

**BAB IV**

**BENTUK KEBIJAKAN LUAR NEGERI SPANYOL TERHADAP**

**AMERIKA LATIN**

Konteks internasional menjelaskan mengapa suatu negara berperilaku tertentu terhadap negara lain. Konteks internasional ini berkaitan dengan geopolitik suatu negara dan ilmuwan realis telah memberikan penjelasannya. Hans J. Morgenthau berargumentasi bahwa setiap negara memiliki hubungan tertentu dengan lingkungan internasional yang ditetapkannya sebagai seperangkat kepentingan nasional yang objektif. Kepentingan nasional ini dianggap menentukan politik luar negeri suatu negara. Konteks internasional juga dapat digunakan untuk memetakan negara mana yang kawan dan yang lawan.

Menurut Coplin ada 3 elemen dasar dalam menjelaskan dampak konteks internasional terhadap kebijakan luar negeri suatu negara, yaitu geografis, ekonomis dan politis. Lingkungan internasional setiap negara merupakan wilayah yang ditempatinya berkenaan dengan lokasi dan kaitannya dengan negara-negara lain dalam sebuah sistem politik internasional. Keterkaitan tersebut termasuk dalam bidang ekonomi dan politik. Namun geografi lebih memainkan peranan yang penting, walaupun tidak yang terpenting. Faktor geografi merupakan yang utama dalam terciptanya organisasi lintas negara seperti Uni Eropa, NATO, ASEAN dll. Sehingga tercipta hubungan-hubungan politik dan ekonomi antar sesama negara anggota. Pengambil kebijakan luar negeri harus melihat itu dalam membuat keputusan.

Konteks internasional merupakan suatu produk tindakan politik luar negeri seluruh negara pada masa lampau, sekarang dan masa mendatang yang mungkin terjadi atau yang diantisipasi. Ada tiga elemen penting dalam membahas dampak konteks internasional terhadap politik luar negeri suatu negara, yaitu geografis, ekonomis, dan politik. Geografis kedua negara yang saling berjauhan membuat kita tidak dapat menarik banyak dari segi geografis, tetapi Amerika Latin dulunya merupakan bagian dari geopolitik Spanyol dimana dulu Spanyol menjajah negara-negara ini untuk dijadikan perluasan wilayahnya, bahkan Meksiko dulu dijuluki sebagai *New Spain*, selain itu juga pada zaman kolonialisme negara-negara dipimpin oleh perwakilan raja dari Spanyol yaitu para *viceroys*.

Dari segi ekonomi paska kolonialisme hubungan antara Spanyol dan negara-negara kawasan Amerika Latin menjadi hubungan yang lebih bersifat ekonomi, dimana Spanyol menjadi salah satu mitra bisnis utama dari negara-negara di kawasan Amerika Latin, begitu juga sebaliknya yang terjadi bahwa Spanyol menjadi salah satu negara eksportir terbesar untuk Amerika Latin. Sehingga terjadi ketergantungan diantara keduanya. Ketergantungan yang terjadi juga diakibatkan karena investasi yang dilakukan Spanyol dari awal tahun 1990an.

Politik yang dimaksud disini adalah aliansi-aliansi yang dilakukan. Spanyol dan Amerika Latin sendiri memiliki hubungan politik luar negeri yang baik. Hal ini terlihat dari adanya aliansi antara Spanyol dan kawasan Amerika Latin. Aliansi tersebut adalah Ibero American Conference yang merupakan konferensi dimana anggotanya merupakan negara-negara di Benua Amerika dan Eropa yang menggunakan bahasa Spanyol dan portugis sebagai bahasa resmi mereka.

konteks internasional dalam hubungan antara Spanyol dan Negara-negara Amerika Latin bisa dilihat dari keanggotaan Spanyol dan Amerika Latin kedalam komunitas Ibero American dan fungsi dari komunitas internasional tersebut. Selain itu dari segi konteks internasional melihat dari sejarah hubungan antara Spanyol dan Amerika Latin bisa dilihat bahwa terdapat kedekatan budaya yang diakibatkan hubungan keduanya di masa lalu.

#### A. Geopolitik Spanyol terhadap Amerika Latin

Geopolitik adalah praktek negara mengendalikan dan bersaing untuk wilayah. Bagaimana faktor-faktor geografi, teritori, populasi, lokasi strategis dan keterbatasan sumber daya alam sebagaimana dibentuk oleh pengaruh ekonomi dan teknologi, mempengaruhi hubungan antarnegara dan persaingan mereka untuk mendominasi dunia. kaum liberal juga menyatakan perubahan dalam tatanan dunia tersebut dipengaruhi oleh berbagai isu, yakni kemungkinan muncul aktor baru yang menggantikan struktur aktor lama. Untuk menyajikan relevansi pernyataan tersebut, jawabannya seringkali mudah ditemukan dalam sejarah. Oleh karena itu, lebih mudah menghadirkan analisa dinamika politik yang dialami pemerintahan berupa polis-polis di Yunani: *The Rise and Fall in Ancient Greece; Empires* di Eropa meliputi Inggris Raya, Spanyol, Belanda, Jerman Bersatu, Rusia pada masa kejayaan masing-masing (Abad imperialisme dan kolonialisme); dan konteks 'empire' sekarang yang Amerika Serikat, Uni Soviet (sekarang Rusia), Inggris, Jepang, China dan negara lain.

Seringkali konteks geopolitik berkaitan erat dengan akhir abad kesembilan belas yakni masa persaingan antara *nation-states* (*empires*, antara

Inggris Raya, Spanyol, Belanda, Portugis) sedang meningkat. Oleh karena itu, seringkali teori geopolitik yang berkembang pada kurun waktu tersebut dikenal dengan geopolitik klasik yang identik dengan ekspansi wilayah maupun berorientasi perang. Dua contoh fenomenal empire yang dapat dijelaskan dengan teori geopolitik adalah Inggris raya dan Jerman-Nazi

Geografis kedua negara yang saling berjauhan membuat kita tidak dapat menarik banyak dari segi geografis, tetapi Amerika Latin dulunya merupakan bagian dari geopolitik Spanyol dimana dulu Spanyol menjajah negara-negara ini untuk dijadikan perluasan wilayahnya, bahkan Meksiko dulu dijuluki sebagai *New Spain*, selain itu juga pada zaman kolonialisme negara-negara dipimpin oleh perwakilan raja dari Spanyol yaitu para *viceroys*. Menurut Coplin salah satu dampak dari hubungan geopolitik adalah terbentuknya aliansi, dalam hubungan Spanyol dan Amerika Latin dampak dari geopolitik yang dilakukan Spanyol pada masa kolonial dulu adalah terbentuknya aliansi *Ibero American Conference* yang terbentuk karena kesamaan bahasa dan budaya dari negara-negara Ibero America. Seperti yang diketahui bahwa ketika Spanyol menjajah negara-negara Amerika Latin, Spanyol tidak hanya membawa misi perdagangan atau ekonomi saja tetapi juga membawa misi penyebaran budaya dan agama. Efek dari geopolitik Spanyol kala itu masih terlihat sampai sekarang dimana penggunaan bahasa resmi Spanyol di negara-negara Amerika Latin sehingga terbentuknya organisasi *Ibero American Conference* yang akan dibahas lebih lanjut pada sub bab berikutnya.

## B. Hubungan ekonomi Spanyol dan Amerika Latin

Setelah rezim Franco berakhir pada tahun 1975 Spanyol mulai membuka diri dan mulai aktif kembali dalam perekonomian internasional, mereka mulai melirik pasar internasional dan mereka berusaha menjalin kembali hubungan dengan kawasan Amerika Latin karena bagi mereka Amerika Latin merupakan pasar yang cocok buat mereka melihat dari sejarah dan juga kondisi Amerika Latin saat itu, bahkan dalam sepuluh tahun terakhir, Spanyol telah memantapkan posisinya sebagai investor utama dari Eropa di Amerika Latin.

Dalam 2001-2005, Spanyol menyumbang hampir 52% untuk Foreign Direct Investment (FDI) Eropa untuk Amerika Latin, dan dalam paruh kedua menurun menjadi 45%. Investasi Spanyol yang utama berada dalam bidang pelayanan seperti energy, telekomunikasi, infrastruktur dan perbankan serta ke minyak dan ekstraksi gas. Faktanya bahwa antara tahun 2000 dan 2010, 86% FDI Spanyol di kawasan ini masuk kedalam bidang pelayanan, sedangkan dalam bidang manufaktur (terutama di Brazil) dan sector utama menerima 12% dan 2% secara berurutan. Proses ini hanya digerakan oleh beberapa perusahaan seperti Telefonica, Gas Natural Fenosa, Santander dan Sol Melia.<sup>1</sup>

Sejumlah besar perusahaan bertanggung jawab untuk beberapa akuisi di kawasan Amerika Latin, yang mana hal ini membuat perusahaan ini dapat memimpin dalam pasar dimana perusahaan ini beroperasi. Dalam tabel 4.1 dapat

---

<sup>1</sup> Curci, Roberto. 2009. Spanish Foreign Direct Investments in Latin America: Internationalization Strategies and Financial Management Practices. *Journal of Comparative International Management* 2009, Vol 12 No 1, 29-46.

terlihat jumlah FDI Spanyol di Mexico, Argentina dan Cili. Ketiga negara itu adalah negara berbahasa Spanyol yang menerima FDI paling besar di Amerika Latin.

**Tabel 4.1**

**FDI Spanyol di Mexico, Argentina dan Cili 2005-2012<sup>2</sup>**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Mexico	1.703	1.461	5.457	4.997	3.004	4.185	3.446	-780
Argentina	1.325	2.379	1.749	764	1.146	1.107	203	-997
Cili	310	75	105	562	184	385	805	107

Perusahaan Spanyol memasuki Amerika Latin pada tingkat yang fenomenal selama 1990-an, terutama di bidang telekomunikasi, transportasi, pariwisata, dan keuangan. Menurut *Financial Times*, Spanyol menjadi investor terbesar di Amerika Latin selama beberapa tahun terakhir dengan nilai pembelian asing Spanyol lebih dari tiga kali lipat di tahun 1996 yang mencapai 6,3 Miliar USD. Pada tahun 2000, perusahaan Spanyol telah mencapai lebih dari seperlima daerah atas penggabungan dan pendapatan perusahaan. Di bidang telekomunikasi, *Telefonica Internacional, an affiliate of Telefonica de Espana* telah berinvestasi di enam perusahaan telepon nasional di kawasan Amerika Latin yaitu Argentina, Cili, Venezuela, Kolombia, Puerto Rico dan Peru. Lebih dari 90 persen pendapatannya dari Amerika Latin. Namun sahamnya telah diperdagangkan pada tahun 1990-an sehingga dimiliki oleh beberapa perusahaan.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Data berdasarkan informasi dari situs resmi masing-masing negara

<sup>3</sup> Koch, Denise. 2010. *La Reconquista: Spain's New Relationship With Latin America*. Global Business Languages

Sampai sekitar paruh pertama 2000-an, investasi Spanyol diutamakan diarahkan ke Amerika Latin. Akan tetapi, pada awal-awal dekade ini merupakan waktu yang kacau untuk perusahaan Spanyol. Krisis ekonomi dan politik yang terjadi di Argentina membalikan pola ini dan memberikan efek negative yang kuat terhadap perusahaan yang beroperasi di bidang pelayanan subsector. Ini menyebabkan pergeseran dalam fokus terkait investasi di negara lain. Kemudian, di tahun-tahun berikutnya terjadi penurunan dalam aliran investasi Spanyol di Amerika Latin. Meskipun demikian hal itu tidak menjadi tanda berakhirnya perusahaan-perusahaan Spanyol di kawasan ini karena Perusahaan Spanyol telah menjadi dan memantapkan posisinya sebagai posisi pertama dalam bidang pelayanan dan sektor ekstraksi. Antara tahun 2001 dan 2003, peningkatan yang besar dari investasi Spanyol di kawasan ini berhenti. Akan tetapi pada tahun 2004, FDI kembali bangkit dan menargetkan sektor-sektor baru seperti konstruksi dan pariwisata, atau dalam aktifitas finansial seperti asuransi bahkan juga sampai ke bidang manufaktur.<sup>4</sup>

Kepentingan dari perusahaan-perusahaan Spanyol di kawasan Amerika Latin berfokus dalam menggunakan budaya, Bahasa, hukum dan administrative untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Lalu, mereka mendapatkan posisi yang kuat dalam pasar Amerika Latin dengan cara memasukkan dalam jumlah besar bagian dari FDI Spanyol kedalam sektor-sektor yang telah disebutkan sebelumnya.

---

<sup>4</sup> Curci, Roberto. 2009. Spanish Foreign Direct Investments in Latin America: Internationalization Strategies and Financial Management Practices. *Journal of Comparative International Management* 2009, Vol 12 No 1, 29-46.

Dalam Bab sebelumnya diketahui efek dari FDI terhadap Ekonomi Spanyol dimana FDI membantu memperbaiki ekonomi Spanyol. Dalam sub bab ini akan ditunjukkan bagaimana hubungan Spanyol dan Amerika Latin dari segi investasi asing. Untuk itu akan ditunjukkan bagaimana FDI Spanyol di negara-negara Amerika Latin khususnya tiga negara yaitu Meksiko, Argentina dan Chili yang menjadi batasan penelitian.

#### 1. Foreign Direct Investment di Meksiko

Investasi telah berkembang di Meksiko, karena biaya yang kompetitif dibandingkan dengan negara lain, keuntungan dari lokasi geografisnya, dan tenaga kerja yang memenuhi syarat. Pada tahun 2010, Investasi Asing Langsung mencapai nilai Dolar 6.058 juta Dolar, menunjukkan pertumbuhan 688% dibandingkan dengan 2009. Hal ini terutama karena akuisisi Heineken dari bir FEMSA. Hal ini dianggap sebagai sektor yang tumbuh di Meksiko oleh peningkatan konsumsi, tren dalam kesehatan dan kemungkinan memproduksi berbagai macam produk.<sup>5</sup>

Di Meksiko, sektor otomotif mewakili 6% dari jumlah investasi asing langsung. Ini menunjukkan bahwa negara itu merupakan tujuan yang menarik untuk investasi di sektor ini. Perusahaan penting seperti VW, Fiat, Jatco, Daimler, Pirelli dan GM mengumumkan investasi lebih dari 4.000 juta Dolar untuk pembuatan kendaraan lengkap, mesin dan transmisi, antara lain. Investasi di sektor komponen otomotif mencapai total 400 juta Dolar dan menghasilkan 530.000 kesempatan kerja. Para PAN Investasi Langsung dari industri peralatan medis naik menjadi

---

<sup>5</sup> Martinez, Elena & Jareno, Fransisco. 2014 Foreign Direct Investment by Spain In Latin America: Brazil, Argentina and Mexico. EEADS



Dolar 927.500.000 pada periode 1999-2010. industri perangkat medis Meksiko itu ditangkap 927.500.000 dolar Langsung PAN Investasi 1999-2010. Negara utama investasi di industri adalah Amerika Serikat, Swiss, Jerman dan Belanda<sup>6</sup>

**Tabel 4.2**

**Perusahaan-perusahaan utama Spanyol di Meksiko<sup>7</sup>**

Spanish Company	Sector	Subsidiary
Banco Bilbao Vizcaya Argentaria	Banking	BBVA Bancomer
Santander Central Hispano	Banking	Santander Serfin
Telefonica	Telecommunications	Telefonica Moviles Mexico
Iberdrola	Electricity	Monterrey Enertek Femsa-Titan Altamira La aguna
Union Fenosa	Electricity	Tuxpan Naco-Nogales Hermosillo
Gas Natural	Gas	Gas Natural Mexico
Aguas de Barcelona	Water	Aguas de Saltillo
Mapfre	Insurance	Seguros Tepeyac
Sol melia	Hotels	11 hotels
Inditex	Clothing	14 franchises

Meksiko memiliki jumlah FDI dari Spanyol lebih sedikit dari jumlah yang diharapkan untuk sebuah negara dengan tingkat ekonomi seukuran Meksiko, jika dihitung 13,7% dari total jumlah investasi Uni Eropa dan AS sejumlah 67 miliar euro di Meksiko antara tahun 1992 dan 2001.<sup>8</sup> Hal ini sebagian besar disebabkan karena keanggotaan North American Free Trade Agreement (NAFTA) pada tahun

<sup>6</sup> Ibid

<sup>7</sup> Chislett, William. 2003. Spanish Direct Investment in Latin America : Challenges and Opportunities. Real Instituto Elcano, Hal: 121.

<sup>8</sup> Ibid, Hal: 120

1994, yang membuat Meksiko sangat menarik untuk investasi langsung oleh perusahaan-perusahaan Amerika Serikat dan Kanada dan untuk relokasi perusahaan. Navistar internasional, misalnya, mengatakan akan menutup pabrik perakitan truk berat di Kanada pada tahun 2003 dan mentransfer pekerjaan ke Meksiko, meninggalkan 2.200 orang tanpa pekerjaan. Investasi Spanyol terkonsentrasi di sektor perbankan, telekomunikasi dan listrik yang dapat diharapkan untuk tumbuh sebagaimana ekonomi Meksiko menjadi lebih stabil dan terintegrasi ke dalam siklus ekonomi AS dan NAFTA sehingga membuka berbagai kesempatan. *Banco Bilbao Vizcaya Argentaria* mengontrol BBVA Bancomer, kelompok keuangan terbesar di Meksiko, *Santander Central Hispano* adalah mayoritas pemegang saham dari *Grupo Financiero Santander Serfin*, kelompok keuangan terbesar ketiga, Telefonica memiliki lebih dari 1.2 juta pelanggan telepon genggam, dan Iberdrola juga beroperasi di sektor listrik.<sup>9</sup> Pada tabel 4.2 ditunjukkan perusahaan-perusahaan utama Spanyol di Meksiko.

## 2. Foreign Direct Investment di Argentina

Argentina merupakan negara di Amerika Latin yang kaya sumber daya alam, memiliki sektor pertanian yang maju, dan industri yang beragam. Dari sisi investasi Spanyol berada di posisi pertama sebagai negara yang paling banyak berinvestasi di Argentina. Pada tahun 2009 dapat dilihat sedikit penurunan posisi bruto investasi Spanyol di Argentina, dari 22.991.000 USD pada Desember 2008 menjadi 22.113.000 USD pada bulan Desember 2009, adanya penurunan tahunan sebesar 4%. Penurunan ini disebabkan oleh penurunan posisi bruto pada sektor

---

<sup>9</sup> Ibid

minyak. Spanyol terus menjadi investor utama di sektor minyak (Repsol YPF-) meskipun sahamnya turun 4%. Sebaliknya, Spanyol telah memperoleh 4 poin persentase di sektor telekomunikasi dengan total 52% dari keseluruhan saham. Peningkatan ini merupakan hasil pertumbuhan dalam posisi kewajiban bruto di sektor ini tahun 8% pada tahun. Industri-industri yang menjadi target investasi Spanyol berupa industri baja, telekomunikasi, industri agrikultur dan sebagainya.<sup>10</sup>

Pada tahun 2010 investasi Spanyol di Argentina telah pulih dari penurunan tajam yang terjadi pada tahun 2009. Penurunan tajam pada tahun 2009 disebabkan oleh krisis internasional dan memberi dampak yang signifikan di Spanyol. Tahun 2010 Argentina menduduki peringkat nomor 39 dalam negara yang ditarget oleh Spanyol untuk investasinya, hal ini disebabkan oleh privatisasi pelayanan publik dalam beberapa tahun terakhir dan Spanyol sendiri berada di posisi pertama sebagai negara yang paling banyak berinvestasi di Argentina diikuti oleh Amerika Serikat.<sup>11</sup>

Pada bagian awal abad ke 20. Argentina merupakan salah satu negara terkaya di dunia, hal ini disebabkan oleh kekayaan pada sektor agrikultur. GDP perkapita Argentina saat itu adalah US\$2.770, pada tahun 1913 ketika Argentina menjadi salah satu dari sepuluh negara terkaya Argentina memiliki GDP perkapita US\$1.500 bahkan angka ini melebihi GDP Spanyol saat itu. Pada tahun 2002. Pada rentang waktu 1990an perusahaan Spanyol mulai memasukan investasi mereka ke Argentina, perusahaan yang masuk saat itu sekitar kurang lebih 200 perusahaan dan

---

<sup>10</sup> Martinez, Elena & Jareno, Fransisco. 2014 Foreign Direct Investment by Spain In Latin America: Brazil, Argentina and Mexico. EEADS

<sup>11</sup> Ibid

konsesi pertambangan yang di privatisasi, termasuk YPF, salah satu perusahaan yang memonopoli minyak, dibeli oleh Repsol, Aerolinas Argentinas dieli oleh Iberia dan ENTEL, salah satu perusahaan telepon terbesar dibeli oleh Telefonica, dan untuk bank, Banco Frances dan Santander Central Hispano (SCH) dibeli Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA).<sup>12</sup> Lebih lengkapnya bisa dilihat pada tabel 4.3 mengenai Perusahaan utama Spanyol di Argentina.

**Tabel 4.3**

**Perusahaan-perusahaan utama Spanyol di Argentina<sup>13</sup>**

Spanish Company	Sector	Subsidiary
Repsol	Oil and gas	YPF
Santander Central Hispano	Banking	Banco Rio de la Plata
Banco Bilbao Vizcaya Argentaria	Banking	BBVA Frances
Telefonica	Telecommunications	Telefonica de Argentina (TASA) TCP Argentina
Endesa	Electricity	Dock Sud Yacylec Costanera CBA El Chocon Edesur
Gas Natural	Gas	Gas Natural Ban
Mapfre	Insurance	Mapre Argentina
Aguas de Barcelona	Water	Aguas Argentina Aguas Cordobesas Aguas de Santa Fe

3. Foreign Direct Investment di Cili

Antara tahun 1950 dan 1970, ekonomi Cili berada ditingkat yang sangat kecil. GDP bertumbuh dengan rata-rata 3,8% per tahun, sementara GDP per kapita

<sup>12</sup> Chislett, William. 2003. Spanish Direct Investment in Latin America : Challenges and Opportunities. Real Instituto Elcano Hal: 82

<sup>13</sup> Ibid, Hal: 83

meningkat di angka rata-rata 1,6 %. Pada periode ini, performa ekonomi Chili merupakan yang tersekit diantara negara-negara besar dan menengah dikawasan Amerika Latin. Pada permulaan dasawarsa 1990-an, reputasi Chili sebagai model bagi reformasi ekonomi diperkuat ketika pemerintah demokratis Patricio Aylwin, yang diambil alih dari militer pada tahun 1990, memperdalam reformasi ekonomi yang dirintis oleh pemerintahan militer. Pertumbuhan GDP nyata rata-rata 8% pada periode 1991–1997, tetapi berkurang menjadi separuhnya pada tahun 1998 karena kebijakan moneter yang diperketat dan karena perolehan ekspor yang berkurang, yang terakhir adalah karena terjadinya krisis keuangan Asia. setelah itu ekonomi Chili pulih dan mengalami laju pertumbuhan sebesar 5–7% selama beberapa tahun terakhir.<sup>14</sup>

Angka FDI Spanyol di Chili lebih tinggi dari yang diharapkan dari negara dengan kapasitas ekonomi seperti Chili, FDI Spanyol di Chili sekitar 4% dari jumlah GDP.<sup>15</sup> Negara itu mencatat pertumbuhan yang berlanjut, tingkat daya saing yang tinggi dan stabilitas politik yang tinggi membuat Chili menjadi pusat utama untuk para investor Spanyol di Amerika Latin. Endesa mengontrol *Chile's Enersis*, perusahaan tersebut yang memegang untuk masalah kepentingan listrik di Amerika Latin, *Santander Central Hispano* adalah pemain yang dominan di pasar perbankan dan *Telefonica* memiliki pendapatan dan pelanggan telepon mobile yang besar. Lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.4 mengenai perusahaan utama Spanyol di Chili.

---

<sup>14</sup> Ibid, Hal: 109

<sup>15</sup> Ibid

Liberalisation dan kontinuitas dalam kebijakan ekonomi telah membuat Cili menjadi negara dengan ekonomi terbaik di kawasan Amerika Latin dan menjadi salah satu negara yang mampu terhindar dari krisis yang dialami negara-negara sekitarnya. Meskipun demikian, ekonomi Cili terlalu bergantung kepada tembaga yang mana angka ekspor tembaga hampir mendekati 40% dan bergantung pada harganya.<sup>16</sup> Cili harus menyesuaikan dengan tatanan dunia baru dimana Cili harus berkompetisi dengan negara-negara Amerika Latin lainnya untuk menarik investor ke negara mereka, dan sebagaimana ketergantungan Cili untuk barang tambang dan barang-barang utama dapat menjadi suatu rintangan untuk kembali ke angka pertumbuhan yang tinggi yang dulu pernah dialami.

**Tabel 4.4**

**Perusahaan-perusahaan utama Spanyol di Cili<sup>17</sup>**

Spanish Company	Sector	Subsidiary
Repsol YPF	Oil and gas	Marketing, LPG, gas & Power
Santander Central Hispano	Banking	Banco Santander Chile
Banco Bilbao Vizcaya Argentaria	Banking	Banco BHIF
Telefonica	Telecommunications	Telefonica CTC Telefonica Moviles
Endesa	Electricity	Enersis Endesa Chile Chilectra Rio Malpo
Iberdola	Electricity	Ibener
Mapfre	Insurance	Mapre Chile Seguros
Aguas de Barcelona	Water Treatment	Aguas Andinas

<sup>16</sup> Ibid

<sup>17</sup> Ibid, Hal: 110

### C. *Ibero American Conference*

*Ibero American Conference* merupakan organisasi yang terdiri dari negara-negara yang masyarakatnya berbahasa Latin. *Ibero American Conference* terbentuk di Guadalajara, Meksiko pada tahun 1991. Dengan kesamaan ras budaya dan kedekatan sejarah, negara-negara Amerika Latin memilih sistem demokrasi dan kebebasan yang memungkinkan dan mempercepat proses integrasi baik di sistem politik maupun ekonomi. Melalui organisasi ini, Spanyol dapat merancang strategi bersama negara-negara Latin lainnya untuk mengatasi masalah umum yang terjadi di negaranya. Hal ini dapat menawarkan peluang pekerjaan bagi masyarakat Latin. IBERPYME adalah program *Ibero American* yang terkhusus untuk pengembangan ekonomi negara anggota Ibero American yang bertujuan untuk meningkatkan kerjasama bisnis dan kemitraan.<sup>18</sup>

Sejak dibentuknya organisasi ini, Spanyol banyak terlibat dalam kerjasama dengan negara-negara di Amerika Latin. Meningkatnya kerjasama bilateral di berbagai bidang telah berhasil menciptakan kekayaan, stabilitas dan kebebasan terhadap hubungan negara anggota. Perdana Menteri Spanyol yaitu Mariano Rajoy menyatakan kebutuhan untuk membangun hubungan baru dengan negara-negara Amerika Latin dipandu oleh prinsip-prinsip kesetaraan, saling menghormati dan tanggung jawab bersama. Spanyol telah mengakui bahwa Amerika Latin kini menjadi peluang bagi Spanyol dan negara-negara di Eropa lainnya dan dengan adanya kesamaan budaya yang telah berulang kali ditegaskan

---

<sup>18</sup> The Ibero Americano, diambil dari website resmi Organisasi Ibero American melalui <http://www.cumbresiberoamericanas.com/historico/principales.php?pi=855&p=805>, diakses pada tanggal 6 Maret 2014

oleh Spanyol, negara ini telah menjadi Investor terbesar kedua di kawasan Amerika Latin.

Dalam pendekatan Ibero-American ini Spanyol juga memanfaatkan industri perfilman dimana hubungan kedua pihak sangat erat dalam kesamaan budaya sehingga kerjasama antar budaya semakin erat. Pada Oktober 2012 di institute Cervantes, kedua pihak mengadakan festival film Latin yang bertajuk *Bicentenarios de América Latina: Siglos de convivencia*. Peran budaya diperlihatkan dalam acara ini dimana sebuah film dokumenter yang menunjukkan perspektif Spanyol kepada kawasan Amerika Latin. Beberapa judul film yang ditampilkan yaitu *Cachimba* (Spanyol-Chile-Argentina, tahun 2005), *Un oso rojo* (Argentina, tahun 2002), *El Milagro de Candeal* (Spanyol, tahun 2004) dan *Otilia Rauda* (Meksiko, tahun 2001).

Dengan demikian, Spanyol akan terus berusaha meningkatkan kerjasama dengan negara-negara di kawasan Amerika Latin dengan menggunakan pendekatan budaya yang telah memberikan keuntungan tersendiri bagi Spanyol untuk dapat memasuki pasar Amerika Latin lebih dalam. Konsep postkolonialisme telah menggambarkan secara jelas bahwa hubungan antara negara yang pernah mengkoloni dengan negara yang di koloni memiliki kesempatan lebih besar dalam melakukan pendekatan diplomatis sehingga dapat dilanjutkan ke perjanjian-perjanjian kerjasama yang saling menguntungkan.