

**KEPENTINGAN INDONESIA MENAIKKAN TARIF IMPOR
PRODUK KOSMETIK
(STUDI KASUS: KOSMETIK ASAL KOREA SELATAN)**

Penulis : Nada Zahira

nadazhr98@gmail.com

Pembimbing : Ahmad Jamaan, S.IP., M.Si

ahmad.jamaan@lecturer.unri.ac.id

Bibliografi: 11 Buku, 11 Jurnal, 32 Website.

Jurusan Ilmu Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl.HR.Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru

Pekanbaru 28294 Telp/Fax 0761-63277

ABSTRACT

This study examines the Indonesian cosmetics market dominated by imported products, especially South Korea. The dominance of the market resulted in the weak existence of local cosmetic products, which resulted in a decline in sales and production.

This research uses a mercantilism perspective and the level of analysis of the nation-state is supported by the theory of protectionism. The study is a qualitative research by applying the method of explanatory analysis to find answers and solve a problem to the why question.

The final results is Indonesia increases the import tariffs for cosmetic products to reduce the import of cosmetic products and protect the national cosmetics industry by adjusting the policy regulated in PMK No. 110/PMK.010/2018 regarding to collect income tax Article 22 in connection with payments for deposits of goods and activities in the import sector or activities in other fields. The results of this policy have not yielded appropriate results, where imported products still dominate the Indonesian cosmetics market. On the other hand, Indonesia's income could increase.

Keywords: *national interest, import, economic politic, Indonesia, South Korea, protectionism.*

Latar Belakang

Kosmetik adalah suatu paduan antar zat yang diaplikasikan pada tubuh bagian luar, untuk memperbaiki dan merawat¹ tubuh. Kosmetik merupakan sektor industri yang persaingannya semakin besar, tercatat 760 perusahaan kosmetik skala besar, menengah dan kecil yang tersebar di wilayah Indonesia. Dari total perusahaan ini, sektor ini mampu menyerap kurang lebih 75 ribu tenaga kerja secara langsung dan sekitar 600 ribu tenaga kerja secara tidak langsung.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) Tahun 2015-2035 menyebutkan industri prioritas adalah industri pangan, industri tekstil, industri alat transportasi, industri elektronika, industri pembangkit energi dan industri farmasi (termasuk kosmetik) akan menjadi industri yang berperan besar sebagai penggerak utama (*prime mover*) perekonomian. RIPIN merupakan rencana pemerintah dengan jangka waktu 20 tahun, yang bertujuan untuk mewujudkan industri nasional sebagai pilar dan penggerak perekonomian. Industri kosmetik dari negara-negara berkembang termasuk Indonesia memiliki kontribusi 51% bagi global.²

Pada era modern ini, kosmetik sudah menjadi kebutuhan oleh masyarakat terutama kaum perempuan yang ingin berpenampilan menarik, sehingga produk kosmetik saat ini menjadi kebutuhan yang terus meningkat setiap tahunnya. Tak hanya kaum perempuan saja, namun kaum pria juga harus bisa merawat diri agar penampilan terlihat lebih maksimal. Kebutuhan pria akan kosmetik tidak sebanyak kaum perempuan, mereka hanya menggunakan kosmetik sebatas untuk perawatan rambut seperti gel rambut dan shampo, perawatan wajah seperti pembersih wajah, serta produk parfum dan *deodorant*.

Negara produsen kosmetik seperti AS, Perancis, Jepang dan negara lainnya berbondong-bondong masuk ke pasar Indonesia dan salah satu negara lainnya adalah Korea Selatan. Mengedepankan konsep berbahan alami, *K-Beauty* mendapat perhatian dari konsumen dunia yang mulai sadar isu-isu lingkungan dan gaya hidup sehat. Istilah *K-Beauty* digunakan untuk penyebutan industri kosmetik di Korea Selatan. Nama-nama merek seperti Laneige, Etude House, Nature Republic, hingga Innisfree menjadi akrab bagi konsumen Indonesia, terutama bagi *beauty enthusiasts*.

Pasar kosmetik impor memiliki kelasnya masing-masing. Hal ini berlaku pada produk kosmetik impor yang jangkauan konsumen kalangan *middle up* dengan target kaum perempuan usia 20-35 tahun di Indonesia. Ketua Umum Perhimpunan Perusahaan dan Asosiasi Kosmetik (PPAK) mengungkapkan, dengan datangnya persaingan asing dalam perdagangan bebas memang tidak bisa dihambat lagi. Jika tahun lalu Indonesia dihadang oleh produk global (AS, Perancis, dll), saat ini di Indonesia mulai berdatangan merek asal Korea. Tahun 2017, jumlah produk kosmetik Korea Selatan di Indonesia mencapai 45%, disusul dengan produk dari Amerika, Eropa, Jepang, dan sisanya adalah produk dari negara lainnya.³

Korea menaruh minat besar terhadap Indonesia sebagai target pasarnya. Sebab Indonesia adalah negara berpenduduk terbesar di Asia Tenggara. Selain itu, Indonesia juga merupakan salah satu *fanbase Korean Wave* terbesar di dunia, selain Jepang, Hongkong, Vietnam dan Taiwan. Fenomena *Korean wave* adalah salah satu alasan mengapa minat masyarakat Indonesia akan kosmetik asal negeri gingseng semakin tinggi. Terbukti setiap ada gelaran misi

¹ *Manfaatkan Peluang Industri Kosmetik Indonesia Siap Bersaing*, pada 28 Februari 2020

² *Ledakan Industri Kecantikan Pria*, pada tanggal 12 April 2020

³ Gita Ayu Rizkiani dan AMA Suyanto, *Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Kosmetik Korea di Indonesia*. Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online) Vol.4 No.10, 2020, Hlm. 1525

perdagangan dari produsen Korea. Menurut KOTRA dalam hitungan satu bulan ada sekitar 60 perusahaan kosmetik Korea yang berminat ke pasar Indonesia.⁴

Korean Wave (Hallyu) merupakan salah satu jalan penyebaran budaya Korea. Ini juga merupakan hasil gabungan dari berbagai jenis industri yang ada di Korea Selatan dan akan disebarkan ke seluruh dunia. Di dalamnya terdapat industri hiburan, kesehatan, *fashion*, makanan, gaya hidup dan kosmetik. Secara tidak langsung *Hallyu* juga dijadikan sebagai alat promosi oleh Korea Selatan, sehingga pemasaran industri mereka akan mendapatkan target penjualan dan pasar yang lebih besar. Alasan mengapa banyak orang tertarik dengan produk kosmetik dari Korea, antara lain karena kosmetik asal negara ginseng terkenal dengan inovasi yang beragam, ciri khas produk perawatan kulitnya yakni berasal dari bahan alami yang sudah menggenerasi, yang membuat konsumen percaya bahwa kualitas produk kosmetik Korea memang sudah terbukti manfaatnya.

Badan Pusat Statistik mencatat Indonesia mengimpor kosmetik dan perlengkapan toilet (termasuk perlengkapan kecantikan, *skin care, manicure/pedicure*) senilai USD 226,74 juta atau sekitar Rp 3,29 triliun pada tahun 2017. Nilai ini mencapai peningkatan 30% dari tahun 2016 yang sebesar USD 175,48 juta atau sekitar Rp 2,54 triliun. Total impor kosmetik Indonesia pada tahun 2018 mencapai USD 850 juta, meningkat dari tahun sebelumnya yakni sebesar USD 631 juta. Angka tersebut menunjukkan kenaikan yang signifikan atas permintaan masyarakat terhadap produk kosmetik.

Kenaikan jumlah impor ini menjadi ancaman bagi para produsen kosmetik lokal, sebab produk kosmetik impor terus membanjiri pasar tanah air dan nilainya pun bertambah. Tak hanya itu, serbuan kosmetik ilegal juga semakin mengancam keberlangsungan industri kosmetik dalam negeri yang sedang tumbuh. Masalah produk kosmetik impor saat ini menjadi fenomena tersendiri bagi negara-negara produsen kosmetik yang melakukan ekspor ke Indonesia, sebab hal ini berkaitan dengan tarif impor yang berlaku di Indonesia. Pada 5 September 2018, pemerintah Indonesia resmi menyesuaikan kebijakan baru dengan menaikkan tarif Pajak Penghasilan impor (PPh pasal 22) terhadap 1147 item komoditas. Kebijakan ini ditulis dalam PMK No.110/PMK.010/2018 tentang Pemungutan Pajak Penghasilan Pasal 22 Sehubungan dengan Pembayaran atas Penyerahan Barang dan Kegiatan di Bidang Impor atau Kegiatan Usaha di Bidang Lain.⁵

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat eksplanatif. Metode eksplanatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menemukan jawaban atas pertanyaan mengapa sebuah fenomena atau kejadian yang terjadi. Hasil akhir dari penelitian ini adalah gambaran mengenai hubungan sebab akibat.

Perspektif Merkantilisme

Penelitian ini menggunakan sudut pandang merkantilisme, karena penelitian ini melihat dari perspektif Indonesia dalam mengatasi peningkatan jumlah impor produk kosmetik. Pandangan kaum merkantilisme, memandang bahwa negara merupakan aktor utama yang akan selalu berusaha untuk mencapai kepentingan nasionalnya termasuk dengan cara ekonomi. Setiap negara akan cenderung bersifat egois karena adanya kepentingan bagi setiap negara untuk

⁴*Pria Muda Milenial Makin Sadar Pada Penampilan*, diakses dari (<https://tirto.id/pria-muda-milenial-makin-sadar-pada-penampilan-c1o5>) pada tanggal 12 April 2020

⁵*Pajak Impor Naik, Ini 5 Hal yang Harus Kamu Ketahui*, diakses dari (<https://www.online-pajak.com/pajak-impor-naik-ini-5-hal-penting-yang-harus-anda-ketahui>) pada tanggal 16 Maret 2020

mendapatkan keuntungan secara maksimal dan membuat pihak lain mengalami kerugian atau bersifat *zero-sum*.⁶

Merkantilisme diartikan sebagai upaya Negara untuk meningkatkan ekspor dan membatasi impor sehingga memperoleh surplus perdagangan yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan (*wealth*) dan kekuasaan (*power*).⁷ Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa dalam pespektif merkantilisme peran Negara sangat penting dalam perekonomian. Untuk menambah dan menjaga keberlangsungan kekayaan dan kekuasaannya, negara tidak hanya melakukan intervensi terhadap perkembangan ekonomi dalam negeri, tetapi juga perekonomian internasional. Dituliskan oleh Montaigne, Merkantilisme memegang prinsip dalam perdagangan apapun, salah satu pihak dapat memperoleh keuntungan hanya dengan mengorbankan yang lain, dengan kata lain, bahwa dalam setiap transaksi ada pemenang dan pecundang, seorang “pemerias” dan yang “dieksploitasi.”⁸

Teori Proteksionisme

Merkantilisme menyatakan bahwa agar dapat berhasil melakukan industrialisasi negara harus menerapkan kebijakan proteksionis demi membantu industrinya untuk mampu bersaing dengan industri negara lain. Proteksionisme merupakan sistem ekonomi yang diwarisi oleh sistem merkantilisme. Proteksionisme yang digunakan untuk analisis permasalahan ini terutama menggunakan salah satu gagasan Friederich List mengenai *national interest*.

Kebijakan proteksionisme sering dilakukan megara sebagai upaya untuk mengamankan produksi, pasar maupun perusahaan lokal yang dianggap belum mampu untuk bersaing, sehingga harus dilindungi untuk memacu industri dalam negeri yang masih lemah agar mampu bersaing dengan industri negara lain.⁹ Kebijakan proteksionisme ini dapat dilakukan dengan melakukan penetapan tarif yang tinggi, pembatasan kuota impor, hambatan administratif, peraturan anti dumping, subsidi langsung dari pemerintah, subsidi ekspor, dan manipulasi nilai tukar mata uang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemerintah resmi mengambil langkah perekonomian dengan menaikkan tarif PPh impor pasal 22 terhadap 1147 barang komoditas pada 5 September 2018. Keputusan ini dibuat untuk menyeimbangkan ketimpangan terhadap defisit neraca berjalan dan mata uang rupiah. Keputusan memilih PPh pasal 22 impor sebagai instrumen pengendali bukanlah keputusan sepihak. Secara karakteristik pajak ini memiliki tugas yaitu menjadi instrumen pengatur konsumsi, yang di dalamnya terdapat tugas melindungi produk dalam negeri.

Menurut UU Pajak Penghasilan (PPh) No.36 tahun 2008, PPh 22 adalah upaya pemotongan atau pungutan pajak yang dilakukan oleh suatu pihak atas wajib pajak yang berkaitan dengan kegiatan perdagangan barang.¹⁰ PPh 22 dikenakan pada barang yang dianggap sudah dapat diproduksi dalam negeri. Karakteristik lain dari PPh 22 Impor ini adalah *prepaid tax*. Artinya pajak bayar dimuka, kebijakan ini memberikan opsi terhadap importir untuk tetap melakukan impor tetapi menanggung beban pajak yang lebih tinggi dan diakhir tahun bisa dikurangkan dari total kewajiban pajak. Sehingga dengan begitu, kemungkinan kenaikan harga

⁶Robert Gilpin, *Global Political Economy: Understanding the International Economic Order*, (Princeton University Press, 2001)

⁷David N.Balaam dan Michael Veseth, *Introduction To International Political Economy*, (New Jersey: Prentice-Hall Inc, 1996), Hlm.22.

⁸Zainuddin Ismail dan Priyono, *Teori Ekonomi*, (Jakarta: Dharma Ilmu, 2012), Hlm.157.

⁹Sumadji. P, Yudha Pratama dan Rosita, *Kamus Ekonomi Edisis Lengkap Inggris Indonesia*, (Jakarta: Wacana Intelektual, 2006), Hlm.532.

¹⁰*PPh Pajak Penghasilan Pasal 22*, pada 01 Juni 2021

dapat dicegah. Sifat *prepaid tax* ini juga bisa menghindarkan Indonesia dari tuduhan proteksionisme yang dapat melanggar hukum WTO. PPh 22 ini dikenakan kepada badan usaha tertentu, baik milik pemerintah ataupun swasta yang melakukan kegiatan perdagangan ekspor, impor dan re-impor. Menurut Menteri Perdagangan, kebijakan ini tidak akan dipermasalahkan oleh WTO, sebab pemerintah menerapkan kebijakan melalui instrumen pajak penghasilan.¹¹ Kebijakan ini dibutuhkan untuk mengendalikan laju pertumbuhan impor yang tumbuh melebihi ekspor dan dapat menyebabkan neraca perdagangan Indonesia menjadi semakin luas.

Tarif yang dikenakan atas PPh pasal 22 ini terhadap produk kosmetik impor adalah tarif yang sebelumnya hanya berlaku sekitar 2,5% dan sekarang menjadi 10%. Terjadi kenaikan 7,5% yang diharapkan mampu menekan laju arus kosmetik impor dan dapat menaikkan eksistensi produk lokal dan menyeimbangkan defisit neraca. Tarif yang ditetapkan oleh Indonesia dalam PPh pasal 22 ini sudah mengikuti aturan dari WTO sehingga tidak melanggar dari ketentuan yang telah ditetapkan.

Aturan PPh pasal 22 tahun 2018 ini, menggantikan peraturan lama yang dinilai sudah tidak relevan lagi dengan keadaan impor Indonesia sekarang. Kebijakan ini dibuat bertujuan untuk melindungi industri dalam negeri dari banyaknya produk impor yang masuk ke Indonesia, yang membuat produsen lokal mengalami kerugian dan menurunkan performa penjualan produk kosmetik lokal. Kebijakan ini diharapkan mampu mendorong pertumbuhan industri lokal dan bisa bersaing dengan barang impor yang sudah mendominasi di pasar nasional.

KESIMPULAN

Besar pasar kosmetik impor yang sangat luas, sudah menjadi bagian pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia. Dengan harga jual yang relatif murah dan kualitas yang sangat baik menjadi alasan utama masyarakat Indonesia memilih produk kosmetik impor, sehingga menimbulkan masalah internal seperti kalah bersaingnya produk lokal dengan produk impor yang membuat produsen lokal mengalami hambatan perkembangan.

Dalam sudut pandang merkantilisme, menyatakan untuk mendapatkan kesuksesan dalam dunia industrialisasi, maka negara harus menerapkan kebijakan yang bersifat proteksionisme agar industrinya dapat terbantu dan berkembang dan dapat bersaing dengan negara yang industrinya sudah mendunia. Proteksionisme adalah sistem ekonomi yang diturunkan oleh merkantilisme. Dalam sistem ekonomi merkantil yang meyakini bahwa peran negara harus kuat dalam mengatur perekonomian guna mencapai kesejahteraan negaranya.

Sejalan dengan langkah Indonesia dalam menekan arus impor yang sangat besar dengan menerapkan tarif impor baru terhadap dominasi produk kosmetik impor. **Karena** banyaknya produk impor ini, mengancam pemasaran dan pertumbuhan industri yang berkaitan dengan industri kosmetik di Indonesia. Dalam upaya menekan arus impor, kebijakan proteksi berupa penyesuaian tarif impor yang dikeluarkan oleh Kementerian Keuangan melalui Kebijakan (PMK) No.110/PMK.010/2018 tentang Pemungutan Pajak Penghasilan Pasal 22 Sehubungan dengan Pembayaran atas Penyerahan Barang dan Kegiatan di Bidang Impor atau Kegiatan Usaha di Bidang Lain.

Berpedoman pada data defisit neraca transaksi berjalan Indonesia, kenaikan tarif PPh pada pasal 22 untuk 1147 jenis barang konsumsi impor ini bertujuan untuk membantu mengurangi beban neraca transaksi berjalan, dikarenakan kecilnya pangsa impor barang konsumsi terhadap total impor. Hal ini dapat mengurangi kecenderungan ketergantungan terhadap struktural industri

¹¹Pajak 1147 Barang Impor Dinaikkan, pada 15 April 2021

lokal terhadap bahan baku impor, akibatnya dapat memperkecil defisit neraca transaksi berjalan yang berkepanjangan.

Berdasarkan penjelasan yang telah penulis paparkan, dapat disimpulkan bahwa dengan dikeluarkannya kebijakan ini bertujuan untuk menekan laju impor, namun kenyataannya memang tidak memberikan hasil yang sesuai dikarenakan jumlah produk impor masih mendominasi. Akan tetapi, disisi lain pendapatan dari kegiatan impor tersebut bertambah karena tujuan awal untuk menghalangi laju impor gagal sebab jumlah produk tetap dominan.

REFERENSI

- Gilpin, Robert, 2001. *Global Political Economy: Understanding the International Economic Order*. Princeton University Press.
- Ismail, Zainuddin dan Priyono. 2012. *Teori Ekonomi*. Jakarta: Dharma Ilmu.
- P, Sumadji dan Yudha Pratama dan Rosita. 2006. *Kamus Ekonomi Edisi Lengkap Inggris Indonesia*. Jakarta: Wacana Intelektual.
- Rizkiani, Gita dan AMA Suyanto. 2020. Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Kosmetik Korea di Indonesia: *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)* Vol.4 No.10 Halm.1430-1533
- Ledakan Industri Kecantikan Pria*, diakses dari (<https://tirto.id/ledakan-industri-kecantikan-pria-cuZc>) pada tanggal 12 April 2020
- Manfaatkan Peluang Industri Kosmetik Indonesia Siap Bersaing*, diakses dari (<http://xsmlfashion.com/tab/480/manfaatkan-peluang-industri-kosmetik-indonesia-siap-bersaing>) pada 28 Februari 2020
- Pajak 1147 Barang Impor Dinaikkan*, diakses dari (<https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01300964/pajak-1147-barang-impor-dinaikkan-429792?page=2>) pada 15 April 2021
- Pajak Impor Naik, Ini 5 Hal yang Harus Kamu Ketahui*, diakses dari (<https://www.online-pajak.com/pajak-impor-naik-ini-5-hal-penting-yang-harus-anda-ketahui>) pada tanggal 16 Maret 2020
- Pria Muda Milenial Makin Sadar Pada Penampilam*, diakses dari (<https://tirto.id/pria-muda-milenial-makin-sadar-pada-penampilan-c1o5>) pada tanggal 12 April 2020

