



PEDOMAN SINGKAT
PENYUSUNAN PROFIL INVESTASI DAERAH

**BUKU PANDUAN SINGKAT
PENYUSUNAN PROFIL
INVESTASI DAERAH**

**DIREKTORAT PENGEMBANGAN POTENSI DAERAH
BADAN KOORDINASI DAN PENANAMAN MODAL**

2018

Kata Pengantar

Puji dan syukur kami haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat karuniaNya sehingga buku Panduan Penyusunan Pemetaan Profil Potensi dan Peluang Investasi dapat diselesaikan. Buku panduan ini disusun sebagai salah satu referensi bagi DPMPSTSP Provinsi maupun Kabupaten/Kota yang hendak menyusun Pemetaan Profil Potensi dan Peluang Investasi di daerahnya masing-masing. Dengan demikian, diharapkan Pemetaan Profil Potensi dan Peluang Investasi tersebut dapat memberikan informasi yang komprehensif terkait dengan potensi dan peluang investasi di daerah. Informasi tersebut kiranya dapat memberikan rincian ilustrasi yang mencakup sumber daya potensial, sumber daya manusia, infrastruktur, regulasi, aspek lingkungan dan ketersediaan lahan, peluang pasar serta perkiraan nilai investasi.

Akhir kata kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak atas bantuan, masukan dan saran dalam penyusunan buku panduan ini. Harapan kami buku panduan ini dapat menjadi informasi yang bermanfaat serta memudahkan para calon investor dalam menentukan pilihan alternatif potensi dan peluang investasi di Provinsi maupun Kabupaten/Kota.

Jakarta, Desember 2018

Badan Koordinasi Penanaman Modal

Pengantar

Bagaimana Menggunakan Panduan Ini

Buku Panduan Penyusunan Profil Investasi ini bertujuan untuk membantu para aparatur daerah dalam membuat profil investasi yang cukup komprehensif sehingga dapat disampaikan kepada investor yang berminat. Dokumen panduan ini nantinya, selain dapat digunakan untuk mengisi atau mengunggah ke situs SIPID yang dimiliki BKPM, juga dapat dicetak sebagai sarana pemasaran (*marketing tools*) Pemerintah Daerah.

Bagian Pertama buku ini berisi prinsip-prinsip dan pemahaman dasar dalam investasi. Bagaimana membedakan potensi dan peluang, mencari peluang dengan beberapa metode, pentingnya memperkirakan besarnya investasi, dan memasarkan investasi melalui SIPID dan sarana lainnya.

Bagian Kedua buku ini berisi format profil investasi, bagaimana mencari dan memilih sumber informasi yang penting untuk profil investasi, dan cara menyusunnya.

Buku ini juga dibuat sesederhana mungkin dan dapat diikuti tahapan-tahapannya pada Bab-bab yang telah disusun.

Semoga Buku ini dapat membantu dan memberikan format yang lebih jelas untuk penyusunan Profil Investasi Daerah ke depan.

Penyusun

Tim Penyusun:

Penulis Utama : Dr. Sri Bramantoro Abdinagoro

Counterpart : Tim Direktorat Pengembangan Potensi Daerah

Daftar Isi

Kata Pengantar Direktur Pengembangan Potensi Daerah BKPM
Pengantar (Bagaimana Menggunakan Panduan Ini)

Daftar Isi

Daftar Gambar

Daftar Tabel

Bagian 1 Pemahaman Dasar

Bab 1 Potensi vs. Peluang

Bab 2 Menganalisa Peluang dengan Pendekatan
Klaster

Bab 3 Memperkirakan Biaya Investasi dengan Studi
Kelayakan

Bab 4 SIPIID dan Sarana Pemasaran

Bagian 2 Profil Investasi Daerah

Bab 5 Format Profil Investasi Daerah

Bab 6 Informasi Yang Diperlukan

Bab 7 Mengemas Profil Investasi Daerah

Bagian 1

Pemahaman Dasar

Bab 1

Potensi vs. Peluang

Banyak ditemui pendapat dan kondisi dimana masih adanya kerancuan terhadap pengertian kedua kata ini, apalagi yang terkait dengan investasi daerah, oleh karenanya pemahaman mendasar tentang hal ini akan dibahas pada bab ini.

Sebenarnya kedua kata ini memiliki pengertian yang berbeda. Jika kata-kata ini dibandingkan dalam kamus Miriam-Webster¹:

Potency:

a: FORCE, POWER

b: the quality or state of being potent

c: the ability or capacity to achieve or bring about a particular result

Opportunities:

1: a favorable juncture of circumstances

2: a good chance for advancement or progress

Juga dibandingkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)²,

Potensi:

kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan; kekuatan; kesanggupan; daya

Peluang:

ruang gerak, baik yang konkret maupun yang abstrak, yang memberikan kemungkinan bagi suatu kegiatan

¹ <https://www.merriam-webster.com/dictionary/>

² <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/>

untuk memanfaatkannya dalam usaha mencapai tujuan; kesempatan

Dari pengertian di atas, maka jelas bahwa kata **potensi** lebih pada pengertian kekuatan, dan kemampuan yang dimiliki secara internal. Sedangkan kata **peluang** memiliki arti kemungkinan atau kesempatan dalam usaha untuk mencapai tujuan.

1.1. Potensi Daerah

Dalam buku panduan ini yang dimaksud dengan **potensi daerah** secara sederhana dapat diartikan kekuatan dan kemampuan yang dimiliki daerah. Sedangkan jika dilanjutkan pada makna **potensi investasi daerah** maka diartikan sebagai kekuatan dan kemampuan yang dimiliki daerah dalam menarik investasi.

Para investor tentu memandang suatu daerah memiliki potensi atau tidak dengan melihat indikator tertentu. Apa saja yang dapat menjadi indikator potensi daerah? Berikut adalah indikasi awal potensi yang dimiliki suatu daerah:

Kontribusi PDRB dan Pertumbuhan Sektor

Potensi suatu daerah dapat dilihat dari *sektor-sektor yang memiliki kontribusi besar pada perekonomian daerah*, dan salah satu indikatornya dapat dicerminkan dengan data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Sebagai contoh Tabel 1 di bawah ini.

Tabel ini menunjukkan sektor industri pengolahan, sektor penyedia akomodasi dan makan-minum, sektor pertanian, dan sektor konstruksi berkontribusi sebesar 43 persen terhadap perekonomian Provinsi D.I Yogyakarta. Artinya, bahwa potensi daerah ada di keempat sektor ini.

Selain itu indikator lain adalah *pertumbuhan sektor-sektor paling tinggi*. Coba perhatikan mana sektor yang memiliki pertumbuhan

yang tinggi dalam 3 tahun kebelakang. Dapat dipastikan bahwa sektor-sektor ini memiliki potensi yang menaik.

Tabel 1 di bawah juga menunjukkan beberapa sektor dengan pertumbuhan tinggi, seperti jasa pendidikan, jasa kesehatan, penyediaan akomodasi dan makan minum, pengadaan listrik dan gas. Jika dikombinasikan antara kontribusi sektor dan pertumbuhan maka bisa dilihat potensi daerah (khususnya di D.I. Yogyakarta) adalah jasa pendidikan, penyediaan akomodasi dan makan minum, industri pengoahan, dan pertanian.

Sangat wajar sektor-sektor tersebut menjadi potensi daerah karena D.I Yogyakarta terkenal sebagai daerah wisata dan pendidikan, namun juga masih mengandalkan pertanian, kehutanan dan perikanan. Cobalah untuk menganalisa daerah Anda.

Tabel 1. Data PDRB Prop. D.I. Yogyakarta

Kategori PDRB	Kontribusi ADHB			Pertumbuhan ADHK		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
A. Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	10,52	10,64	10,41	-2,1	2,11	1,46
B. Pertambangan dan Penggalian	0,58	0,56	0,54	2,11	0,13	0,42
C. Industri Pengolahan	13,59	13,11	13,21	3,82	2,13	5,07
D. Pengadaan Listrik dan Gas	0,11	0,12	0,13	6,83	2,19	14,26
E. Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0,11	0,11	0,10	3,91	2,9	2,36
F. Konstruksi	9,40	9,36	9,34	5,65	4,24	5,42
G. Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	8,27	8,22	8,48	5,69	6,19	6,09
H. Transportasi dan Pergudangan	5,72	5,68	5,68	3,8	3,73	4,61
I. Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	10,04	10,24	10,22	6,79	5,77	5,51
J. Informasi dan Komunikasi	8,51	8,13	8,14	6,13	5,11	8,32
K. Jasa Keuangan dan Asuransi	3,88	3,97	3,94	8,27	8,27	4,98
L. Real Estat	7,00	7,02	7,09	7,77	6,05	5,14
M,N. Jasa Perusahaan	1,03	1,03	1,01	7,61	7,31	3,43
O. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	8,07	8,26	8,37	5,9	5,57	5,57
P. Jasa Pendidikan	8,19	8,48	8,25	7,91	7,28	3,07
Q. Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	2,45	2,52	2,51	7,65	7,15	4,52
R,S,T,U. Jasa lainnya	2,53	2,55	2,57	5,29	8	5,7
Produk Domestik Regional Bruto	100,00	100,00	100,00	5,17	4,95	5,05

Apakah analisis di atas sudah cukup? Tentu saja belum. Saat ini di daerah juga ada apa yang disebut sebagai *Produk Unggulan Daerah* yang merupakan daftar panjang dari berbagai kabupaten/kota. Daftar ini bisa menjadi potensi daerah, karena

sudah pasti melewati berbagai rapat dan kesepakatan di daerah untuk mencantulkannya, seperti contoh pada Tabel 2.

Tabel 2. Produk Unggulan per Kabupaten/Kota di Sumatera Utara

No	Kab/Kota	Produk Unggulan
1	Kab. Karo	Jeruk, sayur mayur, buah-buahan segar, umbi-umbian, kakao, getah pinus, dolomite, batu perlfart, kapur tohor
2	Kab. Deli Serdang	Keripik ubi (opak)
3	Kota Medan	Sepatu dan produk kulit, sirup marquisa, sulam/bordir, konveksi dan furniture
4	Kab. Serdang Bedagai	Dodol, keripik/kerupuk ubi, emping tempe, tahu, anyaman, bambu ijuk, bordir, tenun ulos, tapioka
5	Kab. Langkat	Abon ikan, terasi, nata de coco, keramik gerabah dan bordir
6	Kota Tebing Tinggi	Crumb rubber, tapioka dan roti kacang
7	Kab. Humbahas	Kopi
8	Kab. Labura	Kerupuk ledong, keripik ubi, terasi
9	Kota Tanjung Balai	Tepung kelapa, minyak kelapa, kerajinan batok kelapa, lidi, arang batok kelapa, ikan dan udang
10	Kab. Batu Bara	Kelapa, ubi, melinjo dan aluminium
11	Kab. Taput	Tenun ulos, kacang sihobuk dan pande besi
12	Kab. Pakpak Bharat	Kopi
13	Kab. Dairi	Kopi, jagung, gambir dan jeruk
14	Kota Binjai	Buah rambutan dan jambu madu
15	Kab. Asahan	Sepatu bunut dan batang kelapa
16	Kab. Paluta	Anyaman tikar pandan dan pande besi
17	Kab. Padang lawas	Kopi, madu, kerajinan batang kelapa, rotan dan gula aren
18	Kab. Madina	Kelapa sawit, karet dan aren
19	Kab. Samosir	Ukiran kayu, tenun gerabah dan kopi losung
20	Kota Padangsidimpuan	Makanan dan minuman ringan, furniture dari kayu, anyaman dari bambu, rotan, gula aren, tempe tahu, batu bara, tenun ulos dan souvenir
21	Kab. Tapsel	Olahan buah salak, anyaman rotan, anyaman bambu, tenun ATBM, pande besi, gula semut, keripik ubi, pandai besi dan konveksi
22	Kab. Labuhan batu	Pandai besi, turunan kelapa sawit, dodol nenas, selai nenas, sirup nenas, keripik ubi, keripik jahe, keripik pisang, sirup jahe dan kerupuk udang

Sekali lagi, data terkait pada potensi daerah memang sudah ada pada masing-masing kabupaten/kota. Namun dapat dikatakan masih berupa potensi, belum peluang. **Potensi belum tentu menjadi Peluang.**

1.2. Peluang Investasi Daerah

Potensi yang ada di daerah harus diolah dan dikembangkan menjadi Peluang. Itu berarti data-data potensi yang berasal dari analisis sektor, produk-produk unggulan, atau rencana-rencana pengembangan daerah harus diolah atau dianalisa lagi menjadi peluang. Peluang untuk siapa? Tentu peluang untuk investor untuk menanamkan modalnya di daerah.

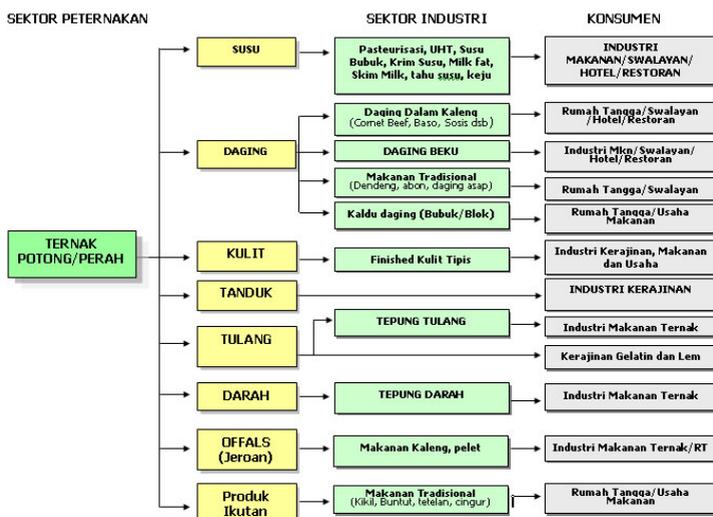
Bagaimana cara mendapatkan bisa menggunakan Analisa SWOT analysis atau melihat Analisis Pohon Industri masing-masing komoditas. Pada Analisa SWOT (Strength-Weakness-Opportunities-Treath) seperti pada gambar berikut, bagian yang penting yang digali adalah pada kotak O – Oportunities – Peluang.

	Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
Opportunities (Peluang)		
Threat (Tantangan)		

Gambar 1. Analisis SWOT

Isian pada baris/kolom peluang (*opportunities*) itu juga merupakan peluang-peluang yang menjadi dasar dalam penilaian investasi daerah.

Analisis lain juga dapat menggunakan Analisis Pohon Industri, dimana komoditas atau produk tertentu berkembang dalam arah hilirnya. Sebagai contoh, Gambar 2 dibawah ini menunjukkan pohon industri Sapi.



Gambar 2. Analisis Pohon Industri

Dari gambar dapat dilihat bagian (kotak) yang belum ada atau belum banyak yang berkecimpung di industri/bisnisnya maka bisa dikatakan disitulah peluang itu muncul. Misalnya, belum ada industri/bisnis yang *mengolah kulit sapi menjadi kulit olahan tipis untuk industri selanjutnya (kerajinan, sepatu)*. Jika dalam suatu daerah jumlah sapi cukup untuk membangun sebuah bisnis/industri pengolahan kulit, maka bisa dikatakan itulah peluangnya.

Yang lain misalnya di daerah tertentu belum ada yang membangun *pengolahan daging menjadi sosis dan bakso*, maka peluang itu ada pada lingkup ini.

Selanjutnya peluang-peluang ini bisa untuk didalami lebih lanjut dengan menggunakan studi kelayakan yang bersifat awal (Pra-Studi Kelayakan) untuk mendapatkan gambaran perkiraan berapa besar investasi yang diperlukan.

Catatan:

Yang menjadi potensi belum tentu menjadi peluang.

Bab 2

Menganalisa Peluang dengan Pendekatan Klaster

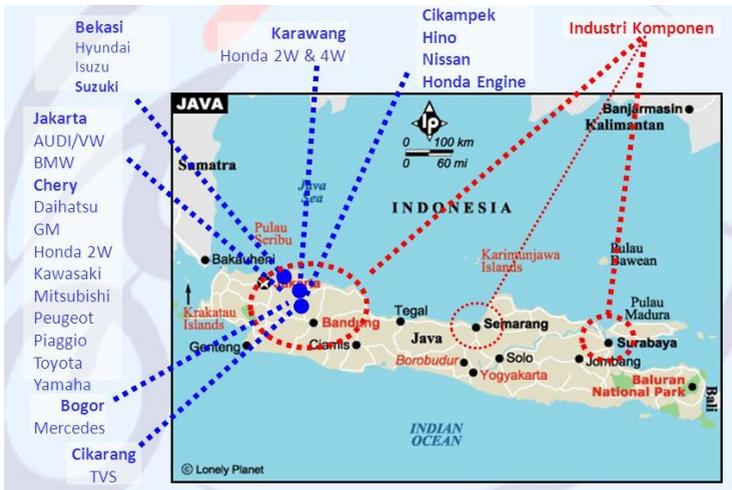
1.1. Sekilas Tentang Klaster (*Cluster*)

Sebelum mampu untuk menganalisis dan menyusun sebuah klaster industri, pertama yang harus dilakukan adalah memahami apa yang dimaksud dengan klaster. Yang dimaksud dengan *klaster adalah aglomerasi perusahaan atau usaha yang memiliki hubungan yang intensif dalam suatu mata rantai nilai untuk membangun aliansi strategis dan komplementer.*

Porter (1998) mendefinisikan klaster sebagai konsentrasi geografis dari perusahaan-perusahaan yang saling berhubungan (*interconnected*), pemasok khusus, penyedia layanan, perusahaan dalam industri terkait, dan lembaga-lembaga terkait (misalnya universitas, lembaga standar, dan asosiasi perdagangan) di bidang tertentu yang bersaing tetapi juga bekerja sama.

Ada dua jenis klaster, yaitu:

- ▶ **Cluster geografis.** Adalah perusahaan-perusahaan yang berbasis di wilayah yang sama, seperti cluster otomotif di Karawang, Jawa Barat atau cluster logam di Pulogadung, Jakarta Timur.
- ▶ **Cluster industri.** Ini adalah cluster yang berbasis dan lebih mementingkan industri (dan industri terkait) yang sama daripada letak geografis. Contoh dari klaster industri sepatu kulit/alas kaki Jawa Timur dan Jawa Barat.



Gambar 3. Contoh kluster industri komponen otomotif (sumber: AISI)

Dalam Gambar 3 terlihat bagaimana perusahaan-perusahaan yang terkait dengan industri komponen otomotif berada dalam satu lokasi geografis yang sama (kluster geografis). Mereka memasok ke perusahaan mobil dan motor yang berada dekat dengan mereka.

Perlu diketahui, model pembangunan dengan cara mengkluster (*clustering*) adalah **salah satu pendorong utama** pertumbuhan ekonomi di daerah, kota dan daerah. Namun, mengadopsi pendekatan kluster bukan satu-satunya cara untuk mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Jaringan informal, mengembangkan rantai pasok dan meningkatkan tenaga kerja trampil, semua memiliki peran dalam meningkatkan daya saing dan menciptakan pertumbuhan.

1.2. Memetakan Peluang dengan Kluster (*Cluster*)

Kluster dibangun dengan tujuan dapat meningkatkan nilai tambah kolektif. Kluster dapat meningkatkan keterkaitan antar

usaha, sehingga satu usaha dengan usaha lainnya memiliki hubungan yang kuat. Oleh karenanya Klaster dibangun dengan memperhatikan elemen kunci yaitu :

- a) Aglomerasi Perusahaan
Adalah daftar perusahaan yang akan terlibat dalam klaster.
- b) Rantai Nilai dan Nilai Tambah
Analisa rantai nilai pada klaster tersebut dan tentukan pada titik mana terjadi nilai tambah.
- c) Jaringan Pemasok
Identifikasi perusahaan yang akan menjadi pemasok dalam klaster, baik pemasok material, teknologi, SDM dan pembiayaan.
- d) Infrastruktur Ekonomi
Buat daftar infrastruktur yang dibutuhkan dalam klaster dan tentukan instansi penanggung jawab.

Dalam mengembangkan klaster juga perlu diperhatikan pihak-pihak yang terlibat atau pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang terkait. Beberapa pihak yang terkait dalam pengembangan klaster adalah :

- a) Usaha Inti (*core business*)
- b) Usaha pendukung
- c) Usaha terkait
- d) Champion atau perusahaan/bisnis inti sebagai penghela
- e) Lembaga Penelitian atau Perguruan Tinggi
- f) Pemerintah

Dalam analisis klaster, pihak-pihak yang terlibat seperti disebutkan di atas, juga menjadi bagian untuk dianalisa, yang paling mudah dengan langkah-langkah berikut:

1. Menentukan Usaha Inti (*core business*)

Pertama sekali ditentukan usaha inti yang akan dikembangkan dalam sektor usaha yang dipilih. Usaha inti adalah usaha yang dijadikan fokus pengembangan klaster. Misalnya, usaha pariwisata.

2. Menguraikan Usaha Inti tersebut berdasarkan proses

Usaha inti terdiri dari beberapa tahapan proses, mulai dari pengadaan bahan baku /bahan penolong, proses produksi dan pemasaran.

3. Mengidentifikasi Usaha Pendukung.

Usaha pendukung adalah usaha usaha yang mendukung keberlangsungan semua proses usaha inti, baik dalam hal pengadaan bahan baku dan bahan penolong, mendukung kegiatan proses produksi maupun proses distribusi dan pemasaran produk.

4. Mengidentifikasi Usaha Terkait.

Usaha terkait yaitu usaha yang memiliki keterkaitan dengan usaha inti baik keterkaitan proses atau keterkaitan dalam rantai suplai (*supply chain*).

5. Mengidentifikasi Usaha Dalam Jaringan Pemasok (*Supplier*).

Jaringan pemasok adalah usaha usaha yang memasok kebutuhan untuk usaha inti. Usaha tersebut meliputi :

- Pemasok bahan baku dan bahan penolong
- Pemasok energi, listrik dan sumber energi lainnya
- Pemasok teknologi, sumber daya manusia dan permodalan
- Pemasok mesin dan peralatan proses.

6. Mengidentifikasi Usaha Dalam Jaringan Distribusi

Usaha dalam jaringan distribusi meliputi :

- Distributor
- Agen
- Supermarket, dll
- Usaha transportasi dan logistik

- Kemasan
- Iklan
- Eksportir

7. Penyedia Infrastruktur Ekonomi

Identifikasi infastruktur apa yang dibutuhkan dalam pengembangan klaster tersebut dan instansi apa yang harus menyediakannya. Infastruktur tersebut terdiri dari sarana dan prasarana, kebijakan dan iklim usaha.

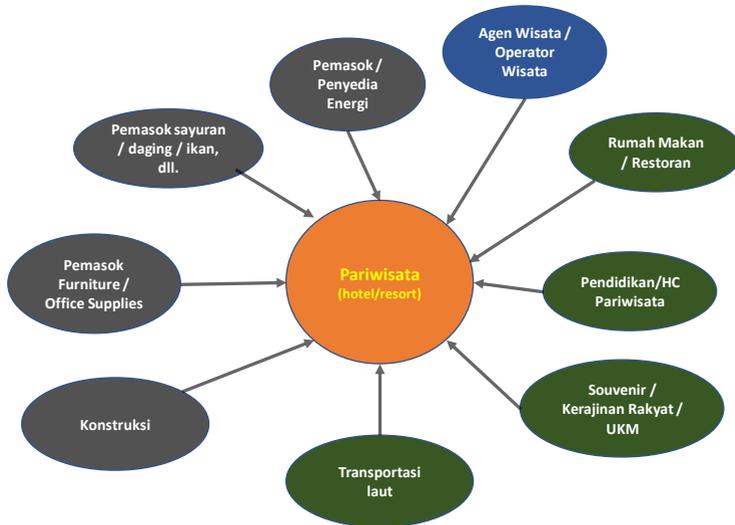
Ilustrasi berikut adalah bagaimana suatu daerah memetakan dan mengidentifikasi peluang dari sebuah klaster pariwisata. Perhatikan Gambar 4 berikut ini.

Pengembangan Klaster Pariwisata misalkan wisata pantai atau pegunungan dengan air terjun yang indah, yang menjadi bisnis inti adalah Hotel dan Resort. Apakah sudah tersedia? Jika sudah ada apakah cukup banyak menampung wisatawan. Dengan perhitungan jumlah wisatawan yang datang baik lokal maupun asing, jika keberadaan hotel atau resort masih kurang maka itu menjadi **peluang investasi** di bidang hotel dan resort.

Begitu juga dengan analisis terhadap usaha pendukung dan pemasok, dalam gambar terlihat bahwa ada penyedia energi/listrik, pemasok sayuran/ikan/daging dll. untuk kebutuhan wisata terutama hotel dan resort, pemasok furnitur/peralatan kantor, juga pemasok dalam hal konstruksi pembangunan hotel dan resort. Coba dianalisa mana pemasok yang sudah tersedia dan belum atau masih kurang. Pemasok yang belum tersedia atau kurang memberikan **peluang investasi** untuk masuk ke klaster industri ini.

Dari sisi usaha pendukung distribusi dan usaha terkait juga dapat dianalisa dengan cara yang sama. Jika rumah makan/restoran, pendidikan untuk pariwisata, souvenir/ kerajinan rakyat, transportasi juga tidak ada atau kurang, maka **peluang-peluang investasi** inilah yang perlu disampaikan kepada investor. Dengan

demikian pengembangan investasi dan investor yang datang pun sudah secara spesifik mengetahui apa yang akan diinvestasikannya.



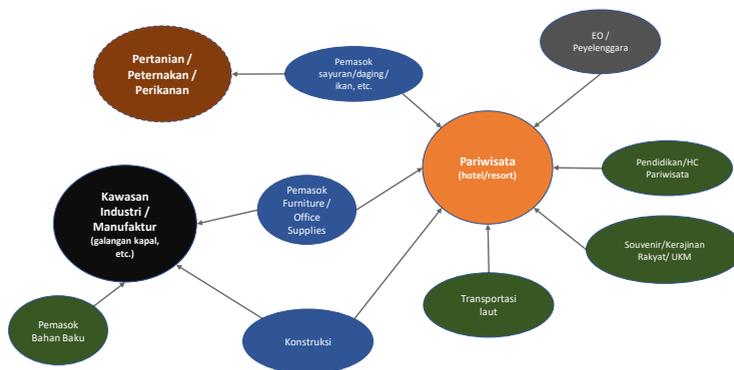
Gambar 4. Kluster industri Pariwisata (Hotel/Resort)

Disampaikan juga apa dukungan-dukungan infrastruktur yang telah ada di daerah tersebut. Sarana jalan-transportasi, pelabuhan, bandar udara, atau telekomunikasi perlu juga dianalisa. Jika masih ada kekurangan, disitulah peluang investasi untuk melengkapinya.

1.3. Kaitan Dengan Penyusunan Profil Peluang Investasi

Pengembangan kluster tidak hanya terkait dengan klasternya sendiri, tetapi juga dapat berhubungan dengan kluster yang lain. Sebagai contoh, kluster wisata ini bisa terhubung dengan kluster Pertanian/Peternakan/Perikanan atau juga dengan Kluster

Kawasan Industri dan Manufaktur (Gambar 5). Dengan analisa yang sama, mana yang menjadi peluang di klaster-klaster ini.



Gambar 5. Hubungan antar Klaster

Dari analisa klaster tersebut dapat dilihat peluang peluang usaha apa saja yang ada dalam pengembangan klaster tersebut. Peluang usaha itu dapat terjadi karena penambahan kapasitas atau volume dari usaha yang sudah ada (ekspansi) bisa juga berupa timbulnya usaha baru (inisiasi) dalam klaster tersebut. Terhadap peluang peluang investasi tersebut dibuatkan profil investasinya.

Dengan pola demikian, maka pemerintah daerah dapat fokus dan menyelaraskan dengan kemampuan (kekuatan) daerah dan dapat menyiasati kekurangan (kelemahan) daerah dengan mengundang investor-investor yang ada. Investor juga mengetahui dengan pasti investasi apa yang dibutuhkan daerah yang dapat dimasuki oleh investor.

Bab 3

Memperkirakan Besar Investasi dengan Pra-Studi Kelayakan

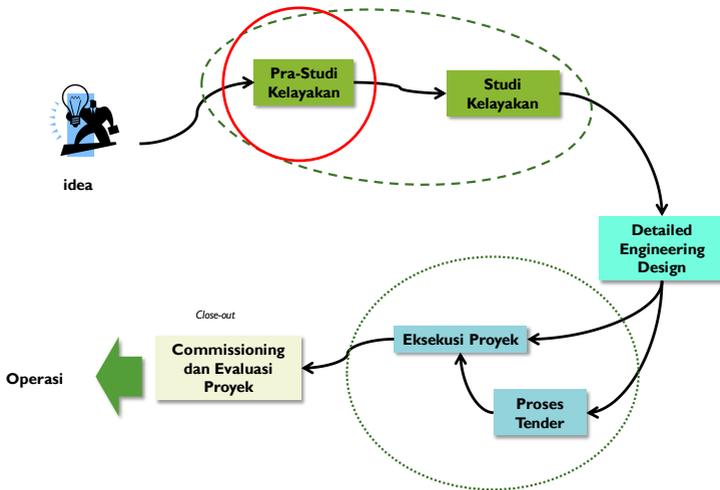
Salah satu yang menjadi pertanyaan utama investor setelah mengetahui ada peluang-peluang di daerah yang bisa dimasukinya adalah **berapa perkiraan biaya investasinya?** Informasi ini penting, selain untuk memberikan gambaran besarnya biaya meskipun secara kasar kepada investor sebagai bahan pertimbangan. Selain itu bagi daerah hal ini juga penting untuk **menyaring investor** masuk ke daerahnya, baik dengan melihat kemampuan finansial investor, terlebih lagi keseriusan investor.

3.1. Apa itu Pra-Studi Kelayakan?

Studi kelayakan (*Feasibility Study*) adalah bagian dari langkah-langkah dalam suatu Manajemen Proyek. Proyek dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang unik yang tidak bersifat rutin. Kegiatan pembangunan sebuah investasi pada umumnya bersifat unik dan sekali saja/tidak rutin, sehingga pendekatan penghitungan biaya investasi dengan studi kelayakan biasa dilakukan investor.

Ada pendapat yang bahwa Studi Kelayakan dapat didahului oleh Pra-Studi Kelayakan. Perbedaan mendasar antara Pra-Studi Kelayakan dengan Studi Kelayakan adalah tingkat ketepatan atau akurasi nilai proyek dengan realisasinya nanti. Pada umumnya Pra-Studi Kelayakan memiliki toleransi 10 -15% dari nilai proyek/investasi nantinya. Artinya, Pra-Studi Kelayakan

merupakan perhitungan investasi dengan perkiraan kasar. Namun demikian *untuk sebuah profil investasi daerah nilai investasi dari sebuah Pra-Studi Kelayakan sudah cukup memadai*, karena didapat dari metode pembuatan yang baik.



Gambar 6. Langkah-langkah Proyek

Beberapa langkah utama yang dianalisa dalam Pra-Studi Kelayakan adalah:

- Analisis pasar (*market assessment*) terhadap produk/jasa yang akan dibuat,
- Analisis biaya (*cost assessment*)
- Analisis keuangan

Dengan sedikitnya menganalisa ketiga aspek di atas, setidaknya pemerintah daerah dapat memberikan informasi awal yang cukup untuk menarik investor. Sudah tentu, investor yang serius berinvestasi di daerah, selanjutnya akan melakukan Studi Kelayakan sendiri dan dengan tingkat keakuratan yang lebih

tinggi dibandingkan dengan Pra-Studi Kelayakan yang dibuat saat ini.

3.2. Analisis Pasar (*Market Assessment*)

Dalam setiap Studi Kelayakan (*Feasibility Study*), analisis pasar menempati tempat pertama. Bagaimana mungkin kita mau berinvestasi kalau ternyata pasar untuk produk/jasanya tidak mendukung? Sebagai contoh, dalam sektor pariwisata, didapatkan bahwa daerah wisata tertentu memerlukan hotel/resort sebagai pendorong utama klaster wisatanya.

Tidak serta merta bahwa membangun hotel/resort itu menarik. Oleh karenanya harus dianalisis lebih dahulu adalah apakah pasar atau berapa banyak pengunjung atau wisatawan yang datang di cakupan daerah itu. Data ini dapat diambil berdasarkan sumber data sekunder, misalnya data wisatawan, baik domestik atau manca-negara, yang terdapat di Dinas Pariwisata atau dari BPS setempat. Bagaimana trend jumlah wisatanya dalam 3-5 tahun terakhir? Jika trend terus meningkat, waktu tinggal juga cukup lama, dan jumlah wisatawan totalnya memadai, maka dapat dikatakan pasarnya menarik. Biasakan *menyampaikan dan berbicara dengan data*.

Begitu juga misalnya, jika ingin menginformasikan peluang investasi di bidang transportasi laut antar pulau. Hendaknya dicantumkan jumlah orang bergerak antar pulau, dari jenis penumpang seperti apa (penduduk, wisatawan, dsb.). Cantumkan data-datanya. Buatlah grafik atau gambar yang menarik, yang menginformasikan pasarnya juga terbuka dan menarik.

3.3. Analisis Biaya (*Cost Assessment*)

Analisis biaya ini pada akhirnya akan memberikan informasi *perkiraan kasar besarnya investasi yang diperlukan*. Seperti

disebutkan di atas, untuk Profil Investasi Daerah perkiraan biaya kasar (Pra-Studi Kelayakan) sudah cukup memadai. Setidaknya ada 2 (dua) unsur biaya utama yang dikaji, yaitu:

- Biaya modal (investasi)
- Biaya operasional

Biaya modal (*capital expenditure – capex*) adalah biaya total yang diperlukan untuk modal awal usaha/proyek. Termasuk dalam biaya ini seperti: pembelian tanah, konstruksi bangunan gedung atau pabrik, pembelian mesin-mesin produksi, kendaraan penunjang, dan perlengkapan lainnya. Intinya adalah biaya yang dikeluarkan hingga produk/jasa siap untuk melakukan produksi.

Misalnya, untuk membangun satu buah hotel bintang 3 dengan 100 kamar 3 lantai memerlukan biaya modal sebesar Rp. 42 Milyar.

Biaya operasional atau modal kerja adalah biaya yang dikeluarkan ketika investasi/proyek -dalam hal ini hotel- sudah beroperasi, pada umumnya biaya operasional bulanan dikalikan dengan jumlah bulan yang kira-kira bisnis sudah berjalan normal, bisa 3 – 6 bulan. Ambil contoh jika tiap bulan biaya operasionalnya Rp. 700 juta maka untuk 3 bulan kebutuhannya sebesar Rp. 2,1 Milyar.

Untuk Profil Investasi Daerah, diperlukan juga informasi mengenai biaya-biaya lain yang terkait, misalnya *biaya pegawai atau upah minimum regional (UMR)* karena menyangkut perkiraan investor dalam menyusun perkiraan biaya.

Dari contoh di atas, dapat disimpulkan kebutuhan untuk investasi hotel di daerah tersebut adalah Rp. 44,1 Milyar. Angka ini lah yang kemudian dicantumkan dalam Profil Investasi Daerah, baik yang diupload ke dalam SIPID atau dalam sarana pemasaran lainnya. Hal yang sama dilakukan untuk berbagai investasi lainnya.

3.4. Analisis Keuangan (*Financial Assessment*)

Ada informasi selain perkiraan besarnya investasi yang perlu juga dicantumkan sebagai pelengkap, yaitu informasi terkait analisis keuangan. Umumnya investor juga akan melihat rasio-rasio keuangan seperti: BEP dan IRR-nya.

BEP (*break event point*) adalah berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan modal investasi yang telah ditanamkan. Contoh, pembangunan hotel di atas dalam perhitungan BEP-nya misalnya 8,5 tahun. Artinya, setelah 8,5 tahun barulah biaya investasi ini “balik modal”. Lamanya BEP juga menjadi pertimbangan investor dalam berinvestasi.

IRR (*internal rate of return*) adalah ukuran untuk menilai atau memprediksi keuntungan (profitabilitas) dari investasi potensial yang dihitung. IRR biasanya dalam bentuk persen (%) dan investor akan membandingkan hasil IRR ini dengan tingkat suku bunga atau tingkat keuntungan pada jenis investasi lainnya. Misalnya, untuk hotel tadi setelah dihitung IRR-nya 17%, jika dibandingkan misalnya dengan tingkat suku bunga deposito bank (jenis investasi yang aman) 10%, maka dapat dikatakan investasi hotel adalah investasi yang baik.

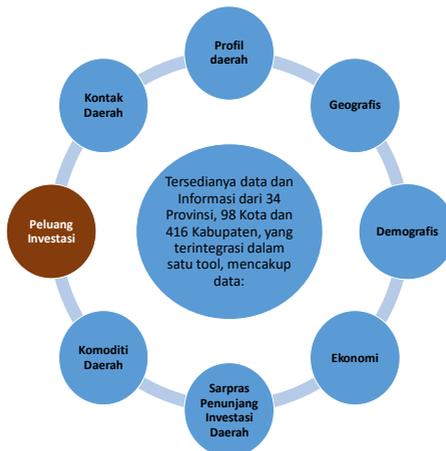
Angka-angka seperti: *nilai investasi*, *BEP*, *IRR* adalah nilai perkiraan kasar yang bisa dibuat. Meskipun masih nilai kasar, namun **angka ini penting** untuk memberikan gambaran bagi investor untuk menimbang investasinya.

Bab 4

SIPID dan Sarana Pemasaran

4.1. SIPID

Sistem Informasi Potensi Investasi Daerah (SIPID) merupakan suatu sistem informasi berbasis web yang berfungsi untuk menyediakan informasi mengenai potensi investasi daerah. Sistem ini menjadi kontribusi BKPM untuk pencapaian target investasi dengan memfasilitasi dan mempromosikan peluang-peluang investasi yang dimiliki daerah. Oleh karena itu, sistem ini didisain terintegrasi antara Provinsi, Kabupaten/Kota dan dapat diakses langsung oleh para investor dan calon investor di dalam maupun di luar negeri. Oleh karena itu, saluran ini perlu dimanfaatkan sebaik-baiknya.



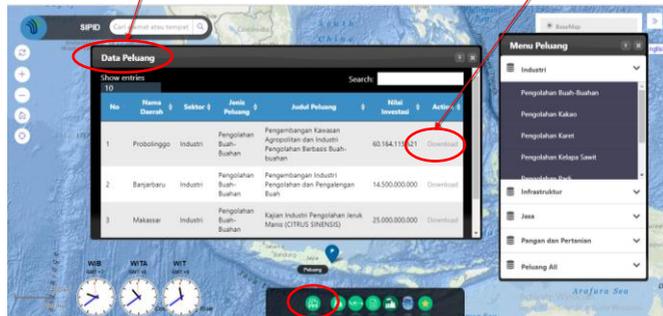
Gambar 7. Fitur Data Peluang Investasi Daerah

Selain memunculkan informasi terkait dengan profil daerah (nama kabupaten, ibukota, luas daerah, dll.) seperti pada Gambar 7, hal yang paling penting bagi Pemerintah Daerah adalah fitur yang menampilkan **data-data peluang investasi** seperti pada Gambar 8 berikut ini.

Data Peluang Investasi

Menu Data Peluang : berisi data peluang investasi yang dilengkapi dengan lokasi, sektor, jenis peluang, judul peluang, nilai investasi dan hasil kajian peluang investasi

Menu download digunakan untuk melihat hasil kajian pemetan potensi dan peluang investasi



Menu Peluang berisi peluang investasi yang tersedia di bidang energy, industri, infrastruktur, jasa serta pangan dan pertanian.

Gambar 8. Fitur Data Peluang Investasi Daerah

Dalam gambar tersebut informasi penting yang menjadi perhatian adalah *apa peluang investasinya* dan *perkiraan nilai investasinya*. Oleh karena itu, sangat penting untuk pemerintah daerah menyiapkan informasi-informasi yang diperlukan agar sesuai dengan SIPID.

Hal yang utama lainnya dalam SIPID adalah **adanya file Profil Investasi yang dapat didownload** oleh siapa saja yang berminat terhadap investasi tersebut. E-file ini penting karena berisi informasi awal yang diperlukan oleh investor, juga sebagai alat pemasaran (*marketing tools*) bagi pemerintah daerah.

Untuk itu e-file ini perlu disiapkan juga, bahkan jika memungkinkan dimasukkan juga informasi *geospasial* profil investasinya. Bentuk atau format dari Profil Investasi akan diuraikan pada Bagian 2 Profil Investasi Daerah.

4.2. Sarana Pemasaran (*Marketing Tools*)

Profil Investasi Daerah yang sudah disusun nantinya sangat perlu untuk disampaikan atau dipasarkan kepada investor yang memerlukannya. Sarana Pemasaran (*marketing tools*) hendaknya juga dipilih yang tepat. Profil Investasi Daerah ini tidak hanya dalam bentuk file elektronik (e-file) yang bisa didownload, akan tetapi bisa dicetak menjadi buku atau bentuk lain.

Selain SIPID sebagai sarana pemasaran. Ada beberapa sarana pemasaran lain yang dapat digunakan untuk menyebarkan Buku Profil Investasi ini dalam bentuk *hardcopy* atau buku, atau dapat diringkas menjadi iklan, booklet, baliho, dan lainnya, kemudian dapat disampaikan melalui:

- Pemasaran Langsung,
- Internet/Interaktif pada website selain SIPID,
- Promosi Penjualan, melalui pameran-pameran
- Publisitas dalam koran daerah atau lainnya,
- Program Humas,
- Penjualan Personal, melalui hubungan langsung dengan para investor

Semua ini dapat direncanakan dengan pendekatan Komunikasi Pemasaran Terpadu - *Integrated Marketing Communication (IMC)* seperti pada Gambar 9 berikut ini.

Profil Investasi as Marketing Tools

Bagaimana mengomunikasikan investasi ke kalangan investor?



Gambar 9. Berbagai Media Sarana Pemasaran

Dengan komunikasi yang terpadu pesan investasi dapat sampai pada investor dengan baik. Sebagai contoh, pengembangan wisata di satu daerah dengan kebutuhan berupa hotel/resort, rumah makan, dan sarana wisata (taman hiburan dll.) dapat disampaikan lewat berbagai media yang ada dengan pesan atau informasi yang sama. Menggunakan brosur dalam pameran, mengundang investor, mengadakan jumpa pers/humas, memasukkannya dalam website daerah, namun semuanya dengan informasi yang sama dan seragam, hanya kemasan medianya saja yang berbeda.

Bagian 2

Profil Investasi Daerah

Bab 5

Format Profil Peluang Investasi Daerah

5.1. Pada Dasarnya Kita “Menjual”

Isi dokumen Profil Peluang Investasi yang disusun pada dasarnya adalah produk yang akan dijual. Oleh karenanya, dokumen ini harus dibuat semenarik mungkin dan langsung tepat sasaran pada target yang dituju, yaitu investor.

Seringkali ditemui dokumen buku Profil Investasi Daerah berisi sangat banyak informasi. Semua data dan informasi yang dianggap sebagai modal atau sumber daya potensial daerah dimasukkan jadi satu, sehingga menjadi semacam “kamus” atau “ensiklopedia” daerah tersebut.

Susunan Profil Peluang Investasi yang kini dibuat akan berbeda, dokumen ini hanya memuat data atau informasi yang terkait dan menjadi dasar dari peluang-peluang investasi/bisnis yang muncul dengan pendekatan klaster (lihat Bab 2 dan Bab 3). Dengan demikian peluang-peluang investasi yang ditawarkan lebih riil karena memang dibutuhkan dalam rantai pasok (*supply chain*) dalam klaster industrinya.

Dengan model atau susunan Profil Peluang Investasi yang ada di Panduan ini, maka akan ada beberapa kelebihan yang bisa diambil, yaitu:

- Dokumen buku Profil Peluang Investasi menjadi lebih ringkas karena hanya berisi data dan informasi yang diperlukan,
- Peluang-peluang investasi yang ditawarkan lebih fokus pada klaster industri yang akan dikembangkan dalam suatu daerah tersebut,

- Informasi yang disampaikan lugas dan tidak bertele-tele, sehingga calon investor dapat fokus pada industri yang diminatinya.

Buku dokumen ini setidaknya, dapat menjawab beberapa point penting yang umumnya ditanyakan dan ingin diketahui oleh calon investor, seperti:

- (Proyek) Apa yang akan ditawarkan?
- Apa keunggulannya?
- Berapa besar perkiraan biaya investasinya?
- Seberapa mudah berinvestasi?
- Kemana harus bertanya?

5.2. Susunan Profil Peluang Investasi

Secara umum susunan buku dokumen Profil Peluang Investasi Daerah, terdiri dari bab-bab atau bagian sebagai berikut:

1. Ringkasan (summary)
Berisi hal-hal penting/utama yang menjadi daya tarik investasi, misalnya nama proyeknya, lokasi, perkiraan biaya investasi dan informasi BEP dan IRR proyeknya, serta prospek ke depan.
2. 10 Alasan Terbaik
Untuk menjawab pertanyaan: *mengapa saya harus berinvestasi di proyek ini dan di daerah ini?*
3. Sekilas tentang Industri
Menjelaskan industri yang menopang proyek ini. Misalnya proyek untuk membangun hotel/penginapan untuk pariwisata, maka yang dijelaskan adalah industri pariwisatanya, baik dalam lingkup yang paling besar (dunia/negara) hingga lingkup proyek berada (propinsi/kabupaten). Bagaimana trend wisatanya,

wisata apa yang mendukung proyek ini. Yang artinya juga menjelaskan kondisi pasarnya. Kondisi pasar ini untuk mendukung dan menjelaskan mengapa proyek ini layak untuk diinvestasikan. Data pasar sangat diperlukan untuk menjawab; *apakah ada pasarnya kelak?* Keterangan terkait kondisi pemasok

Ini juga menjelaskan dan mendukung apakah proyek yang akan diinvestasikan memiliki dukungan pemasok yang kuat. Jumlah dan kondisi jumlah pasokan menjadi penting agar proyek investasi ketika beroperasi tidak mendapatkan masalah dari pasokan bahan baku atau bahan lainnya yang kurang.

4. Penjelasan Tentang Proyek

Ini merupakan penjelasan utama mengenai Profil Investasi Daerah, dimana nama proyek, lokasi, rencana kegiatan, model pembangunan dan pembiayaan juga pemilik proyek. Disampaikan juga besarnya indikasi biaya investasi disampaikan. Informasi terkait besarnya biaya investasi meskipun masih perkiraan kasar (hasil analisis Pra-FS), juga informasi tambahan berupa angka-angka yang terkait dengan hal ini, seperti: UMR/UMK agar investor tahu gaji minimal yang harus disiapkan, juga rasio keuangan terkait.

5. Institusi Pendukung

Menjelaskan dukungan dari instansi mana saja yang nantinya akan mendukung bisnis/usaha yang akan diinvestasikan. Misalnya kebutuhan sekolah pariwisata untuk mendukung klaster pariwisata yang akan diinvestasikan. Atau juga diukung investasi lain, baik pada tingkat propinsi atau daerah.

6. Perubahan Kebijakan Pemerintah Terbaru

Kebijakan pemerintah terbaru baik yang berasal dari pemerintah pusat atau pemerintah daerah, perlu juga

disampaikan, terutama yang terkait dengan proyek investasi baik langsung maupun tidak langsung. Hal ini untuk mengingatkan investor terhadap aturan yang digunakan bersama.

7. **Prospek di Masa Depan**
Investor perlu mendapatkan gambaran terkait prospek proyek investasinya di masa depan. Oleh karenanya Pemda perlu menjelaskan rencana-rencana Pemda ke depan yang dapat memberikan informasi apakah ke depan proyek ini akan didukung dan memiliki prospek yang cerah.
8. **Kontak Yang Bisa Digunakan**
Ini tidak boleh terlupa. Pencantuman informasi terkait kontak (email, website, nomor telepon, nomor HP) untuk bertanya tentang proyek investasi yang ditawarkan menjadi penting. Yang penting lagi adalah ada orang yang berdedikasi menjaga nomor-nomor kontak/email ini untuk kepentingan kemudahan dan layanan pelanggan (*customer services*).

Bab 6

Informasi yang Dibutuhkan untuk Menyusun Profil Peluang Investasi Daerah

Dengan melihat bentuk susunan dan format Buku Profil Investasi tersebut, maka beberapa informasi yang mendukung masing-masing bagian susunan tersebut antara lain:

6.1. Ringkasan (Summary)

Ringkasan pada umumnya dibuat paling akhir, ketika semua bab/bagian tersusun lengkap. Berisi bagian terpenting atau ringkasan pokok dalam tiap-tiap bab,

Bagi investor “sibuk” atau banyak penawaran, maka cukup dengan membaca bagian **ringkasan (summary)** mereka sudah dapat menarik kesimpulan awal apakah tertarik atau tidak. Oleh karenanya membuat Ringkasan (*summary*) harus diperhatikan baik-baik, kata per kata dan informasi yang paling penting yang harus dimasukkan dalam bagian ini. Nama atau judul proyek, lokasi, perkiraan biaya investasi, BEP, IRR, dukungan pemerintah merupakan informasi yang perlu ada di Ringkasan.

Jadi, Ringkasan (*summary*) adalah bagian yang sangat penting dan menjadi **kunci** dalam menjual potensi peluang investasi.

6.2. Tujuh - Sepuluh Alasan Terbaik

Bagian ini berguna untuk *lebih meyakinkan dan menguatkan investor bahwa klaster/daerah yang ditawarkan memang tepat untuk diambil*. Secara sederhana bagian ini untuk menjawab pertanyaan investor: *“Kenapa saya (investor) harus memilih tempat/lokasi ini?”*

- 1. Jarak paling pendek ke Singapura.**

Kepulauan Riau merupakan wilayah yang berbatasan langsung dengan Singapura. Sebagai *hub* menjadi perlintasan perdagangan dunia dan menjadi salah satu pelabuhan terbesar di dunia, tentu menarik jika Batam menjadi *twin* dengan Singapura. Dengan aksesibilitas Kepulauan Riau yang baik, Batam salah satunya, bisa menjadi basis manufaktur jika berkantor di Singapura untuk mengatasi lahan di Singapura yang mahal.
- 2. Potensi sumber daya alam.**

Kepulauan Riau juga memiliki sumber daya alam yang indah. Dengan jumlah ribuan pulau yang dimiliki sangat berpotensi dalam pengembangan wisata bahari. Kepulauan Riau menjadi propinsi dengan jumlah pulau terbanyak di Indonesia.
- 3. Wilayah yang memiliki sentra-sentra produksi tertentu dengan berbasis klaster**

sehingga mudah membentuk aglomerasi dari berbagai kegiatan ekonomi. Seperti Batam yang menjadi sentra untuk industri manufaktur, Tanjung Pinang untuk industri perdagangan dan pergudangan, Anambas untuk pengembangan industri pariwisata bahari, dan propinsi lainnya.
- 4. Dukungan dan Komitmen Pemerintah Daerah**

Pemerintah Daerah Kepulauan Riau memiliki komitmen dan dukungan bagi investor yang datang dan berinvestasi di Kepri dengan memberikan insentif-insentif, kemudahan perijinan dan kemudahan-kemudahan lain dalam merealisasikan investasi dan menjalankan bisnis di Kepulauan Riau.
- 5. Pelaku bisnis yang bereputasi juga berbisnis di Kepulauan Riau**

Bukti kepercayaan investor baik lokal maupun asing ke Kepulauan Riau adalah telah masuknya world brand untuk berbisnis di sini. MedClub, jaringan hotel ASTON, jaringan hotel Swiss-BellHotel, Conoco-Phillips, dan Pertamina, serta national flag-carrier Garuda Indonesia juga telah berada di Kepulauan Riau
- 6. Masuk dalam Program Pemerintah Pusat**

Banyak wilayah mendapat dukungan dari pemerintah pusat. Pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK), Kawasan Perdagangan Bebas (Free Trade Zone) di beberapa kawasan Kepulauan Riau menjadi bukti bahwa kawasan ini juga menjadi tolak ukur keberhasilan program pemerintah pusat.
- 7. Mentalitas masyarakat yang baik untuk pembangunan: jujur, terbuka, bekerja keras, dapat diajak bekerja sama dan disiplin.**

Keberhasilan berbisnis salah satunya juga ditentukan oleh kualitas modal manusianya (*human capital*). Dengan karakteristik dan mentalitas masyarakat Kepulauan Riau yang ada kebutuhan modal manusia ini akan menjadi pemicu keberhasilan berusaha.

Gambar 10. Tujuh Alasan Terbaik Memilih Bisnis di Kepulauan Riau

Oleh karenanya bagian ini menjelaskan alasan-alasan pokok/kunci untuk berinvestasi. Buatlah sebanyak 7 sampai 10 alasan, tiap alasan hendaknya digaris bawahi dan diberi penjelasan pada tiap bagian/seksi.

Gambar 1 di atas adalah contoh 7 alasan terbaik apabila investor ingin menanamkan modal dan berbisnis di Kepulauan Riau. Keunggulan dan kekuatan Propinsi ini yang tidak dimiliki oleh propinsi lain ditonjolkan dalam alasan-alasan yang ditulis. Kedekatan dengan Singapura, sentra-sentra pengembangan bisnis yang sudah menggunakan pendekatan klaster industri, dan lainnya menjadi daya tarik untuk investor.

Jika kesulitan mencari alasan terbaik, bisa juga diambil dari kekuatan (*strength*) ketika melakukan analisis SWOT pada industri/klaster yang ada, dan dicari lagi keunikannya yaitu hal yang tidak dimiliki oleh tempat/wilayah lain.

6.3. Kondisi Industri/Klaster

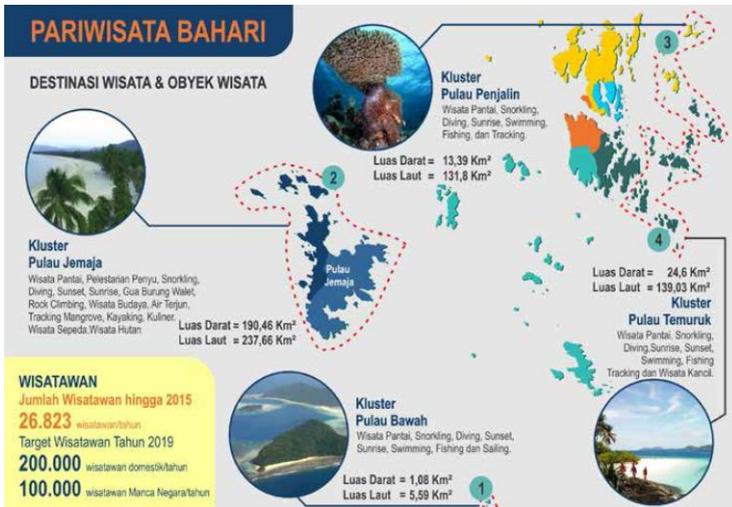
Bab ini merupakan penjelasan terhadap klaster industri dimana proyek investasi yang ditawarkan berada.

Oleh karenanya informasi yang terkait dengan kondisi industri pada proyek investasi yang ditawarkan harus disampaikan sebisa mungkin. Dan harus diingat juga, berikan informasi yang relevan dan hanya yang paling terkait dengan proyeknya saja.

Informasi yang bisa kita masukan dalam uraiannya antara lain tentang: sekilas tentang klaster industri yang ada, karakteristik industri yang ada dalam klaster, skala industrinya (besar atau kecil, jika produk apakah untuk ekspor atau lokal, dan lainnya), *product line* (jenis produk-produk yang dihasilkan dan jumlahnya), posisi lokasi klaster industrinya, tren saat ini (baik produknya, pembelinya atau konsumennya), kelompok produk, ketersediaan pemasok (*supplier*), pertumbuhan daerah/kawasan, kebijakan atau pengaruh faktor internasional yang

mempengaruhi industri, dan kebijakan dan regulasi pemerintah yang mempengaruhi industri.

Untuk meningkatkan daya tarik terhadap dokumen Profil Peluang Investasi ini, biasanya melengkapi informasi yang ada dengan grafik, gambar, atau diagram statistik. Ada yang mengatakan bahwa “sebuah gambar bisa mewakili ribuan kata”. Oleh karenanya sangat penting menampilkan hal-hal seperti ini misalnya dalam bentuk infografis.



Gambar 11. Informasi Terikat Kluster Industri Pariwisata (sumber: Pemda Kepri)

Gambar 11 di atas, merupakan contoh bagaimana Pemerintah Daerah mengalokasikan wilayah-wilayah tertentu sebagai kluster industri pariwisata. Dengan demikian investor sudah dapat membayangkan lokasi atau wilayah tempat investasi akan ditanamkan.

Terkait dengan industri wisata tentu saja, ada informasi mengenai pasar yaitu jumlah wisatawan yang datang dan trend atau target ke depan. Ada juga keterangan mengenai jenis-jenis wisata yang ditawarkan.

Yang terpenting juga adalah kaitannya dengan proyek yang ditawarkan, misalnya klaster pariwisata ini masih memerlukan **hotel/resort** untuk dibangun. Maka informasi terkait dengan bisnis hotel/resort juga perlu dijelaskan.

Pentingnya Informasi Pasar

Aspek pasar (*buyer*) dalam klaster industri yang dikembangkan. Data dan informasi yang ditampilkan antara lain tentang, berapa jumlah konsumsi lokal (Dalam Negeri), jumlah konsumsi Luar negeri (ekspor), juga jenis produk dan nilainya, berapa besar kontribusi industri/klaster ini pada industri dunia/regional.

Calon investor merasa penting untuk mengetahui: *Besarnya pasar (lokal/ekspor) yang ada agar bisnis yang diinvestasikan tahan lama, hubungan dengan industri lainnya saling melengkapi/berkompetisi, untuk mengetahui besaran investasi yang "masuk akal".*

Bagian ini juga sekaligus menjawab pertanyaan: *Jika saya (investor) masuk berinvestasi adakah jaminan pasarnya sehingga produk/jasa saya diterima pasar?*

Jadi, penjelasan mengenai berapa jumlah hotel/resort yang ada, jenisnya, jumlah tenaga kerjanya, distribusi ukuran hotel, siapa pemilik/manajemennya dan prospek industri pariwisata, juga industri hotel di masa depan.

Data dan informasi yang disajikan hendaknya juga yang paling baru (*updated data*) sehingga calon investor merasa terbantu untuk melakukan kajian awal. Bagi Pemerintah Daerah (cq. DPMPSTP) kajian setingkat Pra-Studi Kelayakan bisa dilakukan untuk mempermudah penyusunan profil. Pada dasarnya memang calon investor akan melakukan Kajian Kelayakan (*Feasibility*

Study) yang lebih lengkap dahulu sebelum memutuskan untuk betul-betul melakukan realisasi investasi di suatu daerah.

Informasi Apa Yang Dimuat?

Agar lebih mudah, sebagai contoh adalah peluang investasi hotel/resort dalam klaster industri pariwisata.

Penjelasan tentang industri wisata di daerah itu perlu diurai dengan lengkap. Tentu hal-hal yang terkait dengan industri ini, seperti:

- Obyek wisata dan hal menarik yang ada di wilayah tersebut,
- Jumlah wisatawan yang datang ke wilayah/propinsi itu, baik domestik dan mancanegara, juga data 3-5 tahun ke belakang. Pakailah grafik atau gambar untuk menjelaskannya.
- Akses (transportasi) untuk menuju ke daerah wisata tersebut
- Infrastruktur yang mendukung, apakah ada jaringan internet, wifi, telepon di daerah tersebut.
- Gunakan analisis klaster untuk menggambarkan peluang-peluang yang ada dalam klaster pariwisata, dengan hotel/resort sebagai anchor/yang utama dalam klaster tersebut. Misalnya, peluang industri furniture, pemasok sayuran, dan lainnya (lihat Gambar 5).
- Penjelasan mengenai dukungan pemasok (*suppliers*) untuk hotel/resort ini juga penting dijelaskan karena bagaimana mungkin bisnis ini bisa berjalan tanpa pemasok. Bagaimana dengan sumber pemasok baik lokal maupun impor (dari mana saja), nilai tambah/inovasi, perbandingan biaya produksi/lainnya dibanding dengan industri sejenis, kebutuhan listrik, dan kondisi tenaga kerjanya.

6.4. Penjelasan Tentang Proyek

Bagian ini merupakan bagian penting, karena inilah yang menjadi incaran para investor. Proyek sebisa mungkin dijelaskan dengan detail. Hal-hal yang penting ditulis antara lain:

- **Nama dan penjelasan singkat proyek:** (misal) pembangunan hotel 3 lantai, dsb.
Nama dan penjelasan membuat investor fokus dan memahami dengan jelas, proyek investasi apa yang ditawarkan.
- **Lokasi:** dimana, jalan apa, berapa jauh dari pusat kota, dsb.
Lokasi yang jelas memberikan kepastian pada investor dimana nanti investasinya ditanamkan. Berikan penjelasan tambahan juga yang terkait dengan lokasi, misalnya luas tanah/wilayah yang ditawarkan, bagaimana statusnya, sesuai dengan RTRW yang ada, dan informasi lain yang mendukung.
- **Promotor/pemilik proyek:** perusahaan, atau pemerintah daerah/lembaga tertentu,
Informasi ini akan memberikan arah bagi investor dengan siapa dia berinvestasi dan berhadapan, sehingga investor dapat mempersiapkan rencana dan strategi investasi yang akan dipilih.
- **Tahapan proyek hingga saat ini:** masih berupa lahan, sudah dilakukan Pra-FS atau FS, menjadi bagian dari klaster yang besar, dsb.
Hal ini juga memberikan informasi agar investor bisa mengambil langkah-langkah persiapan, atau mengetahui lebih lanjut tentang proyek yang ditawarkan. Misalnya saja, apakah memerlukan kajian lebih detail atau tidak.

- **Jenis kontrak/model bisnis:** pembiayaan swasta penuh, atau PPP/KSP (kerjasama swasta-pemerintah daerah), *turn key project*, dsb.
Informasi ini juga memberikan investor untuk melakukan perhitungan sehingga tergambar apakah proyek ini akan diambil atau memilih investasi lain. Investor akan lebih baik dalam mempersiapkan diri dan ketika bertemu dengan pemilik proyek sudah lebih siap dalam perhitungan-perhitungan.
- **Perkiraan biaya proyek:** dapat dilakukan dengan membuat Pra-Studi Kelayakan dulu, atau dengan memperkirakan sesuai dengan harga-harga yang ada saat itu.
Uraikan sedikit terkait perkiraan biaya proyek, berapa biaya modal yang diperlukan, juga biaya operasionalnya. Tuliskan juga perkiraan BEP (*break event point*) dan nilai IRR (*internal rate of return*) karena pada umumnya inilah yang menjadi patokan investor sebelum memutuskan berinvestasi.
Berikan juga informasi-informasi kunci dan spesifik terkait biaya, misalnya **UMR (upah minimum regional) di kabupaten/daerah** tersebut. Hal ini karena mempengaruhi biaya operasional bisnis ini ke depan.
- **Target atau rencana realisasi investasi:** kapan direalisasikan.
Informasi ini penting agar investor bisa bersiap dan atau menyesuaikan dengan rencana-rencana yang pemerintah daerah buat. Artinya mensinkronkan antara keinginan pmda dan kemampuan investor dalam merealisasikan proyek-proyek yang ditawarkan.

Perlu menjadi catatan sekali lagi, data yang akurat dan terkini menjadi penting. Data dan informasi dalam bentuk gambar, grafik statistic, tabel-tabel sederhana menjadi sangat penting untuk ditampilkan.

6.5. Institusi Pendukung

Pada bagian ini, dokumen ini berusaha untuk menjelaskan bahwa industri/kluster ini didukung oleh berbagai institusi seperti pelatihan, inkubator bisnis, program-program asosiasi industri, Pemerintah Daerah, BKPM, organisasi struktural di atasnya, pameran perdagangan dan sebagainya.

Hal yang calon investor ingin ketahui adalah *dukungan lembaga/institusi yang bakal menjadi bagian dari rantai pasok (supply chain) jika nanti beroperasi dan jadi berinvestasi*. Artinya, bagian ini dapat menjawab pertanyaan : ***Jika saya (investor) masuk berinvestasi kemana dan apasaja dukungan yang bisa saya dapatkan?***

Jika dalam analisa klaster industri juga ditemukan adanya peluang pada institusi pendukung ini, maka hal ini juga perlu dicantumkan. Misanya, adanya peluang untuk menjadi pendukung dalam bidang penyediaan tenaga kerja di bidang pariwisata, maka mendirikan sekolah atau lembaga pendidikan pariwisata perlu juga disebutkan.

6.6. Perubahan Kebijakan Pemerintah Terbaru

Bagian ini memaparkan kebijakan dan regulasi pemerintah apa saja yang terdapat dalam klaster industri ini. Misalnya: berbagai macam bantuan untuk industri, dan segala regulasi yang terkait dengan industri/klaster yang disediakan pemerintah, seperti kebijakan investasi langsung, insentif pajak dan retribusi daerah, dan lainnya.

Kenapa calon investor memerlukan informasi seperti ini? Karena dengan mengetahui kebijakan dan regulasi maka investor tahu *Insentif yang diberikan sehingga bisa "menghitung" struktur biaya bisnisnya, kebijakan ke depan yang sejalan dengan rencana bisnis, peluang-peluang untuk mengurangi biaya (cost reduction)*.

Bagian ini merupakan pertanyaan investor: *Apa yang bisa saya (investor) dapatkan dari pemerintah? Insentif? Saya (investor) juga membutuhkan rasa aman dan nyaman jika berinvestasi nanti.*

6.7. Masa Depan

Pada dasarnya investor yang serius dan memiliki visi akan berencana memiliki bisnisnya dalam jangka waktu yang lama. Artinya, dia tidak akan hanya berinvestasi dalam 3-4 tahun. Oleh karenanya sangat penting bagi investor mengetahui visi industri/klaster yang dibangun oleh daerah ke depan, dan bagaimana rencana pengembangannya hingga (bisa jadi) 20 tahun ke depan.

Mengapa hal ini penting? Investor sudah pasti ingin mengetahui: *Rencana daerah ke depan? Mau berkembang seperti apa? Akan ada pasar yang lebih besar atau tidak? Akan ada peluang untuk meningkatkan daya saing atau tidak?*

Dan itu semua akan menjawab: *Apakah investasi saya nanti bisa bertahan dalam jangka 44anjang? Saya (investor) ingin usaha/investasi saya bertambah besar dan besar.*

6.8. Kontak Yang Bisa Digunakan

Point ini menjadi hal yang paling penting juga karena menjadi kunci dari pintu gerbang investor masuk berinvestasi. Oleh karenanya bagian ini berisi tentang semua instansi/asosiasi yang terkait dengan industri/klaster dimana investor bisa langsung berhubungan.

Setidaknya informasi di bagian ini bisa menjawab: *Kemana investor harus bertanya lebih detil? Berekomunikasi? Mencari informasi? Jika saya ingin bertanya mengenai lokasi/tempat dan*

tawaran investasi. Kemana saya datang berkunjung? Menelepon? Searching di-web? Atau lainnya?

Jadi pada bagian ini, penting mencantumkan organisasi/institusi (seperti misalnya Kantor BKPM/BKPMMD/Pelayanan Satu Atap), alamatnya, nomor telepon yang bisa dihubungi, nama kontak personnya, alamat web hal terkait lainnya. Pada intinya, ketika calon investor berminat dan ingin menggali lebih jauh informasi yang ditawarkan, kita harus selalu siap daam hari, jam bahkan detik untuk menerimanya.

LAMPIRAN

CONTOH SINGKAT PROFIL INVESTASI

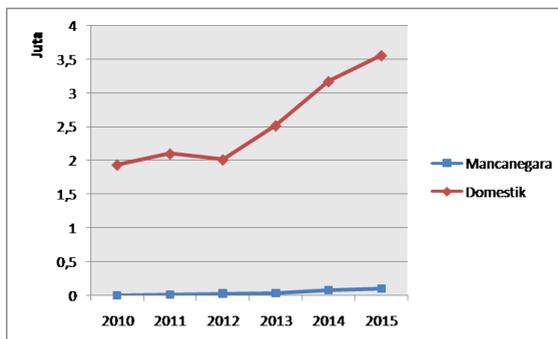
Contoh profil ini hanya sebuah ilustrasi bagaimana data, informasi dan penyajian dilakukan untuk menjadi Profil Investasi yang memadai. Data yang digunakan bersifat ilustrasi dan perumpamaan. Profil juga dalam versi yang sangat singkat, untuk lengkap bisa ditambahkan data-data yang diperlukan sesuai dengan pedoman buku ini.

Proyek 1:

Pembangunan Hotel 3 Lantai di Kawasan Wisata

Sekilas Industri Pariwisata di Daerah X Ini

Industri pariwisata di daerah ini terus meningkat dan berkembang dengan baik, terlihat dari jumlah wisatawan baik lokal dan manca negara yang terus meningkat. Dari gambar menunjukkan terjadi lonjakan pada tiga tahun terakhir untuk wisatawan lokal (3,5 juta orang pada 2015), sedang untuk wisatawan mancanegara juga terjadi peningkatan yang baik (150 ribu orang pada 2015). Hal ini menunjukkan trend yang positif untuk kunjungan wisatawan.



Gambar 1 Ilustrasi grafik kunjungan wisatawan

Tentu saja peningkatan wisatawan ini memerlukan hotel dan penginapan yang cukup memadai. Dari data tahun lalu dan tahun kini, terlihat bahwa terjadi peningkatan tingkat hunian kamar

(lihat Gambar 2). Dapat disimpulkan bahwa bisnis hotel untuk daerah ini sangat menjanjikan.



Gambar 2 Ilustrasi grafik tingkat hunian hotel bintang

Tentang Proyek

- **Penjelasan Proyek:** Proyek hotel ini bertujuan untuk melengkapi sarana penginapan yang ada di Kawasan pariwisata Kabupaten ini, yang selama ini masih memerlukan hotel untuk mengantisipasi kebutuhan ke depan.
- **Lokasi:** Hotel akan dibangun di jalan Merdeka yang memiliki latar belakang puncak gunung dan laut, dengan luas tapak 2500 m². Lokasi ini sudah sesuai dengan RTRW dan pengembangan wilayah Kabupaten ini.
- **Promotor/pemilik proyek:** Proyek milik Pemerintah Daerah, cq. Perusahaan Daerah.

- **Tahapan proyek hingga saat ini:** Saat ini masih berupa lahan dan sudah dilakukan Pra-FS.
- **Jenis kontrak/model bisnis:** Pembiayaan pembangunan proyek dilakukan dengan PPP/KSP (kerjasama swasta-pemerintah daerah) dengan model BOT.
- **Perkiraan biaya proyek:** Nilai proyek berdasarkan Pra-FS adalah sebesar Rp. 20 Milyar Rupiah. Dengan perkiraan biaya modal (capital cost) sebesar Rp. 17.5 Milyar dan biaya operasional (operational cost) selama 6 bulan sebesar Rp. 2.4 Milyar. Biaya operasional sudah mempertimbangkan besaran UMR di Kabupaten ini yaitu sebesar Rp. 2.574.000,-



Gambar 3 Ilustrasi gambar kamar hotel (perbanyak gambar hotel yang sudah jadi sketsa, jika ada)

- **Target atau rencana realisasi investasi:** hotel ini diharapkan dapat dibangun mulai tahun depan, dengan demikian dapat beroperasi tahun berikutnya. Ini merupakan upaya Pemda untuk memiliki hotel sendiri di masa depan.

Institusi Pendukung

Untuk mendukung pariwisata terutama keberadaan hotelnya, di Kabupaten ini ada satu sekolah tinggi pariwisata dimana nanti

tenaga kerja diperoleh, selain itu Pemda melalui juga gencar melakukan promosi wisata, ada program tahunan untuk ini. ASITA daerah juga memiliki program Kabupaten ini menjadi salah satu destinasi wisata nasional.

Kebijakan Pemerintah

Pemerintah Daerah dalam RPJMD telah menetapkan bahwa kabupaten ini akan menjadi salah pilihan destinasi nasional pada 5 tahun ke depan, selain itu Pemerintah Pusat juga sedang menggalakkan sektor wisata sebagai sektor pilihan yang didorong. Pemerintah Daerah juga akan memberikan kebijakan dan aturan yang nyaman bagi investor untuk berinvestasi di Kabupaten ini.

Masa Depan

Dengan melihat kebijakan dan arah dari pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten ini, maka dapat diperkirakan bahwa industri atau bisnis hotel akan terus membaik.

Kontak Yang Bisa Dihubungi

Perusahaan Daerah CBL telp. 12345678

Dinas Pariwisata Daerah telp. 5678901

DPMPTSP Daerah telp. 134687868

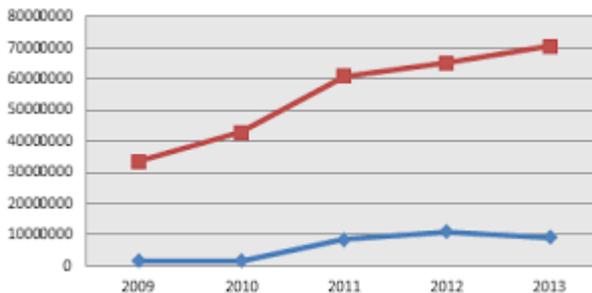
info@hoteldaerah.gov

Proyek 2:

Pembangunan Pabrik Pakan Ternak

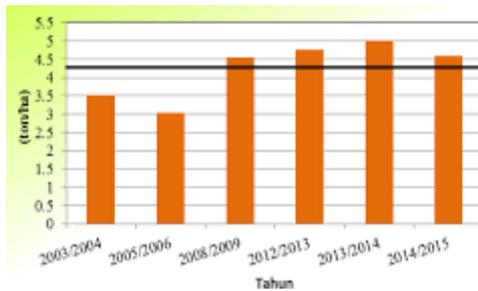
Sekilas Industri Pakan Ternak

Kabupaten ini menjadi sentra untuk produksi peternakan (ayam potong dan ikan) yang menjadi sumber pemasok baik untuk kabupaten sekitar, propinsi dan propinsi yang bersebelahan. Namun demikian tidak ada pabrik pakan ternak di daerah ini.



Gambar 1 Ilustrasi gambar jumlah ayam pedaging dan petelur

Kebutuhan pakan ternak untuk sentra ini sebesar 50 ton per bulan dan diperkirakan terus meningkat dengan bertambahnya peternak. Kabupaten ini juga penghasil jagung, yang menjadi salah satu bahan baku pakan ternak, sehingga pasokan bahan baku terutama jagung terjaga dengan baik.



Gambar 2 Ilustrasi gambar produksi jagung di Kabupaten

Tentang Proyek

- **Penjelasan Proyek:** proyek ini bertujuan untuk membangun pabrik pakan ternak mini dengan kapasitas 100 ton per bulan. Pabrik ini diharapkan menjadi pemasok bagi peternak yang ada di wilayah ini.
- **Lokasi:** pabrik berada di jalan Melati, Kecamatan Bung Mewangi, Kabupaten Jaya Sentosa. Lokasi ini sudah dialokasikan oleh Pemerintah Daerah untuk bagian dari area yang lebih luas, dan masuk dalam zona industri pada RTRW Kabupaten.
- **Promotor/pemilik proyek:** Perusahaan swasta yang berminat. Pemerintah Daerah sudah menyediakan lahan yang bisa digunakan dan mengundang investor swasta untuk mendirikan pabrik ini.
- **Tahapan proyek hingga saat ini:** masih berupa lahan, sudah dilakukan Pra-FS.
- **Jenis kontrak/model bisnis:** pembiayaan swasta penuh,

- **Perkiraan biaya proyek:** dalam perhitungan Pra-Studi Kelayakan yang dilakukan, diperkirakan pabrik pakan ternak mini ini membutuhkan biaya investasi sebesar 2.5 Milyar Rupiah. Dengan biaya modal untuk peralatan dan bangunan pabrik sebesar 2 Milyar Rupiah dan biaya Operasional selama 4 bulan sebesar 0,5 Milyar Rupiah. Perhitungan BEP diperkirakan selama 1.5 tahun dan IRR mencapai 12 %. UMR untuk daerah kabupaten ini sebesar Rp. 1.525.000,-



Gambar 3 Ilustrasi gambar pabrik pakan ternak mini

- **Target atau rencana realisasi investasi:** Pemerintah daerah berencana merencanakan realisasi ini secepat mungkin, dalam arti siapa pun investor yang tertarik dan memberikan komitmen yang kuat, Pemda akan mendorong dan membantu merealisasikannya segera.

Institusi Pendukung

Untuk mendukung pembangunan pabrik makanan ternak ini, beberapa kelompok peternak (koperasi) akan mendukung karena kebutuhan dan kepastian pasokan pakan, begitu juga dengan koperasi petani jagung siap memberikan produk jagung untuk

menjaga pasokan jagung. Dinas Perindustrian juga akan memberikan bantuan perijinan industri. Di Kabupaten tetangga berada Fakultas Peternakan, sehingga dapat dilakukan kerjasama untuk mendapatkan mutu pakan ternak yang baik.

Kebijakan Pemerintah

Pemerintah Daerah Propinsi sudah menetapkan bahwa Kabupaten ini menjadi lumbung ternak untuk propinsi sehingga semua kebijakan dan peraturan untuk dibangunnya industri pakan ternak akan didorong. Pemerintah Daerah juga akan memberikan kebijakan dan aturan yang nyaman bagi investor untuk berinvestasi di Kabupaten ini.

Masa Depan

Dengan melihat kebijakan dan arah dari pengembangan sektor peternakan di Kabupaten ini, maka dapat diperkirakan bahwa industri atau bisnis pakan ternak memiliki prospek yang baik di masa depan.

Kontak Yang Bisa Dihubungi

Dinas Perindustrian Daerah telp. 5678901

DPMPTSP Daerah telp. 134687868

infopabrik@ternakdaerah.gov