

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Berdasarkan data dari Kementerian Investasi dan Hilirisasi/BKPM dalam laporan *press release* Capaian Realisasi Investasi Triwulan I tahun 2025, Penanaman Modal Asing (PMA) sebagai bentuk realisasi investasi di Indonesia telah mencapai US\$14.398,80 juta atau setara Rp230 triliun. Berikut adalah data dari total jumlah investasi tersebut. Jumlah realisasi PMA ini meningkat sekitar 12,7% dibandingkan periode yang sama pada tahun 2024, yakni sebesar Rp204 triliun.

**Peringkat Realisasi Triwulan I 2025: Berdasarkan Subsektor**

PMDN				PMA			
No	Subsektor	Tambahan Investasi (Rp Miliar)	Proyek	No	Subsektor	Tambahan Investasi (US\$ Juta)	Proyek
1	Transportasi, Gudang dan Telekomunikasi	48.359,66	19.039	1	Industri Logam Dasar, Barang Logam, Bukan Mesin dan Peralatannya	3.643,47	1.397
2	Pertambangan	29.531,26	7.144	2	Pertambangan	1.192,03	1.166
3	Perumahan, Kawasan Industri dan Perkantoran	25.293,53	10.656	3	Transportasi, Gudang dan Telekomunikasi	1.133,99	3.304
4	Jasa Lainnya	23.659,45	38.902	4	Jasa Lainnya	1.080,79	18.181
5	Perdagangan dan Reparasi	18.910,77	105.023	5	Industri Kimia Dan Farmasi	913,72	1.818
6	Industri Makanan	14.055,75	7.906	6	Perumahan, Kawasan Industri dan Perkantoran	763,01	10.542
7	Listrik, Gas dan Air	13.406,92	4.791	7	Industri Kertas dan Percetakan	668,95	721
8	Tanaman Pangan, Perkebunan, dan Peternakan	11.317,87	4.654	8	Industri Kendaraan Bermotor dan Alat Transportasi Lain	666,24	1.094
9	Industri Logam Dasar, Barang Logam, Bukan Mesin dan Peralatannya	8.983,70	2.159	9	Perdagangan dan Reparasi	652,27	30.144
10	Konstruksi	8.085,42	55.187	10	Industri Makanan	611,48	2.988
11	Hotel dan Restoran	7.576,66	14.513	11	Industri Mesin, Elektronik, Instrumen Kedokteran, Peralatan Listrik, Presisi, Optik dan Jam	595,26	1.701
12	Industri Kimia Dan Farmasi	7.130,61	3.192	12	Listrik, Gas dan Air	522,66	871
13	Industri Kendaraan Bermotor dan Alat Transportasi Lain	3.488,05	1.055	13	Industri Barang dari Kulit dan Alas Kaki	415,99	625
14	Kehutanan	2.463,55	1.319	14	Industri Karet dan Plastik	321,95	1.019
15	Industri Kertas dan Percetakan	2.195,43	1.612	15	Tanaman Pangan, Perkebunan, dan Peternakan	284,77	1.275
16	Industri Karet dan Plastik	2.002,30	1.533	16	Industri Tekstil	225,23	1.353
17	Industri Mineral Non Logam	1.915,42	1.765	17	Hotel dan Restoran	204,92	9.081
18	Industri Tekstil	1.793,60	1.706	18	Industri Mineral Non Logam	182,23	424
19	Industri Mesin, Elektronik, Instrumen Kedokteran, Peralatan Listrik, Presisi, Optik dan Jam	1.500,63	2.993	19	Konstruksi	123,99	2.376
20	Industri Lainnya	1.327,28	3.517	20	Industri Lainnya	115,30	1.452
21	Perikanan	935,04	4.812	21	Industri Kayu	41,02	617
22	Industri Kayu	526,97	1.307	22	Kehutanan	34,81	165
23	Industri Barang dari Kulit dan Alas Kaki	370,96	241	23	Perikanan	4,74	390
TOTAL		234.830,84	295.026	TOTAL		14.398,80	92.704

**Gambar 1.1 Peringkat Realisasi Investasi T1 2025**  
**Sumber: Laporan Kementerian Investasi dan Hilirisasi**

Adapun berdasarkan data triwulan I tahun 2025, lima (5) besar subsektor realisasi investasi PMA diantaranya adalah industri logam dasar (barang logam, bukan mesin dan peralatannya); pertambangan; transportasi, gudang, dan telekomunikasi; jasa lainnya; serta industri kimia dan farmasi.



## 5 Besar Subsektor Realisasi Investasi: Triwulan I 2025



**Gambar 1.2 Lima Besar Subsektor Realisasi Investasi T1 2025**  
Sumber: Laporan Kementerian Investasi dan Hilirisasi

Selain itu, lima besar negara yang mendominasi PMA di Indonesia adalah Singapura, Hongkong, Tiongkok, Malaysia, dan Jepang. Hal ini sejalan dengan tren regionalisasi investasi di kawasan Asia Tenggara, di mana Indonesia dipandang sebagai lokasi yang strategis untuk pengembangan industri berorientasi ekspor maupun pasar domestik yang besar.



## 5 Besar Negara Realisasi Investasi PMA: Triwulan I 2025



**Gambar 1.3 Lima Besar Negara Realisasi Investasi T1 2025**  
Sumber: Laporan Kementerian Investasi dan Hilirisasi

Adapun peringkat realisasi investasi berdasarkan lokasi di triwulan I tahun 2025, dimulai dari provinsi Jawa Barat, Sulawesi Tengah, Jakarta, Maluku Utara, Banten, Jawa Tengah, Jawa Timur, Kepulauan Riau, Bali, dan Kalimantan Timur. Peringkat realisasi tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.

 **Peringkat Realisasi Triwulan I 2025: Berdasarkan Lokasi**

PMDN				PMA			
No	Provinsi	Tambahan Investasi (Rp Miliar)	Proyek	No	Provinsi	Tambahan Investasi (US\$ Juta)	Proyek
1	Jakarta	42.242,45	86.194	1	Jawa Barat	2.171,83	11.917
2	Jawa Barat	33.792,46	46.490	2	Sulawesi Tengah	1.903,43	457
3	Jawa Timur	22.114,84	29.161	3	Jakarta	1.720,22	28.257
4	Riau	18.037,67	4.863	4	Maluku Utara	1.411,05	237
5	Banten	15.141,09	19.525	5	Banten	995,14	6.334
6	Kalimantan Timur	12.607,41	7.458	6	Jawa Tengah	880,12	3.384
7	Sumatera Utara	10.975,72	9.131	7	Jawa Timur	870,62	4.201
8	Nusa Tenggara Barat	10.340,52	2.748	8	Kepulauan Riau	595,65	2.126
9	Sumatera Selatan	9.837,70	6.074	9	Bali	481,43	24.636
10	Jawa Tengah	7.766,81	17.047	10	Kalimantan Timur	450,82	875
11	Kalimantan Barat	5.450,40	4.338	11	Papua Tengah	437,15	50
12	Kalimantan Selatan	5.259,24	3.389	12	Sumatera Utara	411,87	1.181
13	Bali	4.554,65	6.745	13	Kalimantan Utara	246,22	112
14	Kalimantan Tengah	3.855,58	2.208	14	Sumatera Selatan	242,38	461
15	Kepulauan Riau	3.691,20	5.001	15	Riau	224,56	638
16	Jambi	3.335,71	2.715	16	Kalimantan Barat	209,31	476
17	Lampung	2.654,58	4.131	17	Kalimantan Tengah	206,35	399
18	Maluku Utara	2.497,72	1.097	18	Nusa Tenggara Barat	156,60	2.447
19	Kalimantan Utara	2.469,05	804	19	Sulawesi Tenggara	148,86	236
20	Sulawesi Selatan	2.420,79	7.455	20	Kalimantan Selatan	118,85	298
21	Kepulauan Bangka Belitung	2.353,18	1.940	21	Sulawesi Utara	106,81	262
22	Sulawesi Tengah	2.199,42	2.497	22	Lampung	94,47	560
23	Sulawesi Tenggara	2.075,17	2.002	23	Sumatera Barat	56,65	497
24	Sulawesi Utara	1.371,79	3.041	24	Papua Barat	54,09	76
25	Aceh	1.323,96	4.029	25	Daerah Istimewa Yogyakarta	51,34	527
26	Daerah Istimewa Yogyakarta	1.227,69	3.218	26	Lampung	40,73	389
27	Gorontalo	1.215,90	1.042	27	Nusa Tenggara Timur	30,86	570
28	Sumatera Barat	1.141,09	2.287	28	Jambi	25,02	221
29	Nusa Tenggara Timur	696,82	1.811	29	Kepulauan Bangka Belitung	14,03	206
30	Bengkulu	686,39	1.186	30	Aceh	10,32	206
31	Sulawesi Barat	377,34	841	31	Papua Selatan	9,20	65
32	Papua Barat Daya	341,98	809	32	Papua Barat Daya	7,37	58
33	Papua Selatan	298,27	301	33	Bengkulu	7,30	101
34	Maluku	254,69	1.194	34	Gorontalo	4,41	56
35	Papua	108,49	891	35	Sulawesi Barat	2,36	48
36	Papua Barat	93,00	640	36	Papua	0,93	98
37	Papua Tengah	18,58	618	37	Maluku	0,46	62
38	Papua Pegunungan	1,47	25				
TOTAL		234.830,84	295.026	TOTAL		14.398,80	92.704

**Gambar 1.4 Peringkat Realisasi Investasi T1 2025 Berdasarkan Lokasi**  
**Sumber: Laporan Kementerian Investasi dan Hilirisasi**

Penanaman Modal Asing tersebut dilakukan dengan menargetkan lokasi-lokasi di Indonesia yang memiliki potensi bisnis sesuai dengan bidang-bidang yang tertuju. Dalam hal ini, penulis menyoroti salah satu provinsi yang menjadi target PMA, yakni Provinsi Kepulauan Riau. Kepulauan Riau seringkali menduduki peringkat yang tinggi dalam kontribusi terhadap realisasi investasi, khususnya untuk Penanaman Modal Asing. Pada tahun 2024, Kepulauan Riau menempati peringkat ketujuh capaian realisasi investasi PMA.

Kepulauan Riau (Kepri) adalah salah satu provinsi di Indonesia yang terletak di Pulau Sumatera. Provinsi Kepulauan Riau terdiri dari dua (2) kota dan lima (5) kabupaten, diantaranya adalah Kota Batam, Kota Tanjung Pinang, Kabupaten Bintan, Kabupaten Karimun, Kabupaten Natuna, Kabupaten Lingga, dan Kabupaten Kepulauan Anambas ([kepriprov.go.id](http://kepriprov.go.id)). Salah satu kota di Provinsi Kepulauan Riau yang memiliki potensi sangat tinggi sebagai target bisnis dalam PMA adalah Kota Batam. Sejak awal pembentukannya pada tahun 1970, Kota

Batam telah dirancang menjadi kota industri dari berbagai sektor ([bpbatam.go.id](http://bpbatam.go.id)). Hingga kini, perkiraan industri unggul baik Penanaman Modal Asing (PMA) yang dimiliki Kota Batam adalah sekitar 1.309 industri. Kategori industri tersebut mencakup industri logam dan mesin; kulit, karet, plastik, dan kemasan; elektronik dan elektrika; perkapalan dan penunjang; serta migas dan penunjang.

Letak geografis Batam yang strategis, berada dalam segitiga pertumbuhan *Singapore–Johor–Riau* (SIJORI) *Growth Triangle*, menjadikan Kota Batam sebagai gerbang perdagangan internasional. Kedekatan dengan Singapura dan Malaysia membuat Batam memiliki keunggulan kompetitif dalam menarik PMA, baik dari sisi biaya produksi, tenaga kerja, maupun akses logistik ([bpbatam.go.id](http://bpbatam.go.id)).

Oleh karena itu, kawasan industri di Batam berlomba-lomba menarik investor asing dengan menawarkan fasilitas lengkap, infrastruktur modern, dan lingkungan bisnis yang kondusif. Terlebih, Kota Batam menjadi kota yang ditetapkan sebagai *Free Trade Zone* (FTZ) (lainnya kawasan Bintan dan Karimun) di Indonesia. Hal ini memberikan keuntungan bagi para investor, diantaranya pembebasan bea ekspor dan impor, pembebasan Pajak Pertambahan Nilai (PPN), pembebasan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM), serta mendapatkan *tax holiday* ([bpbatam.go.id](http://bpbatam.go.id)).

Beberapa kawasan industri besar yang terdapat di Batam antara lain Batamindo Industrial Park, Kara Industrial Park, Cammo Industrial Park, Tunas Industrial Park, Citra Buana Industrial Park, serta Panbil Industrial Estate (PIE). Di antara kawasan tersebut, Panbil memiliki posisi yang cukup menonjol karena mengusung konsep *integrated industrial township* seluas kurang lebih 200 hektare. Konsep ini tidak hanya menyediakan fasilitas industri, tetapi juga meliputi kawasan hunian, properti komersial, perhotelan, pusat perbelanjaan, hingga penyediaan utilitas dasar. Dengan demikian, PIE tidak sekadar menjadi kawasan industri, melainkan sebuah ekosistem bisnis terpadu yang memungkinkan perusahaan dan masyarakat berkembang bersama.

Panbil Group saat ini telah mengembangkan portofolio bisnis yang sangat beragam, mulai dari properti residensial mewah (Villa Panbil), properti komersial, hospitality (Wyndham Hotel, Panbil Residence Apartments), pusat perbelanjaan,

energi, hingga penyediaan material konstruksi. Panbil Industrial Estate juga telah ditetapkan sebagai Objek Vital Nasional (Obvitnas), yang menandakan perannya sebagai salah satu entitas penting dalam mendukung ketahanan ekonomi nasional.

Dengan keberagaman lini bisnis dan posisi strategisnya, Panbil Group memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan memperkuat daya saing Batam sebagai pusat investasi. Berbagai bisnis yang dikembangkan tersebut juga kemudian menjadi poin yang sangat menjual dalam menarik investor untuk PIE ([metropolis.batampos.co.id](http://metropolis.batampos.co.id)).

Dengan adanya potensi besar tersebut, Panbil Group harus menggunakan cara yang tepat untuk mengkomunikasikan potensinya. Banyaknya keunggulan dan informasi yang perlu disampaikan mengenai Panbil Industrial Estate harus dikemas dengan baik. Bagi sebuah grup perusahaan yang perlu menarik minat investor, *company profile* merupakan media penting untuk memperkenalkan citra perusahaan, membangun kesan profesional, dan mempermudah komunikasi bisnis. Menurut Lestari dalam Akbar et. al, (2023) disebutkan bahwa *company profile* merupakan suatu gambaran tentang bagaimana terbentuknya perusahaan dan keadaan perusahaan saat ini. Adapun manfaatnya adalah sebagai alat *marketing* untuk menggaet konsumen secara efektif dikarenakan *company profile* memiliki unsur visual berupa gambar dan teks. *Company Profile* dalam hal ini menjadi media yang memperkenalkan perusahaan secara profesional serta menunjukkan *image* perusahaan.

Selain itu, menurut Sunarya dalam (Sary, 2020) *company profile* adalah suatu alat komunikasi yang efektif dan penting, terutama bagi perusahaan yang juga menerapkan penjualan *Business to Business (B2B)* dikarenakan *company profile* dianggap mampu untuk menyampaikan segala bentuk dan jenis informasi yang dibutuhkan oleh calon *customer* atau *customer* ataupun untuk menawarkan sesuatu dari perusahaan kepada calon *customer*.

*Company profile* umumnya berisi sejarah, visi dan misi, struktur organisasi, produk atau jasa, serta capaian perusahaan. Dengan desain visual yang menarik dan konten yang sistematis, *company profile* dapat menjadi alat komunikasi yang efektif, mempercepat proses negosiasi, dan meningkatkan kepercayaan calon klien.

Media komunikasi yang ada saat ini, yakni *company profile* Panbil Group dan *company profile* Panbil Industrial Estate sudah cukup informatif. Berikut adalah tampilan dari *company profile* Panbil Group.



**Gambar 1.5 Company Profile Panbil Group**  
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)



**Gambar 1.6 Company Profile PIE**  
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Namun diperlukan penyesuaian kembali, misalnya mengenai informasi-informasi mengenai keuntungan akan Batam Free-Trade-Zone (FTZ) perlu dijelaskan lebih lanjut dalam *Company Profile*. Selain itu dari sisi tema *company profile* seharusnya lebih disesuaikan lagi dengan ciri khas perusahaan. Demikian, *company profile* untuk Panbil Industrial Estate dapat lebih disesuaikan lagi dengan *company profile* dari Panbil Group.

Menyadari pentingnya peran tersebut, diperlukan pembaruan *Company Profile* Panbil Industrial Estate. *Company profile* baru ini dirancang dalam format



*digital* agar lebih fleksibel digunakan oleh tim internal dalam berbagai kesempatan, mulai dari pertemuan bisnis, pameran investasi, hingga presentasi formal kepada calon mitra. Konten yang disajikan akan mencakup foto-foto pendukung, infografis, data terbaru, serta narasi yang disusun dengan alur sistematis. Visualnya akan menekankan pada identitas merek Panbil dengan dominasi warna biru, dan putih sebagai representasi profesionalisme, kepercayaan, dan energi perusahaan.

Dengan adanya *company profile* baru yang komprehensif dan menarik, diharapkan mampu menjadi alat promosi efektif bagi tim marketing dalam memperkenalkan potensi dan fasilitas kawasan kepada calon investor. Selain itu, *company profile* ini juga akan menjadi aset komunikasi strategis yang mendukung Panbil Industrial Estate dalam bersaing dengan kawasan industri lain di Batam maupun di tingkat nasional.

Menurut Cornelissen (2023), berinvestasi pada *company profile* untuk memperkuat identitas perusahaan merupakan hal yang efektif, terutama pada bidang perusahaan yang memiliki banyak pesaing. Apabila terdapat banyak pilihan perusahaan, maka calon konsumen dapat mulai mencari tahu tentang perusahaan dengan akurat melalui *company profile*. Selain itu, *company profile* dapat menjadi nilai tambah bagi sebuah perusahaan untuk menjadi nilai pembeda dan jaminan kepercayaan.

Hasil diskusi dengan pihak perusahaan melahirkan kesepakatan untuk merancang sebuah *company profile* yang mampu menampilkan informasi komprehensif mengenai Panbil Industrial Estate. *Company Profile* ini akan memuat gambaran menyeluruh tentang Panbil Industrial Estate. Kehadiran *company profile* yang terstruktur diharapkan dapat memperkuat cara perusahaan menyampaikan informasi, meningkatkan kepercayaan calon mitra dan investor, serta mendukung upaya komunikasi korporasi yang lebih efektif.

## **1.2 Tujuan Karya**

Sebagai bagian dari strategi komunikasi korporasi, *company profile* Panbil Group dirancang dengan tujuan untuk menyajikan informasi yang lengkap, akurat, dan menarik bagi calon mitra maupun investor. *Company profile* ini diharapkan dapat menjadi media pendukung dalam proses komunikasi bisnis, khususnya saat

melakukan presentasi atau pertemuan strategis, sehingga mampu meningkatkan pemahaman, kepercayaan, dan ketertarikan pihak eksternal terhadap Panbil Group.

### **1.3 Kegunaan Karya**

Kegunaan karya *company profile* ini terbagi ke dalam dua kategori, yaitu kegunaan secara akademis dan kegunaan secara praktis.

#### **1.3.1 Kegunaan Akademis**

Karya ini merupakan implementasi dari ilmu dan keterampilan yang diperoleh selama perkuliahan di Fakultas Ilmu Komunikasi. Selain itu, karya ini juga dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa lain yang akan mengerjakan tugas akhir dengan luaran serupa, yaitu perancangan *digital company profile* sebagai media komunikasi korporasi.

#### **1.3.2 Kegunaan Praktis**

Secara praktis, *company profile* ini dapat dimanfaatkan langsung oleh Panbil Group sebagai sarana penyampaian informasi resmi perusahaan, baik untuk memperkenalkan identitas dan portofolio bisnis, maupun sebagai materi *approaching* kepada calon mitra, investor, dan stakeholder lainnya. Dengan demikian, karya ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memperkuat citra positif serta mendukung kegiatan pemasaran dan pengembangan jaringan bisnis.

#### **1.3.3 Kegunaan Sosial**

Perancangan *company profile* Panbil Industrial Estate sebagai media promosi ini diharapkan tidak hanya memberikan manfaat bagi perusahaan, namun juga memiliki nilai dan kegunaan sosial yang lebih luas. Kajian informasi yang transparan dan menarik dalam *company profile* diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan public terhadap Panbil Group, khususnya Panbil Industrial Estate sebagai kawasan industri yang juga berkomitmen pada pembangunan yang berkelanjutan. *Company profile* ini juga diharapkan dapat menjadi sarana edukasi bagi masyarakat mengenai peran kawasan industri dalam pertumbuhan ekonomi. Dengan demikian, *company profile* ini dapat membuka peluang kerjasama antara Panbil Group dengan berbagai pihak, mulai dari masyarakat, pemerintahan, komunitas, investor, dan pihak lainnya.