

INTISARI

KEK Sei Mangkei yang diresmikan tahun 2015 dan memiliki luas wilayah sebesar 1.938,8 Ha dengan sawit dan karet sebagai bahan baku utama. Pemerintah Indonesia sendiri memiliki target bagi KEK Sei Mangkei untuk mendatangkan investasi sebesar 129 triliun rupiah dan mempekerjakan 83.304 orang pada tahun 2031. Namun, hingga kini sebanyak 92,6 persen dari alokasi lahan untuk industri di KEK Sei Mangkei belum terisi dan baru lima perusahaan yang menanamkan investasi di KEK Sei Mangkei. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa yang menjadi pertimbangan investor dalam berinvestasi di KEK Sei Mangkei dan apa saja muatan pesan komunikasi pemasaran yang dapat disampaikan untuk meningkatkan investasi di KEK Sei Mangkei.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, dengan alat analisis yaitu analisis konten. Data hasil wawancara dikelompokkan berdasarkan kategori konten yang sudah disiapkan peneliti. Hasil dari kategori konten dikelompokkan lagi menjadi suatu deskripsi dan tema makna, sehingga dapat mempermudah peneliti melakukan interpretasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fitur KEK Sei Mangkei menjadi tema paling dominan yang menentukan keputusan investasi oleh investor, kemudian berturut-turut disusul oleh internal investor, proyeksi efisiensi dan biaya, ketersediaan solusi dan terakhir kebijakan dan langkah pemerintah. Proses keputusan investasi di KEK Sei Mangkei diawali dari adanya kebijakan dan langkah pemerintah. Kemudian investor kemudian melakukan evaluasi internal untuk kemudian melakukan penilaian mengenai fitur KEK Sei Mangkei dan proyeksi efisiensi serta biaya. Kemudian, investor mengambil keputusan investasi

Kata Kunci: Kawasan Ekonomi Khusus (KEK), Investasi, Promosi Peluang
Investasi, Perilaku Investasi, dan Faktor Investasi

ABSTRACT

SEZ Sei Mangkei was inaugurated in 2015 and has an area of 1,938.8 hectares with palm oil and rubber as the main raw materials. The Indonesian government itself has a target for the Sei Mangkei SEZ to bring in an investment of 129 trillion rupiahs and employ 83,304 people by 2031. However, until now as much as 92.6 percent of the land allocation for the industry in the Sei Mangkei SEZ has not been filled and only five companies have invested in SEZ Sei Mangkei. This study aims to find out what factors investors consider in investing in SEI Mangkei and what marketing communication messages can convey to increase investment in SEI Mangkei.

This research is descriptive qualitative, with an analytical tool, namely content analysis. The data from the interviews were grouped based on the content categories that had been prepared by the researcher. The results of the content categories are grouped again into a description and theme of meaning, to make it easier for researchers to interpret the data.

The results show that the SEZ Sei Mangkei feature is the most dominant theme that determines investment decisions by investors, followed by internal investors, projected efficiency and costs, availability of solutions, and finally government policies and measures. The investment decision process at SEZ Sei Mangkai begins with government policies and steps. The investor then conducts an internal evaluation to then assess the features of the SEZ Sei Mangkei and the projected efficiency and costs. Then, investors make investment decisions

Keywords: Special Economic Zones (SEZ), Investment, Promotion of Opportunities Investment, Investment Behavior, and Investment Factors