



SALINAN

PROPINSI BANTEN
PERATURAN BUPATI PANDEGLANG
NOMOR 22 TAHUN 2021

TENTANG
PEDOMAN PELAKSANAAN PROMOSI

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

BUPATI PANDEGLANG

- Menimbang : a. bahwa untuk meningkatkan kualitas promosi secara berkelanjutan, efektif dan efisien diperlukan promosi yang terpadu dan terintegrasi serta untuk meningkatkan koordinasi antar Perangkat Daerah di lingkungan pemerintah Kabupaten Pandeglang dalam pelaksanaan promosi penanaman modal dan produk/jasa unggulan yang dimiliki oleh Kabupaten Pandeglang;
- b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu menetapkan Peraturan Bupati Pandeglang tentang Pedoman Pelaksanaan Promosi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2000 tentang Pembentukan Propinsi Banten (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 182, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4010);
2. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 67, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4724); sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 245, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6573);
3. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Informasi Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 61, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4846);

4. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 6, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5494);
5. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 558) sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 55, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5679);
6. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 245, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6573);
7. Peraturan Pemerintah Nomor 96 Tahun 2012 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 215, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5357);
8. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2014 tentang Pedoman Pengembangan Produk Unggulan Daerah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 116);
9. Peraturan Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal Nomor 3 Tahun 2019 tentang Pedoman dan Tata Cara Promosi Penanaman Modal (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 524);
10. Peraturan Daerah Kabupaten Pandeglang Nomor 6 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah (Lembaran Daerah Kabupaten Pandeglang Tahun 2016 Nomor 6);
11. Peraturan Daerah Kabupaten Pandeglang Nomor 2 Tahun 2020 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kabupaten Pandeglang Nomor 3 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Pandeglang Tahun 2011-2031 (Lembaran Daerah Kabupaten Pandeglang Tahun 2020 Nomor 2).

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN BUPATI PANDEGLANG TENTANG PEDOMAN PELAKSANAAN PROMOSI.

BAB I
KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Bupati ini yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah Kabupaten Pandeglang.
2. Pemerintah Daerah adalah Bupati sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom.
3. Bupati adalah Bupati Pandeglang.
4. Sekretaris Daerah adalah Sekretaris Daerah Kabupaten Pandeglang.
5. Perangkat Daerah adalah unsur pembantu Bupati dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dalam penyelenggaraan Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah.
6. Penanaman Modal adalah segala bentuk kegiatan menanam modal, baik oleh penanam modal dalam negeri maupun penanam modal asing, untuk melakukan usaha di wilayah negara Republik Indonesia.
7. Penanam Modal adalah perorangan atau badan usaha yang melakukan penanaman modal yang dapat berupa penanam modal dalam negeri dan penanam modal asing.
8. Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan, dan/atau meyakinkan tentang potensi dan peluang serta iklim penanaman modal kepada pemangku kepentingan baik di dalam negeri maupun luar negeri.
9. Potensi adalah ketersediaan sumber daya yang masih belum tergalai yang terdapat pada suatu daerah yang mempunyai nilai ekonomi.
10. Peluang adalah potensi yang sudah siap untuk ditawarkan kepada calon penanam modal.
11. Produk/jasa unggulan adalah produk/jasa yang potensial dikembangkan pada suatu daerah dengan memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia lokal yang berorientasi pasar dan ramah lingkungan.
12. Minat investasi adalah kecenderungan/keinginan penanam modal mendalami peluang usaha untuk menanamkan modal di Kabupaten Pandeglang.
13. Analisis adalah sebuah aktifitas memuat kegiatan memilah, mengurai, membedakan sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan menurut kriteria tertentu lalu dicari, ditaksir makna dan kaitannya.
14. Sarana promosi adalah segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat atau media untuk menunjang kegiatan promosi.
15. Pameran adalah kegiatan yang diadakan dan/atau diikuti baik di dalam negeri maupun luar negeri dalam upaya memberikan informasi dan memperkenalkan sektor terkait penanaman modal dan produk/jasa unggulan yang siap ditawarkan.
16. Penerimaan Misi adalah kegiatan menerima kunjungan individual atau sekelompok orang yang merupakan penanam modal potensial untuk memperoleh informasi dan peluang serta iklim penanaman modal di Kabupaten Pandeglang.

17. Forum Bisnis adalah kegiatan penyebaran informasi secara luas tentang potensi dan peluang serta iklim penanaman modal yang diselenggarakan dalam bentuk seminar dan/atau diskusi panel kepada pemangku kepentingan baik di dalam negeri maupun di luar negeri.
18. Tim Promosi Terpadu adalah kelompok kerja yang terdiri dari unsur-unsur kerja Perangkat Daerah terkait yang mempunyai kewenangan untuk melaksanakan promosi.

Pasal 2

- (1) Maksud ditetapkan Peraturan Bupati ini adalah sebagai pedoman Perangkat Daerah Kabupaten Pandeglang dalam melaksanakan promosi penanaman modal dan produk/jasa unggulan yang dimiliki Kabupaten Pandeglang.
- (2) Tujuan ditetapkan Peraturan Bupati ini adalah untuk meningkatkan kualitas promosi secara berkelanjutan, efektif dan efisien dan dilaksanakan secara terpadu dalam satu wadah.

BAB II

RUANG LINGKUP

Pasal 3

Ruang Lingkup yang diatur dalam Peraturan Bupati ini meliputi:

- a. Tim Promosi Terpadu;
- b. perumusan strategi promosi;
- c. penyediaan sarana promosi; dan
- d. pelaksanaan promosi.

BAB III

TIM PROMOSI TERPADU

Pasal 4

- (1) Tim Promosi Terpadu merupakan gabungan Perangkat Daerah yang melaksanakan promosi penanaman modal dan produk/jasa unggulan yang dimiliki Kabupaten Pandeglang dan ditetapkan dengan Keputusan Bupati.
- (2) Dalam melaksanakan promosi sebagaimana dimaksud ayat (1) Tim Promosi Terpadu memiliki tugas sebagai berikut:
 - a. perumusan strategi promosi;
 - b. penyediaan sarana promosi;
 - c. pelaksanaan kegiatan promosi penanaman modal dan produk/jasa unggulan yang dimiliki Kabupaten Pandeglang; dan
 - d. fasilitasi dan koordinasi dalam rangka penyelenggaraan promosi.

- (3) Susunan Tim Promosi Terpadu sebagaimana dimaksud ayat (1) terdiri dari:
 - a. pembina;
 - b. pengarah;
 - c. ketua;
 - d. sekretaris; dan
 - e. anggota.
- (4) Tim Promosi Terpadu sebagaimana dimaksud ayat (1) dalam melaksanakan tugas dibantu oleh Tim Sekretariat yang berasal dari unsur pegawai Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Pasal 5

- (1) Tim Promosi Terpadu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) terdiri dari unsur perangkat daerah dan dibagi dalam kelompok kerja yaitu:
 - a. kelompok kerja perencanaan promosi;
 - b. kelompok Kerja Sarana dan Prasarana; dan
 - c. kelompok kerja promosi.
- (2) Kelompok kerja perencanaan promosi sebagaimana dimaksud ayat (1) huruf a terdiri dari:
 - a. unsur perangkat daerah Sekretariat Daerah;
 - b. unsur perangkat daerah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah;
 - c. unsur perangkat daerah Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu; dan
 - d. unsur perangkat daerah Dinas Komunikasi Informatika Sandi dan Statistik;
- (3) Kelompok kerja sarana dan prasarana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b terdiri dari:
 - a. unsur perangkat daerah Sekretariat Daerah;
 - b. unsur perangkat daerah Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
 - c. unsur perangkat daerah Badan Pengelolaan Keuangan Daerah;
 - d. unsur perangkat daerah Dinas Pekerjaan umum dan Penataan Ruang;
 - e. unsur perangkat daerah Dinas Perumahan, Kawasan Permukiman dan Pertanahan;
 - f. unsur perangkat daerah Dinas Perindustrian, Perdagangan dan ESDM;
 - g. unsur perangkat daerah Dinas Koperasi dan UMKM;
 - h. unsur perangkat daerah Dinas Pertanian;
 - i. unsur perangkat daerah Dinas Perikanan;
 - j. unsur perangkat daerah Dinas Lingkungan Hidup;
 - k. unsur perangkat daerah Dinas Perhubungan; dan
 - l. unsur perangkat daerah Dinas Pariwisata; dan
 - m. unsur perangkat daerah Dinas Ketahanan Pangan.
- (4) Kelompok kerja promosi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c terdiri dari:
 - a. unsur perangkat daerah Sekretariat Daerah;

- b. unsur perangkat daerah Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
- c. unsur perangkat daerah Dinas Pariwisata;
- d. unsur perangkat daerah Dinas Perindustrian, Perdagangan dan ESDM;
- e. unsur perangkat daerah Dinas Koperasi dan UMKM;
- f. unsur perangkat daerah Dinas Komunikasi, Informatika, Sandi dan Statistik; dan
- g. administrator Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung.

Pasal 6

- (1) Kelompok kerja perencanaan, evaluasi dan analisa promosi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1) huruf a bertugas melaksanakan perumusan strategi promosi untuk mendorong peningkatan minat penanaman modal dan produk/jasa unggulan yang dimiliki Kabupaten Pandeglang.
- (2) Kelompok kerja sarana dan prasarana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1) huruf b bertugas melaksanakan penyediaan sarana promosi berdasarkan hasil perumusan strategi promosi untuk mendukung pelaksanaan kegiatan promosi.
- (3) Kelompok kerja promosi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1) huruf c bertugas:
 - a. melaksanakan kegiatan promosi penanaman modal dan produk/jasa unggulan yang dimiliki Kabupaten Pandeglang; dan
 - b. fasilitasi dan koordinasi dalam rangka penyelenggaraan promosi;

BAB IV

PERUMUSAN STRATEGI PROMOSI

Pasal 7

Perumusan strategi promosi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf b meliputi:

- a. Penyusunan rencana kerja dan target kerja promosi; dan
- b. Penyusunan analisis potensi dan peluang investasi.

Pasal 8

Penyusunan rencana kerja dan target kerja promosi sebagaimana dimaksud Pasal 7 huruf a dilakukan melalui beberapa tahap yang meliputi:

- a. Penetapan rencana kerja triwulan, semester dan tahunan;
- b. Penetapan target kerja promosi;
- c. Koordinasi dan pembahasan secara berkala; dan
- d. Analisis, Evaluasi dan pelaporan pelaksanaan promosi;

Pasal 9

Penyusunan analisis potensi dan peluang investasi sebagaimana dimaksud Pasal 7 huruf b dilakukan melalui beberapa tahap yang meliputi:

- a. identifikasi sektor dan wilayah prioritas promosi;
- b. penyusunan analisis potensi dan peluang investasi; dan
- c. penyusunan analisis potensi produk/jasa unggulan;

Pasal 10

(1) Identifikasi sektor dan wilayah prioritas promosi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 huruf a meliputi:

- a. sektor prioritas investasi yang terdiri dari:
 1. peruntukan pertanian;
 2. peruntukan perikanan;
 3. peruntukan industri; dan
 4. peruntukan pariwisata dan industri kreatif.
- b. sektor pendukung investasi yang terdiri dari:
 1. perdagangan barang dan jasa;
 2. permukiman; dan
 3. pelaku usaha kecil dan menengah

(2) Identifikasi sektor dan wilayah prioritas promosi sebagaimana dimaksud ayat (1) dilakukan dengan mengacu pada:

- a. dokumen perencanaan penanaman modal nasional dan daerah jangka panjang, menengah maupun rencana kerja tahunan, serta sumber informasi terkait penanaman modal lainnya;
- b. dokumen perencanaan lainnya serta sumber informasi terkait perencanaan kewilayahan lainnya; dan
- c. tren dan isu-isu strategis penanaman modal dari berbagai sumber informasi;

(3) Dokumen Perencanaan Lainnya sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf b merupakan dokumen yang terdiri dari:

- a. Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW);
- b. Rencana Pembagunan Jangka Menengah (RPJM);
- c. Rencana Detail Tata Ruang (RDTR);
- d. Rencana Umum Penanaman Modal (RUPM) Kabupaten;
- e. Rencana Induk Pembangunan Industri Daerah (RIPID);
- f. Rencana Induk Pariwisata Daerah (RIPDA);
- g. Rencana Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (RPPLH);
- h. Lahan Pangan Pertanian Berkelanjutan (LP2B);
- i. Rencana Induk Jaringan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (RILD);
- j. Rencana Pembangunan dan Pengembangan Perumahan dan Kawasan Perumahan (RP3KP); dan
- k. *Masterplan* Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK).

- (4) Dokumen sebagaimana dimaksud ayat (3) disusun dan disediakan oleh Perangkat Daerah teknis terkait sesuai dengan kewenangan dan peraturan perundang-undangan.

Pasal 11

Penyusunan analisis potensi dan peluang investasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 huruf b meliputi data variabel paling sedikit:

- a. deskripsi singkat geografis dan demografi;
- b. legalitas kesesuaian ruang dan teknis;
- c. nama dan jenis potensi investasi;
- d. lokasi (Kecamatan, Kelurahan/Desa);
- e. bidang Usaha Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) sesuai peruntukan ruang;
- f. estimasi kebutuhan investasi;
- g. produk yang dihasilkan;
- h. perkiraan kebutuhan luas lahan;
- i. status kepemilikan lahan saat ini;
- j. aspek lingkungan;
- k. pola/skema investasi; dan
- l. daya dukung ketersediaan sarana dan prasarana.

Pasal 12

Penyusunan analisis produk/jasa unggulan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 huruf c berupa Produk Unggulan Daerah (PUD) dan destinasi wisata yang meliputi data variabel paling sedikit:

- a. deskripsi singkat produk/jasa unggulan mengenai jenis-jenis produk /jasa yang diunggulkan;
- b. deskripsi daya tarik jenis produk unggulan daerah dan daya tarik ke khasan/keunikan;
- c. data dan identitas pelaku usaha produk/jasa unggulan;
- d. lokasi dan jarak tempuh pelaku usaha produk/jasa unggulan;
- e. kapasitas produksi/jasa unggulan;
- f. estimasi harga jual/biaya kunjungan produk/jasa unggulan;
- g. fasilitas pendukung yang disediakan; dan
- h. kebutuhan dan kesiapan kerjasama dengan pelaku usaha.

Pasal 13

- (1) Produk Unggulan Daerah (PUD) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 disusun berdasarkan kriteria sebagaimana tercantum dalam Lampiran Peraturan ini.
- (2) Penentuan Produk Unggulan Daerah (PUD) dilaksanakan menggunakan metode analisa berdasarkan kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan dilakukan penilaian oleh Tim Verifikasi Produk Unggulan Daerah (PUD) yang ditetapkan dengan Keputusan Bupati.

- (3) Produk Unggulan Daerah (PUD) sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan dengan Keputusan Bupati.

BAB V PENYEDIAAN SARANA PROMOSI

Pasal 14

- (1) Penyediaan sarana promosi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf c dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:
- a. Identifikasi materi sarana promosi dengan mempertimbangkan:
 1. informasi terkait penanaman modal dan produk/jasa unggulan;
 2. sektor dan wilayah prioritas promosi; dan
 3. pertimbangan strategis lain yang menjadi program pemerintah daerah.
 - b. Penyusunan materi sarana promosi;
 - c. Penentuan format sarana promosi dalam bentuk cetak dan/atau elektronik berdasarkan hasil penyusunan materi sarana promosi; dan
 - d. Pembuatan desain sarana promosi dalam bentuk media cetak dan elektronik berdasarkan format yang telah ditentukan;
- (2) Penyediaan sarana promosi sebagaimana dimaksud ayat (1) dilaksanakan dan disepakati bersama Tim Promosi Terpadu.

Pasal 15

Materi sarana promosi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 huruf b dapat memuat informasi terkait:

- a. prosedur perizinan penanaman modal;
- b. iklim penanaman modal;
- c. potensi dan peluang penanaman modal;
- d. insentif penanaman modal; dan
- e. biaya melakukan usaha.

Pasal 16

Format sarana promosi dalam bentuk cetak sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 huruf c dapat berupa:

- a. selebaran;
- b. poster;
- c. banner, spanduk, dan baliho;
- d. buku informasi;
- e. Papan informasi / *panel interpretasi*/interaktif;
- f. Iklan kolom dalam surat kabar dan/atau majalah; dan
- g. bentuk iklan/promosi media cetak lainnya.

Pasal 17

- (1) Format sarana promosi dalam bentuk elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 huruf c dapat berupa:
 - a. iklan atau siaran melalui media televisi;
 - b. konten melalui media sosial;
 - c. konten melalui *situs web*;
 - d. kolom dalam surat kabar dan/atau majalah *online*;
 - e. bentuk lain melalui media elektronik lainnya.
 - f. Iklan kolom dalam surat kabar dan/atau majalah; dan
 - g. bentuk iklan/promosi media cetak lainnya.
- (2) Media sosial dan *situs website* sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b dan huruf c adalah media sosial dan *website* khusus promosi Kabupaten Pandeglang.

Pasal 18

- (1) Penyediaan pengadaan sarana dan prasarana promosi dapat dilaksanakan oleh Tim Sekretariat dan/atau Perangkat Daerah terkait.
- (2) *Website* khusus promosi Kabupaten Pandeglang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 ayat (2) dilaksanakan dan dikelola oleh Tim Sekretariat.

BAB VI

PELAKSANAAN PROMOSI

Pasal 19

Pelaksanaan promosi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf d meliputi:

- a. publikasi informasi melalui sarana promosi;
- b. penyelenggaraan dan/atau partisipasi pada pameran penanaman modal dan produk/jasa unggulan;
- c. seminar, forum bisnis dan/atau pertemuan tatap muka;
- d. penerimaan misi dan/atau pendampingan penanaman modal; dan
- e. penyelenggaraan perwakilan diluar daerah dalam negeri dan diluar negeri;

Pasal 20

- (1) Publikasi informasi melalui sarana promosi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 huruf a dilakukan meliputi:
 - a. pendistribusian melalui pameran, seminar, forum bisnis, pertemuan tatap muka, penerimaan misi dan/atau pendampingan penanaman modal;
 - b. penayangan iklan melalui media cetak dan elektronik pada skala nasional dan internasional; dan
 - c. pengelolaan situs website dan media sosial promosi.

- (2) Penyelenggaraan dan/atau partisipasi pada pameran penanaman modal dan produk/jasa unggulan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 huruf b dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:
 - a. penyusunan rencana penyelenggaraan dan/atau partisipasi pameran di dalam negeri dan di luar negeri sesuai dengan sektor dan wilayah prioritas promosi serta isu strategis lainnya;
 - b. penentuan tema dan/atau penyiapan materi pameran;
 - c. penyiapan konsep desain pameran sesuai dengan tema pameran;
 - d. koordinasi persiapan penyelenggaraan dan/atau partisipasi pameran; dan
 - e. pelaksanaan penyelenggaraan dan/atau partisipasi pameran.
- (3) Seminar, forum bisnis dan/atau pertemuan tatap muka sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 huruf c dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:
 - a. penentuan tema, potensi penanaman modal serta proyek yang siap untuk dipromosikan berdasarkan sektor dan wilayah prioritas promosi serta isu dan proyek strategis lainnya;
 - b. penentuan format dan target hasil kegiatan promosi;
 - c. penentuan target penanam modal dan produk/jasa unggulan;
 - d. koordinasi persiapan dengan instansi, lembaga dan pemangku kepentingan terkait; dan
 - e. pelaksanaan seminar, forum bisnis dan/atau pertemuan tatap muka.
- (4) Penerimaan misi dan/atau pendampingan penanaman modal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 huruf d dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:
 - a. koordinasi penerimaan dan/atau pendampingan misi;
 - b. penyiapan data dan informasi yang mencakup potensi penanaman modal dan peluang penanaman modal serta kebijakan penanaman modal di Kabupaten Pandeglang sesuai dengan substansi yang diharapkan oleh penanam modal;
 - c. penyelenggaraan penerimaan misi dan/atau pendampingan misi penanaman modal; dan
 - d. dalam hal pendampingan misi penanam modal, dapat difasilitasi pertemuan dengan pihak terkait di pusat dan daerah serta kunjungan ke lokasi.
- (5) Penyelenggaraan perwakilan diluar daerah dalam negeri dan diluar negeri sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 huruf e dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:
 - a. penyelenggaraan dan pembukaan kantor perwakilan diluar daerah dalam negeri dapat dilakukan setelah melakukan Memorandum of Understanding (MoU) dan/atau Perjanjian Kerja Sama (PKS); dan
 - b. penyelenggaraan perwakilan diluar negeri dapat dilaksanakan setelah berkoordinasi dengan Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM).

BAB VII
PEMBIAYAAN

Pasal 21

- (1) Anggaran biaya pelaksanaan Tim Promosi Terpadu dibebankan pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah melalui Dokumen Pelaksanaan Anggaran Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu selaku Tim Sekretariat.
- (2) Anggaran biaya yang diperlukan selain biaya pelaksanaan Tim Promosi Terpadu sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibebankan kepada Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah melalui Dokumen Pelaksanaan Anggaran Perangkat Daerah pelaksana promosi;

Pasal 22

Perencanaan penganggaran biaya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 yang dilakukan oleh Perangkat Daerah dikoordinasikan dengan Tim Promosi Terpadu.

BAB VIII
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 23

Peraturan Bupati ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Bupati ini dengan menempatkannya dalam Berita Daerah Kabupaten Pandeglang.

Ditetapkan di Pandeglang
pada tanggal 14 Mei 2021
BUPATI PANDEGLANG,

Cap / Ttd

IRNA NARULITA

Diundangkan di Pandeglang
pada tanggal 14 Mei 2021
SEKRETARIS DAERAH KABUPATEN PANDEGLANG,

CAP / TTD

PERI HASANUDIN

BERITA DAERAH KABUPATEN PANDEGLANG TAHUN 2021 NOMOR 22

Salinan sesuai dengan aslinya

KEPALA BAGIAN HUKUM
SETDA KABUPATEN PANDEGLANG,


AGUS AMIN MURSALIN,SH,MM
Nip. 19680702 199503 1 002

LAMPIRAN 1 PERATURAN
BUPATI PANDEGLANG
NOMOR 22 TAHUN 2021
TENTANG PEDOMAN
PELAKSANAAN PROMOSI

KRITERIA PRODUK UNGGULAN DAERAH (PUD)

1. PENYERAPAN TENAGA KERJA

Penyerapan tenaga kerja produk unggulan daerah diproduksi dengan memanfaatkan tenaga kerja terampil didaerah produksi sehingga memberi dampak pada penciptaan lapangan kerja dan pendapatan bagi masyarakat

2. SUMBANGAN TERHADAP PEREKONOMIAN

Sumbangan terhadap perekonomian merupakan produk yang memiliki nilai ekonomis, memberikan manfaat bagi konsumen, memiliki keterkaitan ke depan dan kebelakang, memberiii efek berganda ekonomi dan sekaligus memberikan keuntungan ekonomi bagi seluruh pemangku kepentingan dan daerah yang memproduksi produk unggulan tersebut.

3. SEKTOR BASIS EKONOMI DAERAH

Sektor basis ekonomi daerah merupakan produk unggulan daerah yang masuk dalam kategori kelompok sektor basis dalam PDRB dan memberikan kontribusi terbesar dalam ekonomi daerah.

4. DAPAT DIPERBAHARUI

Dapat diperbaharui memberi makna bahwa produk unggulan daerah bukan barang tambang dan memanfaatkan bahan baku yang dapat diperbaharui dan ramah lingkungan, barang tambang tidak dapat dimasukan sebagai produk unggulan daerah meskipun saat ini memberi kontribusi ekonomi yang besar bagi daerah.

5. SOSIAL BUDAYA

Unsur sosial budaya dalam menciptakan, memproduksi, dan mengembangkan prosuk unggulan daerah adalah menggunakan talenta dan kelembagaan masyarakat yang dibangun dan dikembangkan atas dasar kearifan lokal yang bersumber pada ciri khas dan warisan budaya turun temurun serta kondisi sosial budaya setempat.

6. KETERSEDIAAN PASAR

Ketersediaan pasar adalah kemampuan produk unggulan daerah untuk terserap pada pasar lokal, regional dan nasional serta berpotensi untuk memasuki pasar global.

7. BAHAN BAKU

Bahan baku terjamin ketersediaannya dengan perolehan harga yang kompetitif, terjamin kesinambungannya serta ramah lingkungan.

8. MODAL

Modal adalah ketersediaan dan kecukupan dana bagi kelancaran usaha untuk kebutuhan investasi dan modal kerja.

9. SARANA DAN PRASARANA

Sarana dan prasarana produksi adaah kemudahan bagi pengusaha produk unggulan daerah untuk memperoleh sarana dan prasarana produksi pada tingkat harga yang kompetitif dan mudah diperoleh.

10. TEKNOLOGI

Teknologi yang relevan, tepat guna dan terdapat unsur yang tidak mudah ditiru.

11. MANAJEMEN USAHA

Manajemen usaha merupakan kemampuan mengelola usaha secara profesional dengan memanfaatkan talenta dan kelembagaan masyarakat.

12. HARGA

Harga merupakan kemampuan memberi nilai tambah dan mendatangkan laba usaha.

BUPATI PANDEGLANG,

Cap / Ttd

IRNA NARULITA