

PELUANG DAN TANTANGAN KERJASAMA INVESTASI INDONESIA DENGAN NEGARA-NEGARA VISEGRAD

Aelina Surya, Ahmad S. Bukhari

Program Magister Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Padjajaran

Abstract

This study discusses the opportunities and challenges of investment cooperation between Indonesia and the Visegrad countries. The author uses the concept of economic diplomacy to explain these problems. Indonesia undertakes economic diplomacy efforts with the aim of continuing to increase its investment cooperation with Visegrad countries. But in its economic diplomacy efforts there are opportunities and challenges that must be faced. The opportunities in this regard are large investment potential, similar goals between the two, economic diplomacy that can be carried out to the level of local government, and ease of investment in Indonesia. While the challenge is that there is no clear and measurable economic diplomacy blueprint, very far geographical location, and limited collaboration in the form of bilateral relations.

Keywords: *Investment Cooperation, Economic Diplomacy, Commercial Diplomacy, Visegrad*

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang peluang dan tantangan kerjasama investasi antara Indonesia dengan negara-negara Visegrad. Untuk menjelaskan hal tersebut digunakan konsep diplomasi ekonomi. Indonesia melakukan upaya diplomasi ekonomi dengan tujuan untuk terus meningkatkan kerjasama investasinya dengan negara-negara Visegrad. Namun dalam upaya diplomasi ekonominya tersebut terdapat peluang dan tantangan yang harus dihadapi. Adapun peluangnya dalam hal ini adalah potensi investasi yang besar, kesamaan tujuan antara keduanya, diplomasi ekonomi yang dapat dilakukan hingga ke tingkat pemerintah daerah, dan kemudahan investasi di Indonesia. Sedangkan tantangannya adalah belum ada *blueprint* diplomasi ekonomi yang jelas dan terukur, letak geografis yang sangat jauh, dan kerjasama yang masih terbatas dalam bentuk hubungan bilateral.

Kata Kunci: Kerjasama Investasi, Diplomasi Ekonomi, Diplomasi Komersial, Visegrad

1. Pendahuluan

Salah satu program prioritas dalam kebijakan luar negeri pemerintahan Presiden Joko Widodo (Jokowi) tahun 2014-2019 adalah meningkatkan kerjasama ekonomi yang dapat memberikan keuntungan bagi pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Oleh karenanya, berbagai upaya diplomasi ekonomi diperkuat guna mencapai hal tersebut. Diplomasi ekonomi ini banyak dilakukan oleh Kementerian Luar Negeri (Kemlu) Republik Indonesia. Kemlu menjadikan diplomasi ekonomi sebagai salah satu prioritas utama dalam kebijakan luar negeri Indonesia yang tercantum dalam Arah Kebijakan dan Strategi Renstra Kemlu tahun 2015-2019, dimana penguatan diplomasi ekonomi merupakan salah satu dari 8 arah kebijakan yang disepakati (Sabaruddin, 2016).

Upaya diplomasi ekonomi juga dilakukan oleh kementerian dan instansi pemerintah lainnya yang terkait, seperti Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, Kementerian Pariwisata, Kementerian Keuangan, Bank Indonesia dan Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) turut berperan penting dalam mendukung diplomasi ekonomi Indonesia. Kementerian dan instansi pemerintah tersebut bersama-sama dengan Kemlu sepakat untuk melakukan akselerasi diplomasi ekonomi pada tahun 2018. Hal ini

sangat perlu dilakukan mengingat peningkatan ekspor dan investasi di Indonesia masih belum sesuai harapan, masih tertinggal dari negara-negara Asia Tenggara lainnya seperti Singapura, Malaysia, Thailand, dan Vietnam. Dengan keadaan tersebut, sangat penting bagi pemerintah Indonesia untuk memaksimalkan diplomasi ekonomi guna mencapai target untuk menjadikan Indonesia sebagai negara *trade hub* di kawasan Asia Tenggara pada tahun 2020. (Kemlu, 2018).

Tujuan utama dari diplomasi ekonomi yang dilakukan Indonesia adalah untuk mendorong peningkatan kerjasama perdagangan, investasi, dan pariwisata (*Trade, Tourism, Investment / TTI*). Maka dari kerjasama TTI tersebut dapat mendorong peningkatan jumlah ekspor dan investasi asing, serta meningkatkan kunjungan wisatawan asing untuk meningkatkan perekonomian nasional. Adapun target TTI yang ingin dicapai Indonesia dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2015-2019 adalah pertumbuhan ekspor produk non-migas dengan rata-rata sebesar 11,6% pertahun, meningkatnya Penanaman Modal Asing (PMA) dan Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) menjadi Rp. 933 triliun pada tahun 2019, dan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan asing menjadi 20 juta orang pada tahun 2019 (Sabaruddin, 2016).

Guna mencapai hal tersebut Indonesia berupaya untuk meningkatkan kerjasama

ekonomi di pasar tradisional dan pasar non-tradisional atau “*untapped market*”. Secara umum yang dimaksud dari pasar tradisional dalam hal ini adalah negara-negara mitra yang sudah memiliki hubungan kerjasama ekonomi yang kuat sejak lama seperti Amerika Serikat (AS) dan negara-negara kawasan Eropa Barat. Sementara itu pasar non-tradisional adalah negara-negara yang potensial secara ekonomi dan prospektif sebagai tujuan pasar seperti negara-negara di kawasan Eropa Tengah dan Timur, Amerika Latin, Asia Tengah dan Asia Pasifik Selatan.

Sejalan dengan upaya peningkatan kerjasama ekonomi di pasar non-tradisional, Indonesia dalam beberapa tahun terakhir gencar melakukan peningkatan kerjasama ekonomi dengan negara-negara *Visegrad Group* yang berada di kawasan Eropa Tengah, yaitu Polandia, Hungaria, Ceko, dan Slovakia. Negara-negara tersebut memiliki potensi kerjasama ekonomi yang besar bagi Indonesia, khususnya dalam hal perdagangan dan investasi. Hingga saat ini, Indonesia dengan negara-negara Visegrad tengah menjajaki kerjasama ekonomi dalam bidang industri kelapa sawit dan ban dengan Ceko, Slovakia, dan Hungaria, serta rencana investasi di bidang pertambangan dan energi dengan Polandia (Kemlu, 2018).

Tetapi meskipun sudah memiliki hubungan kerjasama ekonomi dengan negara-

negara Visegrad, neraca perdagangan (ekspor dan impor) dan jumlah investasi Indonesia dengan negara-negara Visegrad tersebut masih tergolong rendah. Hal ini dikarenakan potensi perdagangan dan investasi dengan negara-negara Visegrad masih belum tereksplorasi secara maksimal. Oleh karenanya pemerintah Indonesia hingga saat ini masih berupaya untuk terus melakukan diplomasi ekonomi dengan negara-negara Visegrad guna membuka peluang kerjasama ekonomi yang lebih luas dan potensi perdagangan serta investasi dapat dimaksimalkan.

Peningkatan kerjasama investasi Indonesia dengan negara-negara Visegrad terjadi tidak secara signifikan. Kerjasama investasi Indonesia dengan negara-negara tersebut masih tergolong rendah. Hal ini terjadi dikarenakan beberapa hambatan dan tantangan yang terjadi dengan negara-negara tersebut. Oleh karenanya, penulis dalam hal ini tertarik untuk meneliti peluang dan tantangan kerjasama investasi Indonesia dengan negara-negara Visegrad. Penelitian ini nantinya dapat menjelaskan tentang peluang dan tantangan kerjasama investasi Indonesia dengan negara-negara Visegrad tersebut.

2. Kerangka Analisis

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif untuk mengetahui peluang dan tantangan kerjasama investasi Indonesia dengan negara-negara

Visegrad. Untuk dapat menjelaskan hal tersebut penelitian ini menggunakan konsep diplomasi ekonomi yang juga menjelaskan diplomasi komersial yang berkaitan dengan promosi kerjasama investasi Indonesia. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik studi literatur atau studi pustaka, yaitu dengan mengumpulkan data dari sumber-sumber yang relevan.

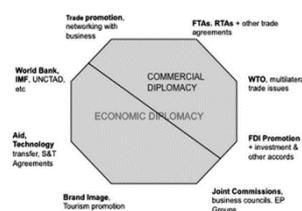
3. Konsep Diplomasi Ekonomi

Kegiatan diplomasi pada era globalisasi ini telah berkembang dengan pesat. Salah satu diplomasi yang mengalami perkembangan dengan pesat adalah diplomasi ekonomi. Hadirnya globalisasi membuat negara-negara di dunia semakin terlibat dalam perdagangan internasional. Karenanya diplomasi ekonomi menjadi sangat penting untuk dilakukan oleh suatu negara dalam mencapai kepentingan nasional dan menghadapi perdagangan bebas.

Bayne & Woolcock (2011) mendefinisikan diplomasi ekonomi sebagai rangkaian aktivitas besar, yaitu proses pengambilan keputusan (*decision making*) dan proses negosiasi dalam bidang ekonomi. Kemudian Rashid (2005) juga mendefinisikan diplomasi ekonomi sebagai proses formulasi dan negosiasi kebijakan yang berkaitan dengan kegiatan produksi, pertukaran barang, jasa, tenaga kerja dan investasi di negara lain. Lalu Odell (2005) mendefinisikan diplomasi ekonomi secara lebih luas dengan

memasukkan elemen lain yakni adanya pertukaran uang dan informasi termasuk bantuan luar negeri atau *official development assistance*. (Killian, 2016). Jadi dari berbagai definisi tersebut dapat dipahami bahwa diplomasi ekonomi memiliki makna yang sangat luas. Maka hal itu berarti berbagai jenis aktivitas ekonomi dapat dikategorikan sebagai bagian dari diplomasi ekonomi.

Kemudian untuk mempersempit makna dari diplomasi ekonomi, Saner & Yiu (2001) mengkategorikan aktivitas diplomasi berdasarkan fungsinya masing-masing, yaitu diplomasi ekonomi (*economic diplomacy*), diplomasi komersial (*commercial diplomacy*), diplomasi korporat (*corporate diplomacy*) dan diplomasi bisnis (*business diplomacy*). Diplomasi ekonomi dan diplomasi komersial dilakukan oleh aktor negara, sedangkan diplomasi korporat dilakukan oleh aktor non-negara. Selanjutnya untuk membedakan diplomasi ekonomi dan diplomasi komersial Rana (2009) menggambarkan dikotomi antara keduanya (Killian, 2016).



Sumber: Rana (2009)

Gambar 1. Pembagian Diplomasi Ekonomi dengan Diplomasi Komersial

Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa diplomasi ekonomi memiliki makna yang luas dengan berbagai aktivitas ekonominya. Sementara itu diplomasi komersial yang merupakan bagian dari diplomasi ekonomi memiliki makna yang lebih sempit dan jenis aktivitas ekonomi yang lebih sedikit. Adapun yang termasuk dari diplomasi komersial adalah (1) promosi perdagangan; (2) perjanjian kerjasama perdagangan seperti *Foreign Trade Agreement (FTA)*, *Regional Trade Agreement (RTA)*, dan lain sebagainya; (3) isu-isu perdagangan multilateral seperti *World Trade Organization (WTO)*; dan (4) promosi penanaman modal asing atau *foreign direct investment (FDI)*. Diplomasi komersial dapat dilakukan oleh aktor negara tingkat tinggi (*high-policy level*) seperti kepala negara, perdana menteri, menteri atau pun anggota parlemen dan aktor negara yang lebih rendah seperti duta besar dan utusan diplomatik khusus (Naray, 2008). Di banyak negara di dunia termasuk Indonesia, aktivitas kedua dan ketiga hanya dapat dilakukan oleh pemerintah pusat, tetapi untuk aktivitas pertama dan keempat dapat dilakukan oleh semua tingkatan pemerintah dan seluruh badan promosi dagang dan investasi yang relevan.

Dalam beberapa studi menurut Naray (2008) memperlihatkan pentingnya dari diplomasi komersial, yaitu untuk pemerintah dalam mencapai tujuan integrasi ekonomi

internasional mereka, sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan jumlah lapangan pekerjaan dan juga untuk tujuan internasionalisasi bisnis perusahaan, khususnya Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Selanjutnya Naray juga mengidentifikasi berbagai alasan yang mendasari negara dalam melakukan diplomasi komersial, yaitu: (1) kebutuhan untuk akses ke informasi bisnis yang andal dan netral, (2) dukungan untuk kredibilitas dan citra lemah pendatang baru di pasar luar negeri, (3) pencarian mitra: dorongan perusahaan nasional (terutama UKM) untuk menginternasionalkan, (4) penanganan konflik, (5) dukungan delegasi negara asal: menteri sering didampingi oleh pelaku bisnis dalam kunjungan Negara, dan (6) kekhawatiran strategis, seperti keinginan pemerintah untuk terlibat dalam kebijakan perdagangan strategis, dukungan untuk kegiatan R & D atau peningkatan akses ke pasokan (energi).

Upaya peningkatan kerjasama ekonomi Indonesia dengan negara-negara Visegrad merupakan bentuk dari upaya diplomasi komersial. Indonesia melalui diplomasi komersial berupaya untuk meningkatkan jumlah ekspor dan investasi dengan negara-negara Visegrad tersebut. Dalam hal ini Indonesia melibatkan berbagai komponen instansi pemerintahannya, mulai dari tingkatan

pusat dengan berbagai kementerian yang terkait, kemudian juga badan atau instansi pendukung seperti BKPM dan *Indonesia Investment Promotion Center* (IIPC), hingga pemerintah daerah melalui paradiplomasi.

4. Peluang Kerjasama Investasi Indonesia dengan Negara-negara Visegrad

Indonesia memiliki potensi yang besar dalam menarik investasi asing ke dalam negeri. Indonesia memiliki banyak peluang bisnis diberbagai sektor untuk menarik investasi asing, mulai dari infrastruktur, pertanian, industri manufaktur, pariwisata, energi, industri digital, hingga gaya hidup (BKPM, n.d.). Indonesia dinilai masih lebih menarik bagi investor asing yang ingin menanamkan investasinya ketimbang negara ASEAN lainnya seperti Thailand dan Malaysia. Menurut survey yang dilakukan oleh *Japan Bank for International Cooperation* (JBIC), Indonesia menjadi negara dengan peringkat pertama sebagai negara yang paling diminati untuk berinvestasi. Peringkat tersebut merupakan yang paling tinggi, maka tentunya lebih tinggi dari Thailand, Malaysia maupun negara ASEAN lainnya. (Kemenperin, n.d.)

Tidak hanya sebagai negara dengan potensi investasi yang besar, Indonesia juga merupakan negara dengan kekuatan ekonomi terbesar di Asia Tenggara dan ketiga terbesar di Asia setelah Tiongkok dan India. Dalam peringkat dunia, Indonesia merupakan negara

ekonomi terbesar ke-16 berdasarkan nilai dari Produk Domestik Bruto (PDB). Indonesia juga merupakan salah satu anggota dari G20.

Besarnya potensi investasi dan juga kekuatan ekonomi Indonesia menjadi salah satu peluang dalam membangun kerjasama investasi dengan negara-negara Visegrad. Indonesia secara aktif terus melakukan diplomasi komersial dengan menawarkan kerjasama investasi dalam berbagai sektor kepada negara-negara tersebut. Sehingga investor dari Polandia, Slovakia, Ceko dan Hungaria tertarik untuk menanamkan modalnya di Indonesia. Polandia tertarik untuk berinvestasi di sektor pertambangan, energi dan produk susu (Firmansyah, 2018). Ceko juga memiliki ketertarikan untuk berinvestasi di Indonesia, khususnya di sektor industry seperti manufaktur (Pitoko, 2018). Kemudian Hungaria juga tertarik untuk berinvestasi di sektor pengolahan air, Indonesia juga membuka peluang investasi lainnya bagi Hungaria dalam sektor energi terbarukan, teknologi informasi, ekonomi digital, dan pertanian (Zuraya, 2016). Selanjutnya para investor dari Slovakia juga menunjukkan minat ketertarikan yang besar untuk berinvestasi di Indonesia. Mereka tertarik untuk mengembangkan kerjasama investasi di sektor perhotelan, restoran dan pariwisata (Margrit, 2018).

Selanjutnya yang *kedua*, Indonesia dan negara-negara Visegrad memiliki tujuan yang sama, yakni sama-sama berupaya untuk dapat memperluas dan meningkatkan kerjasama ekonomi dengan negara-negara lain. Indonesia melihat negara-negara Visegrad sebagai pasar yang sangat potensial, karenanya penting bagi Indonesia untuk melakukan diplomasi ekonomi dengan negara-negara tersebut. Hal yang sama juga terjadi dengan negara-negara tersebut, negara-negara Visegrad dalam hal ini berupaya untuk meningkatkan kerjasama ekonomi di kawasan Asia dan Indonesia merupakan negara yang sangat potensial untuk mewujudkan hal tersebut.

Ketiga, Indonesia memiliki lembaga dan instansi pemerintahan yang sangat mendukung diplomasi komersial untuk peningkatan jumlah investasi di Indonesia. Diplomasi ini dapat dilakukan oleh pemerintah pusat, maupun BKPM secara khusus hingga pemerintah daerah sekalipun. Untuk menyukseskan diplomasi komersial di berbagai negara, BKPM mendirikan *Indonesia Investment Promotion Center* (IIPC). IIPC bertugas untuk mempromosikan investasi Indonesia dengan investor asing. Selain itu, pemerintah daerah juga turut berperan aktif dalam melakukan diplomasi komersial dengan berbagai negara, termasuk dengan negara-negara Visegrad. Diplomasi komersial ini dilakukan oleh pemerintah Nusa Tenggara Barat (NTB)

dengan Polandia. Pemerintah NTB mendorong Polandia untuk melakukan investasi di sektor infrastruktur, energi listrik, dan sumber daya mineral di pulau Lombok maupun Sumbawa (Redaksi Suara NTB, 2018). Saat ini sudah ada investasi yang ditanamkan Polandia berupa proyek pembangunan Pembangkit Listrik Tenaga Uap (PLTU) berkapasitas 2 x 50 MW di Lombok (Firmansyah, 2018). Selain itu, diplomasi komersial juga secara aktif dilakukan oleh pemerintah Bali dengan Hungaria. Hungaria dengan pemerintah kabupaten Badung Bali tengah menjajaki kerjasama teknologi informasi. Sedangkan dengan pemerintah Bali, Hungaria sudah berinvestasi di sektor pariwisata seperti Villa dan Hotel (Maya, 2017).

Keempat, Indonesia memberikan banyak kemudahan untuk investor asing yang mau berinvestasi di Indonesia. Indonesia terus berupaya untuk meningkatkan kemudahan dan kenyamanan berinvestasi guna menarik para calon investor dari berbagai negara. Salah satu kebijakan yang dilakukan Indonesia adalah dengan sinkronisasi regulasi antara pusat dan daerah. Pemerintah pusat dan daerah harus saling bahu membahu dalam mengatasi hambatan iklim berinvestasi di Indonesia. Untuk sinkronisasi regulasi ini pemerintah menginisiasi *Online Single Submission* (OSS) agar memudahkan investor hingga ke daerah.

Berbagai peluang yang ada tersebut berhasil menarik para investor dari negara-negara Visegrad. Peluang-peluang tersebut juga mampu mendorong realisasi investasi asing di Indonesia. Data dari BKPM tahun 2017 menyebutkan bahwa nilai realisasi investasi Polandia di tahun tersebut mencapai 19,7 juta USD dengan 22 proyek yang sedang dikerjakan. Jumlah ini meningkat dari tahun sebelumnya yang hanya mencapai 1,6 juta USD dengan 25 proyek investasi. Realisasi investasi dari investor Ceko juga mengalami peningkatan, yaitu 1,3 juta USD dengan 8 proyek investasi pada tahun 2016 menjadi 1,6 juta USD dengan jumlah proyek investasi yang sama. Sementara itu realisasi investasi dari Hungaria dan Slovakia tidak mengalami peningkatan. Nilai realisasi investasi pada tahun 2017 dari Hungaria tetap berada di angka 0,1 juta USD dengan jumlah proyek investasi yang menurun menjadi 5 proyek yang sebelumnya mencapai 8 proyek investasi. Sedangkan Slovakia justru mengalami penurunan realisasi nilai investasi di Indonesia pada tahun 2017. Jumlahnya menurun menjadi 0,1 juta USD dengan 3 proyek investasi dari tahun sebelumnya yang berjumlah 0,3 juta USD dengan 7 proyek investasi. (BKPM, 2017, 2018)

5. Tantangan Kerjasama Investasi Indonesia dengan Negara-negara Visegrad

Meskipun Indonesia memiliki banyak peluang dalam bekerjasama investasi dengan negara-negara Visegrad, tetapi peluang tersebut tidak dapat dioptimalkan karena masih banyak tantangan yang juga harus dihadapi. Tantangan ini pun bisa menjadi hambatan jika tidak dihadapi dengan baik.

Adapun tantangan Indonesia dalam hal ini adalah *pertama*, Indonesia hingga saat ini masih belum memiliki *blueprint* diplomasi ekonomi yang jelas dan terukur dalam menentukan negara-negara prioritas untuk kepentingan perekonomian nasional. Oleh karenanya arah dan pelaksanaan diplomasi ekonomi Indonesia menjadi tidak maksimal dilakukan, termasuk juga dengan negara-negara Visegrad. Sabaruddin (2015) melalui penelitiannya mencoba untuk memberikan solusi atas permasalahan tersebut. Dalam artikelnya Sabaruddin memberikan usulan *Grand Design* diplomasi ekonomi Indonesia dengan menggunakan pendekatan Indeks Diplomasi Ekonomi (IDE). Hasil dari penelitiannya memberikan daftar peringkat negara-negara yang memiliki potensi untuk dijadikan prioritas dalam diplomasi ekonomi Indonesia. Daftar peringkat negara prioritas ini dikategorikan menjadi tiga, yaitu strategis yang berarti memegang peranan kunci, penting

yang berarti memiliki peranan penting tapi bukan kunci, dan yang terakhir adalah mitra yang berarti memiliki peran yang minimal. Untuk negara-negara Visegrad termasuk ke dalam kategori negara strategis dan penting, yaitu Polandia sebagai negara strategis dan Slovakia, Hungaria dan Ceko sebagai negara yang penting dalam diplomasi ekonomi Indonesia.

Berdasarkan dari rekomendasi yang diberikan dari penelitian Sabaruddin tentu sangat membantu Indonesia dalam menentukan kebijakan diplomasi ekonomi terhadap berbagai negara di dunia. Rekomendasi ini mendorong Indonesia dalam melakukan diplomasi ekonomi dengan negara-negara yang di kategorikan strategis dan penting seperti dengan negara-negara Visegrad.

Kedua, letak geografis yang jauh antara Indonesia dengan negara-negara Visegrad menjadi tantangan yang harus di hadapi selanjutnya. Jauhnya letak geografis antara keduanya dapat menghambat perkembangan perdagangan karena harga kirim yang mahal. Selain itu dalam melakukan investasi dengan transfer teknologi juga memiliki resiko yang besar.

Letak geografis yang berjauhan juga menyebabkan kedua negara baik pemerintah dan masyarakatnya belum mengenal secara baik satu sama lain. Hal ini menyebabkan

potensi dan peluang kerjasama ekonomi baik di bidang perdagangan maupun investasi tidak tereksplorasi secara maksimal. Keadaan ini menyebabkan hambatan terhadap kerjasama investasi Indonesia dengan negara-negara Visegrad. Investor dari negara-negara tersebut masih belum memiliki pengetahuan atas peluang investasi yang ada di Indonesia. Untuk mengatasi hal ini pemerintah Indonesia melalui perwakilannya di negara-negara tersebut gencar melakukan promosi peluang investasi kepada para investor melalui seminar dan workshop.

Ketiga, upaya peningkatan kerjasama investasi yang dilakukan Indonesia masih secara bilateral. Indonesia belum memiliki upaya untuk melakukan kerjasama secara multilateral dengan langsung mengajak Visegrad sebagai organisasi regional untuk terlibat kerjasama investasi dengan Indonesia. Diplomasi ekonomi maupun komersial yang dilakukan Indonesia secara bilateral dengan masing-masing negara Visegrad sangat tidak efektif. Hal ini dikarenakan dengan cara tersebut akan lebih menguras tenaga ketimbang langsung dilakukan dengan organisasi besar yang menaungi negara-negara tersebut, yaitu Visegrad. Jika Indonesia dapat melakukan diplomasi ekonomi secara langsung dan memiliki hubungan kerjasama dengan Visegrad akan sangat memudahkan

Indonesia dalam meningkatkan kerjasama investasi dengan negara-negara Visegrad.

6. Kesimpulan

Indonesia dalam melakukan diplomasi komersial dengan tujuan meningkatkan kerjasama investasi dengan negara-negara Visegrad memiliki peluang dan tantangan yang harus di hadapi. Adapun peluang kerjasama investasi Indonesia dengan negara-negara Visegrad adalah *pertama* Indonesia memiliki potensi investasi yang sangat besar dalam mendorong kerjasama investasi antara kedua pihak; *kedua*, Indonesia dengan negara-negara Visegrad memiliki tujuan yang sama, yakni meningkatkan dan memperluas kerjasama ekonomi, kesamaan tujuan ini dapat mempermudah kerjasama investasi antara keduanya; *ketiga*, diplomasi komersial Indonesia dalam mempromosikan kerjasama investasi didukung oleh berbagai lembaga dan instansi pemerintah dari tingkat pusat hingga daerah, dengan keterlibatan berbagai tingkat pemerintahan tersebut dapat mendorong terjadinya peningkatan kerjasama investasi dengan negara-negara Visegrad; *keempat* dan terakhir, Indonesia memiliki banyak kemudahan dalam berinvestasi sehingga dapat menarik investor asing dari negara-negara Visegrad.

Sementara itu, Indonesia juga memiliki tantangan yang harus dihadapi, yaitu *pertama*, Indonesia masih belum memiliki *blueprint*

diplomasi ekonomi yang jelas dan terukur, sehingga hal itu menyebabkan diplomasi ekonomi Indonesia menjadi tidak terarah dan dapat menghambat kerjasama investasi dengan negara-negara Visegrad; *kedua*, kedua pihak yaitu Indonesia dan negara-negara Visegrad memiliki letak geografis yang sangat berjauhan, sehingga eksplorasi potensi investasi antara keduanya belum terjadi secara maksimal; *ketiga* dan terakhir, kerjasama investasi yang dilakukan Indonesia masih secara bilateral dengan masing-masing negara Visegrad, seharusnya menjalin hubungan kerjasama secara langsung dan multilateral dengan Visegrad sebagai organisasi regional yang menaungi Polandia, Ceko, Hungaria dan Slovakia untuk memudahkan kerjasama investasi antara keduanya terjadi secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Bayne, N., & Woolcock, S. (2011). *The New Economic Diplomacy: Decision-making and Negotiation in International Economic Relations*. Farnham: Ashgate Publishing.
- BKPM. (2017, January 25). *DOMESTIC AND FOREIGN DIRECT INVESTMENT REALIZATION IN QUARTER IV AND JANUARY – DECEMBER 2016*. Retrieved from Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM): https://www.bkpm.go.id/images/uploads/investasi_indonesia/file/Bahan_Paparan_-_Eng_-_TW_IV_2016-250117_FINAL.pdf

- BKPM. (2018, Januari 30). *REALISASI PENANAMAN MODAL PMDN-PMA : Triwulan IV dan Januari – Desember Tahun 2017*. Retrieved from Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM): https://www.bkpm.go.id/images/uploads/file_siaran_pers/Paparan_Indonesia_TW_IV_-_2017_Kepala.pdf
- BKPM. (n.d.). *Peluang Bisnis*. Retrieved from Badan Koordinasi Penanaman Modal: <https://www.investindonesia.go.id/mengapa-berinvestasi/peluang-bisnis>
- Firmansyah, T. (2018, April 12). *Kadin: Polandia Tertarik untuk Investasi Tambang*. Retrieved from Republika: <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/korporasi/18/04/12/p72hvv377-kadin-polandia-tertarik-untuk-investasi-tambang>
- Kemenperin. (n.d.). *Indonesia Masih Jadi Negara Tujuan Investasi*. Retrieved from Kementerian Perindustrian Republik Indonesia: <http://kemenperin.go.id/artikel/10552/Indonesia-Masih-Jadi-Negara-Tujuan-Investasi>
- Kemenprin. (n.d.). *Polandia Incar Investasi di Lima Sektor*. Retrieved from Kementerian Perindustrian Republik Indonesia: <http://www.kemenperin.go.id/artikel/11717/Polandia-Incar-Investasi-di-Lima-Sektor>
- Kemlu. (2018, Februari 14). *Akselerasi Diplomasi Ekonomi Indonesia*. Retrieved from Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia: <https://www.kemlu.go.id/id/berita/siaran-pers/Pages/Akselerasi-Diplomasi-Ekonomi-Indonesia.aspx>
- Kemlu. (2018, November 8). *Strategi Kerja Sama Ekonomi Indonesia Dengan Negara-Negara Visegrad*. Retrieved from Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia: <https://www.kemlu.go.id/id/berita/berita-perwakilan/Pages/Kerja-Sama-Ekonomi-Indonesia-Dengan-Negara-Visegrad.aspx>
- Killian, P. M. (2016). Pemerintah Daerah dalam Diplomasi Ekonomi Indonesia : Studi Kasus pada Diplomasi Komersial Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Transformasi Global Vol. 2 No. 2*, 20-40.
- Margrit, A. (2018, September 29). *Pebisnis Slowakia Tunjukkan Minat Berbisnis dengan Indonesia*. Retrieved from Bisnis Indonesia: <http://industri.bisnis.com/read/20180929/12/843546/pebisnis-slowakia-tunjukkan-minat-berbisnis-dengan-indonesia>
- Maya, C. (2017, Oktober 12). *HUNGARIA TERTARIK INVESTASI DI BALI*. Retrieved from Bali Post: <http://www.balipost.com/news/2017/10/12/24601/Hungaria-Tertarik-Investasi-di-Bali.html>
- Naray, O. (2008). *Commercial Diplomacy: A Conceptual Overview*. *7th Conference of TPOs* (pp. 1-16). Hague, Netherland: Research Gate (Online).
- Pitoko, R. A. (2018, September 17). *Pemerintah Perkuat Kerja Sama Ekonomi dengan Republik Ceko*. Retrieved from Kompas: <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/09/17/180230226/pemerintah-perkuat-kerja-sama-ekonomi-dengan-republik-ceko/>
- Redaksi Suara NTB. (2018, Oktober 29). *NTB Kirim Anak Muda, Polandia Jajaki Peluang Investasi*. Retrieved from Suara NTB: <https://www.suarantb.com/ntb/2018/10/262569/NTB.Kirim.Anak.Muda,Polandia.Jajaki.Peluang.Investasi/>

- Sabaruddin, S. S. (2016). Grand Design Diplomasi Ekonomi Indonesia: Sebuah Pendekatan Indeks Diplomasi Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional Vo. 12, No 1*, 1-22.
- Saner, R., & Yiu, L. (2001). *International Economic Diplomacy: Mutations in the Postmodern Times*. Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'.
- Zuraya, N. (2016, Februari 1). *Indonesia Buka Lima Peluang Investasi Bagi Hungaria*. Retrieved from Republika: <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/16/02/01/o1uw383-indonesia-buka-lima-peluang-investasi-bagi-hungaria>