

**UPAYA *CITY BRANDING* KOTA PRABUMULIH
SEBAGAI KOTA NANAS OLEH PEMERINTAH
KOTA PRABUMULIH**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian
Persyaratan Dalam Menempuh Derajat
Sarjana S-1 Administrasi Publik**



Oleh:

**GHAITZA ANJALI GHAVINIA PUTRI
NIM. 07011182025033**

**JURUSAN ADMINISTRASI PUBLIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
INDRALAYA
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

UPAYA *CITY BRANDING* KOTA PRABUMULIH SEBAGAI KOTA NANAS OLEH PEMERINTAH KOTA PRABUMULIH

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian
Persyaratan Dalam Menempuh Derajat
Sarjana S-1 Administrasi Publik

Oleh:

GHAITZA ANJALI GHAVINIA PUTRI
NIM. 07011182025033

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing, 15 Maret 2024

Pembimbing

Dr. M Nur Budiyanto, S.Sos., MPA
NIP. 196911101994011001



Mengetahui,
Ketua Jurusan



HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

UPAYA *CITY BRANDING* KOTA PRABUMULIH SEBAGAI KOTA NANAS OLEH PEMERINTAH KOTA PRABUMULIH

SKRIPSI

Oleh :
GHAITZA ANJALI GHAVINIA PUTRI
07011182025033

Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 26 Maret 2024

Pembimbing :

1. Dr. M Nur Budiyanoto, S.Sos., MPA
NIP. 196911101994011001



Penguji :

1. Junaidi, S.IP., M.Si
NIP. 197603092008011009

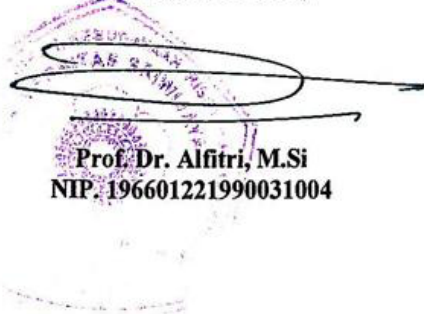
2. Januar Eko Aryansah, S.IP., SH., M.Si
NIP. 198801272019031005



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,

Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004



Ketua Jurusan
Administrasi Publik,

Dr. M. Nur Budiyanoto, S.Sos., MPA
NIP. 196911101994011001



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ghaitza Anjali Ghavinia Putri

NIM : 07011182025033

Jurusan : Ilmu Administrasi Publik

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul “Upaya *City Branding* Kota Prabumulih Sebagai Kota Nanas Oleh Pemerintah Kota Prabumulih” ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan/atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Yang membuat pernyataan
Palembang, 19 Maret 2024



Ghaitza Anjali Ghavinia Putri
NIM. 07011182025033

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“For all of you who are striving for your dreams,
I just want to tell you that you should believe in yourself
and don’t let anyone bring you down”
-Mark Lee*

**Atas Ridho Allah SWT, Skripsi ini Saya
Persembahkan Kepada :**

1. Kedua Orang Tua Saya, Bunda dan Ayah
2. Kakak, Adik-Adik dan Keluarga Besar
Saya
3. Seluruh Dosen dan Staff FISIP
Universitas Sriwijaya
4. Sahabat-Sahabat Terbaik Saya
5. Teman-Teman Administrasi Publik
Angkatan 2020
6. Almamater Kuning Kebanggaan,
Universitas Sriwijaya

ABSTRACT

Efforts to introduce the city by branding through identity formation. City branding is carried out based on the superior potential of a city. Prabumulih City is a city that has superior potential in the pineapple fruit agricultural sector. This research was conducted to find out the city branding efforts of Prabumulih City as a pineapple city carried out by the Prabumulih City Government. The method used in this research is a descriptive-qualitative research method with data collection techniques through interviews, observation, and documentation. The data obtained was analyzed using data analysis techniques according to Miles, Huberman, and Saldana. This research uses Sugiwarsono's (2009) city branding theory with four variables, namely attributes, message, differentiation, and ambassadorship. The results of this study indicate that Prabumulih City's city branding efforts as a pineapple city have been running quite well. This is based on the findings of efforts to improve and develop infrastructure to support tourism potential, improve the quality of human resources, create product innovations such as uniqueness and differentiation, and empower communities. However, several things have not been maximized by the Prabumulih City Government in implementing city branding.

Keywords: *Efforts, City Branding, and Prabumulih City*

Pembimbing,



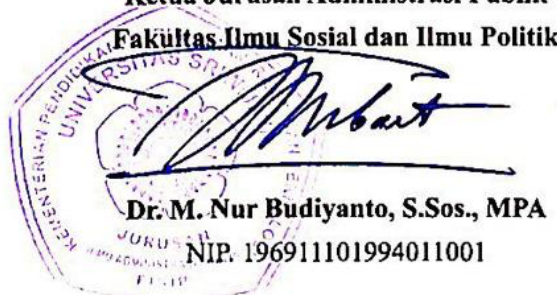
Dr. M. Nur Budiyanto, S.Sos., MPA

NIP. 196911101994011001

Indralaya, 14 Maret 2024

Ketua Jurusan Administrasi Publik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. M. Nur Budiyanto, S.Sos., MPA

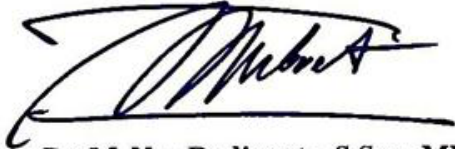
NIP. 196911101994011001

ABSTRAK

Upaya memperkenalkan kota dengan melakukan branding melalui pembentukan identitas. *City branding* dilakukan berdasarkan potensi unggulan yang dimiliki suatu kota. Kota Prabumulih merupakan kota yang memiliki potensi unggulan pada sektor pertanian buah nanas. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui upaya *city branding* Kota Prabumulih sebagai kota nanas yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Prabumulih. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif-kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data menurut Miles, Huberman dan Saldana. Penelitian ini menggunakan teori *city branding* milik Sugiarsono (2009) dengan empat variabel, yaitu *attributes*, *message*, *differentiation* dan *ambassadorship*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya *city branding* Kota Prabumulih sebagai kota nanas sudah berjalan dengan cukup baik. Hal ini didasari dengan adanya temuan upaya peningkatan dan pengembangan infrastruktur dalam mendukung potensi wisata, peningkatan kualitas sumber daya manusia, penciptaan inovasi produk sebagai keunikan dan pembeda serta pemberdayaan masyarakat. Meskipun demikian, terdapat beberapa hal yang belum maksimal yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Prabumulih dalam melaksanakan *city branding*.

Kata Kunci : Upaya, City Branding, dan Kota Prabumulih

Pembimbing,



Dr. M. Nur Budiyo, S.Sos., MPA

NIP. 196911101994011001

Indralaya, 14 Maret 2024

Ketua Jurusan Administrasi Publik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Upaya City Branding Kota Prabumulih sebagai Kota Nanas oleh Pemerintah Kota Prabumulih”**. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang harus diselesaikan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana S-1 Administrasi Publik pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat selesai berkat adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Orang tua, yakni Bapak Ahmad Jazuli dan Ibu Asni Novita, yang setia dan tidak ada hentinya memberikan doa, dukungan serta dorongan semangat dalam proses menjalani penulisan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan FISIP UNSRI.
3. Bapak Dr. H. Azhar, SH., M.Sc., LL.M selaku Wakil Dekan I FISIP UNSRI.
4. Ibu Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd selaku Wakil Dekan II FISIP UNSRI.
5. Bapak Dr. Andries Lionardo, M.Si selaku Wakil Dekan III FISIP UNSRI.
6. Bapak Dr. M. Nur Budiyanto, S.Sos., MPA selaku Ketua Jurusan Administrasi Publik sekaligus dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dalam mengarahkan, mendukung dan membimbing penulis hingga menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Jurusan Administrasi Publik FISIP UNSRI.
8. Saudara kandung tercinta, yakni Anjali Syalsabilah Putri S.T, Fella Anjali Haedelyah Putri dan Zivana Anjali Bussayna Putri yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
9. Sahabat terdekat saya Samiyah Intan Khoirunnisa, Putria Friti Ichsani dan Nabila yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama sembilan tahun berteman.
10. Teman-teman terdekat saya, Cahya Rahmi Aldama dan Aisyah Ramadani yang saling mendukung dan membersamai proses KKA sampai penulisan skripsi.
11. Teman-teman Jurusan Administrasi Publik Angkatan 2020 yang telah saling mendukung dan berbagi informasi selama masa perkuliahan.

Demikianlah penulis mengharapkan agar skripsi ini dapat memberikan manfaat dan sumbangan yang berarti bagi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya serta bagi mahasiswa/I lainnya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun agar dapat menjadi lebih baik lagi.

Palembang, 4 Maret 2024

Ghaitza Anjali Ghavinia Putri
NIM. 07011182025033

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Definisi Upaya	Error! Bookmark not defined.
2.2 Pemerintah Kota	Error! Bookmark not defined.
2.3 <i>City Branding</i>	Error! Bookmark not defined.
2.4 Teori Yang Digunakan	Error! Bookmark not defined.
2.5 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.6 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Definisi Konsep	Error! Bookmark not defined.
3.3 Fokus Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Informan Penelitian	Error! Bookmark not defined.

3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.7 Teknik Keabsahan Data	Error! Bookmark not defined.
3.8 Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1 Deskripsi Wilayah Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Gambaran Umum Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Struktur Organisasi Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kota Prabumulih.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Tugas dan Fungsi Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata..	Error! Bookmark not defined.
4.2 Deskripsi Informan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 <i>Attributes</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 <i>Message</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.3 <i>Differentiation</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.4 <i>Ambassadorship</i>	Error! Bookmark not defined.
4.4 Diskusi	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
5.2.1 Saran Teoritis	Error! Bookmark not defined.
5.2.2 Saran Praktis	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Petani Nanas Kota Prabumulih Tahun 2022	3
Tabel 2 Data Pendapatan Asli Daerah Tahun 2022 Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Selatan.....	5
Tabel 3 Data Pelaku Usaha Ekonomi Lokal Nanas Kota Prabumulih Tahun 2022	8
Tabel 4 <i>Stakeholder City Branding</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 5 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 6 Fokus Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 7 Pengelompokkan Informan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 8 Deskripsi Informan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 9 Fasilitas Penunjang di Kota Prabumulih	Error! Bookmark not defined.
Tabel 10 Rekap Hasil Temuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 Teknik Analisis Data Kualitatif..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2 Struktur Organisasi Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kota Prabumulih **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3 Agrowisata Nanas Kota Prabumulih **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4 Akun Instagram Agrowisata Nanas Kota Prabumulih**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 5 Ikon-Ikon Kota Prabumulih **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 6 Logo Pemerintah Kota Prabumulih..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 7 Inovasi Produk Nanas..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 8 Pelatihan Usaha-Usaha Ekonomi Lokal.... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 9 Struktur Organisasi Posko UMKM Serat Nanas Desa Pangkul.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 10 Penghargaan Posko Serat Nanas Desa Pangkul**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 11 Kunjungan Kerja Lembaga Perindustrian Nanas Malaysia.....**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keputusan Skripsi **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 2 Surat Izin Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 3 Kartu Bimbingan Seminar Usulan Skripsi**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 4 Lembar Perbaikan Seminar Proposal Skripsi**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 5 Kartu Bimbingan Skripsi **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 6 Peraturan Daerah Kota Prabumulih Nomor 1 Tahun 2019 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Prabumulih Tahun 2018-2023 ..**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 7 Pedoman Wawancara..... **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 8 Dokumentasi Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR SINGKATAN

PAD	: Pendapatan Asli Daerah
RPJMD	: Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah
KBBI	: Kamus Besar Bahasa Indonesia
DPRD	: Dewan Perwakilan Rakyat Daerah
UU	: Undang-Undang
UKM	: Usaha Kecil Menengah
IPTEK	: Ilmu Pengetahuan dan Teknologi
IMTAQ	: Iman dan Taqwa
SDM	: Sumber Daya Manusia
UPTD	: Unit Pelaksana Teknis Dinas
RT	: Rukun Tetangga
RW	: Rukun Warga
Kasi	: Kepala Seksi
UMKM	: Usaha Mikro Kecil dan Menengah
PHRI	: Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia
Dekranasda	: Dewan Kerajinan Nasional Daerah

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia merupakan negara yang kaya akan potensi wisata. Setiap kota di Indonesia mempunyai keunggulan potensi masing-masing. Pemerintah memiliki peran penting dalam menggali potensi tersebut agar dapat dijadikan identitas. Pembentukan identitas melalui potensi kota tentunya akan membuat sebuah kota lebih diketahui oleh masyarakat lokal maupun global. Hal ini tentunya akan berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat yang meningkat. Dalam lingkungan global saat ini, setiap kota berlomba-lomba dalam menggali potensi yang belum dikembangkan untuk dimanfaatkan sebagai keunggulan dari kota tersebut. Keunggulan tersebut dapat diambil dari potensi kekayaan alam, aneka ragam kuliner dan pariwisata. Melalui potensi tersebut dapat dijadikan sebagai identitas yang unik dari suatu kota agar dapat bersaing dalam meningkatkan daya tarik masyarakat. Pembentukan identitas ini dapat dimanfaatkan sebagai ajang untuk mempromosikan suatu kota lewat keindahan alam maupun kearifan lokal yang dimiliki sehingga dapat berdampak positif bagi kota tersebut.

City branding merupakan suatu upaya memperkenalkan suatu kota melalui pembentukan identitas agar dapat lebih dikenal oleh target pasar. Melalui *city branding*, upaya promosi dalam menarik calon investor dan wisatawan berkunjung akan lebih mudah. *City branding* dapat dilakukan dengan membuat sebuah *tagline* promosi, *event*, logo, produk layanan maupun beragam simbol yang dapat menggambarkan identitas suatu kota. Menurut Handito dalam (Mihardja et al., 2019)

City branding bertujuan untuk memberikan pengenalan yang lebih dalam terhadap kota atau daerah, meningkatkan reputasi, memikat wisatawan lokal dan asing, memikat investor untuk menanamkan modal dan meluaskan perdagangan. *City branding* termasuk ke dalam upaya pembangunan berkelanjutan serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat. *City branding* juga menjadi strategi dalam membangun hubungan yang baik dengan *stakeholder* internal dan eksternal dalam mengembangkan potensi yang dimiliki. Selain itu, pelaksanaan *city branding* memiliki dampak yang positif bagi pemerintah kota dan masyarakat, hal ini dikarenakan akan membuka peluang masyarakat dalam membuka usaha dan menambah pendapatan daerah.

Mengacu kepada Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah, bahwa otonomi daerah adalah hak, wewenang, kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Dimana pemerintah daerah dapat mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki oleh daerah tersebut. Melalui pernyataan tersebut, banyak kota-kota di Indonesia yang mulai bersaing untuk membangun branding kota masing-masing sehingga mampu menciptakan citra kota yang baik lewat kekhasan dan potensi kota. Kota-kota di Indonesia sudah banyak yang mengaplikasikan *city branding* agar dapat bersaing dalam menarik atensi masyarakat luar maupun lokal seperti “Enjoy Jakarta” dengan kota Jakarta, “*The Heart of Bali*” dengan Kota Bali, “Balikpapan Nyaman” dengan Kota Balikpapan, “Kota Sejuta Bunga” dengan Kota Magelang, “*Solo the Spirit of Java*” dengan Kota Solo, “Harmoni Kediri : *Kediri Service City*” dengan Kota Kediri dan masih banyak lagi. Selain itu, *city branding* membantu Kementerian Pariwisata

dan Ekonomi Kreatif Indonesia dalam mempromosikan situs-situs pariwisata di Indonesia kepada wisatawan lokal dan mancanegara melalui kampanye “Wonderful Indonesia”.

Kota Prabumulih merupakan kota yang terdapat di Provinsi Sumatera Selatan yang memiliki luas wilayah mencapai 434,46 km² dengan 6 wilayah kecamatan. Kota Prabumulih memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan, salah satunya pada sektor pertanian. Lahan-lahan pertanian di Kota Prabumulih banyak ditanami oleh tanaman padi sawah, palawija, padi ladang, buah-buahan dan sayur-sayuran. Salah satu komoditi andalan dari Kota Prabumulih adalah buah nanas. Nanas yang dihasilkan oleh petani di Kota Prabumulih termasuk ke dalam jenis nanas *queen* yang manis. Selain itu, menurut Data Dinas Pertanian Kota Prabumulih Tahun 2022, luas lahan baku nanas di Kota Prabumulih mencapai 493.35 Ha dengan jumlah petani sebanyak 382 orang sehingga dinilai dapat menjadi daya tarik dari Kota Prabumulih. Berdasarkan kondisi tersebut, Kota Prabumulih sebagai kota nanas melakukan *city branding* dalam upaya memperkenalkan kekhasan dan potensi yang dimiliki Kota Prabumulih.

Tabel 1 Data Petani Nanas Kota Prabumulih Tahun 2022

No.	Kecamatan	Kelurahan/Desa	Jumlah Petani	Luas Lahan (Ha)
1.	Kecamatan Cambai	Kel. Cambai	3	3.5
		Kel. Sindur	9	15.25
		Kel. Sungai Medang	37	37
		Desa Pangkul	90	115.75
		Desa Muara Sungai	16	19

No.	Kecamatan	Kelurahan/Desa	Jumlah Petani	Luas Lahan (Ha)
2.	Kecamatan Prabumulih Timur	Kel. Karang Jaya	174	231.75
		Kel. Muara Dua	4	4
3.	Kecamatan Prabumulih Barat	Kel. Patih Galung	1	4
		Ke. Gunung Kemala	10	14
		Desa Tanjung Telang	25	29.35
4.	Kecamatan Prabumulih Selatan	Kel. Tanjung Raman	4	5.5
5.	Kecamatan Prabumulih Utara	Kel. Anak Petai	4	2.75
6.	Kecamatan Rambang Kapak Tengah	Kel. Tanjung Rambang	1	1.5
		Desa Jungai	1	5
		Desa Talang Batu	1	2
		Desa Sinar Rambang	1	1
		Desa Karang	1	2
Total			382	493.35 Ha

Sumber : Diolah Oleh Penulis Berdasarkan Arsip Data Dinas Pertanian Kota Prabumulih Tahun 2023

Upaya melakukan *city branding* dapat dijadikan cara untuk menaikkan pendapatan asli daerah (PAD) dan kesejahteraan masyarakat. Salah satu contoh kota yang berhasil meningkatkan PAD melalui *city branding* adalah Kota Kediri dengan branding sebagai “Harmoni Kediri : *Kediri Service City*”. Peningkatan wisatawan yang berkunjung ke Kota Kediri memiliki pengaruh terhadap peningkatan konsumsi, peningkatan permintaan sarana dan prasarana umum yang akhirnya berdampak

terhadap peningkatan PAD melalui pajak daerah, retribusi daerah, keuntungan BUMD dan pendapatan lainnya (Himmati, 2023). Berdasarkan data Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan, pada tahun 2022 PAD Kota Prabumulih sebesar 129,07 M dan berada pada peringkat 10 dari seluruh kabupaten/kota di Provinsi Sumatera Selatan. Per 19 November 2023 PAD yang dihasilkan Kota Prabumulih hanya sebesar 72,44 M. Oleh karena itu, melalui upaya pelaksanaan *city branding* diharapkan mampu menarik atensi masyarakat dengan memperkenalkan potensi daerah yang dimiliki sehingga dapat berdampak terhadap peningkatan PAD dan kesejahteraan masyarakat Kota Prabumulih.

Tabel 2 Data Pendapatan Asli Daerah Tahun 2022 Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Selatan

No.	Kabupaten/Kota	Pendapatan Asli Daerah
1.	Palembang	1.337,34 M
2.	Ogan Komering Ilir	512,44 M
3.	Musi Banyuasin	387,92 M
4.	Banyuasin	259,52 M
5.	Muara Enim	246,41 M
6.	Musi Rawas	227,04 M
7.	Ogan Komering Ulu	201,51 M
8.	Ogan Ilir	182,04 M
9.	Lahat	137,37 M
10	Prabumulih	129,07 M
11.	Lubuk Linggau	115,75 M
12.	Ogan Komering Ulu Timur	100,01 M
13.	Ogan Komering Ulu Selatan	83,61 M

14.	Empat Lawang	74,01 M
15.	Penukal Abab Lematang Ilir	69,94 M
16.	Pagar Alam	51,90 M
17.	Musi Rawas Utara	50,17 M

*Sumber : Diolah Oleh Penulis Berdasarkan Arsip Data Direktorat Jenderal
Perimbangan Keuangan Tahun 2022*

Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Prabumulih tahun 2018-2023 dijabarkan dalam Peraturan Daerah Kota Prabumulih Nomor 1 Tahun 2019, yang memuat kebijakan terkait branding Kota Prabumulih. Dalam rangka menggambarkan keadaan dan ciri khas daerah, RPJMD memuat visi, misi dan program kepala daerah yang harus dicapai. Melalui penjabaran visi dan misi yang tertuang dalam RPJMD, maka akan terlihat ke arah mana citra yang timbul mengenai Kota Prabumulih ke depannya. Berdasarkan visi Kota Prabumulih, yaitu “Prabumulih yang Sejahtera dan Mandiri”, maka pemerintah Kota Prabumulih melakukan branding Kota Nanas yang dapat mewakili identitas Kota. Penciptaan branding tersebut harus dilakukan secara berkelanjutan dan berkesinambungan oleh kepala daerah, maka kebijakan untuk mewujudkan branding tersebut dapat dilihat melalui misi pembangunan yang ada di dalam RPJMD. Kebijakan tersebut meliputi :

1. Peningkatan sumber daya masyarakat yang berkualitas, berprestasi dan religius pada setiap lini kehidupan.
2. Peningkatan sarana dan prasarana lingkungan serta peningkatan dan pengembangan infrastruktur wilayah berkualitas.
3. Pemberdayaan dengan menciptakan seluas-luasnya kesempatan kerja/berusaha.

4. Memantapkan daya saing usaha-usaha ekonomi lokal, inovasi produk dan jasa serta pengembangan industri kreatif.

Mengacu kepada penjelasan diatas, terdapat beberapa fenomena yang menjadi permasalahan dalam upaya *city branding* Kota Prabumulih sebagai kota nanas oleh Pemerintah Kota Prabumulih. Permasalahan pertama terletak pada belum meratanya pengetahuan mengenai konsep *city branding* “Kota Nanas” di masyarakat Kota Prabumulih. Hal ini terjadi terutama pada masyarakat di area yang jauh dari pusat kota. Fenomena tersebut harus segera diatasi karena akan sangat berpengaruh terhadap peran masyarakat dalam menarik atensi wisatawan dan investor. Permasalahan berikutnya ada pada potensi wisata Kota Prabumulih yang belum mampu dipublikasikan dengan baik oleh Pemerintah Kota sehingga kurang menarik wisatawan untuk datang, sedangkan infrastruktur, sarana dan prasarana yang mendukung sudah dibangun dengan baik. Kunci keberhasilan dalam melakukan *city branding* adalah promosi tetapi hal ini belum dimaksimalkan oleh Pemerintah Kota Prabumulih. Jika melihat dari kota yang sukses menerapkan *city branding*, maka akan ada promosi yang dilakukan melalui situs resmi Pemerintah Kota. Hal ini belum terlihat di situs resmi Pemerintah Kota Prabumulih.

Permasalahan terakhir terletak pada hasil produk usaha-usaha ekonomi lokal yang belum banyak diminati oleh masyarakat luas. Mengacu kepada data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Prabumulih Tahun 2023 terdapat 11 pelaku usaha-usaha ekonomi lokal yang berkaitan dengan nanas. Bolu nanas dan lapis nanas merupakan produk usaha ekonomi lokal yang paling banyak diminati oleh wisatawan, namun hasil olahan produk lain seperti wajik, dodol dan serat nanas belum banyak diketahui oleh masyarakat luas. Minimnya promosi yang dilakukan oleh pemerintah

Kota Prabumulih menyebabkan daya saing hasil produk usaha-usaha ekonomi lokal belum mampu bersaing dengan produk luar daerah Kota Prabumulih. Hal ini juga terjadi pada sebagian masyarakat Kota Prabumulih yang masih belum mengetahui bahwa terdapat produk olahan nanas seperti serat nanas dan pewarna kain dari limbah nanas. Usaha-usaha ekonomi lokal yang ada di Kota Prabumulih dikelola secara pribadi oleh masyarakat. Kemudian, para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya sudah memiliki kerja sama tersendiri dengan petani-petani lokal sebagai pemasok nanas. Dalam proses produksi pemilik usaha-usaha ekonomi lokal akan melibatkan masyarakat sekitar untuk membantu proses produksi.

Tabel 3 Data Pelaku Usaha Ekonomi Lokal Nanas Kota Prabumulih Tahun 2022

No.	Pelaku Usaha	Jenis Usaha
1.	Rita Mulyadi Kelurahan Gunung Ibul	Kerajinan serat nanas
2.	Istina Kelurahan Gunung Ibul	Kerajinan serat nanas
3.	Fitri Kelurahan Patih Galung	Kerajinan serat nanas
4.	Agus Kelurahan Gunung Ibul	Kerajinan serat nanas
5.	Reni Lusiana Desa Pangkul	Kerajinan serat nanas
6.	Toko Kue Darrell	Makanan berbahan baku nanas
7.	Toko Kue Gia	Makanan berbahan baku nanas
8.	Rose Cake	Makanan berbahan baku nanas
9.	Fitriyanti Kelurahan Patih Galung	Makanan berbahan baku nanas
10.	Respati Kelurahan Gunung Ibul	Makanan berbahan baku nanas
11.	Maryati Kelurahan Majasari	Makanan berbahan baku nanas

Sumber : Diolah Oleh Penulis Berdasarkan Arsip Data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Prabumulih Tahun 2023

Kota Prabumulih sebagai kota dengan *city branding* “Kota Nanas” mengalami penurunan hasil produksi nanas secara signifikan pada tiga tahun terakhir. Mengacu kepada data Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2020-2022, produksi nanas yang dihasilkan Kota Prabumulih pada tahun 2020 sebesar 95.522 kuintal. Kemudian, pada tahun 2021 dan 2022 produksi nanas yang dihasilkan menurun secara drastis sebesar 19.688 kuintal. Hal ini perlu diperhatikan oleh Pemerintah Kota Prabumulih sebagai kota dengan branding “Kota Nanas” agar hasil produksi nanas dapat meningkat kembali dan dapat memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan petani melalui penjualan nanas sebagai oleh-oleh kepada masyarakat yang berkunjung dan juga kepada usaha-usaha ekonomi lokal yang memproduksi produk hasil olahan nanas.

Kesuksesan *city branding* merupakan tanggung jawab dari seluruh pihak (*stakeholder*) terutama pemerintah. Hal utama dalam melakukan *city branding* adalah mampu memanfaatkan seluruh potensi kota yang dimiliki agar dapat memiliki nilai dan fungsi. Membangun *city branding* secara tidak langsung akan berdampak pada peningkatan perkembangan ekonomi dan masyarakat kota. Oleh sebab itu, diperlukan upaya yang efektif agar dapat memberikan dampak yang positif. Melalui penelitian ini penulis akan menjelaskan bagaimana upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Prabumulih dalam mewujudkan *city branding* sebagai kota nanas.

Keterbaruan penelitian ini dari penelitian terdahulu terletak dari perbedaan variabel dan topik penelitian karena berdasarkan studi literatur penelitian terdahulu lebih banyak mengarah kepada strategi promosi yang dilakukan pemerintah dibandingkan upaya yang dilakukan oleh pemerintah kota untuk melaksanakan *city branding* tersebut. Kemudian, lokasi penelitian yang selama ini kebanyakan penelitian

membahas *city branding* pada kota-kota di Pulau Jawa sehingga penulis ingin melakukan penelitian di Kota Prabumulih karena kedua daerah tersebut memiliki perbedaan budaya, kepadatan penduduk dan perekonomian.

1.2 Perumusan Masalah

Mengacu pada uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana upaya *city branding* Kota Prabumulih sebagai Kota Nanas yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Prabumulih?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, mengkaji dan meneliti upaya *city branding* Kota Prabumulih sebagai Kota Nanas yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Prabumulih.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi para peneliti berikutnya dan bahan referensi pembelajaran bagi yang berkepentingan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik bagi peneliti, instansi dan universitas, sehingga penulis mengharapkan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kepustakaan dan dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang akan meneliti mengenai upaya *city branding* Kota Prabumulih sebagai Kota Nanas oleh Pemerintah Kota Prabumulih.

2. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi Pemerintah Kota Prabumulih dalam melakukan *city branding* sebagai kota nanas sehingga dapat lebih baik lagi kedepannya.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan wawasan pengetahuan bagi Administrasi Publik khususnya mengenai *city branding*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Anholt, S. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management Nations, Cities, and Regions*. Palgrave Macmillan.

Gesmi, I., & Feriyanus, E. (2018). *Birokrasi Dan Sistem Pemerintahan Di Indonesia*. Myria Publisher.
http://expert.uir.ac.id/panel_expert/expert_isbn_file/ISBNf06cafa8f8a783.pdf

Kotler, Philips. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium*. Jakarta: Prehallindo

Mihardja, E. Jamilah, Mulyasari, P., Widiastuti, T., & Bintoro, K. (2019). *Strategi City Branding*. Universitas Bakrie.
<https://slims.bakrie.ac.id/repository/c217301f0a746d68d88b610898a11647.pdf>

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (Edition 3). Sage.

Purba, Elvis. F., & Simanjuntak, P. (2011). *Metode Penelitian*. Universitas HKBP Nonmensen.

Rahman, K. (2022). *Ilmu Pemerintahan & Tinjauan Dari Landasan Berfikir Filsafat Ilmu Ontologi, Epistemologi, Dan Aksiologi*. Marpoyan Tujuh Publishing.

Rasyid, M. R. (1997). *Makna pemerintahan: Tinjauan dari segi etika dan kepemimpinan* (Cet. 3). PT. Yarsif Watampone.

Sugiarsono, J. (2009). *City Branding Bukan Sekedar Membuat Logo dan Slogan*. SWA.

Sugiyono, Prof. Dr. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Jurnal :

Albet, P., & Indra Dewi, S. (2019). *Strategi Branding Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang dalam Membentuk Image Sebagai Kota*

- Pariwisata. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 1(2), 107-115.
<https://doi.org/10.33366/jkn.v1i2.27>
- Firiansyah, I. ., Muchid, M., & Marta, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Pekanbaru dalam City Branding Pekanbaru sebagai Smart City Madani. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 13825–13834.
<https://doi.org/10.31004/jptam.v6i2.4634>
- Himmati, R. (2023). Efektivitas City Branding Harmoni Kediri: The Service City Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Kediri. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(5), 2301–2316.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i5.3255>
- Larasati, D., & Nazaruddin, M. (2016). Potensi Wisata Dalam Pembentukan City Branding Kota Pekanbaru. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 99–116.
<https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol10.iss2.art1>
- Lestari, S. P., & Agustiningsih, G. (2020). Strategi City Branding Melalui Gelaran Budaya Tari Sparkling Sebagai Komunikasi Pariwisata Kota Surabaya. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, 8(1), 20–29. <https://doi.org/10.46806/jkb.v8i1.646>
- Raina Aifha Salshabilla & Itca Istia Wahyuni. (2022). Strategi City Branding Dalam Mewujudkan Smart City di Kabupaten SumedangS. *Medium*, 10(1), 1–18.
[https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(1\).8803](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(1).8803)
- Roni, A. O., Mahriani, R., Nomaini, F. (2020). City Branding Pariwisata Kota Pagaralam Studi Pada Dinas Pariwisata Kota Pagaralam Tahun 2019. *KAGHAS: Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya*, 2(2), 46-54.
- Rusadi, S., & Wedayanti, M. D. (2019). Strategi City Branding Oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Siak Dalam Peningkatan Daya Tarik Pariwisata. *WEDANA: Jurnal Kajian Pemerintahan, Politik Dan Birokrasi*, 5(2), 16–21.
[https://doi.org/10.25299/wedana.2019.vol5\(2\).4189](https://doi.org/10.25299/wedana.2019.vol5(2).4189)
- Rusfiana, Y., & Supriatna, C. (2021). *Memahami Birokrasi Pemerintahan dan Perkembangan*. CV Alfabeta.
https://eprints2.ipdn.ac.id/id/eprint/601/1/3.%20BUKU_BIROKRASI%20PEMERINTAHAN%20dan%20PERKEMBANGANNYA.pdf

- Sri Dewi Setiawati; Asep Suryana; Dadang Sugiana; Centurion Chandratama Priyatna. (2020). Pendekatan Triple Helix dalam Membentuk City Branding. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia, Vol 2 No 2 (2020): Jurnal ALTASIA (Edisi Spesial Seminar Nasional Pariwisata)*.
<http://journal.uib.ac.id/index.php/altasia/article/view/561/522>
- Susilowati, S., & Kussanti, D. P. (2023). Implementasi Slogan “Jabar Juara” dalam City Branding Sektor Pariwisata Berbagai Kota di Jawa Barat. *Jurnal Trias Politika, 7(1)*, 01-15. <https://doi.org/10.33373/jtp.v7i1.5025>
- Tomasoa, P. A. (2022). Pengelolaan City Branding Kota Ambon Sebagai City of Music Selama Masa Pandemic Covid-19. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi, 5(1)*, 184–192. <https://doi.org/10.35326/medialog.v5i1.1378>
- Yusuf Abdullah; Aa Willy Nugraha. (2020). Menentukan Identitas Kota Tasikmalaya dengan Pendekatan The City Branding Hexagon. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia, Vol 2 No 2 (2020): Jurnal ALTASIA (Edisi Spesial Seminar Nasional Pariwisata)*. <http://journal.uib.ac.id/index.php/altasia/article/view/549/505>

Peraturan Perundang-Undangan :

Peraturan Daerah Kota Prabumulih Nomor 1 Tahun 2019 Tentang Rencana

Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Prabumulih Tahun 2018-2023

Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Prabumulih

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah

Website :

disporaparpbm.com

kotaprabumulih.go.id