

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Menjelang akhir tahun 2017, hubungan bilateral Indonesia dan Swedia kian meningkat dimulai dengan kunjungan kenegaraan Raja Swedia Carl Gustaf XVI beserta rombongan ke Jakarta, pengiriman beberapa *Familiarization Trip* (Fam Trip) ke Indonesia, serta berbagai macam kunjungan di tingkat menteri dan parlemen kedua belah pihak. Hubungan bilateral kedua negara semakin konkrit dengan berbagai penandatanganan kerjasama di bidang perdagangan, riset dan pendidikan, perhubungan, pertahanan, transportasi, industri kreatif, energi, khususnya energi baru dan terbarukan. (Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, 2019)

Beberapa Kerjasama di Bidang Ekonomi antara lain :

- 1) Pada 22 Mei 2017, kedua pemerintah telah menandatangani persetujuan tentang : (i) Pembebasan Visa bagi paspor diplomatik dan dinas; (ii) Persetujuan di bidang kerjasama perhubungan, khususnya navigasi Indonesia; (iii) *Letter of Intent* mengenai ekonomi kreatif.
- 2) Pada 06 Juni 2017, dilakukan penandatanganan *Letter of Intent* mengenai penunjukan focal point untuk badan yang menangani masalah navigasi udara.
- 3) Pada 04 Oktober 2017, penandatanganan “*Memorandum of Understanding* tentang Kerjasama Pendidikan Tinggi, Riset, dan Inovasi”. Ruang lingkup kerjasamanya antara lain meliputi peningkatan kerjasama dan pertukaran informasi serta pengalaman dalam bidang riset, ilmu pengetahuan, mendorong dan memfasilitasi institusi di Indonesia dan Swedia yang berminat melakukan kerjasama di bidang riset, pendidikan,

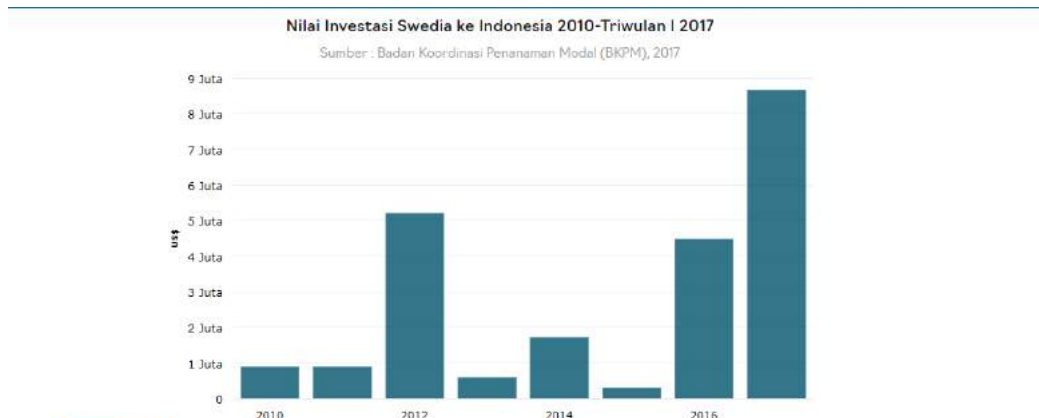
dan invasi, serta meningkatkan program pertukaran ilmuwan, tenaga ahli, dosen, dan mahasiswa.

- 4) Pada 04 Oktober 2016, Menteri Perdagangan dan Urusan Uni Eropa Swedia, Ann Linde, melakukan kunjungan ke Indonesia dan menandatangani MoU tentang Hubungan Perdagangan dengan Menteri Perdagangan Republik Indonesia, Budi Karya.
- 5) Pada 20 Desember 2016, penandatanganan MoU tentang Persetujuan Kerjasama dalam Bidang Pertahanan, yaitu pengembangan industri pertahanan yang antara lain meliputi transfer teknologi, penelitian serta produksi bersama alat pertahanan dan keamanan untuk penguatan sektor pertahanan dan keamanan. (Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, 2019)

Peran Swedia dan Indonesia tidak dapat dijauhkan dalam masalah Internasional. Didasari oleh polarisasi negara – negara besar yang semakin meruncing, penentangan secara nyata terhadap norma dan hukum Internasional, Indonesia dan Swedia semakin aktif untuk mengingatkan serta memberi aksi nyata jika terlibat aktif dalam perdamaian dunia. Kunjungan kenegaraan Raja Swedia tahun 2017 ke Indonesia merupakan peluang besar dan memberi dampak positif bagi para pebisnis. Sampai sekarang banyak kerja sama ekonomi yang ditingkatkan kedua negara. Contohnya dalam bidang investasi, energi dan lingkungan hidup. Indonesia telah menyepakati tiga kerja sama di berbagai bidang dengan Swedia. Yaitu persetujuan di bidang ekonomi kreatif, dan navigasi bandar udara. Adapun beberapa kerja sama juga ditandatangani secara terpisah, yaitu kerja sama di bidang inovasi, *science parks* dan pembiayaan pendidikan. (Kementrian Luar Negeri, 2019)

Berikut adalah presentase hasil kerjasama Indonesia dan Swedia di bidang ekonomi. (Amri N. F., 2019)

Nilai Investasi Swedia ke Indonesia 2010 – Triwulan I 2017



tabel 1. 1 Nilai Investasi Swedia ke Indonesia

Sumber laporan Data Badan Koordinasi Penanaman Modal

Data Badan Koordinasi Penanaman Modal mencatat, nilai investasi Swedia ke Indonesia yang tertinggi terjadi pada tahun 2012, yang mencapai lebih dari US\$ 5j uta. Tahun 2013 sempat anjlok menjadi US\$ 0,6 juta. Namun, pada tahun 2016 nilai investasi Swedia ke Indonesia berada di urutan 41 pada daftar negara dengan investasi terbesar di Indonesia. Kujungan yang dilakukan Raja Carl XVI ke Indonesia menjadikan momen untuk meningkatkan kerja sama kedua negara. Hasilnya hingga triwulan I 2017, investasi Swedia ke Indonesia mencapai US\$ 8,69 juta. (databoks, 2017)

Pada tahun 2013, Swedia mengalami hambatan dalam berinvestasi ke Indonesia. Menurut Badan Koordinasi Penanaman Modal, ada lima kendala yang dihadapi yang membuat minat investasi menurun. Lima kendala tersebut adalah : (1) Akuisisi lahan yang sulit. (2) Regulasi yang berbelit. (3) Pajak dan insentif non-fiskal lain yang tidak mendukung investasi. (4) Infrastruktur publik yang belum merata, dan (5) Tenaga kerja terampil yang belum memadai. Hal inilah yang menjadikan Swedia lebih memilih untuk berinvestasi di negara lain.

Maka, pada tahun 2013 investasi Swedia ke Indonesia penurunan yang sangat drastis (Meilani, 2019).

Pada tahun 2014, investasi Swedia ke Indonesia mengalami sedikit peningkatan. Namun, di tahun 2015 kembali menurun karena adanya faktor hambatan yang sama seperti tahun 2013. Kemudian di tahun 2016 mengalami peningkatan yang signifikan, karena kebijakan pemerintah yang di buat untuk mendorong daya saing Indonesia, terutama dalam ekspor dan investasi di dalam negeri. Kebijakan yang dijalankan adalah : Pertama, pemerintah merevisi 72 undang-undang yang dianggap menghambat investasi, dengan menggunakan skema *Omnibus Law*. *Omnibus Law* adalah suatu rancangan undang-undang yang mencakup lebih dari satu aspek yang di gabungkan menjadi satu undang-undang (money.kompas.com, 23September 2019). Kedua, untuk mengatasi akuisisi lahan yang sulit, pemerintah mengubah regulasi agar Rencana Tata Ruang Wilayah lebih fleksibel dan ramah investor (properti.kompas.com, 10 Juli 2019). Ketiga, bagi masalah infrastruktur yang belum merata, pemerintah melalui Kementrian (pu.go.id, 28 Maret 2019). Keempat, penerapan kebijakan *fiskal*, dimana kegiatan-kegiatan yang bersifat *fiskal* tetap dilaksanakan dan di luar dari anggaran pemerintah (nasional.kontan.co.id,24 Juni 2019). Kelima, peningkatan kualitas tenaga kerja terampil, Kementrian Ketenagakerjaan mengeluarkan kebijakan, yaitu: (1) Pelatihan kerja berbasis kompetensi yang tidak membataskan usia maupun latar belakang pendidikan. (2) Program 3R, *Re-orientasi*, *Revitalisasi*, dan *Re-Branding*. (3) Program *Triple Skilling*, *Skilling*, pelatihan bagi tenaga kerja yang belum siap bekerja. *Up-skilling* pekerja yang ingin meningkatkan kompetensi. *Re-skilling*, pekerja yang kehilangan pekerjaan maupun alih profesi (m.suara.com, 3 Oktober 2019).

Jadi, nilai investasi Swedia ke Indonesia berdasarkan diagram diatas dapat di ambil kesimpulan bahwa meskipun pada tahun 2013 dan 2015 mengalami penurunan di lain sisi pada tahun 2012, 2014 dan 2016 nilai investasi Swedia ke Indonesia cenderung meningkat. Hal ini

menandakan bahwa investasi Swedia menguntungkan bagi pihak Indonesia. Menurut Thomas Swedia memilih Indonesia sebagai target investasi karena sektor – sektor yang diminati oleh perusahaan – perusahaan Swedia cukup prospektif dan menjadi prioritas pemerintah. Thomas menambahkan, sektor energi terbarukan yang ada di Indonesia tumbuh mencapai 11,2 persen per tahun di tambah oleh tenaga angin 45,4 persen, bio energi 18,5 persen serta panas bumi 21,5.

B. RUMUSAN MASALAH

Dengan pemaparan latar belakang masalah diatas, penulis menarik rumusan masalah yakni **“Bagaimana strategi pemerintah Swedia dalam meningkatkan investasi di Indonesia?”**

C. KERANGKA BERPIKIR

1. Konsep Multinational Corporations

Menurut Stephen D. Cohen, Perusahaan Multinasional adalah badan usaha yang memenuhi persyaratan hukum khusus dan memiliki dokumen persetujuan oleh pejabat pemerintah nasional dan otoritas daerah di negara tempat perusahaan didirikan. Perusahaan Multinasional beroperasi di beberapa sektor industri, berinvestasi di berbagai negara, dan mengikuti strategi bisnis yang berbeda. Perusahaan Multinasional bukan hanya sekedar perusahaan swasta aja, akan tetapi juga memiliki fungsi politik dan ekonomi. Dimana MNC merupakan salah satu komponen pendukung dalam suatu negara untuk mendorong kepentingannya dalam meningkatkan investasi ke negara lain. Sebagai contoh, perusahaan Honda yang berasal dari Jepang sebagai bentuk perusahaan MNC dan memiliki fungsi politik serta ekonomi. Dengan adanya perusahaan Honda ini, Indonesia bisa melakukan diplomasi untuk memperkuat politik dengan negara lain serta membangun perekonomian masyarakat Indonesia dengan dibukanya lapangan pekerjaan baru di Indonesia. Perusahaan Multinasional

dipandang sebagai varian lain dari arbitase modal. Timbul asumsi bahwa suatu perusahaan memindahkan dana dari suatu negara ke negara lain dengan alasan sama seperti bank atau investor perorangan yang bertujuan untuk memperoleh tingkat pengembalian lebih tinggi daripada yang dapat diperoleh di negara asal. (Cohen, 2007)

Ada 4 strategi yang dapat dilakukan sebuah negara dalam proses pengembangan perusahaan multinasional ke lintas negara antara lain :

1. Strategi Multinasional

Perusahaan induk memberi kebebasan dalam proses mengembangkan produk serta praktek mereka sendiri dan selalu memberikan laporan keuangan (desentralisasi). Strategi ini dapat memudahkan desentralisasi dalam mengambil keputusan strategis dan terdiri dari database dan proses yang independen (anak perusahaan) (Alputra, 2005)

2. Strategi Global

Pengendalian berpusat di perusahaan induk. Produk untuk berbagai pasar dunia diproduksi secara sentral dan akan dikirim ke anak – anak perusahaan. Hal ini menyebabkan kapasitas system informasi berada di perusahaan induk dan terdapat sentralisasi proses dan database yang diatur dengan ketat oleh pusat (Rakhmawati, 2015).

3. Strategi Internasional

Perpaduan antara strategi multinasional (desentralisasi) dan strategi global (sentralisasi). Strategi ini dibutuhkan tim manajemen di perusahaan induk yang memiliki ketrampilan menembus pasar global. Dalam strategi ini akan menggunakan system interorganisasi dalam menghubungkan proses dan database perusahaan induk dengan anak perusahaan (Rakhmawati, 2015).

4. Strategi Transnasional

Perusahaan induk dan anak perusahaan bekerja sama membuat strategi dan kebijakan operasi menjadi formula untuk mengkoordinasikan logistic agar mencapai pasar yang tepat (Alputra, 2005).

Konsep MNC menjadi dasar Swedia dalam mengembangkan perusahaan multinasional untuk mendorong meningkatkan investasi dan mengembangkan bisnisnya ke Indonesia. Swedia menggunakan beberapa strategi dalam upaya pengembangan perusahaan multinasional ke Indonesia yaitu, strategi multinasional, strategi global, strategi internasional dan strategi transnasional. Di dalam kasus ini, Swedia menggunakan strategi tersebut untuk melakukan investasi bisnis ke Indonesia. IKEA merupakan contoh perusahaan multinasional asal Swedia yang sukses dalam mengembangkan bisnisnya ke Indonesia.

2. Teori Internasionalisasi Bisnis

Internasionalisasi bisnis merupakan teori yang menjelaskan ekspansi bisnis yang menyebar ke seluruh dunia dan berfokus untuk mendapatkan keuntungan maksimal Globalisasi sebagai bentuk proses integrasi internasional terjadi disebabkan pertukaran pandangan dunia, pemikir, produk dan aspek yang lain. Proses globalisasi dipengaruhi oleh prosedur bisnis, ekonomi, dan sumber daya sosial. Adanya globalisasi menjadikan teori – teori dalam bisnis internasional menjadi berkembang. Teori bisnis internasional yang sebelumnya adalah teori klasik merupakan sebuah keunggulan yang absolut dan komparatif, yang kemudian mengalami internasionalisasi, dan berkembang menjadi teori dan membahas bagaimana perusahaan memainkan peran bisnis suatu negara yang saat ini disebut teori modern (Jane, Internasionalisasi, 2012).

Menurut John Fayerweather, Perusahaan Multinasional saat ekspansi pasca-perang yang luar biasa berlalu menjadi salah satu lembaga terkemuka dalam meningkatkan ekonomi bahkan di bidang bisnis internasional. Perusahaan multinasional memiliki dua peran dasar yaitu:

Pertama, transmisi sumber daya, terutama dari ketrampilan teknologi dan keterampilan dalam manajerial. Kedua, Perusahaan Multinasional menjadi organisasi kegiatan ekonomi yang mencakup multi-negara yang bersatu. (Fayerweather, 1972)

Sebuah perusahaan yang berorientasi internasional pada dasarnya tidak terlahir begitu saja sebagai perusahaan internasional. Sebagaimana pada umumnya, perusahaan multinasional mengawali aktivitasnya dari negara asalnya (*home country*) yang kemudian berkembang ke pasar luar negeri (*host country*). Faktor yang mendorong terjadinya proses tersebut adalah globalisasi, runtuhnya batas-batas antar negara, munculnya negara-negara industri baru-NIC (*newly industrial country*), termasuk perkembangan teknologi maupun inovasi di berbagai bidang (Lassare, 2010).

Beberapa ahli mendefinisikan proses internasionalisasi perusahaan sebagaimana dirangkum dalam tabel sebagai berikut (Alina, 2009):

No	Ahli/akademisi	Proses Internasionalisasi
1	Johanson & Vahine (1977)	Proses dimana perusahaan secara bertahap meningkatkan keterlibatan internasionalnya. Internasionalisasi merupakan produk dari serangkaian keputusan inkremental perusahaan
2	Welch & Luostarinen (1988)	Internasionalisasi merupakan sebuah konsep yang dinamis yaitu proses meningkatkan operasi internasional, baik pada keluar maupun kedalam
3	Beamish (1990)	Proses dimana perusahaan meningkatkan baik kesadaran mereka mengenai pengaruh langsung

		maupun tidak langsung transaksi internasionalnya di masa yang akan datang dan mendirikan serta melaksanakan transaksi dengan negara lain
4	Andersen (1997)	Internasionalisasi merupakan proses adaptasi perubahan transaksi di pasar internasional, termasuk strategi moda masuk dan pemilihan pasar internasional

tabel 1. 2 Proses Internasionalisasi Bisnis

Secara keseluruhan, berdasarkan definisi definisi tersebut, proses internasionalisasi meliputi:

1. Keluar masuknya produk, jasa maupun sumberdaya yang melewati batas suatu negara dimana perusahaan melakukan aktivitasnya
2. Sebagai konsekuensi point nomer satu, terjadi transaksi lintasnegara
3. Faktor pendorong adalah dari dalam (perusahaan memiliki orientasi pada pasar luar negeri) dan dari luar (lingkungan bisnis, khususnya globalisasi)

Secara teoritikal, terdapat dua caara pandang (*school of thought*) mengenai internasionalisasi perusahaan yaitu *traditional school* dan *new venture school*. *Traditional School* menekankan pada prosedur internasionalisasi, sementara *new venture* menekankan pada kecepatan memasuki pasar internasional.

Proses internasionalisasi merupakan sebuah proses memanfaatkan peluang yang ada di pasar internasional. Atas dasar pandangan tersebut, ia menyatakan aspek produksi luar negeri di perusahaan multinasional (PMN). Dalam pandangannya, pusat perhatian PMN adalah bagaimana mengeksploitasi kepemilikan dan keunggulan lokasi melalui internasionalisasi pasar. Secara tidak langung, Dunning menyatakan bahwa pendekatan PMN pada saat proses

internasionalisasi bukanlah pendekatan yang sifatnya tradisional. PMN akan memproduksi di sebuah negara tertentu apabila mereka bisa memperoleh sebuah lokasi yang dapat memanfaatkan keunggulan bersaing berdasarkan OLI. Model OI menuntut dimensi dinamis meliputi dua mekanisme tambahan seperti pelau lain di pasar dan jarak waktu antara realisasi perubahan strategik dan materialisasi hasilnya (Alina, 2009).

Internasionalisasi bisnis dapat terjadi karena adanya dua faktor yaitu internal dan eksternal. Faktor internal terdiri dari usia perusahaan, ukuran perusahaan, pengalaman dan kinerja perusahaan di pasar internasional, serta karakteristik manajemen dan organisasi perusahaan. Kemudian dalam faktor eksternal meliputi ekonomi, pesaing, teknologi, politik dan hukum, sosial dan budaya (Zaiem & Zghidi, 2011).

Kemudian dalam teori ini disebutkan tentang ekspansi bisnis, Swedia melakukan investasi bisnis ke Indonesia salah satunya dalam bidang furniture. Untuk melakukan ekspansi bisnis, Swedia melakukan tiga metode yaitu : (1) *Merger* merupakan penggabungan dari dua atau lebih perusahaan menjadi satu kesatuan yang terpadu. Perusahaan yang dominan dibanding dengan perusahaan yang lain akan tetap mempertahankan identitasnya, sedangkan yang lemah akan mengaburkan identitas yang dimilikinya. (2) *Akuisisi* adalah pembelian suatu perusahaan lain atau oleh kelompok investor. *Akuisisi* sering digunakan untuk menjaga ketersediaan pasokan bahan baku atau jaminan produk akan diserap oleh pasar. (3) *Konsolidasian* adalah bentuk khusus merger dimana dua atau lebih perusahaan bersama-sama meleburkan diri dan membentuk perusahaan yang baru (Martina, 2020).

Akuisisi dan *Merger* adalah upaya yang dilakukan pemerintah Swedia dalam meningkatkan *ekspansi bisnis* ke Indonesia. Salah satu bentuk investasi Swedia adalah dengan membuka Perusahaan IKEA di Indonesia. Hal ini bertujuan untuk mencari keuntungan atau untuk melakukan diplomasi antar negara. Tetapi dalam melakukan *ekspansi bisnis* ke Indonesia, pemerintah Swedia dipengaruhi dengan adanya faktor globalisasi, dimana fenomena

tersebut tidak dapat di hindarkan dalam dunia bisnis. Namun tidak hanya faktor globalisasi, tetapi faktor politik antar kedua negara juga berpengaruh. Hubungan politik yang baik antara kedua negara menjadikan suksesnya IKEA dalam melakukan *ekspansi bisnis*. Elemen politik perlu diperhatikan Swedia ketika hendak mengembangkan bisnisnya ke Indonesia. Seperti nasionalisme, bentuk pemerintahan, dan organisasi internasional yang terlibat dalam internasionalisasi bisnis.

D. HIPOTESA

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat diambil dugaan bahwa strategi yang dilakukan Pemerintah Swedia berupaya untuk meningkatkan investasi dengan melakukan penetrasi strategi MNC ke Indonesia melalui IKEA dalam bidang furniture. Perusahaan multinasional menjadi peran penting bagi Swedia untuk mendominasi pasar di Indonesia. Selain itu, akuisisi menjadi faktor pendukung dalam mempermudah Swedia untuk mendominasi pasar furniture di Indonesia.. Kemudian Akuisisi merupakan cara pemerintah Swedia untuk memulai berinvestasi dan membuka perusahaan IKEA di Indonesia

E. JANGKAUAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis mengidentifikasi nilai investasi Swedia ke Indonesia ketika mengalami penurunan di tahun 2013 dan meningkat di tahun 2016.

F. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari Penelitian ini untuk mengetahui sebab terjadinya penurunan dan peningkatan investasi Swedia ke Indonesia.

G. METODE PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat eksplanatif.

2. Sumber Data dan Jenis

Data penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data sekunder seperti buku, jurnal, artikel, dokumen dari situs resmi atau situs berita sebagai sumber utama penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penyusunan penelitian ini adalah studi pustaka. Studi pustaka sendiri dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi dari berbagai literature yang berkaitan dengan investasi Swedia ke Indonesia.

4. Teknik Analisa Data

Data yang didapatkan oleh penulis akan dianalisis dengan analisis kualitatif yang akan menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata yang tertulis maupun kata yang dikatakan oleh narasumber.

H. SISTEMATIKA PENULISAN

Agar penelitian menjadi lebih mudah dipahami maka penulis membagi penelitian tentang investasi Swedia ke Indonesia kedalam sistematika penulisan yang berisi 5 bab.

1. Bab pertama menjelaskan tentang pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, kerangka pemikiran, hipotesa, tujuan penelitian, jangkauan penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan.
2. Bab dua menjelaskan tentang negara Swedia di bidang ekonomi bisnis.
3. Bab tiga menjelaskan tentang penurunan dan peningkatan investasi Swedia ke Indonesia di tahun 2013 dan 2016.
4. Bab empat menjelaskan tentang strategi Swedia untuk memperkuat investasi ke Indonesia.
5. Bab lima menjelaskan tentang kesimpulan dari seluruh bab yang telah ditulis.