

PERKEMBANGAN INDUSTRI NASIONAL DAN PERAN PMA

Tulus Tambunan

Center for Industry, SME & Business Competition Studies
Universitas Trisakti

Abstract

This paper discusses about the advantages and disadvantages which happen in the national industries as a result of the domination of foreign investment. Indonesia has been losing the momentum of the development of its nation industries. From the 1970s until the 1980's, Indonesia had the opportunity to take control of industries in the Asian region, especially as China, Malaysia, and Thailand had still not developed their power to build and develop their industries. Without a good infrastructure and a good logistic, qualified human resources, ability to control technology which support dynamic innovational activity and intensive cooperation between universities and business world, Indonesia will be left behind by any industry from any other country. This paper result, foreign investment is important for the development of industries. Indonesia must try to absorb the advantages deriving from foreign investment. Therefore domestic companies in Indonesia will not only become the medium but also would be able to absorb the new technology associated with foreign investment.

PENDAHULUAN

Sebelum krisis ekonomi 1997/1998, Indonesia sempat dijuluki sebagai calon macan Asia, akibat perubahan struktur ekonominya yang signifikan dari sebuah ekonomi agraris menjadi negara industri baru dengan industri manufaktur sebagai motor utama penggerak pertumbuhan ekonominya. Pemerintahan Orde Baru waktu itu berhasil menciptakan suatu proses pembangunan ekonomi yang pesat, yang membuat Indonesia menjadi salah satu negara industri yang menjanjikan di Asia Tenggara.

Salah satu yang dilakukan oleh pemerintahan pada saat itu adalah mengundang investasi asing, khususnya investasi jangka panjang/langsung (penanaman modal asing/PMA). PMA diharapkan bisa mendorong pembangunan industri, khususnya manufaktur. Kebijakan PMA ini didukung awalnya dengan kebijakan substitusi impor dan pada era 80-an berubah secara bertahap ke kebijakan promosi ekspor. Pada era 80-an tersebut, PMA di industri terutama diarahkan ke industri-industri berorientasi ekspor.

Memang perlu diakui bahwa kemajuan industri nasional, khususnya manufaktur pada era Soeharto tidak bisa lepas dari peran PMA, khususnya perusahaan-perusahaan multinasional (MNCs)¹.

¹Di dalam tulisan ini, PMA dan MNCs digunakan secara bergantian dengan pengertian yang sama

Banyak industri baru muncul pada era tersebut, baik dalam bentuk patungan antara perusahaan lokal dengan MNCs, maupun sepenuhnya MNCs. Selain itu, banyak juga perusahaan lokal lahir sebagai pemasok *input* atau komponen bagi MNCs; walaupun secara relatif dibandingkan dengan banyak negara lain, industri pendukung di Indonesia masih lemah.

Namun demikian, perlu diakui bahwa ketergantungan pada PMA juga bisa menimbulkan kerugian bagi perkembangan industri nasional jangka panjang. Sama halnya dengan sebuah negara yang terus tergantung pada pinjaman luar negeri. Selain itu perlu untuk mendanai pembangunan, juga bisa membuat negara tersebut semakin lemah dalam jangka panjang.

Tulisan ini membahas, terutama tentang keuntungan atau kerugian yang bisa terjadi terhadap industri nasional dengan kehadiran atau dominasi PMA. Karena keterbatasan data, sebagian besar bahasan di dalam tulisan ini didasarkan pada survei literatur.

PERKEMBANGAN INDUSTRI NASIONAL DALAM 10 TAHUN TERAKHIR

Dua aspek yang perlu dilihat dalam mengevaluasi kemajuan pembangunan industri yaitu: (1) diversifikasi dan (2) pendalaman struktur industri. Dalam aspek pertama (struktural horizontal),

pertanyaannya adalah: industri hilir apa saja yang ada di Indonesia, atau berapa macam produk yang dihasilkan oleh industri nasional? Dari Tabel 1 dan 2, dapat disimpulkan bahwa tingkat diversifikasi menurut jenis barang yang dihasilkan oleh industri nasional cukup tinggi. Bahkan, jika misalnya data di atas 2 digit yang digunakan, variasinya bisa lebih besar lagi. Misalnya, di dalam kelompok tekstil, ada bermacam produk kain, atau di dalam kelompok pakaian jadi, ada kemeja, celana, jaket, kancing, benang, dan lainnya.

Proses pembangunan ekonomi jangka panjang biasanya membawa suatu perubahan struktur ekonomi atau suatu transisi dari ekonomi berbasis pertanian ke ekonomi berbasis nonpertanian (misalnya industri). Oleh karena itu, kemajuan pembangunan ekonomi juga berjalan searah dengan kemajuan industri. Hipotesisnya adalah: suatu korelasi positif antara tingkat pendapatan per kapita (sebagai indikator utama dari kemajuan pembangunan ekonomi) dan tingkat diversifikasi produk (salah satu indikator kemajuan industri) tersebut.

Selain menurut jenis produk akhir, diversifikasi juga menurut kategori barang. Secara umum ada tiga kategori barang di dalam ekonomi: *konsumsi* (produk akhir), seperti makanan, minuman, tembakau, pakaian jadi, radio, dan televisi; *perantara* (produk setengah jadi) seperti produk-produk dari karet, plastik dan kimia bukan untuk tujuan konsumsi; dan *modal* seperti mesin dan alat transportasi (selama tidak digunakan untuk keperluan pribadi). Tabel 1 atau Tabel 2 menunjukkan bahwa Indonesia tidak hanya membuat barang-barang konsumsi tetapi juga barang-barang untuk kebutuhan produksi. Hipotesisnya: suatu korelasi positif antara tingkat pendapatan per kapita dan total *output* dari industri barang modal (sebagai persentase dari total *output* dari sektor industri pengolahan).

Diversifikasi menurut kategori barang juga memberikan suatu indikasi lain yakni kemampuan teknologi dari industri nasional. Secara umum, teknologi yang terkandung di dalam barang modal lebih kompleks atau canggih dibandingkan barang konsumsi. Walaupun pada setiap kategori barang tersebut, terdapat sub-sub kategori menurut jenis atau derajat kompleksitas dari teknologi yang terkandung di dalamnya. Misalnya, di dalam kategori barang konsumsi, tekstil mengandung teknologi yang jauh lebih sederhana dibandingkan alat-alat elektronik rumah tangga.

Dalam aspek kedua (struktur vertikal), pertanyaannya adalah: apakah barang-barang jadi

yang dibuat di Indonesia mengandung lebih banyak kandungan lokal atau impor? Atau, apakah setiap barang yang dibuat di Indonesia memiliki struktur industri vertikal dari hulu hingga hilir? Industri otomotif (industri hilir), misalnya mempunyai keterkaitan produksi ke belakang, tidak hanya dengan kelompok industri tengah yang membuat komponen otomotif, tetapi juga dengan kelompok industri hulu seperti industri baja. Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kedalaman struktur industri nasional adalah rasio dari nilai *input* yang diimpor terhadap nilai *output* yang dihasilkan (tingkat ketergantungan impor) dari masing-masing industri yang ada di Indonesia. Hipotesisnya: semakin maju industri nasional semakin dalam struktur industrinya. Sayangnya, Tabel 1 atau Tabel 2 tidak dapat memberikan informasi mengenai struktur vertikal dari masing-masing industri tersebut.

Walaupun data terbatas untuk bisa menunjukkan sejauh mana kemajuan industri nasional dari sudut pandang kedua tersebut. Namun demikian, satu hal yang jelas adalah bahwa sejak awal Orde Baru hingga sekarang tingkat diversifikasi industri nasional telah mengalami peningkatan yang pesat. Tetapi ini belum menandakan apakah industri nasional sudah maju dalam arti berkembang secara mandiri. Banyak industri-industri hilir muncul karena keberadaan PMA, termasuk industri otomotif pada awal 1970-an dengan PT Astra International sebagai perusahaan yang memimpin tidak lepas dari keberadaan PMA dari Jepang. Ditambah lagi kenyataan bahwa banyak industri hilir di Indonesia sebenarnya adalah proses perakitan dari produk-produk merek luar negeri, bukan produksi dalam arti yang sebenarnya.

Memang di dalam sektor industri, MNCs lebih tertarik pada industri hilir daripada industri tengah atau industri hulu, karena industri hilir lebih menguntungkan (potensi pembeli lebih banyak dari pada potensi pembeli barang-barang antara dan modal). Mereka sudah mempunyai merek-merek sendiri yang sudah sangat dikenal dunia dan datang ke Indonesia hanya karena tenaga kerja murah, atau pasar yang sangat besar (lebih murah daripada melakukan ekspor dari negara mereka), atau karena bahan baku/sumber daya produksi (SDP) tersedia banyak dan lebih murah daripada harus diimpor ke negara mereka. Banyak juga MNCs memanfaatkan Indonesia sebagai basis ekspor ke negara-negara sekitarnya.

Sebaliknya, laju pertumbuhan industri tengah dan hulu masih relatif lebih rendah dibandingkan laju pertumbuhan industri hilir. Hal ini merupakan hasil

dari kesalahan pada awal industrialisasi era Orde Baru yang lebih fokus pada industri hilir dengan penekanan pada perakitan yang didukung oleh kebijakan substitusi impor. Walaupun kebijakan tersebut diperkuat dengan kebijakan kandungan lokal, Indonesia hingga saat ini belum berhasil membangun pola industri seperti di Jepang misalnya, yakni keterkaitan produksi yang kuat dari hulu hingga hilir (Tambunan, 2007).²

Secara garis besar, industri nasional hingga saat ini masih mengalami banyak kendala untuk

mengembangkan industri tengah dan industri hulu yang berdaya saing tinggi, di satu sisi, dan di sisi lain untuk bisa lebih mandiri di dalam perkembangan industri hilir (tidak lagi hanya sebagai “tukang jahit” bagi MNCs), di sisi lain. Diantaranya, kurangnya sumber daya manusia (SDM) berkualitas, lemahnya penguasaan teknologi, rendahnya tingkat kewirausahaan, dan kurangnya perhatian pemerintah yang secara tegas dan konsisten mendukung perkembangan industri nasional.

Tabel 1. Jumlah Perusahaan Skala Menengah dan Besar di Industri Nasional

Dirinci Menurut Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia Sektor Industri (KBLI) 2 Digit (satuan: unit)

KKBLI	Uraian 2 digit	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007*	2008*
15	Makanan dan Minuman	4.559	4.552	4.414	4.638	4.721	6.615	6.495	6.316
16	Pengolahan Tembakau	810	814	788	810	858	1.286	1.245	1.483
17	Tekstil	1.901	1.892	1.847	1.889	1.934	2.809	3.067	2.701
18	Pakaian Jadi	2.123	2.028	1.883	1.908	1.922	3.256	3.142	2.349
19	Kulit dan produk2 dari kulit (termasuk alas kaki)	564	533	512	493	491	813	783	737
20	Kayu dan produk2 dari kayu,rotan,bambu dan sejenisnya (a.l. anyaman)	1.668	1.629	1.450	1.411	1.325	1.782	1.703	1.702
21	Kertas dan produk2 dari kertas, dan sejenisnya	388	340	375	391	413	526	486	457
22	Penerbitan, percetakan dan reproduksi media rekaman	537	593	545	551	545	897	972	727
23	Barang2 dari b.bara, brg2 dr minyak/gas bumi dan bb. nuklir	48	40	54	48	52	73	59	55
24	Kimia dan produk2 dari kimia	1.089	1.014	1.003	1.017	1.011	1.179	1.141	1.253
25	Karet dan produk2 dari karet dan plastik	1.416	1.463	1.422	1.482	1.477	1.847	1.792	1.881
26	Barang galian bukan logam	1.657	1.614	1.518	1.507	1.523	2.047	1.955	1.965
27	Logam dasar	239	223	209	231	211	276	319	261
28	Barang dari Logam, kecuali mesin dan peralatannya	906	932	896	880	859	1.020	1.003	854
29	Mesin dan perlengkapannya	529	474	390	407	410	477	469	383
30	Mesin dan peralatan kantor, akuntansi, dan pengolahan data	9	9	8	7	7	10	13	10
31	Mesin listrik lainnya dan perlengkapannya	235	244	247	248	252	279	267	290
32	Radio, televisi, dan peralatan komunikasi, serta perlengkapannya	141	166	206	220	191	227	230	273
33	Peralatan kedokteran, navigasi, dan optik, alat-alat ukur, jam dan loncong	69	52	49	46	47	61	57	62
34	Kendaraan bermotor	216	270	256	262	262	336	320	366
35	Alat angkutan, selain kendaraan bermotor roda empat/lebih	354	329	334	322	297	380	345	431
36	Mebel dan industri pengolahan lainnya	1.914	1.898	1.855	1.851	1.865	3.135	2.987	3.198
37	Daur ulang	24	28	63	66	55	137	120	54
	Jumlah	21.396	21.147	20.324	20.685	20.728	29.468	28.970	27.808

Sumber: Pusdatin Depperin (data diolah dari BPS)

Catatan: *) Angka sementara

**) Angka Sangat sementara

²Lihat selanjutnya Tambunan (2007) mengenai sejarah kebijakan industri di Indonesia sejak era Orde Baru yang sangat berperan terhadap kinerja industri nasional hingga saat ini.

Tabel 2. Pertumbuhan Nilai Tambah Sektor Industri Menurut Kelompok Industri (%)

Kelompok industri	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Makanan, minuman & tembakau	20,5	3,1	8,7	11,3	32,7	16,9	26,2
Tekstil, kulit & alas kaki	29,1	4,3	2,7	0,5	47,1	3,9	27,0
Kayu & produk hutan	5,4	-3,8	-4,6	-8,5	-8,6	23,2	-12,6
Kertas & percetakan	36,8	11,9	7,9	0,03	27,7	7,7	17,4
Pupuk, kimia, karet, plastik, & produk-produknya	11,9	19,3	9,0	16,8	34,0	29,7	21,6
Semen & bahan galian nonlogam	0,7	2,5	21,7	15,5	-1,6	27,1	51,2
Mesin listrik/non-listrik & peralatannya	53,0	-6,1	43,9	20,4	21,1	8,4	2,2
Alat transportasi	50,6	-0,5	16,8	32,4	13,8	21,3	-6,3
Logam dasar dan produk-produknya	-0,1	3,6	11,8	5,0	41,8	20,8	7,2
Meubel dan industri pengolahan lainnya	14,7	10,3	7,2	5,1	70,2	13,2	25,2
Semua industri pengolahan non-migas	16,3	5,4	9,8	10,5	29,7	16,3	19,3

Keterangan: * industri pengolahan migas dan nonmigas
 Sumber: BPS

PERKEMBANGAN PMA PADA INDUSTRI NASIONAL DALAM 10 TAHUN TERAKHIR

Sejak adanya UU penanaman modal pada awal Orde Baru hingga saat ini, pertumbuhan PMA di Indonesia sangat pesat, walaupun sempat menurun saat krisis ekonomi 1997/1998. Seperti telah dibahas sebelumnya, Indonesia sangat menarik bagi PMA terutama karena luasnya pasar domestik, upah tenaga kerja yang murah, dan ketersediaan SDA. Namun demikian, sejak era reformasi hingga saat ini Indonesia mengalami banyak tantangan dalam persaingan menarik PMA. Tantangan *pertama* adalah banyaknya negara lain di Asia yang pada era Soeharto belum begitu menarik bagi PMA, namun sekarang menjadi pasar yang sangat menjanjikan. Misalnya, Cina, bukan saja jumlah penduduknya jauh lebih banyak daripada Indonesia, tetapi juga peningkatan pendapatan per kapitanya sangat pesat. *Kedua*, banyak negara lain seperti Cina dan Vietnam, sikap pemerintahnya jauh lebih proaktif, serius, dan konsisten dibandingkan Pemerintah Indonesia dalam menarik PMA. Pembangunan infrastruktur, jaminan keamanan, dan kepastian hukum jauh lebih baik di kedua negara tersebut dibandingkan di Indonesia. *Ketiga*, berbeda dengan era 80-an atau sebelumnya, sekarang banyak PMA di berbagai industri tidak lagi mementingkan hanya tenaga kerja murah tetapi juga tenaga kerja yang berkualitas. Kedua negara tersebut sekarang ini tidak hanya menawarkan tenaga kerja yang murah tetapi juga tenaga kerja penuh disiplin,

etos kerja yang tinggi, dan kemampuan besar dalam menguasai teknologi.

Untuk produk tertentu yang padat karya dan berteknologi sederhana, dan produk yang permintaannya dalam negerinya sangat besar (tekstil dan pakaian jadi, makanan dan minuman, alas kaki), Indonesia masih bisa mempertahankan keunggulan komparatifnya. Sedangkan untuk produk berteknologi tinggi (mobil, alat perkantoran, komputer, dan sejumlah barang elektronik lainnya), Indonesia sudah mulai kehilangan daya tariknya sebagai basis produksi bagi banyak MNCs. Contohnya, microsoft akhirnya memilih India sebagai salah satu basis produksinya di luar AS, dan Thailand akhirnya terpilih sebagai pusat produksi mobil Jepang (*hub*) untuk pasar Asia Tenggara.

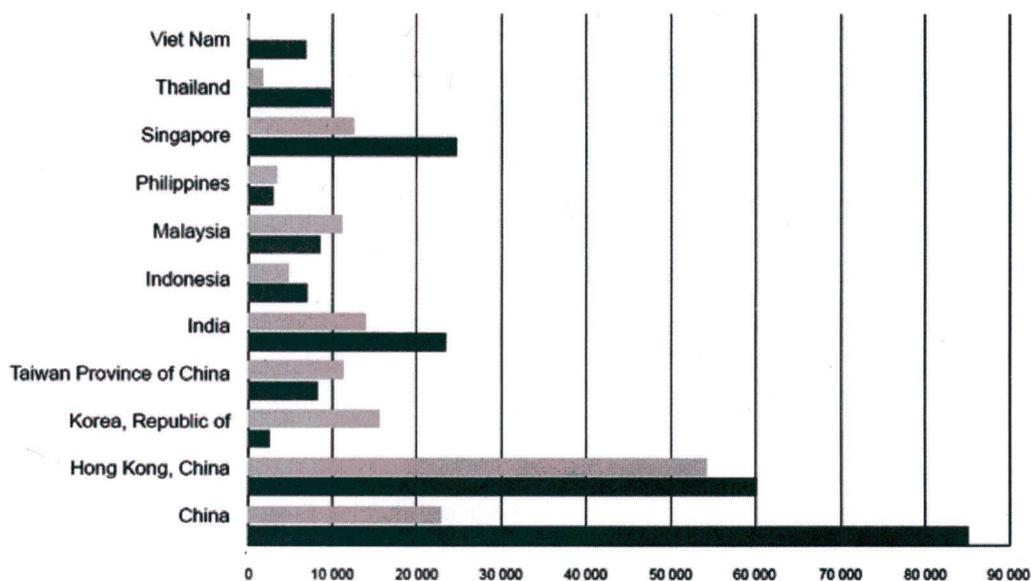
Tabel 3 dapat dilihat perkembangan PMA relatif lebih baik dibandingkan perkembangan PMDN (penanaman modal dalam negeri) di luar sektor minyak dan gas, batu bara, dan keuangan. Dalam jumlah proyek baru, PMA meningkat setiap tahun. Namun demikian, Indonesia masih termasuk sangat kecil sebagai negara penerima PMA, khususnya setelah krisis 1997/98. Di luar Korea Selatan (termasuk sumber penting PMA di dunia), Indonesia hanya di atas dua negara, Filipina dan Vietnam. Dengan Singapura, India, dan Cina (termasuk Hong Kong), Indonesia tidak kompetitif sebagai tujuan PMA (Gambar 3).

Tabel 3. Perkembangan PMA dan PMDN di Indonesia*

Tahun	PMDN		PMA	
	Proyek**	Nilai (Rp miliar)	Proyek	Nilai (US \$ juta)
1990	253	2.398,6	100	706,0
1991	265	3.666,1	149	1.059,7
1992	225	5.067,4	155	1.940,9
1993	304	8.286,0	183	5.653,1
1994	582	12.786,9	392	3.771,2
1995	375	11.312,5	287	6.698,4
1996	450	18.609,7	357	4.628,2
1997	345	18.628,8	331	3.473,4
1998	296	16.512,5	412	4.865,7
1999	248	16.286,7	504	8.229,9
2000	300	22.038,0	638	9.877,4
2001	160	9.890,8	454	3.509,4
2002	108	12.500,0	442	3.082,6
2003	120	12.247,0	569	5.445,3
2004	130	15.409,4	548	4.572,7
2005	215	30.724,2	907	8.911,0
2006	162	20.649,0	869	5.991,7
2007	159	34.878,7	982	10.341,4
2008	239	20.363,4	1.138	14.871,4
Jan-Feb 2009	29	2.628,3	176	1.970,9

Keterangan: *) Diluar investasi sektor minyak & gas bumi, perbankan, lembaga keuangan nonbank, asuransi, sewa guna usaha, pertambangan dalam rangka kontrak karya, perjanjian karya pengusahaan pertambangan batu bara, investasi yang perizinannya dikeluarkan oleh instansi teknis/sektor, investasi portofolio (pasar modal) dan investasi rumah tangga; **) proyek: jumlah izin usaha tetap yang dikeluarkan

Sumber: BKPM



Sumber: Figure 7 dari ESCAP (2009)

Gambar 1. Arus masuk PMA ke sejumlah negara di Asia dan Pasific, 2007 (juta dolar AS)

Tabel 4. Perkembangan Realisasi PMA di Industri Manufaktur Menurut Kelompok Industri

Kelompok Industri	2005		2006		2007		2008	
	P	I	P	I	P	I	P	I
Makanan, minuman & tembakau	46	603,2	45	354,4	53	704,1	42	491,4
Tekstil dan produk-produknya (TPT)	31	71,1	61	424	63	131,7	67	210,2
Barang-barang dari kulit & alas kaki	6	47,8	11	51,8	10	95,9	20	145,8
Kayu dan produk-produknya	18	75,5	18	58,9	17	127,9	19	119,5
Kertas dan percetakan	6	9,9	16	747	11	672,5	15	294,7
Kimia dan farmasi	41	1.152,90	32	264,6	32	1.611,70	42	627,8
Karet dan plastik dan produk-produknya	27	392,6	33	112,7	36	157,9	50	271,6
Mineral non logam	11	66,2	7	94,8	6	27,8	11	266,4
Logam, mesin & elektronik	87	521,8	86	955,2	99	714,1	141	1.281,40
Instru. kedokteran, presisi, optik & jam	2	3,1	1	0,2	1	10,9	7	15,7
Kend. bermotor & alat transportasi lain	31	360,6	28	438,5	38	412,3	47	756,2
Lainnya	29	195,9	25	117,1	24	30,2	34	34,7
Jumlah di Industri	335	3.500,60	363	3.619,20	390	4.697,00	495	4.515,20
Jumlah di semua sektor	907	8.911,00	869	5.991,70	982	10.341,40	1.138	14.871,40

Keterangan: P = jumlah izin usaha tetap yang dikeluarkan; I = nilai realisasi investasi dalam US dollar
 Sumber: BKPM

Tabel 4 menunjukkan struktur PMA menurut kelompok industri. Ada dua indikasi penting: (1) PMA lebih fokus pada industri hilir, khususnya barang konsumsi rumah tangga, karena lebih menguntungkan. Dengan membawa merek dagang sendiri, MNCs datang ke Indonesia hanya karena pasar sangat luas dan faktor produksi relatif murah; dan (2) di antara barang konsumsi, juga terjadi konsentrasi PMA, yakni di industri pakaian jadi dan tekstil; makanan, minuman dan tembakau, kendaraan bermotor, dan barang-barang elektronik.³

ALASAN - ALASAN MASUKNYA PMA DI DALAM INDUSTRI NASIONAL

Ada dua isu penting, yaitu : (1) motivasi utama sebuah perusahaan melakukan investasi di luar negeri (PMA), dan (2) pertimbangan yang digunakan oleh sebuah perusahaan PMA dalam memilih negara

tujuan. Dua isu ini sudah sangat banyak dibahas di dalam berbagai literatur seperti studi-studi manajemen, teori perdagangan internasional, dan teori investasi internasional. Di antara literatur tersebut, yang sangat terkenal adalah dari Dunning (1977, 1993). Dia mengatakan bahwa berdasarkan alasan utama melakukan investasi di luar negeri, ada empat macam PMA:

- (1) mencari sumber daya produksi (SDP) yang tidak ada di negerinya, atau kalau ada, harganya lebih mahal dibandingkan di luar negeri karena stoknya terbatas dan mencari tenaga kerja murah juga masuk di dalam kategori ini;⁴
- (2) mencari pasar yang tidak bisa dilakukan dengan biaya murah lewat ekspor karena ada tarif impor yang tinggi di negara tujuan atau karena biaya transportasi;⁵

⁴ Lihat lebih lanjut pembahasannya, antara lain, di Eckel (2003) dan Nunnenkamp dan Spatz (2002). Memang, seperti yang dikatakan oleh Franco, dkk. (2008), untuk tujuan ini, sebuah perusahaan punya dua pilihan, melakukan PMA atau menjalin kerja sama dengan perusahaan lokal di negara tujuan (*outsourcing*). Masalah pilihan ini dibahas di dalam literatur mengenai teori biaya transaksi, misalnya Williamson (1979, 1996), dan teori hak kekayaan intelektual dan kontrak, misalnya Hart dan Moore (1990) dan Hart (1995).

⁵ Pembahasan lebih mendalam dapat dilihat antara lain di Markusen dan Venables (1998, 2000), Yeaple (2003), dan Grossman, dkk. (2006).

³Sebenarnya dengan data di Tabel 4 tidak selalu mudah membedakan antara barang konsumsi dan non-konsumsi. Misalnya, alat transportasi bisa untuk keperluan pribadi (mobil/motor pribadi) atau digunakan untuk antar-jemput pegawai perusahaan. Demikian juga alat-alat elektronik seperti komputer dan lampu meja yang bisa digunakan baik untuk keperluan pribadi maupun bisnis.

- (3) mencari efisiensi: memanfaatkan keuntungan dari perbedaan dalam ketersediaan dan biaya dari SDP di negara-negara berbeda, atau mengambil keuntungan dari skala ekonomis dan skop dan dari perbedaan dalam selera konsumen dan kemampuan suplai di berbagai negara;⁶
- (4) mencari aset strategis yang hanya bisa didapat atau dimanfaatkan di negara lain. Misalnya, sebuah perusahaan PMA di Eropa mencari suatu basis teknologi baru di dalam bidang penerbangan atau komputer di Amerika Serikat. Atau misalnya, sebuah perusahaan pakaian di Jepang membuka cabangnya di Jawa Tengah untuk membuat pakaian bermotif batik, karena Jepang tidak menguasai tekniknya. Franco, dkk (2008) menyebut aset-aset seperti ini sebagai aset-aset non-pasar, yang tidak mudah atau tidak bisa dijualbelikan secara bebas.⁷

Pertanyaan berikutnya adalah: negara mana yang dipilih sebagai tujuan? Jawabannya: negara yang paling menguntungkan atau yang dapat memenuhi kebutuhan/harapan PMA sesuai dengan motivasi-motivasi tersebut. Dalam mencari SDP, Indonesia masih termasuk negara tujuan favorit, terutama pertambangan, pertanian, dan tenaga kerja yang murah. Walaupun, dalam hal tenaga kerja murah, Indonesia saat ini menghadapi suatu tantangan serius dari pesaing lain seperti India dan Cina, karena semakin banyak barang yang berbasis ilmu pengetahuan. Sementara itu, kualitas tenaga kerja Indonesia jauh lebih buruk dibandingkan di kedua negara tersebut. Tidak heran jika India sangat laku sebagai salah satu pusat pengembangan komputer dan jasa berbasis informasi teknologi (IT); bukannya Indonesia.

Dalam hal pasar, Indonesia bersama India dan Cina adalah negara-negara yang menjadi incaran baik ekspor maupun PMA karena jumlah penduduknya sangat besar. Tentu bukan hanya jumlah penduduk tetapi juga pendapatan per kapita sangat menentukan besarnya potensi pasar di suatu negara. Terutama pada era Soeharto, pendapatan per kapita masyarakat meningkat sangat pesat, dibarengi dengan proses urbanisasi yang juga pesat. Ditambah lagi, masyarakat Indonesia dikenal sebagai masyarakat konsumtif; semua produk “modern” dan berbau luar negeri (khususnya “barat”) sangat laku.

⁶Lihat juga misalnya Bevan dan Estrin (2000) dan Campos dan Kinoshita (2003).

⁷ Lihat juga antara lain Cantwell dan Mudamdi (2005), dan Franco, dkk. (2008).

Hal ini membuat perusahaan asing yang memproduksi barang-barang tersebut akan memilih Indonesia sebagai (salah satu) basis produksi mereka, tentu dengan asumsi bahwa faktor-faktor krusial lain yang juga sangat menentukan keuntungan melakukan PMA mendukung. Menurut perkiraan Prabowo (2008), ada sekitar 12% penduduk kota di Indonesia memiliki penghasilan tinggi yang membutuhkan bukan saja barang-barang konsumsi tetapi juga makanan berkualitas, yang dengan mudah dapat dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan asing.

Namun demikian, dalam era globalisasi dan persaingan bebas saat ini, faktor pasar domestik sudah berkurang pentingnya dibandingkan era 80-an atau sebelumnya. Dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat membuat transportasi semakin murah dan mendapatkan informasi juga semakin mudah. Faktor-faktor lain seperti ketersediaan tenaga kerja berkualitas tinggi menjadi lebih penting (Kokko, 2002). Bagi Indonesia ini berarti pemerintah harus berbuat lebih banyak untuk menarik PMA; tidak hanya mengandalkan jumlah penduduk. Bisa saja sebuah MNCs ingin melayani pasar Indonesia tetapi beroperasi di Singapura.

Dalam hal efisiensi, MNCs akan mencari lokasi di mana mereka bisa mengkombinasikan antara asetnya yang bisa bergerak dengan aset lainnya yang dibutuhkan tetapi tidak dapat bergerak yang hanya ada di lokasi tersebut. Konsekuensinya, perbedaan biaya produksi, kondisi infrastruktur, kemudahan melakukan bisnis, ketersediaan SDM berkualitas, dan birokrasi pemerintah yang efisien menjadi sangat menentukan suatu lokasi menjadi pilihan MNCs (UNCTAD, 1998). Indonesia punya sumber daya alam (SDA), tenaga kerja murah, dan lokasi strategis. Namun demikian, semua ini belum tentu membuat Indonesia menjadi pilihan MNCs. Lagi pula, banyak SDA seperti minyak bumi, gas, karet, dan batu bara juga dimiliki oleh banyak negara lain. Jadi Indonesia harus selalu mempunyai atau mengembangkan keistimewaan ekstra dalam memiliki SDA tersebut dibandingkan dengan negara-negara lain yang juga punya SDA yang sama. Misalnya, pemerintah Indonesia harus memberikan jaminan keamanan, kepastian hukum, infrastruktur yang baik, aksesibilitas sepenuhnya terhadap SDA (atau kemampuan suplai yang lebih baik daripada di negara-negara pemilik lainnya) yang membuat MNCs merasa lebih nyaman beroperasi di Indonesia dibandingkan di negara-negara lain.

Dalam mencari aset strategis, mungkin untuk keahlian tradisional seperti membuat batik atau meubel, Indonesia masih bisa menempatkan diri

sebagai salah satu negara penting tujuan PMA. Juga aset strategis lainnya yang dimiliki Indonesia adalah lokasinya yang strategis di Asia Tenggara yang menghubungkan beberapa rute pelayaran internasional yang vital. Namun demikian, Indonesia harus bersaing ketat dengan Malaysia dan Singapura, dan kelihatannya Indonesia semakin terkalahkan oleh kedua negara tersebut yang memiliki pelabuhan, logistik, dan infrastruktur pendukung lainnya yang jauh lebih maju daripada di Indonesia.

Untuk pengembangan teknologi modern, Indonesia akan semakin tergeser oleh posisi Cina, India, Thailand, dan Malaysia. PMA yang didasarkan pada pencarian aset ini akan mencari negara-negara yang memiliki universitas atau lembaga R&D berkualitas atau memiliki kemampuan tinggi dalam pengembangan teknologi atau inovasi. Selain itu, negara-negara yang secara tradisional memiliki budaya kerja sama yang baik antara dunia usaha dan perguruan tinggi dalam R&D (misalnya di Asia adalah a.l. Korea Selatan, Taiwan, dan Jepang) memiliki daya tarik yang kuat bagi PMA dengan motivasi mencari basis pengembangan teknologi.

Selain motivasi-motivasi tersebut di atas, menurut Prabowo (2008), banyak perusahaan asing masuk ke Indonesia dan membeli perusahaan lokal yang mengalami kesulitan modal dan aset-asetnya sangat murah. Ini terjadi terutama dalam era krisis 1997/98, saat mana banyak perusahaan nasional bangkrut dengan utang yang sangat besar. Perusahaan-perusahaan dengan kondisi seperti ini menjadi sasaran empuk bagi PMA.

Kebijakan perdagangan di negara tujuan juga sangat memengaruhi keputusan sebuah MNC, dalam menentukan lokasi produksinya.⁸ Negara-negara dengan kebijakan perdagangan bebas jauh lebih menarik bagi MNCs daripada negara-negara dengan kebijakan proteksi dan berorientasi ke dalam negeri. Indonesia dengan pasar domestik yang sangat besar dan dengan kebijakan liberalisasi perdagangan internasional sebenarnya sangat menarik bagi MNCs. Namun sekarang ini, Indonesia harus bersaing dengan banyak negara lain, termasuk Cina yang juga menerapkan kebijakan liberalisasi perdagangan internasional.

Menurut Nunnenkamp (2002), di antara motivasi-motivasi tersebut di atas, mencari pasar (atau faktor-faktor yang menentukan pasar seperti jumlah populasi dan pertumbuhan pendapatan per

kapita) sejak dulu hingga sekarang masih merupakan motivasi yang dominan dari PMA dalam memilih negara tujuan. Sedangkan motivasi dominan kedua adalah ketersediaan pekerja, bukan semata-mata dengan upah murah tetapi yang memiliki keahlian khusus sesuai kebutuhan PMA bersangkutan.

KETERKAITAN PMA DENGAN PERUSAHAAN DOMESTIK

Bukti-bukti adanya keterkaitan produksi yang intensif antara perusahaan domestik dengan PMA dalam bentuk misalnya, *subcontracting* di Indonesia sangat terbatas. Indonesia memang belum seperti negara-negara tetangga yang tingkat industrialisasinya sudah lebih maju, seperti Malaysia, Thailand, Korea Selatan, dan Taiwan, yang keterkaitan produksi baik antarsesama perusahaan domestik maupun dengan MNCs sudah sangat kuat. Di Malaysia, misalnya, pada industri elektroniknya keterkaitan produksi antar-MNCs dan perusahaan pemasok lokal berkembang sangat pesat, yang sangat didukung oleh pemerintah Malaysia agar perusahaan lokal memanfaatkan sepenuhnya keberadaan MNCs lewat keterkaitan produksi (Kanapathy, 2004).

Di Indonesia, walaupun upaya-upaya telah dilakukan oleh pemerintah untuk mengembangkan sistem *subcontracting* antara sesama perusahaan lokal dan MNCs di sektor industri, kenyataannya sistem keterkaitan produksi masih relatif lemah. Selama era Orde Baru, di dalam kebijakan industrialisasinya, pemerintah menerapkan peraturan kandungan lokal (*deletion program*) di sejumlah kelompok industri, termasuk mesin, elektronik, dan otomotif sebagai bagian dari kebijaksanaan substitusi impor pada waktu itu. Namun kebijaksanaan tersebut tidak menghasilkan keterkaitan produksi yang kuat terutama antara perusahaan lokal dengan MNCs. Padahal, lewat keterkaitan produksi bisa terjadi alih teknologi dari MNCs ke perusahaan lokal yang pada akhirnya bisa berdampak positif pada perkembangan industri nasional.

Dapat dikatakan bahwa praktek *subcontracting* yang paling berhasil hingga saat ini adalah di industri otomotif oleh PT Astra Internasional. Perusahaan itu telah menjadikan sejumlah perusahaan lokal, terutama UKM, sebagai pemasok komponen otomotif berkualitas. Sebagai hasil dari pelatihan yang diberikan oleh perusahaan itu kepada pemasok-pemasok lokal yang berpotensi. Dalam waktu singkat, mereka sudah bisa membuat beragam jenis komponen dan onderdil untuk berbagai merek mobil

⁸Lihat misalnya Lucas (1993), Tsai (1994), Sing and Jun (1995), Taylor (2000), dan Chakrabarti (2001).

dan motor Jepang sesuai standar kualitas yang ketat dan juga bisa menyuplainya sesuai jadwal yang ketat yang ditetapkan oleh PT Astra Internasional (Tambunan, 2009a, 2010).⁹

Thee (1990a, b, 1994, 1997) menegaskan bahwa keterkaitan produksi baik antarsesama perusahaan domestik maupun dengan PMA tidak berkembang lancar selama era Orde Baru. Hal ini karena distorsi pasar akibat intervensi pemerintah yang berlebihan dan kekurangan tenaga kerja berkualitas serta rendahnya kemampuan teknologi dari perusahaan lokal, terutama UKM.

Selain itu, penyebab lainnya yang juga sangat penting adalah masih lemahnya industri pendukung yang memasok komponen atau bagian tertentu dari produk yang dibuat oleh MNCs atau belum adanya industri yang menghasilkan mesin dan peralatan produksi yang kompetitif yang dapat digunakan oleh MNCs. Dalam era perdagangan bebas dan globalisasi ekonomi saat ini, proses produksi regional/global menjadi dominan (artinya suatu produk akhir dibuat oleh banyak perusahaan dari banyak negara yang masing-masing membuat bagian-bagian tertentu dari produk tersebut). Negara-negara yang bisa terlibat di dalam proses produksi regional/global adalah mereka yang memiliki industri pendukung yang kompetitif. Bisa saja MNCs di suatu negara tetapi memakai komponen buatan perusahaan di negara lain.

KEUNTUNGAN DAN KERUGIAN DOMINASI ASING DALAM INDUSTRI NASIONAL

Pertanyaan penting di sini adalah apa dampak dari keberadaan PMA terhadap industri nasional? Memang tidak mudah menjawab pertanyaan tersebut, karena pengertian dari “keuntungan” dan “kerugian” dari adanya PMA masih belum standar. Apakah peningkatan ekspor manufaktur Indonesia karena adanya PMA selama ini dianggap keuntungan, sementara PMA tersebut sedikit sekali memakai input atau komponen buatan perusahaan domestik. Jadi apakah tidak ada keterkaitan ke belakang dengan ekonomi nasional?

Contoh yang paling baik untuk melihat keuntungan seperti ini walaupun tidak ada keterkaitan penuh dengan ekonomi dari negara tuan

⁹ Di kelompok industri elektronik (termasuk alat-alat listrik rumah tangga) dan teknologi informasi (TI), juga ada sejumlah PMA terutama dari Jepang yang juga melakukan *subcontracting* dengan perusahaan lokal. Misalnya, PT Indonesia Epson Industry yang pada tahun 2011 diharapkan dapat menggunakan konten lokal (Jawapos, 8 Februari 2010).

rumah adalah Hong Kong, Singapura, dan zona-zona khusus di Malaysia. Mereka sejak awal sangat berorientasi ekspor dan mengundang PMA tanpa ada keharusan bermitra dengan perusahaan lokal. Sedangkan negara-negara yang juga mengundang PMA tetapi dengan berbagai syarat, termasuk kebijakan “kandungan lokal” atau kebijakan kemitraan, adalah negara-negara di Amerika Latin, Timur Tengah dan sebagian di Asia, termasuk Indonesia (khususnya pada era Soeharto). Tujuan dari kebijakan tersebut adalah agar keberadaan PMA tidak hanya memberikan keuntungan langsung seperti pertumbuhan ekspor dan produk domestik bruto (PDB) yang sepenuhnya berasal dari perusahaan-perusahaan PMA, tetapi juga keuntungan tidak langsung atau jangka panjang seperti alih teknologi dan pengetahuan, serta pembangunan berbasis industri nasional. Hal ini akan berdampak terhadap pengurangan ketergantungan pada impor, perluasan akses pasar internasional secara mandiri (tanpa harus lagi berbonceng pada PMA) dan memperbesar efek pengganda pertumbuhan ekonomi.

Secara garis besar, keuntungan-keuntungan yang bisa diharapkan dari keberadaan PMA bagi industri nasional adalah sebagai berikut.¹⁰

- 1) Penambahan modal fisik. Salah satu penyebab lemahnya perkembangan industri di banyak negara berkembang (NSB) adalah kekurangan peralatan dan mesin produksi. Jadi, penambahan jumlah modal fisik di industri nasional dapat didefinisikan sebagai jumlah modal fisik domestik ditambah jumlah modal fisik dari MNCs, atau hipotesisnya: semakin banyak PMA semakin banyak modal fisik di industri nasional.
- 2) Perkembangan ekspor manufaktur. Era Orde Baru telah menunjukkan bahwa peran PMA sangat penting dalam perkembangan ekspor manufaktur Indonesia, seperti tekstil, pakaian jadi, sepatu, dan alat-alat elektronik. Peran PMA di sini bukan hanya dalam pengembangan produk baru untuk ekspor, tetapi juga pemasaran, karena khususnya MNCs sudah punya jaringan distribusi regional atau dunia, yang sulit dikembangkan sendiri oleh kebanyakan perusahaan lokal. Hipotesisnya: semakin banyak PMA di industri nasional, semakin pesat perkembangan ekspor manufaktur Indonesia.
- 3) perkembangan industri pendukung. Kehadiran PMA akan memicu perkembangan industri lokal

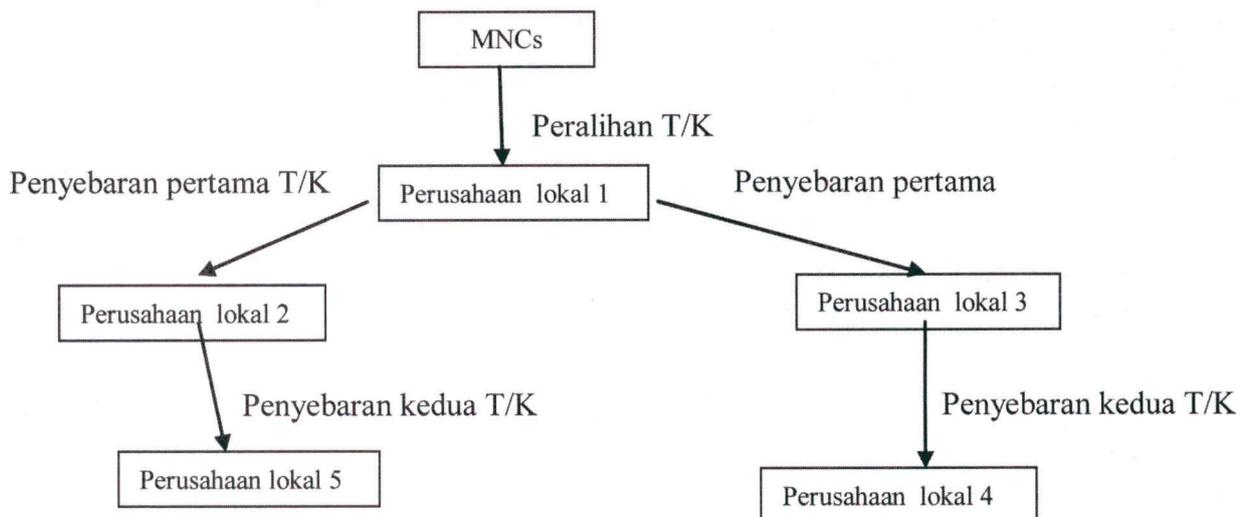
¹⁰ Lihat di antara banyak literatur mengenai keuntungan dari PMA/MNCs, antara lain Tybout (2000), Zhang (2001), Javorcik (2004), dan Johnson (2005).

yang membuat mesin, peralatan produksi, bahan baku siap pakai, komponen, onderdil, atau produk setengah jadi bagi kebutuhan produksi PMA.¹¹ Tentu ini akan terjadi apabila PMA menggunakan sebanyak mungkin komponen dan bahan-baku lokal. Hipotesisnya, semakin banyak PMA, semakin maju perkembangan industri pendukung atau semakin tinggi tingkat “pendalaman” struktur sektor industri di Indonesia.

- 4) Pertumbuhan industri baru. Selain perkembangan industri pendukung, keberadaan PMA juga bisa memicu tumbuhnya industri-industri baru yang membuat produk jadi serupa seperti yang dibuat oleh PMA. Hal ini bisa terjadi apabila ada diseminasi dan alih pengetahuan dan teknologi dari PMA ke perusahaan lokal lewat berbagai jalur. Dua di antaranya yang sangat penting adalah mobilisasi tenaga kerja dan kemitraan/keterkaitan produksi. Dalam hal mobilisasi tenaga kerja, mantan pekerja di MNCs membuka

usaha sendiri dalam bidang yang sama. Dalam kemitraan, perusahaan lokal bekas pemasok komponen untuk sebuah produk akhir di MNCs membuat sendiri produk akhir tersebut. Teknologi atau pengetahuan yang diterima dari MNCs selanjutnya bisa menyebar di antara sesama perusahaan lokal (Gambar 2). Jalur penyebaran dari satu perusahaan lokal ke perusahaan lokal lainnya bisa lewat aliansi strategi, seminar, publikasi, dll. Hipotesisnya adalah: semakin banyak PMA, semakin banyak teknologi dan pengetahuan baru yang masuk ke industri nasional, semakin banyak perusahaan baru tumbuh, semakin tinggi tingkat diversifikasi industri nasional.¹²

- 5) peningkatan daya saing. Kehadiran PMA membuat persaingan di industri nasional menjadi ketat, yang memaksa perusahaan-perusahaan lokal untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produknya, kalau tidak mau tergusur dari pasar oleh PMA (terutama PMA berorientasi pasar



Gambar 2. Proses Peralihan dan Penyebaran Teknologi dan Pengetahuan (T/K) dari MNCs ke Perusahaan-perusahaan Lokal

¹¹ Lihat di antara banyak literatur mengenai keuntungan dari PMA/MNCs, antara lain Tybout (2000), Zhang (2001), Javorcik (2004), dan Johnson (2005)

¹²Literatur mengenai manfaat dari keberadaan PMA/MNCs banyak yang fokus pada alih teknologi dan pengetahuan (terutama manajemen) dari MNCs ke perusahaan lokal dan penyebaran selanjutnya ke perusahaan lokal lainnya (disebut keuntungan dari *spillover*). Studi-studi seperti dari Haskel dkk. (2007), Dreffield dan Love (2007), dan Wei dan Liu (2006) menemukan bahwa kehadiran MNCs/PMA berdampak positif pada peningkatan produktivitas dari perusahaan lokal, dan ini akibat adanya *spillover* teknologi dan pengetahuan dari MNCs. Tetapi, keuntungan ini sangat tergantung pada sejumlah faktor, termasuk bentuk kegiatan dari MNCs itu sendiri, apakah ada keterkaitan produksi dengan perusahaan-perusahaan lokal, kemampuan perusahaan lokal menyerap teknologi dan pengetahuan dari MNCs, dan kelembagaan di negara tuan rumah. Lihat misalnya Mansfield dan Romeo (1980) dan Tambunan (2007).

domestik). Jika semua perusahaan lokal melakukan hal yang sama, maka dengan sendirinya tingkat daya saing dari industri nasional akan meningkat. Peningkatan daya saing juga tercapai lewat alih teknologi dan pengetahuan dari PMA seperti yang telah dibahas di atas. Hipotesisnya: semakin banyak PMA, semakin ketat persaingan, semakin banyak perusahaan lokal meningkatkan efisiensi dan kualitas produknya, semakin baik daya saing industri nasional.

Dalam hubungan ini, industri nasional bisa juga mengalami berbagai bentuk kerugian akibat dominasi PMA. Diantaranya yang sering disebut adalah sebagai berikut.¹³

- 1) Banyak perusahaan lokal yang gulung tikar karena kalah bersaing. Hipotesisnya, semakin banyak MNCs semakin banyak perusahaan lokal yang gulung tikar.
- 2) Pola perkembangan industri nasional yang tidak sesuai dengan kondisi Indonesia melainkan mengikuti keinginan PMA. Misalnya, Indonesia memiliki banyak tenaga kerja, tetapi perkembangan industri nasional yang didominasi oleh PMA cenderung semakin padat modal dan mengurangi permintaan terhadap tenaga kerja. Atau, Indonesia

merupakan suatu negara agraris, namun PMA yang ada lebih berorientasi pada produksi barang-barang elektronik, bukan misalnya, industri makanan dan minuman. Atau, PMA memakai semua SDP yang ada untuk membuat produk berorientasi ekspor, sehingga industri nasional kekurangan SDP untuk melayani pasar domestik. Misalnya, sekarang ini banyak perusahaan lokal pada subsektor industri makanan yang secara lokal sudah terkenal mereknya dijual ke pihak asing (Tabel 5). Satu contoh, produk kecap, sirup, dan saus merek ABC sekitar 65% sahamnya dimiliki oleh sebuah perusahaan AS. Tidak mustahil suatu saat perusahaan-perusahaan lokal yang dikuasai asing tersebut akan lebih terfokus pada pasar ekspor (terkecuali rokok kretek) sehingga mengurangi pasokan ke pasar dalam negeri. Salah satu hipotesisnya, semakin besar dominasi MNCs semakin tinggi jumlah pengangguran, atau semakin tinggi impor untuk kebutuhan pasar domestik.

- 3) industri nasional menjadi sangat tergantung pada teknologi sederhana yang sudah standar dari PMA, karena PMA tidak berkeinginan mentransfer teknologi dasar atau melakukan R&D bersama dengan perusahaan lokal di Indonesia. Pada akhirnya, perusahaan lokal

Tabel 5. Perusahaan Makanan yang Dikuasai oleh PMA di Indonesia

Nama/merek	Produk	PMA	Saham (%)	Pemilik
ABC	Kecap/sirup/saus	HJ Heinz (AS)	65	PT ABC Central Food
Sari Wangi	Teh	Unilever (Inggris)	100	PT Sari Wangi
Bango	Kecap	Unilever (Inggris)	100	PT Sakura Aneka Food
Taro	Makanan ringan	Unilever (Inggris)	100	PT Rasa Murni Utama
Aqua	Air minum kemasan	Danone (Perancis)	74	PT Tirta Investama
Helios, Nyam-nyam	Biskuit	Campbel (AS)	100	PT Helios Arya Putra
ADES	Air minum kemasan	Coca Cola (AS)	100	PT Adel Alfindo Putra Setia
SGM	Susu/makanan bayi	Numico (Belanda)	82	PT Sari Husada
Dji Sam Soe, A Mild	Rokok kretek	Philip Morris (AS)	100	PT HM Sampoerna

Sumber: Prabowo (2008)

¹³Banyak juga literatur mengenai peran PMA meragukan manfaat atau bahkan lebih banyak memberikan kerugian daripada keuntungan dari keberadaan PMA bagi negara-negara tuan rumah. Lihat misalnya, Rodrik (1999), Aitken dan Harrison (1999), dan Lipsey (2002).

hanya sebagai “tukang jahit” atau hanya mampu memproduksi komponen sederhana. Hipotesisnya, semakin besar dominasi PMA, semakin sedikit perusahaan lokal yang mampu membuat produk akhir secara mandiri.

- 4) Munculnya *enclave* karena PMA sama sekali tidak punya hubungan bisnis dengan industri lokal atau sektor lainnya di Indonesia. Hal ini tidak memberi manfaat bagi industri nasional, baik dalam hal alih teknologi dan pengetahuan maupun dalam hal produksi dan pemasaran. Bahkan *enclave* menciptakan/menambah kesenjangan dan kemiskinan di dalam suatu daerah atau antardaerah. Hipotesisnya, semakin banyak PMA yang beroperasi secara mandiri tanpa keterkaitan produksi dengan perusahaan-perusahaan lokal semakin besar kesenjangan dan kemiskinan di lokasi di mana PMA tersebut beroperasi.

PELUANG DAN KENDALA PERUSAHAAN DOMESTIK DI DALAM INDUSTRI NASIONAL

Dengan semakin liberalnya perdagangan dunia dan investasi, semakin lancar dan murah arus informasi lintas negara, dan semakin canggih dan murah transportasi internasional, ekonomi dunia termasuk proses produksi semakin terintegrasi (yang dimaksud dengan globalisasi ekonomi). Hal ini tentu melahirkan peluang pasar yang besar, baik *output* maupun *input* (bahan baku, teknologi, tenaga ahli, modal) bagi industri nasional. Namun ada dua tantangan yang dihadapi oleh industri nasional saat ini: (1) bisakah perusahaan lokal meningkatkan ekspor di satu sisi, dan menguasai atau bersaing dengan produk impor di pasar domestik, di sisi lain; dan (2) bisakah industri nasional memanfaatkan sepenuhnya teknologi dan tenaga ahli yang tersedia di dunia?

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa Indonesia bukan suatu negara dengan daya saing tinggi (WEF, 2009), termasuk industri nasionalnya belum bisa menjadi salah satu pemain dunia, terutama untuk produk berteknologi menengah ke atas. Walaupun Indonesia memulai industrialisasi lebih awal daripada Cina, namun sekarang Indonesia sudah jauh tertinggal dari Cina dalam sektor industri. Di pasar dalam negeri, barang impor, resmi maupun selundupan semakin mendominasi, terutama dari Cina.

Fakta tersebut disebabkan oleh banyaknya kendala yang dihadapi industri nasional. Selain masih

lemah dalam penguasaan teknologi terutama yang disebabkan oleh masih lemahnya kegiatan R&D (melakukan R&D atau inovasi bukan budaya Indonesia) dan masih rendahnya tingkat pendidikan tenaga kerja (hingga saat ini sebagian besar hanya punya diploma sekolah dasar). Industri nasional juga dihadapkan oleh buruknya infrastruktur dan logistik, pasokan listrik dan gas yang sering terganggu, upah tenaga kerja yang terus meningkat akibat peraturan upah minimum, kondisi kerja tenaga kerja yang semakin buruk (disiplin rendah dan semakin sering melakukan aksi-aksi mogok), rendahnya jiwa kewirausahaan (yakni orang yang inovatif, kreatif dan ulet), dan birokrasi pemerintah yang membuat pengurusan izin terkait dengan membuka usaha dan melakukan ekspor dan impor relatif lama dan mahal (Tambunan, 2009b).

Sebetulnya, paling tidak secara teori peluang industri nasional dalam menghadapi perdagangan bebas dan globalisasi ekonomi tambah besar dengan adanya PMA. Namun, seperti telah dibahas di atas, kemampuan industri nasional dalam meraih peluang tersebut kelihatannya masih rendah. Contohnya, Indonesia sudah memulai industri otomotif dengan proses perakitan sejak awal tahun 1970-an, dengan lahirnya PT Astra Internasional. Namun akhirnya bukan Indonesia, melainkan Thailand yang muncul sebagai pusat produksi mobil-mobil Jepang dan negara-negara produsen mobil lainnya untuk wilayah Asia Tenggara. Pertanyaannya: apa yang Indonesia lakukan selama ini?

PEMASARAN PRODUK DARI PMA DI PASAR DOMESTIK DAN EKSPOR

Sejak dikeluarkannya UU pertama mengenai penanaman modal, yaitu UU No.1 Tahun 1967, hingga saat ini (UU No.25 Tahun 2007) pola pemasaran produk dari PMA di Indonesia telah mengalami perubahan dari yang berorientasi sepenuhnya ke pasar domestik hingga ke ekspor. Pada fase pertama, awal Orde Baru pemerintah mengeluarkan kebijakan substitusi impor untuk mendorong pembangunan industri nasional. PMA dirangsang untuk masuk ke Indonesia dengan UU No.1 tersebut dan diberi berbagai fasilitas kemudahan untuk memproduksi barang-barang kebutuhan pasar dalam negeri, menggantikan barang-barang impor. Sebagai contoh, dalam kelompok industri elektronik, pada saat itu muncul sejumlah perusahaan patungan dengan merek-merek terkenal dari Jepang, seperti National dan Sanyo. Juga,

beberapa perusahaan dengan merek terkenal dari Eropa, seperti Grundig, Philips, dan ITT.

Setelah *oil boom* kedua, awal dekade 80-an, pemerintah mulai menggantikan kebijakan substitusi impor dengan promosi ekspor secara bertahap. Di dalam kebijakan ini, pemerintah memberi berbagai rangsangan bagi PMA untuk masuk ke industri-industri berorientasi ekspor. Bahkan menjelang akhir Orde Baru, pemerintah membangun sejumlah zona-zona khusus untuk kegiatan industri berorientasi ekspor, yang diawali di Pulau Batam. Namun demikian, pemerintah juga menjaga agar pasar domestik tidak terlupakan yang bisa merugikan masyarakat. Oleh karena di dalam periode pasca krisis 1997/1998 bersamaan dengan munculnya UU No.25 tahun 2007, pemerintah memberikan kemudahan/kebebasan lebih bagi PMA dalam pemasaran dalam negeri, di antaranya memasarkan langsung ke konsumen hingga di tingkat desa tanpa harus lewat perusahaan distribusi lokal.

KESIMPULAN

Sebenarnya Indonesia sudah kehilangan momentum dalam mengembangkan sektor industri. Pada era 70-an hingga 80-an merupakan peluang besar bagi Indonesia untuk mempersiapkan diri sebagai salah satu pemain kunci di wilayah Asia dalam industri, pada saat Cina, Malaysia, dan Thailand masih belum kuat dalam pembangunan industri mereka. Saat ini, bukan saja dengan Jepang, Korea Selatan, Taiwan, tetapi juga dengan Cina, Malaysia, Thailand dan bahkan Vietnam industri nasional Indonesia harus bersaing ketat. Satu hal yang pasti adalah bahwa tanpa infrastruktur dan logistik yang baik, SDM berkualitas, dan penguasaan teknologi yang didukung oleh kegiatan inovasi yang agresif dan kerja sama yang intensif antara perguruan tinggi/lembaga R&D dan dunia usaha, Indonesia akan semakin tertinggal dengan industri-industri dari negara-negara tersebut.

Dalam hal peran PMA, tidak dapat dipungkiri bahwa PMA memang sangat penting bagi perkembangan industri nasional. Namun, pertanyaan yang masih harus dijawab adalah, apakah Indonesia bisa memanfaatkan sepenuhnya keberadaan PMA? misalnya, apakah perusahaan domestik bisa menyerap teknologi yang dibawa oleh PMA, atau industri nasional akan selamanya hanya menjadi "tukang jahit" bagi PMA.

DAFTAR PUSTAKA

- Aitken, Brian J. dan Ann E. Harrison. 1999. "Do Domestic Firms Benefit from Direct Foreign Investment? Evidence from Venezuela". *American Economic Review*, 89(3).
- Bevan, A. dan S. Estrin. 2000. "Determinants of fdi in transition economies". Working Paper no. 342 Center for New Emerging Market, London Business School, London.
- Campos, N. dan Y. Kinoshita. 2003. "Why fdi go where it goes?". IMF Working Paper Series, Washington, D.C.: International Monetary Fund.
- Cantwell, J. dan R. Mudambi. 2005. "Mne competence creating subsidiaries mandates". *Strategic Management Journal*, 12.
- Chakrabarti, Avik. 2001. "The Determinants of Foreign Direct Investment: Sensitivity Analysis of Cross-Country Regressions", *Kyklos*, 54 (1).
- Dreffield, N. dan J.H. Love. 2007. "Linking FDI motivation and host economy productivity effects: conceptual and empirical analysis". *Journal of International Business Studies*, 38(3).
- Dunning, J.H. 1977. *Trade, Location of Economic Activity and the Multinational Enterprise: a search for an eclectic approach*. London: Macmillan.
- Dunning, J. H. 1993. *Multinational Enterprises and the Global Economy*. Harlow: Addison-Wesley.
- Eckel, C. 2003. "Fragmentation, efficiency seeking fdi and employment". *Review of International Economics*, 11 (2).
- ESCAP. 2009. *Globalization of Production and the Competitiveness of Small and Medium-sized Enterprises in Asia and the Pacific: Trends and Prospects*, Studies in Trade and Investment 65, Bangkok: UN-ESCAP.
- Franco, Chiara, Francesco Rentocchini, dan Giuseppe Vittucci Marzetti. 2008. "Why do firms invest abroad? An analysis of the motives underlying Foreign Direct Investments". Discussion Paper No.17, Dipartimento Di Economia, Università Degli Studi Di Trento, Trento.
- Grossman, G. M., E. Helpman, dan A. Szeidl. 2006. "Optimal integration strategies for the multinational firm". *Journal of International Economics*, 70.
- Hart, O. 1995. *Firms, Contracts and Financial Structure*. Oxford: Clarendon Press.
- Hart, O. dan J. Moore. 1990. "Property rights and the nature of the firm". *The Journal of Political Economy*, 98.

- Haskel, J.E., S.C. Pereira, dan M.J. Slaughter. 2007. "Does inward foreign direct investment boost the productivity of domestic firms?". *The Review of Economics and Statistics*, 89(3).
- Javorcik, B. 2004. "Does foreign direct investment increase the productivity of domestic firms? In search of spillovers through backward linkages". *American Economic Review*. 94(3)
- Johnson, Andreas. 2005. "Effects of FDI Inflows on Host Country Economic Growth". Thesis (draft), August. Jönköping: Jönköping International Business School.
- Kanapathy, Vijayakumari. 2004. "Entrepreneurship in Malaysia's Electronics Industry: The Role of SMEs". Dalam Denis Hew dan Loi Wee Nee (Ed.). *Entrepreneurship and SMEs in Southeast Asia*. Singapura: ISEAS.
- Kokko. 2002. "Globalization and Foreign Direct Investment Incentives". Paper presented at the Annual Bank Conference on Development Economics in Europe, August, Oslo.
- Lipsey, Robert E. 2002. "Home and Host Effects of FDI". NBER Working Paper 9293, October, National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA.
- Lucas, Robert E.B. 1993. "On the Determinants of Direct Foreign Investment: Evidence from East and Southeast Asia". *World Development*, 21 (3).
- Markusen J.K. dan A.J. Venables. 1998. "Multinational firms and new trade theory". *Journal of International Economics*, 46.
- Markusen, J. K. dan A. J. Venables. 2000. "The theory of endowment, intraindustry and multinational trade". *Journal of International Economics*, 52.
- Mansfield, E. dan A. Romeo. 1980. "Technology transfer to overseas subsidiaries by US based firms". *Quarterly Journal of Economics*, 95(4).
- Nunnenkamp, Peter. 2002. "Determinants of FDI in Developing Countries: Has Globalization Changed the Rules of the Game?". Kiel Working Paper No. 1122, July, Kiel Institute for World Economics, Kiel.
- Nunnenkamp, Peter dan J. Spatz. 2002. "Determinants of fdi in developing countries: has globalization changed the rules of the game?". *Transnational Corporations*, 11(2).
- Prabowo, Hermas E. 2008. "Perdagangan Global. Indonesia Menjadi Bulan-bulanan". *Bisnis & Keuangan, Kompas*, 1 September, hlm. 21.
- Rodrik, Dani. 1999. *The New Global Economy and Developing Countries: Making Openness Work*. Washington, D.C.: Johns Hopkins University Press for the Overseas Development Council.
- Singh, Harinder, Kwang W. Jun. 1995. "Some New Evidence on Determinants of Foreign Direct Investment in Developing Countries". Policy Research Working Papers 1531. Washington, D.C.: World Bank.
- UNCTAD. 1998. *World Investment Report 1998: Trends and Determinants*. New York and Geneva: United Nations.
- Tambunan, Tulus Tahi Hamonangan. 2007. *Perkembangan Industri Nasional Sejak Orde Baru Hingga Pasca Krisis*. Jakarta: Penerbit Universitas Trisakti.
- Tambunan, Tulus Tahi Hamonangan. 2009a. "Productivity in SMEs in Indonesia: Facts and Constraints". Policy Discussion Paper Series No.14/10/09, Center for Industry, SME and Business Competition Studies, Trisakti University, Jakarta.
- Tambunan, Tulus Tahi Hamonangan. 2009b. *Perekonomian Indonesia* Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tambunan, Tulus Tahi Hamonangan. 2010. *Main Factors Determining Competitiveness and Successful Small and Medium Enterprises in Indonesia*. Jakarta: International Labour Organisation.
- Taylor, Christopher T. 2000. "The Impact of Host Country Government Policy on US Multinational Investment Decisions". *World Economy*, 23 (5).
- Thee, Kian Wie. 1990a. "Indonesia: technology transfer in the manufacturing industry". Dalam Hadi Soesastro and Mari Pangestu (Ed.). *Technological Challenge in the Asia Pacific Economy*. Sydney: Allen & Unwin.
- Thee, Kian Wie. 1990b. "Prospects for Cooperation in Technology". Dalam Kim Seung Jin and Suh Jang Won (Ed.). *Cooperation in Small and Medium-Scale Industries in ASEAN*. Kuala Lumpur: Asian and Pacific Development Centre.
- Thee, Kian Wie. 1994. "Technology Transfer from Japan to Indonesia, dalam Yamada Keiji (Ed.). *The Transfer of Science and Technology between Europe and Asia, 1780-1880*. Kyoto: International Research Center for Japanese Studies.
- Thee, Kian Wie. 1997. "The Development of the Motor Cycle Industry in Indonesia". In Mari E. Pangestu and Yuri Sato (Eds.). *Waves of Change in Indonesia's Manufacturing Industry*. Tokyo: Institute of Developing Economies (IDE).

- Tsai, Pan-Long. 1994. "Determinants of Foreign Direct Investment and Its Impact on Economic Growth". *Journal of Economic Development*, 19 (1).
- Tybout, J.R. 2000. "Manufacturing firms in developing countries: how well do they do and why?". *Journal of Economic Literature*, XXXVIII.
- Wei, Y. dan X. Liu. 2006. "Productivity spillovers from R&D, exports and FDI in China's manufacturing sector." *Journal of International Business Studies*, 37(4).
- Williamson, O. E. 1979. "Transaction-cost economics: the governance of contractual relations". *Journal of Law and Economics*, 22.
- Williamson, O. E. 1996. "Economics and organization: A primer". *California Management Review*, 38(2).
- Yeaple, S. R. 2003. "The complex integration strategies of multinationals and cross country dependencies in the structure of foreign direct investment". *Journal of International Economics*, 60.
- Zhang, K.H. 2001. "Does foreign direct investment promote economic growth? Evidence from East Asia and Latin America". *Contemporary Economic Policy*, 19(2).