

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sampai dengan tahun 2016, diplomasi ekonomi Indonesia-Serbia tergolong netral. Nilai perdagangan bilateral kedua negara tersebut memiliki nilai sebesar 80 juta USD pada tahun 2008 (Ministry of Foreign Affairs of The Republic Serbia, 2014). Lalu, pada tahun 2012 nilai perdagangan bilateral tersebut menurun menjadi 40,9 juta USD. Meskipun pada tahun 2011 Indonesia dan Serbia menandatangani *Bilateral Investment Treaties* (BIT), neraca perdagangan menunjukkan keberpihakan pada Indonesia. Nilai ekspor Indonesia ke Serbia sebesar 33,9 juta USD, sedangkan ekspor dari Serbia ke Indonesia hanya sebesar 7 juta USD (Kedutaan Besar Republik Indonesia Serbia, 2011).

Sejak tahun 2016, perkembangan diplomasi ekonomi antara Indonesia dan Serbia meroket. Pada tahun sepertiga awal 2016, tepatnya pada saat kunjungan kenegaraan Presiden Serbia ke Indonesia pertama kali dilakukan, dinyatakan bahwa nilai perdagangan kedua negara meningkat sebanyak 85 persen. Sampai saat ini kemajuan hubungan bilateral ekonomi Indonesia-Serbia secara signifikan berkembang. Kemajuan itu ditandai dengan adanya pertumbuhan nilai perdagangan yang signifikan Indonesia-Serbia, saling kunjung pejabat tinggi di bidang ekonomi dan perdagangan, dan perkembangan yang bagus di bidang investasi asing langsung (FDI). Pertumbuhan nilai perdagangan Indonesia-Serbia pada paruh awal 2023 yang melonjak sebanyak 227 persen. Ditandai dengan meningkatnya kunjungan pejabat pemerintah dan pengusaha kedua negara, termasuk penandatanganan kerjasama antara Kadin Indonesia dan Kadin Serbia. Pertemuan terakhir antara pemerintah Indonesia dan Serbia yaitu Menteri Luar Negeri, Retno Marsudi, dan Menteri Luar Negeri Serbia, Ivica Dačić, di sela-sela rangkaian Pertemuan Menlu ASEAN dan rangkaian KTT ke-43 ASEAN, Jakarta yang dilansir oleh website Kemlu (Kemlu RI, 2023). Total investasi

asing langsung bersih Serbia sebesar 401,5 juta Euro (*Макроекономски Осврт*, 2023). Bersamaan dengan peningkatan performa diplomasi ekonomi antara Indonesia dan Serbia, PT Indofood mendirikan pabrik cabang PT Indofood di Serbia. Peningkatan ini adalah dampak kebijakan ekonomi Serbia yang terbuka pada investasi asing dan menjadi salah satu faktor pendukung pendirian pabrik PT Indofood di Serbia pada tahun 2016 (Christiany, 2019). Pasca pendirian pabrik PT Indofood di tahun 2016, perusahaan multinasional tersebut maupun Negara Serbia menerima dampak positif bagi kedua pihak. Akan tetapi, setelah PT Indofood ditemukan tidak ada investasi asing lain yang dilakukan oleh perusahaan multinasional Indonesia di Serbia. Dengan demikian, perihal tidak adanya perusahaan multinasional asal Indonesia yang mengikuti penanaman investasi asing langsung sejak PT Indofood di Serbia tersebut penting untuk diteliti lebih jauh.

Sebelumnya, pengaruh investasi asing langsung terhadap pembangunan ekonomi dan sosial Serbia pernah dikaji oleh Kastratovic. Disebutkan bahwa investasi asing membawa dampak positif terhadap ekonomi Serbia diantaranya percepatan pertumbuhan ekonomi, pengurangan pengangguran, ketimpangan dan kemiskinan serta peningkatan ekspor. Selain itu, disebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi masuknya investasi asing di Serbia seperti permasalahan regulasi, masalah properti yang belum terselesaikan dan tidak efisien, penerapan praktik sistem kadaster yang tidak konsisten, infrastruktur yang kurang berkembang, reformasi yang tertinggal, pajak yang tinggi dan lingkungan bisnis yang negatif secara keseluruhan (Kastratovic, 2016). Di sisi lain, pembahasan tentang diplomasi ekonomi Indonesia yang diteliti secara kualitatif dengan IDE (Indeks Diplomasi Ekonomi) pernah dikaji oleh Sabaruddin. Serbia menjadi salah satu negara penting bagi Indonesia untuk mengembangkan diplomasi ekonomi di kawasan Eropa Tengah dan Timur berdasarkan kategori yang dibuat dari nilai Indeks Diplomasi Ekonomi (Sabaruddin, 2017). Hal itu membawa kepada Studi Kasus Penanaman Modal Asing Langsung PT. Indofood

CBP Sukses Makmur Tbk. Di Serbia Pada Tahun 2016 yang dikaji oleh Hartono. PT Indofood menjadi perusahaan multinasional pertama yang menanamkan investasi asing di Serbia dengan mendirikan pabrik yang diresmikan pada tahun 2016. Perusahaan multinasional ini melihat potensi yang dibuka Serbia untuk investor asing salah satu diantaranya bagaimana kemudahan dan insentif baik di tingkat pusat maupun daerah diberikan. Sebagai perusahaan multinasional yang memiliki perkembangan investasi di luar negeri yang besar, PT Indofood memanfaatkan kesempatan ekonomi di Negara Serbia dan memberikan hasil kegiatan ekspor yang cukup baik pada komoditas mi instan di wilayah Eropa (HARTONO, 2019). Melihat sejarah investasi yang dilakukan oleh PT Indofood di luar negeri, perusahaan multinasional tersebut memiliki peran dalam meningkatkan nilai perdagangan yang menjadi sebagian dari bentuk diplomasi ekonomi. Sebagai contoh, kasus yang serupa terjadi pada diplomasi ekonomi Indonesia-Nigeria dimana PT Indofood telah mendirikan pabrik pada tahun 2000 dan 2011. Lalu, Negara Berkembang-8 terdiri dari Bangladesh, Mesir, Indonesia, Iran, Malaysia, Pakistan, Nigeria, dan Turki menandatangani PTA (*Preferential Trade Agreement*) pada tahun 2006 dan mulai berlaku pada tahun 2011. Dari sejumlah kajian tersebut belum ada yang membahas dari sisi diplomasi ekonomi Indonesia-Serbia, terutama terhadap investasi asing perusahaan multinasional. Oleh karena itu, riset ini akan mencoba mempertanyakan bagaimana dampak investasi PT Indofood di Serbia sebagai perusahaan multinasional terhadap performa diplomasi ekonomi Indonesia di Serbia.

B. Rumusan Permasalahan

Bagaimana dampak investasi PT Indofood sebagai perusahaan multinasional terhadap performa diplomasi ekonomi Indonesia di Serbia?

C. Kerangka Teori

Untuk menjelaskan masalah yang telah dirumuskan di atas, riset ini memanfaatkan konsep diplomasi ekonomi, khususnya konsep diplomasi ekonomi di negara berkembang. Dijelaskan bahwa diplomasi ekonomi memiliki definisi menjadikan semua bidang kegiatan yang menguntungkan secara ekonomi seperti investasi dan perdagangan sebagai sebuah proses dimana negara memaksimalkan keuntungan nasionalnya (Rana, 2007). Terdapat setidaknya empat tahapan dalam menjalankan diplomasi ekonomi dimana tahap pertama *Economic Salesmanship* atau ketika duta besar dan diplomat melakukan promosi terhadap ekspor dan mobilisasi FDI (“21st Century Dipl. A Pract. Guid.,” 2011). Pasar tentu saja menjadi faktor besar dalam jalannya sebuah diplomasi ekonomi. Oleh karena itu, perubahan dan perkembangan pasar mempengaruhi karakter utama diplomasi ekonomi yang sensitif dan reaktif (Bayne & Woolcock 2007). Karenanya pada beberapa kasus, diplomasi ekonomi dapat gagal jika pasar menawarkan alternatif lain yang lebih menarik (Odell 2000) atau dengan kata lain, praktek diplomasi ini adalah jenis diplomasi yang berhadapan langsung dengan satu kekuatan lain yakni kekuatan pasar (*market forces*). Selain itu, hal yang membedakan diplomasi ekonomi dari diplomasi lain adalah adanya peran yang cukup besar dari sektor privat dalam proses negosiasi dan formulasi kebijakannya (Rashid 2005). Sehingga, perusahaan multinasional seperti PT Indofood yang termasuk sektor privat memiliki peran besar dalam membentuk kebijakan, yang nantinya dijadikan perjanjian perdagangan oleh negara, dalam diplomasi ekonomi.

Diplomasi ekonomi memiliki sifat *multi-actor* dan dikaitkan dengan bagaimana perusahaan multinasional menjadi aktor yang memiliki peran besar, teori neoliberalisme juga digunakan dalam menjawab permasalahan penelitian ini. Teori Neoliberalisme kerap dikaitkan dengan pasar bebas dimana kebebasan individu memiliki peran utama dalam perdagangan. Pasar bebas menjadi prinsip ekonomi yang digunakan secara global. Negara-negara yang menganut pasar bebas tidak lepas dari perjanjian yang biasanya tercipta untuk

memudahkan perdagangan negara yang terlibat. Neoliberalisme menghasilkan produk berupa perjanjian perdagangan bilateral maupun regional. Hal ini dikarenakan karakteristik umum dari neoliberalisme adalah keinginan untuk memperkuat dan memperluas pasar dengan meningkatkan jumlah, frekuensi, pengulangan dan formalisasi transaksi (Gathii, 2011). Selanjutnya, kebijakan yang bersifat neoliberal ini mencerminkan perdagangan yang liberal, memberikan investor perlindungan, komersialisasi layanan sosial, memberikan hak akses investor jaminan terhadap peluang investasi, privatisasi barang layanan publik, dan secara umum berkurangnya kendali kedaulatan atas perekonomian nasional (Parmitasari & Alwi, 2020). Selain itu, perjanjian perdagangan ini memberikan peluang bagi kepentingan bisnis untuk melakukan tekanan bersama guna mempengaruhi penerapan kebijakan ekonomi neoliberal baik di negara maju maupun negara berkembang (Gathii, 2011). Oleh karena itu, Neoliberalisme menjadi teori yang dipilih untuk menjelaskan rumusan masalah tersebut.

Teori tersebut pernah digunakan untuk menganalisis perjanjian investasi bilateral dan regional. Perjanjian bilateral dan regional dapat menjelaskan kondisi yang berbeda-beda di suatu wilayah tertentu. Hal itu dikarenakan setiap kawasan mempunyai kebutuhan yang spesifik, negara-negara dapat secara mandiri menyetujui perjanjian yang menguntungkan semua pihak. Misalnya, karena negara-negara pesisir mempunyai kepentingan yang tidak menjadi perhatian negara-negara *land-locked*, maka akan lebih mudah bagi negara-negara tersebut untuk menyelesaikan permasalahannya melalui perjanjian bilateral atau regional dibandingkan dengan perjanjian multilateral yang melibatkan negara-negara yang tidak memiliki daratan. Selain itu, perjanjian perdagangan bilateral dan regional kemungkinan besar akan dicapai lebih cepat dibandingkan perjanjian multilateral (Gathii, 2011). Hubungan diplomasi ekonomi negara lain dengan Indonesia yang sudah menetapkan PTA (*Preferential Trade Agreement*), *Bilateral Investment Treaty* (BIT) maupun *Free Trade*

Agreement (FTA)/Comprehensive Economic Partnership Agreement (CEPA) lebih berkembang (Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, 2023). Selain itu, seperti yang disebutkan sebelumnya, Indonesia sudah membicarakan salah satu perjanjian tersebut yaitu membahas tentang PTA. Oleh sebab itu, teori Neoliberalisme dapat membantu menjelaskan PTA (*Preferential Trade Agreement*) bilateral yang dapat menyelesaikan masalah tersebut.

Selain berdampak terhadap kegiatan perdagangan, perjanjian perdagangan internasional mempunyai *diversion effect* dan penciptaan investasi. Hal ini dikarenakan determinan *Foreign Direct Investment (FDI)* kemungkinan besar terkait dengan efek partisipasi dalam perjanjian perdagangan internasional terhadap FDI. Salah satu bentuk perjanjian perdagangan tersebut adalah PTA (*Preferential Trade Agreement*). PTA merupakan perjanjian perdagangan yang fokus kepada menciptakan peluang pasar baru antar negara mitra PTA, maupun di luar negara mitra (*trade creation*). PTA disebut lebih unggul dipilih oleh investor asing dibandingkan perjanjian kerjasama perdagangan yang lain, sebagai contoh BITs, dikarenakan pelaksanaannya lebih efektif (Ningsih et al., 2018). Salah satu negara yang telah menunjukkan perkembangan yang signifikan di bidang perdagangan setelah pengimplementasian perjanjian PTA adalah negara Jepang. Badan Pusat Statistik mengatakan terdapat peningkatan USD 6 Miliar pada tahun 2008 yaitu awal waktu implementasi IJEPA (Medina, 2023).

Tabel 1 Variabel Dampak PTA dan MNC Terhadap Diplomasi Ekonomi

No	Negara	Trade Cooperation (PTA)	MNC	Dampak Terhadap Diplomasi Ekonomi
1	Pakistan	Indonesia – Pakistan Preferential Trade Agreement (IP-PTA)	Pinehill Arabia Food Ltd (Pabrik Indomie di Faisalabad resmi 2021)	Memperluas akses pasar produk Indonesia tidak hanya di Pakistan, tetapi juga kawasan Asia Selatan.
2	Iran	Preferential Trade Agreement Among D-8 Member States	-	Iran akan memberi Indonesia akses yang lebih besar terhadap produk-produk seperti makanan olahan dan obat-obatan, tekstil, minyak sawit, kopi dan teh, sementara Indonesia akan menurunkan tarif untuk produk minyak dan kimia Iran, logam dan beberapa produk susu.
3	Serbia (BITs)	-	Indoadriatic Industry d.o.o (Pabrik Indomie di Indija resmi 2016)	Pemerintah Indonesia mulai memperhatikan Serbia dapat menjadi akses pasar Eropa Tengah sejak naiknya nilai perdagangan antara kedua negara. Naiknya nilai tersebut memiliki peran investasi asing yang telah dilakukan di dalamnya.
4	Mongolia (BITs)	-	-	Fokus pada penguatan hubungan bilateral dan kerja sama di berbagai sektor, dengan penekanan khusus pada perdagangan, investasi, dan kontak antar masyarakat.

Sumber: ASEAN Briefing 2023

Tabel di atas menjelaskan bagaimana ada atau tidaknya PTA dan pendirian perusahaan multinasional di negara yang dijadikan contoh, dilatar belakangi oleh potensi negara dapat atau tidaknya menjadi atau memberikan akses pasar. Secara lebih rinci Pakistan yang

dipandang dapat menjadi akses masuk pasar kawasan Asia Selatan. Selain itu, Indonesia dan Pakistan memiliki kesamaan latar belakang sejarah. Sedangkan, PTA yang terjadi antara Indonesia dan Iran lebih fokus kepada pengurangan tarif impor produk dan memberikan akses pasar lebih luas kepada produk Iran.

D. Argumen/Hipotesis

Dari rumusan masalah “Bagaimana dampak investasi PT Indofood sebagai perusahaan multinasional terhadap performa diplomasi ekonomi Indonesia di Serbia?”, secara hipotetis dapat dijawab sebagai berikut: dampak investasi asing PT Indofood di Serbia memberikan perkembangan diplomasi ekonomi antara kedua negara berupa pembukaan pasar Eropa Tengah terhadap produk Indonesia dan kenaikan nilai perdagangan bilateral. Selain itu, ia juga memberikan gambaran potensi kerjasama ekonomi antara Indonesia dan Serbia yang dapat dicapai ketika kedua negara memaksimalkan perjanjian perdagangan, dalam hal ini PTA (*Preferential Trade Agreement*). Potensi kerjasama ekonomi tersebut dapat berupa pemasukan investasi yang bertambah di kedua negara, akses pasar terhadap produk maupun wilayah di sekitar negara dan kegiatan ekonomi yang menguntungkan lainnya. Kegiatan-kegiatan tersebut akan meningkatkan nilai perdagangan kedua negara sebagai bentuk diplomasi ekonomi.

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dampak performa diplomasi ekonomi Indonesia-Serbia dan pengoptimalannya dari investasi asing PT Indofood di Serbia pasca tahun 2016.

F. Metode Penelitian

Diplomasi ekonomi Indonesia-Serbia dipilih berdasarkan pertimbangan lokasi Negara Serbia sebagai fokus dengan alasan Negara Serbia yang disebut sebagai akses untuk mencapai pasar Eropa. Kasus ini dipilih karena investasi asing oleh PT Indofood di Serbia merupakan pencapaian perusahaan multinasional dari Indonesia yang besar karena hal ini dapat menjadi sarana pengenalan produk asal Indonesia dan menjadi awal dari perkembangan investasi asing Indonesia, khususnya di Eropa. Penelitian akan mengambil rentang waktu pasca tahun 2016 dikarenakan tahun ini adalah tahun dimana pabrik PT Indofood diresmikan berdiri. Fokus Diplomasi ekonomi Indonesia-Serbia juga penting untuk dikaji karena potensi ekonomi Negara Serbia yang besar. Hal ini dikarenakan, Serbia terletak di jantung Eropa Tenggara (SEE), khususnya Balkan Barat, persimpangan Eropa, Timur Tengah, dan Afrika. Selanjutnya, kawasan Balkan Barat merupakan rumah bagi pasar-pasar berkembang dengan berbagai ukuran, yang semuanya memiliki rencana pembangunan ekonomi yang berfokus pada penerapan aturan hukum, ketenagakerjaan, dan perpajakan; sistem pendidikan dan medis; infrastruktur energi, transportasi, dan telekomunikasi; dan kerangka keamanan/pertahanan yang memenuhi standar Uni Eropa. Selain itu, dengan jumlah penduduk sebesar 6,8 juta jiwa, Serbia merupakan negara dengan perekonomian terbesar dan paling makmur di Balkan Barat, serta berfungsi sebagai pusat regional dan batu loncatan bagi perusahaan untuk mengakses pasar regional yang lebih besar (International Trade Administration, 2022). Berdasarkan pertimbangan tersebut pembahasan tentang DAMPAK INVESTASI ASING PT INDOFOOD DI SERBIA TERHADAP DIPLOMASI EKONOMI INDONESIA-SERBIA PASCA TAHUN 2016 dipilih.

Penelitian ini menggunakan desain umum berupa penelitian kualitatif dan deskriptif. Metode tersebut merupakan metode yang tepat digunakan untuk mengkaji pembahasan ini. Penelitian kualitatif menekankan kepada pemahaman terhadap suatu fenomena. Penelitian

deskriptif memiliki tujuan untuk menyediakan pengamatan yang rinci terhadap suatu fenomena. Sifat penelitian kualitatif memiliki pendekatan yang salah satunya menganalisa fenomena yang tengah berlangsung. Oleh karena itu, penelitian kualitatif dan deskriptif dipilih menjadi desain penelitian ini.

Sumber data akan diambil melalui teks dokumen dalam bentuk jurnal, artikel, laporan, dan teks dokumen lain yang terkait dengan penelitian ini. Tidak hanya teks dokumen, siaran wawancara juga akan digunakan dalam penelitian ini. Siaran wawancara tersebut dipastikan memiliki narasumber yang relevan dan valid dalam memberikan informasi terkait. Data sekunder seperti statistik juga digunakan menjadi bagian dari bukti penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *desk-mapping* yaitu tinjauan yang berupaya mengidentifikasi, bukan hasil, namun keterkaitan. Pemetaan berfokus pada karakteristik seperti di mana kegiatan itu berlangsung, dari mana pendanaannya, dan di jurnal atau media apa lainnya disajikan. Pemetaan sering kali berfokus pada item yang diterbitkan namun tidak perlu; beberapa studi pemetaan menyertakan media lain.

G. Jangkauan Penelitian

Penulis membatasi penelitian ini dengan hanya menganalisis tentang dampak investasi asing PT Indofood di Serbia terhadap diplomasi ekonomi Indonesia-Serbia dimulai dari tahun 2016. Tahun 2016 adalah pendirian resmi pabrik PT Indofood di Serbia, yang menjadi salah satu bentuk investasi asing perusahaan multinasional asal Indonesia hingga berdirinya di tahun 2023 ini. Selain itu, indikator lainnya berupa perjanjian perdagangan oleh Neoliberalisme yang menjadi bentuk perkembangan diplomasi ekonomi Indonesia-Serbia.

H. Sistematika Penulisan

Agar hasil dari penelitian dapat terlihat baik dan dapat dipahami dengan jelas oleh pembaca, sebuah penelitian disusun dengan cara yang sistematis. Penulisan dengan cara yang sistematis merupakan syarat mutlak dalam kaidah penulisan. Maka dari itu, sistematika penulisan yang diaplikasikan di dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

BAB I : Bab I berisi tentang uraian pendahuluan yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Permasalahan, Kerangka Teori, Argumen/Hipotesis, Metode, Jangkauan dan Sistematika Penulisan.

BAB II : Bab II berisi hasil temuan penelitian membahas ringkasan sejarah hubungan diplomatik Indonesia-Serbia, dilanjutkan dengan pembahasan hubungan diplomasi ekonomi Indonesia-Serbia, dan terakhir membahas tentang PT Indofood di Serbia. Temuan penelitian tersebut akan dijelaskan dengan menggunakan konsep diplomasi ekonomi dan teori Neoliberalisme konsep perjanjian perdagangan, lebih spesifik perjanjian perdagangan preferensial atau PTA (*Preferential Trade Agreement*).

BAB III : Bab III berisi bab penutup mengenai hasil akhir dari penelitian yang terdiri dari kesimpulan mengenai temuan penting dari riset ini, kontribusi riset ini terhadap perkembangan ilmu Hubungan Internasional dan keterbatasan riset serta rekomendasi riset selanjutnya.