview*) yang dilakukan terhadap informan terkait dengan objek masalah yang diteliti. Pelaku usaha (pengusaha) dan pemerintah Kabupaten Purbalingga selaku pemangku kebijakan. Wawancara (*interview*) dilakukan untuk mengetahui persepsi dan proses berjalannya kebijakan pemasaran wilayah (*regional marketing*), Kabupaten Ramah Investasi. Kegiatan tersebut sekaligus menjawab tujuan ke-1 dan ke-2 dari penelitian yang dilakukan untuk mengetahui proses. Tujuan ke-3 dijawab dengan pengolahan data menggunakan *Pairwise Comparasion* antara data wawancara pelaku usaha (pengusaha) dengan pemerintah kabupaten (Yunus, 2010). Keduanya mengacu pada konsep variabel yang ada; kualitas administrasi daerah, perlindungan terhadap investor, mempekerjakan pekerja lokal, infrastruktur, dan keamanan publik. Dilakukan untuk mengetahui hasil

proses, implementasi pemasaran wilayah (*regional marketing*) di Kabupaten Purbalingga tahun 2000-2014.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi yang muncul dari pelaku usaha adalah penilaian terhadap usaha Pemerintah Kabupaten Purbalingga yang dirasakan oleh pengusaha selama perjalanan usahanya. Setiap pelaku usaha mempunyai pandangan yang berbeda terhadap Purbalingga sebagai Kabupaten Ramah Investasi. Sejalan dengan pemahaman persepsi yang disampaikan Daljoeni (1997 dalam Widhayanti, 2008) bahwa persepsi lahir dari kondisi lingkungan sekitar yang berperan besar dalam pembentukan persepsi seseorang. Individu satu dan lainnya memiliki perbedaan dalam memandang satu hal yang sama. Perbedaan persepsi dari pelaku usaha (pengusaha) lahir berdasarkan hal-hal yang dirasakan selama proses perkembangan usaha. Jenis bidang usaha, daya tampung tenaga kerja, dan peranannya bagi perekonomian wilayah Purbalingga menjadi faktor yang ikut membentuk persepsi pengusaha terkait perhatian dan intensitas pelayanan yang diberikan pemerintah kabupaten.

Persepsi pelayanan administrasi daerah dinilai sebagai salah satu pelayanan yang siap untuk menyongsong ramah investasi. Ditandai pengurusan perizinan dengan durasi yang singkat dan biaya yang transparan. Sistem pelayanan terpadu satu pintu (PTSP) pun sudah dijalankan sejak tahun 2004 yang menjadikan pengusaha semakin nyaman. Hal lain yang menjadi sorotan pengusaha yakni alur pengurusan perizinan yang semakin sederhana. Keseluruhan peran

menyangkut pengadaan perizinan sepenuhnya menjadi tanggungjawab Kantor Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu (KPMPT).

Perlindungan terhadap investor merupakan bentuk tanggungjawab pemerintah kabupaten terhadap modal yang telah ditanamkan. Hal tersebut dijawab pemerintah kabupaten melalui pelayanan yang diberikan terhadap pengusaha sesuai dengan bidang instansi pemerintah. Pelayanan tata ruang, *sharing* potensi wilayah Purbalingga, pendampingan usaha kecil, pemberian alat usaha, dan penciptaan plasma di desa-desa adalah langkah nyata yang sudah dilakukan pemerintah kabupaten. Sebagai timbal balik dari pelaku usaha kepada pemerintah kabupaten, terdapat kewajiban pelaporan yang diberikan kepada instansi pemerintah. Fungsinya sebagai pemantauan secara berkala oleh pemerintah terhadap kegiatan dan perkembangan masing-masing jenis usaha.

Berkaitan dengan tenaga kerja lokal diperoleh informasi bahwa tenaga kerja lokal tidak sepenuhnya terserap oleh usaha-usaha yang ada di Purbalingga. Penyerapan tenaga pada usaha dengan skala kecil dan menengah memang menggunakan tenaga masyarakat di sekitar lokasi usaha. Usaha skala besar melakukan pengambilan tenaga kerja selain dari dalam Purbalingga terdapat tenaga kerja tambahan dari luar Purbalingga. Kondisi ini lebih dikarenakan pertumbuhan usaha-usaha padat karya berlokasi di sekitar kota kabupaten, Kecamatan Purbalingga. Alasan berupa efisien biaya dan waktu, maka penggunaan tenaga dari luar Kabupaten Purbalingga yang jaraknya relatif lebih dekat seperti Kabupaten Banjarnegara dan Banyumas adalah

pilihan lain. Perusahaan padat karya mengambil tenaga kerja dengan rata-rata pendidikan adalah lulusan SMA, SMK, maupun SMP yang didominasi tenaga kerja perempuan.

Kondisi infrastruktur di Purbalingga yang mendukung kegiatan usaha mengerucut pada dua jenis infrastruktur makro (utama), yakni jalan dan listrik. Ketersediannya diakui pengusaha sesuai dengan yang dibutuhkan, hal ini dinilai dari terus dilakukannya perbaikan pada kondisi jalan secara berkala di beberapa ruas jalan strategis. Hal tersebut sejalan dengan pelayanan listrik (penambahan daya, pemberitahuan pemadaman, dan penanganan masalah) yang direspon secara baik dan cepat. Meski demikian, infrastruktur pendukung kegiatan usaha masih kurang seperti Penginapan dan pusat perbelanjaan di Purbalingga yang jumlahnya masih terbatas.

Kabupaten Purbalingga sebagai wilayah usaha mempunyai kondisi wilayah yang kondusif. Hal tersebut tercipta berkat kerja kolektif antara perangkat pemerintah dengan masyarakat yang sejalan dalam arah membangun Purbalingga. Upaya tersebut dimulai dari serikat buruh yang aktif dalam menangani permasalahan buruh sehingga meminimalisir terjadinya keributan maupun demonstrasi ke jalan. Bertahannya usaha knalpot sampai saat ini, bertambahnya perusahaan wig dan bulu mata tiap tahunnya, serta ketahanan usaha sapu glagah yang sudah memasuki tahun ke-15 di Purbalingga adalah bentuk wujud kenyamanan Purbalingga.

Penjabaran persepsi pelaku usaha (pengusaha) terhadap lima variabel sebagai tolok ukur kabupaten ramah investasi; mengerucut pada dua

hal yang mendapat sorotan utama pelaku usaha. Kemudahan dan kenyamanan yang dirasakan dalam pengurusan perizinan usaha, menjadi alasan utama pengusaha mengakui bahwa pelayanan perizinan selaras dengan label ramah investasi. Terlebih dengan pelaksanaan sistem pelayanan terpadu satu pintu yang menjadi pembeda dengan tahun sebelum dilakukannya sistem tersebut, sebelum tahun 2004. Saat ini alur pengurusan lebih sederhana dan dilakukan dalam satu kantor ditunjang dengan durasi perizinan lebih cepat serta biaya yang transparan sehingga meminimalisir ditemukannya biaya tidak terduga (pungutan liar).

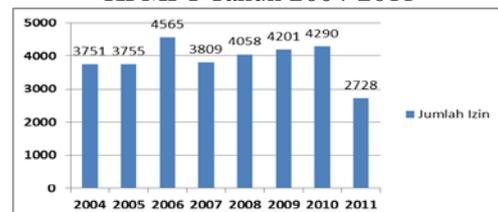
Ketersediaan infrastruktur pendukung menjadi sorotan dari pengusaha. Jumlah penginapan (hotel) yang terbatas dan kualitas yang relatif standar dikeluhkan pengusaha. Kondisi demikian kurang mendukung bagi tamu-tamu perusahaan maupun calon investor yang datang ke Purbalingga. Realitanya tamu-tamu perusahaan maupun calon investor lebih diarahkan ke Kota Purwokerto untuk bermalam dan melakukan kegiatan *meeting*. Akibatnya waktu yang dihabiskan lebih banyak, mengingat jarak Purbalingga-Purwokerto yang tidak dekat dan tentunya menciptakan biaya tinggi. Pandangan lain merujuk pada ketersediaan pusat perbelanjaan. Jumlahnya yang terbatas sehingga kurang sepadan dengan potensi pasar Purbalingga yang besar dalam jumlah tenaga kerja (buruh perusahaan). Kondisi saat ini, kebanyakan pekerja Purbalingga membelanjakan uang hasil kerjanya (upah) di Kota Purwokerto. Hal tersebut sebenarnya dapat diantisipasi sehingga upah pekerja tetap berputar di Purbalingga

dan menghidupkan perekonomian wilayah.

Salah satu mesin penggerak pembangunan wilayah adalah Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Purbalingga, selaku pemangku kebijakan yang menyelaraskan antara potensi wilayah dengan kebutuhan masyarakat. Instansi bergerak sesuai ranah dan bidangnya. Perencanaan dan pengkajian potensi wilayah sepenuhnya ranah Bappeda, pendampingan terhadap usaha-usaha perekonomian oleh pelaku usaha menjadi wewenang Disperindagkop, dan bidang perizinan untuk memulai usaha dan perpanjangan izin usaha adalah tanggungjawab KPMPT.

Kabupaten Ramah Investasi menunjukkan adanya arahan-arahan yang dibuat dan dilaksanakan untuk mewujudkan hal tersebut. Satu dasawarsa adalah waktu yang telah dilalui Kabupaten Purbalingga dan kondisi ramah investasi masih dirasakan, terlihat dari jumlah izin yang masuk untuk memulai usaha maupun perpanjangan izin usaha. Kondisinya relatif stabil ditunjukkan Gambar 1, dari tahun 2004-2010 dan mengalami perubahan memasuki tahun 2011, disebabkan perubahan formasi Pemkab Purbalingga ditandai dengan terpilihnya bupati baru untuk masa jabatan 2010-2015 serta dominasi izin diranah perpanjangan izin usaha.

Gambar 1. Perizinan yang Dikeluarkan KPMPT Tahun 2004-2011



Sumber: KPMPT 2011

Kondisi yang stabil terkait perkembangan usaha menunjukkan adanya sinergi antar pemerintah

kabupaten dengan tujuan yang satu, Purbalingga Ramah Investasi. Kabupaten Purbalingga masih terkendala oleh status wilayah, sebagai kabupaten peruntukan kawasan industri membuat Purbalingga tidak memiliki kawasan khusus industri yang dapat meningkatkan minat penanaman modal (investasi). Saat ini, segala jenis usaha masih tersebar di sekitar kota kabupaten, Kecamatan Purbalingga. Langkah yang diambil yakni memunculkan wilayah baru sebagai simpul pengembangan wilayah. Pusat pengembangan wilayah berada di Kecamatan Purbalingga, kedepan akan memunculkan wilayah baru seperti Kecamatan Bobotsari, Kecamatan Bukateja, dan Kecamatan Rembang sebagai simpul pengembangan wilayah yang baru. Harapannya dapat memacu minat investasi dan dapat memberi pengaruh terhadap wilayah disekitarnya. Tentunya rencana tersebut sudah diselaraskan dengan penyediaan dan perbaikan fasilitas pendukung (khususnya akses jalan) yang menghubungkan dengan kabupaten lain.

Keberhasilan implementasi secara garis besar merupakan pelaksanaan dari perencanaan akan suatu hal dan dampak positifnya dapat dirasakan (Andriyani, 2014). Dalam perwujudannya diperlukan adanya kerjasama antara pemangku kebijakan dengan masyarakat atau kelompok tertentu. Purbalingga ramah investasi merupakan arahan yang dirancang oleh pemerintah kabupaten sebagai salah satu terobosan pengelolaan wilayah secara mandiri.

Rancangan perbaikan pembangunan bermula dari terpilihnya bupati periode tahun

2000-2005. Yaitu mengenai perbaikan sistem perizinan di Purbalingga sebagai usaha pemerintah kabupaten menciptakan suasana *good governance* dan proaktif mengundang investor. Terbukti pada tahun 2003 dengan disahkannya dua kebijakan menjadi langkah nyata menciptakan suasana *good governance* dan proaktif mengundang investor. Lahirnya KPPI menciptakan perbaikan sistem perizinan yang mudah, murah, dan durasi proses yang efisien karena dilakukan dalam satu tempat.

Perencanaan dalam RPJPD dan RPJMD Purbalingga dibuat sebagai salah satu arahan pembangunan guna menyelesaikan tiga masalah pokok kabupaten seperti; tingginya angka kemiskinan dan pengangguran, rendahnya kualitas SDM dari segi pendidikan, dan tingginya kesenjangan antar wilayah, terutama wilayah perkotaan dan perdesaan. Kedua perencanaan tersebut menjadi arahan dalam melakukan perencanaan terhadap RTRW Purbalingga sesuai dengan kondisi dan status wilayah. Status ruang di Purbalingga sebagai kawasan peruntukan industri menjadi salah satu yang menghambat laju pertumbuhan industri. Meski demikian, persebaran industri yang ada sudah sesuai dengan ruang yang dialokasikan pemerintah kabupaten. Lokasi industri eksisting tersebar di Kecamatan Purbalingga, Padamara, Bukateja, Kaligondang, Kalimanah. Merintis sebagai kawasan industri adalah salah satu usaha yang dilakukan pemerintah untuk menjadikan Purbalingga mandiri dan berdaya saing. Keseriusan dilihat dari total alokasi kawasan peruntukan industri di Kabupaten Purbalingga mencapai 298 Ha.

Kualitas pelayanan administrasi, menjadi bidang yang konsistensi pengadaannya masih dirasakan sampai dengan saat ini. Pelayanan perizinan dapat dilakukan dalam durasi yang sangat cepat dan biaya yang terinci jelas. Hal tersebut menandakan adanya keseriusan Pemkab Purbalingga untuk membuat nyaman penanam modal (investor). Perizinan satu pintu adalah gebrakan awal bersamaan dengan kemunculan KPPI sebagai garda terdepan mewujudkan Kabupaten Ramah Investasi. Perubahan terlihat pada Tabel 1, durasi yang semakin cepat dalam proses pengurusan izin dan dilakukan dalam satu kantor.

Tabel 1. Perbandingan Durasi Pengurusan Dokumen Perizinan di Kabupaten Purbalingga Tahun 2000-2015

| No. | Jenis Izin                     | Durasi Proses (Hari) |                       |
|-----|--------------------------------|----------------------|-----------------------|
|     |                                | Sebelum Tahun 2004   | Tahun 2004 - Sekarang |
| 1.  | Izin Lokasi                    | 30                   | 12                    |
| 2.  | Izin Pengerangan               | 30                   | 12                    |
| 3.  | Izin Gangguan                  | 32                   | 10                    |
| 4.  | Izin Mendirikan Bangunan (IMB) | 7                    | 5                     |
| 5.  | Izin Usaha Perdagangan         | 4                    | 3                     |
| 6.  | Izin Usaha Industri (UI)       | 4                    | 3                     |
| 7.  | Tanda Daftar Perusahaan        | 15                   | 7                     |
| 8.  | Izin Reklame                   | 2                    | 2                     |
| 9.  | Izin Pertambangan Daerah       | 15                   | 7                     |
| 10. | Izin Usaha Jasa Konstruksi     | 30                   | 5                     |
| 11. | Izin Usaha Angkutan            | 5                    | 5                     |

Sumber : KPMPT Kabupaten Purbalingga, 2015

Terdapat satu agenda bersama antara pemerintah kabupaten dengan pengusaha dari berbagai pelayanan yang diberikan dan diusahakan pemerintah kabupaten yakni *Business Gathering*. *Business Gathering* adalah salah satu agenda andalan pemerintah kabupaten untuk mendekatkan diri dengan pengusaha. Agenda *Business Gathering* adalah bentuk pelayanan nyata untuk membuat nyaman penanam modal (investor). Ditambah dengan keberlangsungannya yang sudah memasuki tahun ke-6 sejak pertama kali diinisiasi tahun 2009 menjadikan agenda ini semakin menarik. Hal ini bertujuan agar harapan dan aspirasi seluruh ranah yang menyangkut kegiatan usaha dapat terwadahi.

Prioritas pembangunan pada periode 2011-2015 adalah infrastruktur jalan. Hal tersebut dilakukan sebagai langkah merintis pengembangan wilayah baru, salah satunya dengan pembangunan jalur perekonomian. Poros perekonomian sejauh ini masih berpusat di kota kabupaten, Kecamatan Purbalingga. Inisiasi mewujudkan poros-poros perekonomian baru di wilayah lain mulai dilakukan, tujuan utama poros-poros perekonomian baru tersebut dapat menghidupkan pula wilayah sekitar (*periphery*).

Keamanan publik lahir dari adanya kesadaran masyarakat untuk mendukung arah pembangunan yang sedang berlangsung. Kondisi tersebut dapat ditemui di wilayah Kabupaten Purbalingga selaras dengan yang disampaikan pelaku usaha bahwa Purbalingga merupakan salah satu wilayah yang nyaman dan kondusif. Dibuktikan dengan usaha-usaha yang masih bertahan hingga saat ini seperti usaha knalpot, genteng, sapu glagah, dan bertambahnya jumlah industri

wig dan bulu mata tiap tahunnya. Semuanya adalah hasil sinergi mewujudkan Purbalingga yang nyaman dan kondusif.

Tujuan pemasaran wilayah (*regional marketing*) di Purbalingga untuk meningkatkan ekonomi wilayah dilihat dari munculnya kemandirian dan daya saing wilayah. Kemandirian dan daya saing wilayah merupakan wujud pencapaian atas usaha pemerintah kabupaten bersama masyarakat dalam merealisasikan Kabupaten Purbalingga ramah investasi. Kemandirian wilayah dilihat dari kemampuan wilayah yang tidak bertumpu sepenuhnya kepada dana APBD dalam pelaksanaan pemerintahan. Daya saing wilayah Purbalingga dapat dilihat dari tiga kondisi, berupa perkembangan ranah investasi kearah investasi properti yang menempatkan Purbalingga sebagai wilayah alternatif (pilihan) dalam cakupan Masbarlingcakeb (Banyumas, Banjarnegara, Purbalingga, Cilacap dan Kebumen). Kondisi lain, yaitu tumbuhnya perusahaan industri besar semakin meningkat dan terserapnya tenaga kerja lokal menjadi nilai tambah bagi Kabupaten Purbalingga.

Sasaran pelabelan kabupaten ramah investasi di Purbalingga yaitu pengusaha (investor) baik investor asing atau investor dalam negeri. Investor bertindak sebagai penanam modal dan mesin penggerak pertumbuhan ekonomi wilayah. Perusahaan milik investor banyak menyerap tenaga kerja lokal dan meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Purbalingga seperti ditampilkan tabel 2. Ditunjukkan nilai Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Purbalingga yang mengalami peningkatan setiap tahun dan relatif stabil. Penurunan nilai PAD terjadi

pada tahun 2010 akibat masa transisi pergantian bupati, sehingga mempengaruhi perekonomian.

Tabel 2. Pendapatan Pemerintah Kabupaten Purbalingga Tahun 2007-2013

| <b>Pendapatan Asli Daerah (PAD)</b> |                   |
|-------------------------------------|-------------------|
| <b>Tahun</b>                        | <b>Nilai (Rp)</b> |
| 2005                                | 40.755.770.201    |
| 2006                                | 47.632.931.340    |
| 2007                                | 52.727.439.340    |
| 2008                                | 63.799.022.515    |
| 2009                                | 83.177.000.901    |
| 2010                                | 79.803.180.820    |
| 2011                                | 94.946.243.147    |
| 2012                                | 112.755.698.257   |
| 2013                                | 122.858.738.938   |

Sumber : RPJMD Purbalingga dan Kabupaten Dalam Angka, diolah

Dampak pelabelan ini teridentifikasi kedalam dua kelompok waktu, yaitu sebelum tahun 2004 dan sesudah tahun 2004. Sebelum tahun 2004 sebagai tahun merintis mewujudkan ramah investasi untuk mewujudkan kemandirian daerah. Perizinan masih dilakukan terhadap masing-masing instansi, sehingga memakan waktu yang lama dan biaya tinggi. Kondisi demikian mulai diantisipasi dengan inisiasi perbaikan sistem perizinan melalui Pusat Informasi dan Konsultasi Bisnis (PIKB) dan penetapan Peraturan Daerah (Perda) Nomor 21 Tahun 2003 serta Surat Keputusan (SK) Bupati Purbalingga Nomor 44 Tahun 2003. Semua dilakukan untuk merintis ramah investasi sebagai perwujudan dari visi pembangunan Purbalingga periode tahun 2000-2005 yaitu terwujudnya kemandirian daerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Purbalingga (Prasetyo, 2007). Memasuki tahun 2004 dan seterusnya adalah masa

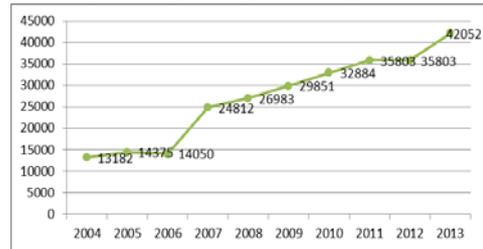
perwujudan nyata dari wacana dan rencana pada periode sebelumnya. Lahirnya KPPI, penerapan sistem Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP), dan perencanaan jangka panjang pengembangan wilayah yang terdapat pada dokumen (RPJPD, RPJMD, dan RTRW) adalah wujud usaha pemerintah kabupaten mewujudkan ramah investasi.

Hasil positif dari pelabelan ini adalah tumbuhnya investasi properti (perumahan) di Purbalingga. Hal tersebut dibenarkan oleh KPMPT dan Kepala Tata Ruang Bappeda. Faktor penyebab tumbuhnya properti di Purbalingga yakni jenuhnya investor properti yang berkembang di Purwokerto, ditambah lahan yang semakin sempit, serta harga lahan mahal. Oleh karena itu, Purbalingga sebagai wilayah terdekat menjadi pilihan alternatif. Secara umum, perkembangannya (pertumbuhan minat properti) didominasi di tiga wilayah kecamatan; Purbalingga, Kalimanah, dan Kutasari.

Implementasi pemasaran wilayah (*regional marketing*) di Purbalingga dari sisi tenaga kerja ditunjukkan pada gambar 2 yang menggambarkan kondisi daya serap tenaga kerja lokal bidang usaha mengalami peningkatan tiap tahunnya. Kondisi yang demikian membantu pemerintah kabupaten dalam menumbuhkan perekonomian wilayah. Daya serap tenaga kerja lokal yang terus mengalami peningkatan tiap tahunnya ikut menumbuhkan taraf hidup masyarakat tingkat bawah dengan memiliki penghasilan yang tetap. Tugas pemerintah dengan pencapaian tersebut yakni mengelola SDM yang ada dan meningkatkan tingkat pendidikan. Kondisi tenaga kerja di Purbalingga masih didominasi oleh

tenaga kerja tingkat pendidikan menengah (*unskill*). Asal tenaga kerja lokal di Purbalingga diambil dari warga masyarakat sekitar lokasi usaha dan tenaga kerja tambahan didatangkan dari sekitar kota kabupaten Purbalingga, Kabupaten Banjarnegara.

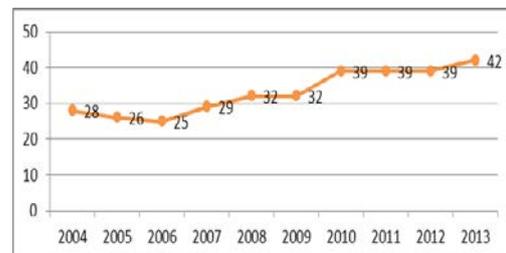
Gambar 2. Grafik Peningkatan Daya Serap Tenaga Kerja Bidang Industri



Sumber : Data Sekunder (diolah), 2015

Pencapaian terakhir yaitu jumlah industri besar padat karya di Purbalingga (didominasi PMA) yang mengalami peningkatan relatif stabil ditunjukkan pada gambar 3. Daya saing terkait jumlah bidang usaha industri besar selaras dengan tata aturan yang semakin baik dan ketersediaan fasilitas infrastruktur memadai. Kondisi yang demikian menunjukkan Purbalingga ramah bagi investasi dan menjadikan identitas diri bagi Kabupaten Purbalingga.

Gambar 3. Grafik Peningkatan Jumlah Industri Besar di Kabupaten Purbalingga Tahun 2004-2014



Sumber : Data Sekunder (diolah), 2015

Pelabelan Purbalingga sebagai kabupaten ramah investasi dilakukan sebagai upaya untuk meretas kemiskinan dan pengangguran, meningkatkan kualitas SDM, dan mengurangi tingkat kesenjangan antar wilayah. Peretasan kemiskinan dan pengangguran dilakukan melalui pembukaan lapangan pekerjaan oleh perusahaan padat karya. Hal tersebut menyebabkan banyak terserapnya tenaga kerja lokal sehingga masyarakat memiliki pendapatan tetap. Pendapatan tetap yang dimiliki masyarakat mampu meningkatkan kesejahteraan hidup dari garis kemiskinan ditandai dengan peningkatan daya beli masyarakat.

Satu dasarwarsa pelabelan diri kabupaten Purbalingga sebagai kawasan ramah investasi belum menunjukkan peningkatan kualitas SDM. Hal tersebut dapat terjadi karena tenaga kerja yang dibutuhkan oleh perusahaan padat karya di Purbalingga adalah tenaga kerja *unskill*. Tingkat pendidikan tenaga kerja *unskill* umumnya merupakan pendidikan menengah sehingga tidak diperlukan kemampuan khusus yang menyebabkan tidak berkembangnya kualitas SDM.

Tingkat kesenjangan antar wilayah di Purbalingga disebabkan terfokusnya Kecamatan Purbalingga sebagai poros perekonomian wilayah. Hal tersebut menyebabkan wilayah yang berkembang hanya berada di sekitar kecamatan sehingga diperlukan pengembangan wilayah baru. Pengembangan wilayah baru telah diinisiasi dengan menciptakan poros perekonomian baru di Kecamatan Bobotsari, Kecamatan Bukateja, dan Kecamatan Rembang. Adanya poros perekonomian baru didukung dengan pembangunan infrastruktur jalan yang

menghubungkan dengan kabupaten lain. Terciptanya poros perekonomian baru menyebabkan ekonomi wilayah di sekitarnya ikut tumbuh. Hal tersebut merupakan langkah awal yang dilakukan pemerintah dalam mengurangi kesenjangan perekonomian antar wilayah.

## KESIMPULAN

1. Pengusaha merasakan kemudahan pengurusan perizinan bidang usaha di Purbalingga dengan adanya pelayanan *One Stop Service* (OSS) atau dikenal sebagai Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) sejak tahun 2004, durasi pengurusan yang cepat ditunjang dengan biaya yang transparan.
2. Pelayanan tata ruang, pelayanan pengembangan usaha, *bussiness gathering*, pendampingan usaha kecil, penciptaan plasma PMA, dan pengalokasian lokasi usaha bagi pelaku usaha (pengusaha) merupakan langkah nyata yang sudah dibuktikan Pemkab untuk membuat nyaman pengusaha dan mewujudkan Kabupaten Purbalingga ramah investasi.
3. Ketersediaan infrastruktur masih terbatas disebabkan oleh status Purbalingga, peruntukan kawasan industri. Meski demikian, pelayanan administrasi daerah menjadi faktor yang paling mendapat sorotan dari pelaku usaha dan merupakan sistem yang paling siap untuk menarik investasi dan merintis terciptanya kawasan industri di Purbalingga. Selain itu, hasil yang didapatkan dari pelabelan Kabupaten Ramah Investasi yaitu perkembangan investasi kearah properti, terserapnya tenaga kerja lokal, meningkatnya pendapatan asli daerah (PAD), dan meningkatnya

jumlah investor yang masuk ke Purbalingga tiap tahunnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Benjamin & Jana Marie Mehrtens. (2007). *Regional Marketing*. Jakarta : Konrad Adenauer Stiftung.
- Andriyani, Eva. (2014). *Implementasi Peraturan Daerah No. 12 Tahun 2002 tentang Revisi Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Samarinda*. Samarinda : Ilmu Administrasi, Universitas Mulawarman
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah. (2014). *Purbalingga dalam Angka 2014*. Purbalingga : Bappeda Kabupaten Purbalingga
- Firmansyah, (2003). “*Implementasi Kebijakan Penataan Ruang Sebagai Suatu Lingkup Kebijakan Publik*”, *Makalah pada Seminar dan Kongres Nasional II Asosiasi Sekolah Perencanaan Indonesia*. Program Studi Teknik Planologi Fakultas Teknik Universitas Pakuan, Bogor.
- Helmi, Syafrizal. (2007). *Regional marketing : Strategi Memasarkan Wilayah*. Medan : Univesitas Sumatera Utara, Fakultas Ekonomi.
- Riyadi, Illinia Ayudhia. (2013). *Promosi Investasi sebagai Pintu Masuk Utama Pergerakan Aktivitas Ekonomi Daerah*. Jakarta : KPOOD Brief Edisi September.
- Suryana, Ahmad Syamsuddin dan Marsuki. (2007). *Iklm Investasi Daerah*. Jakarta : Konrad Adenauer Stiftung.
- Widhayanti, Neny. (2008). *Persepsi Pelaku Usaha terhadap Daya Tarik Investasi di Kabupaten*

Nganjuk, Jawa Timur. Yogyakarta : Fakultas Geografi UGM.

- Yananda, M. Rahmat dan Ummi Salamah. (2014). *Branding Tempat : Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Jakarta Selatan : Makna Informasi.
- Yunus, Hadi Sabari. (2010). *Metode Penelitian Wilayah Kontemporer*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.