

Persepsi investor asing mengenai iklim investasi di Indonesia

Renaldi Zein, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=73892&lokasi=lokal>

Abstrak

Indonesia sebagai negara berkembang membutuhkan dana yang tidak sedikit untuk melakukan pembangunan di dalam negeri, khususnya di sektor sosial dan ekonomi. Untuk itu pemerintah Indonesia melakukan kebijakan mendorong masuknya investasi asing kedalam negeri. Guna memberikan pelayanan yang lebih dan memberikan komunikasi, koordinasi dan informasi bagi kepentingan investasi, maka Presiden Republik Indonesia membentuk Badan Koordinasi Penanaman Modal pada tahun 1985, dan hingga saat ini organisasi ini masih eksis.

Terjadinya era reformasi yang menggantikan era Orde Baru kepemimpinan Soeharto, dilalui dengan berbagai gejolak-gejolak anantara lain demonstrasi masa dan kegaduhan yang berimbas pada krisis sosial dan ekonomi. Adanya data tentang turunnya investasi asing yang masuk ke Indonesia diduga akibat langsung atau tak langsung timbulnya persepsi buruk terhadap citra Indonesia, khususnya mengenai iklim investasi dimata investor asing. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan melihat persepsi-persepsi para investor asing secara kualitas dan terurai jelas mengenai iklim investasi di Indonesia.

Metodologi yang dilakukan dalam penelitian lapangan adalah menggunakan survey kuestioner terhadap 100 responder yang terdiri dari investor asing.

Kuesioner ini meliputi pertanyaan terhadap 8 parameter iklim investasi berdasarkan hasil studi awal dan pengalaman peneliti, yaitu: keamanan, penegakan hukum, baiknya jalan pemerintahan, infrastruktur, prosedur investasi, insentif, biaya operasional, dan imej BKPM. Hasil survey ini ditindak lanjuti dengan "in depth interview" terhadap 10 responden investor asing yang dipilih berdasarkan "incidental and voluntary". Interview juga dilakukan terhadap 5 orang pejabat tinggi dan senior BKPM untuk mengetahui kegiatan mereka.

Temuan yang ada dalam penelitian adalah adanya gambaran jelas mengenai persepsi investor asing terhadap iklim investasi di Indonesia. Persepsi yang negatif tersebut terdapat karena adanya dim Indonesia yang buruk sebagai negara yang mempunyai "country risk" tinggi, dan reputasi negatif sebagai negara yang banyak tindak korupsinya. Satu hal yang masih membuat positif pandangan terhadap iklim usaha disini, yaitu adanya persepsi positif mengenai rendahnya biaya investasi, khususnya tenaga kerja dan sumber daya energi. Hal ini yang membuat investasi masih menarik di Indonesia.

Hal yang menarik dalam penelitian ini adalah, temuan betapa pentingnya peran media massa dalam menyebarkan informasi secara cepat, dan dapat membentuk opini-opini yang selanjutnya menjadikan persepsi masyarakat luas. Turunnya nilai investasi asing dapat diakibatkan pengaruh dari persepsi-persepsi yang negatif terhadap iklim investasi di Indonesia.

Kesimpulan dan rekomendasi dibuat berdasarkan konsep-konsep ilmu komunikasi. Perlunya komunikasi yang instruktif dari presiden kepada jajarannya untuk membenahi pemerintahan ini dengan baik. BKPM harus melakukan komunikasi yang persuasif kepada presiden dalam memberikan masukan informasi yang berpengaruh dalam mengambil kebijakan, serta komunikasi yang informatif BKPM kepada investor asing untuk memberikan jawaban dan kepastian atas perbaikan yang dilakukan. Untuk itu BKPM diusulkan untuk

lebih berperan sebagai sentra komunikasi dan koordinasi terhadap aspek-aspek lingkungan organisasi, antara lain "stakeholders and audience".

.....Indonesia as a developing country needs a lot of capital sources to build its country, especially in social and economic sectors. The Indonesian government has issued policies to encourage incoming of foreign investors to the country. In order to serve more foreign investor in the way of communicating, coordinating, and providing information the President of Indonesia had established the Indonesian Investment Coordinating Board in 1985, which is still exist until today.

The transaction period of changing the power in this country from Soeharto era to reformation era had made through a very crucial things, such as uncontrolled mass demonstrations and riots. Those things had made impact to crisis of social and economy of Indonesia. The declining of foreign investment on statistics recently was assumed related to the bad perceptions about the investment climate of Indonesia. Image and reputation of Indonesia has contributed the building of the perception. This research was conducted to see in "descriptive and qualitative" aspects of those foreign investors perceptions about the investment climate.

This research study used a questionnaire survey to 100 respondents, who are foreign investors. The questioner covers B parameters of the investment climate which are based on study and experiences of the researcher, such as security, law enforcement, good governance, infrastructures, procedures, incentives, cost of investment, and image of BKPM. The survey was followed up by in depth interviews to ten respondents representing foreign investors through incidental and voluntary selections.

Interviews were also made to five senior and high level officials of the Indonesian Investment Coordinating Board (BKPM) to see the organization activity.

The result of interviews has provided clear pictures of perceptions. Foreign investors' perceptions are bad to the Indonesia's investment climate. The negative perceptions were caused by the bad image of Indonesia, which occupies high score in the country risk list and it has a long in the negative reputation among the most corrupt countries. There is one positive perception about to the Indonesian investment climate. It is low cost of investment, such as low labor cost and cheap fuel and energy costs. These factors make Indonesia attractive for investment.

The interesting part of this research discovered that mass media had an important role in disseminating information fastly and it could influence public opinion. The declining foreign investment might be related to those negative perceptions about the investment climate in Indonesia.

Conclusions and recommendations were made based on communication concepts. It needs instructive communication from the country's president to manage better government. BKPM has to make persuasive communications to the president with information used for policy making, and informative communications to foreign investors with certainty saying that the government is improving the condition. It is proposed that BKPM should becomes a centre of communication and coordination to all aspects of the organization stakeholders and audiences.