# BAB I PENDAHULUAN

# Latar Belakang Penelitian

Globalisasi bukanlah sebuah fenomena baru yang terjadi saat ini. Globalisasi merupakan suatu proses perkembangan dari berbagai aspek yang terjadi yang sebelumnya. Proses globalisasi secara cepat diberbagai negara karena seiring berkembanganya teknologi komunikasi, informasi dan transportasi sehingga manusia dapat mudah menemukan segala sesuatu. Pada umumnya globalisasi bisa merubah gaya hidup, budaya dan pemikiran masing-masing setiap individu manusia. Menurut Harvey *globalization is a multidimensional process of socialchange facilitated by technological advances that has compressed space and accelerated time* (Mosedale, 2014).

Dampak dari globalisasi salah satunya ialah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat diberbagai negara. Sehingga banyak setiap manusia yang menggunakan teknologi digital dan *mobile* dan dimanfaatkan oleh setiap manusia pada saat ini untuk membuka perusahaan-perusahaan yang berhubungan dengan teknologi. Perkembangan zaman teknologi sudah semakin maju dan pesat yang membawa banyak sekali dampak perubahan terhadap berbagai inovasi-inovasi yang dilakukan oleh setiap invididu manusia. Pesatnya perkembangan teknologi juga semakin mempermudah manusia dalam melakukan kegiatan bisnis baik membuka perusahaan kecil ataupun perusahaan besar yang dilakukan dengan teknologi internet. Tak bisa dipungkiri bahwasanya berkembangnya teknologi ini banyak yang membuka bisnis ekonomi *digital* dengan memanfaatkan perangkat teknologi *gadget* dan *smartphone.* Salah satu contoh yang saat ini sedang berkembang ialah *Startup*.

Ekonomi digital di era globalisasi ini semakin berkembang dengan adanya kemajuan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi. Menurut Dalle:

“Sejarah ekonomi dunia telah melalui empat era dalam hidup manusia yaitu era masyarakat pertanian, era mesin pasca revolusi industri, era perburuan minyak dan era kapitalisme korporasi multinasional. Empat gelombang ekonomi sebelumnya berkarakter ekslusif dan hanya bisa dijangkau oleh kelompok elite tertentu. Gelombang ekonomi digital hadir dengan topografi yang landau, inklusif dan membentangkan ekualitas peluang. Karakteristik ini memili konsep kompetisi yang menjadi spirit industri yang dengan mudah tertangkap oleh para pelaku *Startup* yang mengutamakan kolaborasi dan sinergi. Karena itu pula ekonomi *digital* merupakan *sharing economy* yang mengangkat banyak usaha kecil dan menengah untuk memasuki bisnis dunia” (Maulidiya, 2016: 1-12).

*Startup* merupakan bisnis yang banyak dibuat oleh setiap individu manusia. Kata *Startup* merupakan sebuah kata serapan yang berasal dari bahasa inggris yang artinya adalah tindakan atau proses yang dimulai untuk membangun sebuah usaha atau organisasi. Menurut Paul Graham *“a start-up is acompany designed to grow fast. The only essential thing is growth. Everything else we associate with start-ups follows from growth”* *Startup* merupakan sebuah perusahaan yang didesain untuk berkembang dengan cepat. Baru dirintis tidak serta merta membuat sebuah perusahaan menjadi *Startup.* Perlu diingat bila *Startup* tidak harus bergerak di bidang teknologi, memperoleh dana dari investor, dan melakukan exit. Hal yang paling penting adalah berkembang dengan cepat. Semua hal yang berkaitan dengan *Startup* akan mengikuti perkembangan perusahaan tersebut (Ketut Krisna Wijaya, 2015).

Kata *Startup* mulai terkenal pada saat fenomena *dot-com bubble* (gelembung dot-com). Fenomena ini biasanya disebut juga sebagai gelembung teknologi informasi atau gelembung spekulasi yang terjadi antara tahun 1998-2000 yang puncaknya pada 10 maret 2000 ketika NASDAQ mencapai 5132,52 poin. ketika bursa saham di negara-negara industri mengalami kenaikan nilai ekuitas secara tajam berkat pertumbuhan industri sektor Internet dan bidang-bidang yang terkait. Pesatnya pertumbuhan internet dimulai pada tahun 1993 dan berlangsung hingga tahun 1990-an yang ditandai dengan teknologi *world wide web* yang semakin maju setelah dirilisnya versi pertama penjelajah web Mosaic. (Naomi, 2000).

Di Indonesia penggunaan istilah *Startup* sudah mulai digunakan sekitar tahun 2000-an. Dalam beberapa tahun kebelakang di Indonesia hampir setiap tahun pemilik perusahaan-perusahaan *Startup* baru bermunculan semenjak berkembangnya teknologi dan internet secara meluas. Salah satu faktor yang membuat pelaku ekonomi *Startup* di Indonesia terdorong untuk mendirikan *Startup* meskipun terbilang banyak yang gagal dalam menjalankan bisnis *Startup* tersebut. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia pada tahun 2014 pengguna internet di Indonesia menempati peringkat ke-4 didunia dengan total 88,1 juta jiwa. Dengan demikian, pengguna internet di Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 16,2 juta jiwa dari total 71,9 juta pengguna di tahun 2013 dan tentunya akan selalu bertambah setiap tahunnya. Sehingga, hal ini menjadi peluang besar bagi perusahaan *Startup* baru untuk masuk dan berkembang. Perkembangan di bidang industri digital akan semakin maju dan menghasilkan output yang memuaskan (Pratama, 2016).

Banyak karakteristik *Startup* yang dapat dicermati. Beberapa karakteristik perusahaan *Startup* tersebut dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Usia perusahaan kurang dari 3 tahun, artinya masih dalam tahap awal suatu perusahaan digital.
2. Jumlah pegawai kurang dari 20 orang, pada awalnya tentu start-up hanya memiliki segelintir orang saja dibalik berdirinya perusahaan.
3. Pendapatan kurang dari $100.000/tahun, belum banyak keuntungan yang didapatkan karena masih dibutuhkan biaya untuk pengembangan start-up.
4. Masih dalam tahap perkembangan.
5. Umumnya bergerak dalam bidang teknologi, penggunaan aplikasi merupakan salah satu contohnya.
6. Produk yang dibuat berupa umumnya aplikasi dalam bentuk digital atau yang lainnya.
7. Biasanya beroperasi melalui website ataupun media sosial. (Naomi, 2000)

Beberapa kategori *Startup* yang bisa dikategorikan melalui nilai valuasi setiap perusahaan-perusahaan *Startup* tersebut. Kategori tersebut ialah, *Unicorn* (US$1 milliar), *Decacorn* (US$10 milliar), dan *Hectocorn* (US$100 milliar) (CNN Indonesia, 2019). Ada banyak perusahaan-perusahaan *Startup* didunia yang sudah mencapai tahap *Unicorn*. Sedangkan di Asia tenggara ada 7 perusahaan *Startup* yang sudah mencapai tingkat *Unicorn* dan 4 perusahaan *Startup* tersebut berasal dari Indonesia. Diantaranya adalah Go-jek, Bukalapak, Traveloka dan Tokopedia.

Peran *Startup Unicorn* tersebut dinilai sangat penting dalam menumbuhkan dampak yang signifikan terhadap perekonomian didunia ini. Salah satu contohnya di Indonesia saat ini *Startup* memiliki peluang yang baik di Indonesia. Dalam sejarah tercatat sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terbukti menjadi pahlawan perekonomian saat krisis ekonomi tahun 1998. Sektor ini juga terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan dan memiliki kontribusi lebih dari 50% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Leli Nurhidayah, 2016). Dari sisi yang lain juga peran *Startup Unicorn* ini telah menyerap banyak tenaga kerja Indonesia sehingga menurunya tingkat pengangguran. Menurut Data Badan Pusat Statistik menunjukan pertumbuhan ekonomi kuartal III/2016 yang mencapai 5,62% dengan penurunan 530.000 tingkat pengangguran terbuka menjadi 7,03 juta orang (Setiawan, 2018).

Empat perusahaan *Startup* tersebut menjadi *Startup Unicorn* ialah karena banyaknya investor-investor yang tertarik dengan perusahaan *Startup* di Indonesia karena melihat data pengguna internet di Indonesia merupakan salah satu pengguna internet terbesar di dunia. Besarnya penggunaan internet di Indonesia juga didukung oleh pemerintah yang dimana ingin menjadikan Indonesia menjadi ekonomi digital terbesar di Asia tenggara pada tahun 2020 nanti. Selain itu juga investor meyakini bahwasanya perusahaan *Startup* tersebut selaras dengan adanya Revolusi Industri 4.0.

Investor asing berperan sangat besar dalam mendorong suatu perusahaan *Startup* di Indonesia menjadi *Startup Unicorn* dan juga mendorong ekonomi negara. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada tahun 2013 industri kreatif ini dapat berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebanyak 7,29% atau senilai 486,1 trilliun. Kenaikan ini meningkat dibandingkan tahun 2012 dimana industri kreatif ini hanya berkontribusi terhadap PDB sebanyak 6.9%. Industri kreatif juga dapat menyerap tenaga kerja sebanyak 11,8 juta atau 10,72% dari total tenaga kerja di Indonesia pada tahun 2013 dan lebih mengalami kenaikan pada tahun 2012 yang hanya menyerap 8,6 juta pekerja atau 7,9% dari total penduduk Indonesia (Syera, Nasution, & Zainal, 2018).

Berkembang pesatnya perusahaan-perusahaan Startup di Indonesia yang semakin banyak dan itu juga banyak diminati investor-investor asing karena pasar di Indonesia sangat besar dengan adanya perkembangan ini. Dilihat dari jumlah populasi masyarakat Indonesia, salah satu pengguna internet terbesar di dunia dsb. Tetapi pemerintah pada saat ini dinilai masih belum siap dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis ke arah bisnis digital yang lebih modern. Menurut *Direktur Of Institute for Development of Economics and Finance* (Indef) Enny Sri mendesak agar pemerintah membuat soal regulasi investasi asing yang masuk ke Indonesia melalui perusahaan *Startup*, salah satu contohnya pada *Startup* Gojek yang bisa berkembang luas menjadi 10 bidang dan perlu ada peta jalan dan *blueprint* yang jelas (Febrian, 2018).

Berdasarkan latar belakang penelitian yang penulis bahas diatas. Maka, penulis memilih untuk mengangkat judul “**PERAN INVESTOR ASING DALAM PENGEMBANGAN *STARTUP* TERHADAP PELUANG PERTUMBUHAN EKONOMI *E-COMMERCE* DI INDONESIA**”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini terdapat beberapa masalah yang menjadi pokok pembahasan dalam penulisan. Adapun permasalahan tersebut dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana peran investor asing dalam menanamkan modalnya di Indonesia?
2. Sejauh mana pengembangan Startup di Indonesia?
3. Bagaimana peran investor asing terhadap perusahaan Startup dapat mengembangkan peluang pertumbuhan ekonomi e-commerce di Indonesia?

### 1.2.1 Pembatasan Masalah

Dalam hal ini penulis membuat suatu batasan dalam penelitian dengan tujuan agar lebih terfokus dan tidak keluar dari pembahasan penelitian ini. Maka dari itu batasan masalah ini mengacu kepada ketertarikan investor asing dalam menanamkan modalnya terhadap peluang dan pengembangan perusahaan Startup di Indonesia dari tahun 2012-2018.

### 1.2.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, identifikasi masalah, serta pembatasan masalah, maka perumusan masalah yang penulis akan angkat dalam penelitian ini adalah: **“BAGAIMANA PERAN INVESTOR ASING TERHADAP PELUANG PENGEMBANGAN DAN PERTUMBUHAN EKONOMI *E-COMMERCE* INDONESIA MELALUI PERUSAHAAN *STARTUP* DI INDONESIA?”**

## 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Sebagai upaya untuk mengungkapkan arah dan tujuan umum dari penelitian ini, maka penulis akan membuat tujuan dari penelitian ini, diantaranya:

1. Mengetahui peran investor asing dalam menanamkan modalnya di Indonesia terhadap perusahaan *Startup*.
2. Menjelaskan awal mula berkembangnya perusahaan *Startup*.
3. Mengetahui peran perusahaan *Startup* terhadap peluang pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah penulis paparkan diatas, adapun kegunaan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh Ujian sarjana Strata-Satu (S-1) Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial Universitas Pasundan Bandung.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara akademik maupun aplikatif bagi masyarakat dan akademisi pada umumnya serta bagi penulis pada khususnya, dan
3. Secara khusus memberikan informasi kepada pihak-pihak lain yang berminat untuk meneliti masalah yang sama dengan penelitian ini serta menjadi sebuah referensi bagi pengembangan bagi pihak-pihak yang ingin meneliti lebih lanjut mengenai Startup.

# BAB II TINJAUAN PUSTAKA

* 1. **Literature Reviu**

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis cukup banyak literature reviu yang membahas mengenai pertumbuhan Startup di Indonesia. Salah satunya penelitian yang ditulis oleh Dodi Jayen Suwarno dan Anita Silvianita yang berjudul ***Knowledge Sharing* dan Inovasi Pada Industri  *Startup*** dimana dalam tulisanya membahas mengenai Manajemen sumber daya manusia proses ini menggunakan proses pemanfaatan manajemen sumber daya manusia secara efektif dan efisien melalui kegiataan perencanaan, penggerakan dan pengendalian semua nilai yang menjadi kekuatan manusia untuk mencapai tujuan sehingga manajemen sumber daya manusia adalah pengelolaan sumber daya manusia melalui perencanaan, penggerakan dan pengendalian untuk mencapai tujuan organisasi.

Kemudian selanjutnya ialah Knowledge, penggunaan informasi yang mengubah sesuatu atau seseorang yang terjadi ketika informasi yang ada menjadi dasar untuk melakukan sebuah tindakan, atau ketika informasi tersebut memampukan seseorang atau institusi untuk mengambil tindakan yang berbeda atau tindakan yang lebih efektif dari tindakan sebelumnya.

Selanjutnya ada *Knowledge Sharing* merupakan suatu proses sistematis dalam mengirimkan, mendistribusikan dan mendiseminasikan pengetahuan dan konteks multidimensi antar individu atau antar organisasi melalui metode media yang beragam. *Knowledge sharing* membagi 2 dimensi yang terdiri dari *knowledge donating* atau perilaku individua tau kelompok untuk mengkomunikasikan pengetahuan atau model intelektual yang dimiliki kepada orang lain. Dimensi yang kedua adalah *knowledge collecting,* ini merupakan perilaku individu yang atau kelompok untuk saling berkonsultasi guna mendapatkan pengetahuan atau model yang dimiliki dan dikomunikasikan oleh orang lain.

Yang terakhir adalah mengenai Inovasi, inovasi merupakan ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seseorang unit individu atau unit pengguna lainya. Dalam pembahasan ini inovasi terdiri dari dua hal yaitu product innovation atau tingkatan kemampuan seseorang dalam menawarkan saran perbaikan terhadap produk yang ada saat ini dan kemampuan individu untuk berkontribusi terhadap pengembangan produk baru dalam rangka meningkatkan kepuasaan pelanggan. Selanjutnya ialah *process innovation*, tingkatan kemampuan seseorang untuk menghasilkan suatu proses manufaktur atau jasa yang lebih baik dibanding dengan proses yang ada saat ini.

Literature reviu selanjutnya ialah mengenai ***Analisis Faktor Keberhasilan Startup Digital di Yogyakarta*** yang ditulis oleh Mardi Arya Jaya, Ridi Ferdiana, Silmi Fauziati. Didalam jurnal ini faktor penentu keberhasilan usaha bagi Startup business pada startup Tyfons, Tlab dan Icube adalah sumber daya manusia atau Tim yang baik, timming yang tepat, dan juga ide serta pendanaan yang cukup. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas sumber daya manusia yang baik serta Timing yang tepat sangat mempengaruhi keberhasilan usaha yang masih dalam tahap Startup. Oleh karena itu perusahaan Startup harus mampu melihat peluang dan waktu yang tepat untuk membuat sebuah produk. Ide dan pendanaan menjadi faktor pendukung kesuksesan *Startup*. Sementara bisnis model belum terlalu dibutuhkan pada fase awal pembentukan *Startup*.

Literature reviu lainya yang ditulis oleh Sahat Aditua Fandhitya Silalahi yang berjudul ***Perkembangan dan Tantangan Perusahaan Startup Nasional*** yang membahas mengenai tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan Startup di Indonesia ialah perkembangan bisnis yang harus dilalui oleh perusahaan hingga mencapai tahap stabil dalam memberikan keuntungan dan menghasilkan aliran kas yang positif dengan kata lain perusahaan tersebut sudah dibilang menguntungkan. Tantangan dari dalam negeri ialah kurangnya sumber ketersediaan modal untuk mendanai perusahaan Startup dalam rangka mencapai level menengah ke atas. Dari sisi investor pemberian modal untuk tahap pengembangan memiliki resiko ketidakpastian. Konsekuensinya adalah investor harus terus memberikan suntikan modal hingga perusahaan mencapai tingkat penguasaan pasar yang memberikan arus kas positif. Ketiadaan modal ini pada tahap ini menyebabkan fenomena yang disebut *missing middle* atau kesinambungan pertumbuhaan perusahaan Startup terhenti pada saat hendak mencapai level menengah ke atas. Perusahaan Startup yang terjebak isu missing middle ini berisiko kehilangan pasar karena akan menggerus keuntungan perusahaan dan mengakibatkan kebangkrutan. Proses kebangkrutan juga dapat dipercepat dengan kehadiran kompetitor yang bergerak dibidang usaha yang sama. Tantangan dari luar ialah bersumber dari persaingan dengan perusahaan *Startup* berskala internasional dan investor yang berminat untuk melakukan akuisisi terhadap perusahaan *Startup* potensial.

Dalam penelitian ini yang berjudul **PERAN INVESTOR ASING DALAM PENGEMBANGAN *STARTUP* TERHADAP PELUANG PERTUMBUHAAN EKONOMI *E-COMMERCE* DI INDONESIA** lebih berfokus kepada peran investor asing dalam meningkatan pengembangan perusahaan Startup terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

* 1. **Kerangka Teoritis**

Pada kerangka teoritis ini, penulis akan mengemukakan batasan ilmiah kutipan teori-teori dan konsep-konsep dari para ahli yang berhubungan dengan objek yang diteliti, agar dapat dijadikan sebagai landasan utuk menganalisa permasalahan dengan menyimpulkan hipotesis untuk memahami fenomena Hubungan Internasional, yang sesuai dengan judul penelitian.

### 2.2.1 Globalisasi

Kata globalisasi berasal dari kata “global” dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia yang memiliki arti “secara keseluruhan”. Sebagaimana dikemukakan oleh Wuryan dan Syaifullah bahwa secara etimologis globalisasi berasal dari kata “globe” yang berarti bola dunia sedangkan akhiran sasi mengandung makna sebuah “proses” atau keadaan yang sedang berjalan atau terjadi saat ini. Jadi secara etimologis, globalisasi mengandung pengertian sebuah proses mendunia yang tengah terjadi saat ini menyangkut berbagai bidang dan aspek kehidupan masyarakat, bangsa, dan negara-negara di dunia.

Istilah globalisasi sering diberi arti yang berbeda antara yang satu dengan yang lainnya, sehingga disini perlu penegasan lebih dulu. Ahmed dan Doman memberi batasan bahwa globalisasi pada prinsipnya mengacu pada perkembangan-perkembangan yang cepat di dalam teknologi komunikasi, transfortasi, yang bisa membawa bagian-bagian dunia yang jauh menjadi hal-hal yang bisa dijangkau dengan mudah. Istilah yang saat ini dikenal yaitu electronic proximity, artinya kedekatan elektronik dimana jarak tidak lagi menjadi hambatan yang berarti untuk menjalin komuniasi antar warga di belahan penjuru dunia ini. Hal ini berimplikasi kepada keterbukaan antarnegara untuk dimasuki berbagai informasi yang disalurkan secara kesinambungan melalui teknologi komunikasi dan informasi (information technology), seperti internet, televisi atau media elektronik lainya. (Ii & Pembelajaran, 1984)

### 2.2.2 Kerjasama Internasional

Sejak semula, fokus dari teori hubungan internasional adalah mempelajari tentang penyebab-penyebab dan kondisi-kondisi yang menciptakan kerjasama. Kerjasama dapat tercipta sebagai akibat dari penyesuaian-penyesuaian perilaku aktor-aktor dalam merespon atau mengantisipasi pilihan-pilihan yang di ambil oleh aktor-aktor dalam merespon atau mengantisipasi pilihan-pilihan yang diambil oleh aktor-aktor lainnya. Kerjasama dapat dijalankan dalam suatu proses perundingan yang diadakan secara nyata atau karena masing-masing pihak saling tahu sehingga tidak lagi diperlukan suatu perundingan (Dougherty, 1997: 418).

Kerjasama dapat didefinisikan sebagai serangkaian hubunganhubungan yang tidak didasarkan pada kekerasan atau paksaan dan disahkan secara hukum, seperti dalam sebuah organisasi internasional seperti PBB atau Uni Eropa. Aktor-aktor negara membangun hubungan kerjasama melalui suatu organisasi internasinal dan rezim internasional, yang didefinisikan sebagai seperangkat aturan-aturan yang disetujui, regulasiregulasi, norma-norma, dan prosedur-prosedur pengambilan keputusan, dimana harapan-harapan para aktor dan kepentingan-kepentingan negara bertemu dalam suatu lingkup hubungan internasional (Dougherty, 1997: 418-419).

Kerjasama dapat tumbuh dari suatu komitmen individu terhadap kesejahteraan bersama atau sebagai usaha pemenuhan kepentingan pribadi. Kunci dari perilaku kerjasama ada pada sejauh mana setiap pribadi percaya bahwa yang lainnya akan bekerja sama. Sehingga isu utama dari teori kerjasama adalah didasarkan pada pemenuhan kepentingan pribadi, dimana hasil yang menguntungkan kedua belah pihak dapat diperoleh dengan bekerja sama dari pada dengan usaha sendiri atau dengan persaingan (Dougherty, 1997: 418 -419).

### 2.2.3 Teori Investasi

Dalam melakukan pembangunan nasional, suatu negara membutuhkan modal dana untuk dapat mengejar ketertinggalan pembangunan negaranya dari negaranegara lain. Modal dana tersebut dapat dipenuhi melalui berbagai sumber, salah satunya melalui investasi. Secara sederhana investasi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan menempatkan dana pada satu atau lebih dari suatu aset selama periode tertentu dengan harapan dapat memperoleh penghasilan atau peningkatan nilai investasi (Harianto, 2001: 2).

Dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi, investasi menjadi suatu kebutuhan yang mutlak. Apabila suatu negara tidak mampu untuk memupuk investasi dari dalam negerinya sendiri, maka jalan yang ditempuh adalah dengan meminjam, baik pinjaman dalam negeri ataupun pinjaman luar negeri dan menarik investasi asing untuk masuk ke negara tersebut.

Istilah penanaman modal asing berasal dari bahasa inggris yaitu investment dan diterjemahkan dalam bahasa Indonesia yaitu penanaman modal. Penanaman modal asing atau investasi seringkali dipergunakan dalam artian yang berbeda-beda. Perbedaan penggunaan istilah investasi terletak pada cakupan dari makna yang dimaksudkan. Investasi dapat dijelaskan dalam 3 pengertian, yaitu:

1. Suatu tindakan untuk membeli saham, obligasi atau surat penyertaan lainnya.

2. Suatu tindakan membeli barang modal.

3. Pemanfaatan dana yang tersedia untuk produksi dengan pendapatan di masa yang akan dating (Anoraga, 1995).

Sementara itu, investasi dari luar negeri dapat dibedakan kedalam dua bentuk yaitu

1. Investasi asing langsung (Foreign Direct Investment / FDI) yaitu investasi modal yang dimiliki dan dioperasikan oleh entitas luar negeri.

2. Investasi portofolio luar negeri (*Foreign Portfolio Investment*) yaitu investasi yang dibiayai oleh luar negeri tetapi dioperasikan oleh warga domestik.

* **Pengertian Foreign Direct Investment (FDI)**

Investasi asing langsung (FDI) adalah elemen kunci dalam integrasi ekonomi internasional. FDI menciptakan hubungan yang langsung, stabil dan tahan lama antara ekonomi. FDI juga dinilai dapat mendorong transfer teknologi dan pengetahuan antara negara-negara, dan memungkinkan perekonomian tuan rumah untuk mempromosikan produk-produknya lebih luas di pasar internasional. Disamping itu FDI juga merupakan sumber tambahan dana untuk investasi dan dibawah lingkungan kebijakan yang tepat, dapat menjadi kendaraan penting untuk pembangunan.

FDI didefinisikan sebagai investasi lintas batas oleh entitas penduduk dalam satu ekonomi dengan tujuan mendapatkan keuntungan dalam lingkungan ekonomi negara lain. Keuntungan menunjukkan keberadaan hubungan jangka panjang antara investor dan perusahaan serta tingkat signifikan pengaruh oleh investor langsung pada manajemen perusahaan. Kriteria dasar yang digunakan adalah kepemilikan minimal 10% dari hak suara, yang mewakili pengaruh oleh investor.

Dalam pasal 1 Undang-Undang No. 1 tahun 1967 pengertian penanaman modal asing hanyalah meliputi penanaman modal asing secara langsung yang dilakukan menurut atau berdasarkan ketentuan-ketentuan Undang-Undang ini dan yang digunakan untuk menjalankan perusahaan di Indonesia, dalam arti bahwa pemilik modal secara langsung menanggung risiko dari penanaman modal tersebut. Sedangkan pengertian modal asing dalam Undang-Undang ini menurut pasal 2 ialah:

1. Alat pembayaran luar negeri yang tidak merupakan bagian dari kekayaan devisa Indonesia, yang dengan persetujuan pemerintah digunakan untuk pembiayaan perusahaan di Indonesia.

2. Alat-alat untuk perusahaan, termasuk penemuan-penemuan baru milik orang asing dan bahan-bahan, yang dimasukkan dari luar ke dalam wilayah Indonesia, selama alat-alat tersebut tidak dibiayai dari kekayaan devisa Indonesia.

3. Bagian dari hasil perusahaan yang berdasarkan Undang-undang ini diperkenankan ditransfer, tetapi dipergunakan untuk membiayai perusahaan di Indonesia.

Adapun modal asing dalam Undang-Undang ini tidak hanya berbentuk valuta asing, tetapi meliputi pula alat-alat perlengkapan tetap yang diperlukan untuk menjalankan perusahaan di Indonesia, penemuan-penemuan milik orang atau badan asing yang dipergunakan dalam perusahaan di Indonesia dan keuntungan yang boleh ditransfer ke luar negeri tetapi dipergunakan kembali di Indonesia.

Menurut Krugman (1994) yang dimaksud dengan FDI adalah arus modal internasional dimana perusahaan dari suatu negara mendirikan atau memperluas perusahaannya di negara lain. Teori ekonomi menyarankan bahwa investasi internasional akan memilih tempat alokasi penyimpanan yang paling efisien, paling ringan hambatan untuk keluar masuknya uang, dan paling sedikit resikonya dengan cara diversifikasi aset. Investasi internasional juga berhubungan dengan transfer teknologi. Secara teori dan realita empirik investasi internasional sangat baik untuk pertumbuhan ekonomi (Krugman, 1994).

* **Bentuk-bentuk FDI**

Investasi asing di Indonesia juga dapat dilakukan dalam dua bentuk investasi, yaitu investasi portofolio dan investasi langsung. Investasi portofolio dilakukan melalui pasar modal dengan instrumen surat berharga seperti saham dan obligasi. Sedangkan investasi langsung atau yang lebih dikenal dengan penanaman modal asing langsung (FDI) merupakan bentuk investasi dengan jalan membangun, membeli total atau mengakuisisi perusahaan.

Lebih lanjut, berdasarkan Departemen Keuangan Indonesia, penanaman modal asing di Indonesia dapat dilakukan dalam bentuk:

1. Penanaman Modal Asing Langsung (Foreign Direct Investment, FDI), dalam arti seluruh modalnya dimiliki oleh warga negara dan atau badan hukum asing, dengan ketentuan dalam jangka waktu paling lama 15 tahun sejak produksi komersial, sebagian saham asing harus dijual kepada warga Negara dan atau badan hukum Indonesia melalui pemilikan langsung atau pasar modal.

2. Penanaman Modal Asing Tidak Langsung (Foreign Indirect Investment, FII) adalah usaha patungan antara modal asing dengan modal yang dimiliki oleh warga negara atau badan hukum Indonesia, dengan ketentuan peserta Indonesia harus memiliki paling sedikit 5% dari modal disetor sejak pendirian perusahaan penanaman modal asing, ketentuan usaha patungan ini bersifat wajib bagi kegiatan investasi yang dilakukan dalam sembilan sektor publik, yaitu pelabuhan, produksi dan transmisi serta distribusi tenaga listrik untuk umum, telekomunikasi, pelayaran, penerbangan, air minum, kereta api umum, pembangkitan tenaga atom, dan media massa.

* **Faktor yang mempengaruhi FDI**

Berdasarkan hasil riset dari Komite Pemantauan Pelaksanaan Otonomi Daerah (KPPOD) pada tahun 2003 Penanaman Modal Asing atau FDI dipengaruhi oleh beberapa faktor non-ekonomi yaitu

1. Faktor stabilitas politik dan keamanan suatu negara yang paling dipertimbangkan oleh investor asing

2. Faktor kelembagaan

3. Sosial politik, ekonomi daerah

4. Tenaga kerja dan produktivitas

5. Infrastruktur fisik merupakan indikator yang berpengaruh terhadap daya tarik investasi daerah-daerah di Indonesia.

Menurut David K. Eiteman motif yang mendasari penanaman modal asing ada tiga; motif strategis, motif perilaku dan motif ekonomi. Dalam motif strategis dibedakan dalam:

1. Mencari pasar

2. Mencari bahan baku

3. Mencari efisiensi produksi

4. Mencari pengetahuan

5. Mencari keamanan politik

Sedangkan motif perilaku merupakan rangsangan lingkungan eksternal dan yang lain dari organisasi didasarkan pada kebutuhan dan komitmen individu atau kelompok. Dan motif ekonomi merupakan motif untuk mencari keuntungan dengan cara memaksimalkan keuntungan jangka panjang dan harga pasar saham perusahaan.

Sementara itu dalam teori eklektik Dunning (1980) menjelaskan bahwa terdapat tiga motif perusahaan dalam melakukan investasi asing yaitu

1. Locational advantage yang terdiri dari biaya tenaga kerja yang rendah, produktivitas tenaga kerja, tingkat pajak yang rendah, kualitas infrastruktur dan lain sebagainya.

2. Internalizational advantages berhubungan dengan kegiatan produksi yang dilakukan perusahaan itu sendiri dari pada dijalankan perusahaan lain melalui lisensi.

3. Ownership advantage meliputi keunggulan perusahaan yang melebihi dari kompetitornya dalam hal pemasaran dan teknologi.

### 2.2.4 Konsep E-Commerce

Electronic Commerce (e-commerce) merupakan konsep baru yang biasa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada World Wide Web Internet (Suyanto, 2003: 11) atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet, sedangkan menurut Kalakota dan Whinston dalam buku M. Suyanto (2003:11) mendefinisikan e-commerce dari beberapa perspektif

berikut:

1. Perspektif Komunikasi: e-commerce merupakan pengiriman informasi, produk/layanan, atau pembayaran melalui lini telepon, jaringan komputer atau sarana eletronik lainnya.

2. Perspektif Proses Bisnis: e-commerce merupakan aplikasi teknologi menuju otomisasi transaksi dan aliran kerja perusahaan.

3. Perspektif Layanan: e-commerce merupakan salah satu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen dan manajemen dalam memangkas service cost ketika meningkatkan mutu barang dan kecepatan pelayanan.

4. Perspektif Online: e-commerce berkaitan dengan kapasitas jual beli produk dan informasi di internet dan jasa online lainnya.

- Penggolongan e-commerce yang lazim dilakukan orang ialah berdasarkan sifat transaksinya. Menurut Suyanto (2003:45) tipe-tipe berikut segera bisa dibedakan:

1. Business to business (B2B), adalah model e-commerce dimana pelaku bisnisnya adalah perusahaan, sehingga proses transaksi dan interaksinya adalah antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Contoh model ecommerce ini adalah beberapa situs e-banking yang melayani transaksi antar perusahaan.

2. Business to Consumer (B2C), adalah model e-commerce dimana pelaku bisnisnya melibatkan langsung antara penjual (penyedia jasa e-commerce) dengan individual buyers atau pembeli. Contoh model ecommerce ini adalah airasia.com.

3. Consumer to Consumer (C2C), adalah model e-commerce dimana perorangan atau individu sebagai penjual berinteraksi dan bertransaksi langsung dengan individu lain sebagai pembeli. Konsep e-commerce jenis ini banyak digunakan dalam situs online auction atau lelang secara online. Contoh portal e-commerce yang menerapkan konsep C2C adalah e-bay.com .

4. Consumer to Business (C2B), adalah model e-commerce dimana pelaku bisnis perorangan atau individual melakukan transaksi atau interaksi dengan suatu atau beberapa perusahaan. Jenis e-commerce seperti ini sangat jarang dilakukan di Indonesia. Contoh portal e-commerce yang menerapkan model bisnis seperti ini adalah priceline.com.

### 2.2.5 Teori Pembangunan

Teori Harrod menekankan bahwa pada proses pertumbuhan melekat suatu faktor ketidakstabilan yang menjadi gangguan terhadap kondisi ekuilibrium. Hal itu lazim disebut instability theorem sebagai ciri pokok gagasan Harrod. Konsekuensi dari instability theorem ini adalah diperlukannya langkah-langkah kebijaksanaan tertentu untuk menanggulangi ketidakstabilan guna menjaga pertumbuhan yang berdasarkan ekuilibrium yang stabil. Gagasan Domar berpangkal tolak pada berlakunya asas investment multiplier. Laju pertumbuhan pada permintaan efektif langsung dihadapkan kepada pertumbuhan pada kapasitas produksi. Teori Harrod-Domar menyimpulkan bahwa pertumbuhan ekonomi ditentukan oleh tingginya tabungan dan investasi. Kalau tabungan dan investasi rendah, pertumbuhan ekonomi masyarakat atau negara tersebut akan rendah. Hubungan antara pertumbuhan ekonomi, tabungan dan investasi ini kemudian dirumuskan dalam rumus Harrod-Domar yang sangat terkenal hingga kini (Chalid, 2015).

Menurut Presiden Republik Indonesia Jokowi demi mempercepat pertumbuhan ekonomi, pemerintah berusaha menarik lebih banyak investor asing ke dalam negeri. Pentingnya investasi asing ini ditekankan langsung oleh Presiden Jokowi. Jokowi menilai kehadiran investasi yang terus berdampak pada arus uang yang masuk ke dalam negeri untuk menggerakan kegiatan ekonomi. Berkat iklim ekonomi yang terbilang kondusif, saat ini total investasi langsung (investasi asing ditambah domestik) di Indonesia naik 11,8% tahun ke tahun menjadi Rp 185,3 triliun pada kuartal pertama 2018. Hal itu menunjukkan minat investor yang kuat dan menimbulkan optimisme bahwa target investasi langsung setahun penuh dapat tercapai (Achmad Rouzni Noor, 2018).

Menurut Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara menyatakan bahwasanya Indonesia tahun ini sedang mengalami pertumbuhan ekonomi paling lambat dalam lima tahun terakhir. Tetapi pertumbuhan industri e-commerce justru semakin pesat di tengah perlambatan laju ekonomi tanah air. "Bukan tak mungkin nantinya industri e-commerce dapat menjadi salah satu tulang punggung perekonomian nasional. Terlebih, kebanyakan pelaku bisnis e-commerce di tanah air berskala kecil dan menengah (UKM). Seperti yang kita ketahui, bisnis UKM menjadi usaha yang paling tahan banting di saat krisis ekonomi sekalipun. Melalui industri e-commerce, Rudiantara berharap dapat terus dikembangkan dan mendukung perekonomian Indonesia yang diprediksi menjadi kekuatan ekonomi baru dunia pada tahun 2020 nanti. Oleh karena itu pada akhir tahun 2014, Pemerintah Indonesia dibawah koordinasi Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian berkolaborasi dengan Kementerian Kominfo dan Kementerian/lembaga terkait, para pemangku kepentingan dari kalangan asosiasi dan pelaku usaha e-commerce, serta konsultan kaliber dunia Ernst & Young, yang bekerja secara pro bono dengan mengerahkan tenaga ahli multi disiplin mereka dari regional dan global, mulai bekerja untuk mengembangkan E-commerceRoadmap dan bekerja bersama-sama dalam menyiapkan ekosistem yang baik untuk mengembangkan industri e-commerce lokal (Kominfo, 2015).

## 2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian-uraian diatas, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

“**Jika peran investor asing dalam pengembangan Startup di Indonesia dilakukan melalui modal ventura maka pertumbuhan ekonomi e-commerce di Indonesia semakin membaik dengan meningkatnya PDB Indonesia, lapangan kerja meluas dan menurunya tingkat pengangguran.**

## 2.4 Verifikasi Variabel dan Indikator

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variabel dalam hipotesis**  **(Teoritik)** | **Indikator**  **(Empirik)** | **Verifikasi**  **(Analisis)** |
| **Variabel bebas:**  Peran Investor Asing di Indonesia | Penanaman Modal Asing   * Tencent Holding & JD.Com menanamkam modalnya ke Gojek pada 4 Mei 2017 sebesar US$1,2 Milliar * Alibaba menanamkan modalnya ke Tokopedia pada 17 Agustus 2017 sebesar US$1,1 Milliar * Exepedia menanamkan modalnya ke Traveloka pada 27 Juli 2017 sebesar US$350 Juta | * (Google & A.T. Kerney, 2017) * https://tirto.id/melihat-perjalanan-4-startup-unicorn-asal-indonesia-cAdQ |
| **Variabel Terikat:**  Meningkatnya perusahaan Startup Unicorn di Indonesia | Tumbuhnya perusahaan Startup di Indonesia   * Gojek menyandang gelar Unicorn pada 4 Mei 2017 * Tokopedia menyandang gelar Unicorn pada 17 Agustus 2017 * Traveloka menyandang gelar Unicorn pada 27 Juli 2017 | * (Google & A.T. Kerney, 2017) * <https://tirto.id/melihat-perjalanan-4-startup-unicorn-asal-indonesia-cAdQ> |

## 

## 2.5 Skema dan Alur Penelitian

**Investor Asing**

Pemerintah Indonesia

Revolusi Industri 4.0

Perusahaan Startup di Indonesia

* Gojek
* Tokopedia
* Traveloka
* Bukalapak
  + - * **Meningkatnya PDB Indonesia 7,29%**
      * **Menyerap banyak tenaga kerja 11,8 juta atau 10,72% dari total tenaga kerja di Indonesia pada tahun 2013.**
      * **Menurunya tingkat pengangguran**