

**EKSPANSI MINISO JEPANG KE INDONESIA
STUDI KASUS: PEKANBARU 2019-2020**

Name: Sahri Rafika

(sahrirafika37@gmail.com)

Dosen Pembimbing: Dr. Umi O Retnaningsih, MA

Bibliografi: 30 Jurnal, 12 Buku, 43 Wbsite

Jurusan Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km.12,5 Simp.Baru Pekanbaru 28293 Telp/Fax 0761-63277

Abstract

The phenomenon of Miniso's expansion is an interesting phenomenon to study, because in marketing its products Miniso first examines the market and consumers, and the products offered contain a "simple, natural and quality" philosophy. Miniso was present in Indonesia in 2017 and spread to all cities in Indonesia, one of which is Pekanbaru because they consider Pekanbaru to be a prospective city in the economic field so that it is easy to market their products.

The perspective used in this study is Neoliberalism with an International System analyst level. This study uses Foreign Direct Investment (FDI) Theory which is able to explain the investment cooperation carried out by Japan in Indonesia in the case study of the Miniso Expansion in Indonesia, and the method used in this study is Qualitative methods with data collection techniques through primary data and secondary data.

This research was conducted at Miniso Plaza Citra Pekanbaru directly to the resource person, namely Supervisor Miniso, and to 40 participants for one month as a sample, in order to obtain concrete data about the development of Miniso in Pekanbaru city, especially Plaza Citra. The results showed that Miniso expanded to Pekanbaru because Pekanbaru is one of the most populous cities in Sumatra after Medan and Palembang and a city that has a rapid economic growth.

Keywords: Miniso Expansion, Millennials, Japan, Indonesia, Pekanbaru

PENDAHULUAN

Semakin berkembang pesatnya perekonomian dunia baik di negara maju dan negara berkembang, maka tak jarang merek-merek premium dari Negara-negara Barat menjadi semakin disenangi kalangan konsumen, barang-barang tiruan dengan kualitas menengah dengan mudah memasuki pasaran, dan pada akhirnya menyebabkan terjadinya perubahan pola belanja konsumen yang sangat cepat. Dalam memasarkan suatu produk, perlu dipahami pentingnya citra merek, harga promosi, serta kualitas produk sangat penting agar konsumen dapat menerima dan tertarik untuk mengkonsumsi secara berulang dengan terus membeli produk tersebut, Indonesia sendiri sangat *open minded* dengan merek global yang menjadikan merek tersebut kuat dan menguasai lebih dari 50% pasar di Indonesia.¹

Perkembangan bisnis yang melaju pesat di Indonesia tentu didukung oleh berbagai macam bisnis yang berdiri kuat. Industri ritel yang mengalami peningkatan di Indonesia tentunya didukung oleh beberapa sebab, di antaranya karena struktur demografi Indonesia yang didominasi oleh kalangan muda, serta perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat Indonesia. Selain itu, sebab yang cukup mendukung lainnya adalah jumlah kelas berpendapatan menengah ke atas di Indonesia yang makin bertambah tiap tahunnya.

Penguatan populasi kelas menengah juga bertepatan dengan kehadiran *window of opportunity* pada periode 2020-2030 yang diramalkan dapat menyebabkan naiknya perekonomian yang akan mendorong

¹ Social Sciences / *International Conference on Social and Political Issues (the 1st ICSPi, 2016) "Knowledge and Social Transformation"* / Pages 357–371 20 september 2020 20:56 WIB

Indonesia menjadi negara maju. Yang di maksud *window of opportunity* disini adalah suatu kondisi dimana jumlah penduduk yang berusia produktif (15-64 tahun) meningkat sedangkan jumlah usia yang tidak produktif (0-14 tahun dan 64+) menurun.²

Hadirnya Miniso di Indonesia menjadi peluang besar bagi Indonesia, dimana semakin banyak Store Miniso dibuka di Indonesia semakin besar pula keuntungan yang diperoleh Indonesia dari pajak yang diberlakukan.³ Demi memenuhi misi globalnya, Miniso banyak melakukan kerjasama strategis, yaitu pembukaan toko cabang, mengadakan acara pertemuan global, diundang dalam pameran global, meraih penghargaan produk dan melakukan kerjasama dengan supplier ternama hingga saat ini.

Miniso, merupakan salah satu *brand* yang berasal dari Jepang, yang berdiri di Tokyo pada tahun 2011 oleh Miyake Junya seorang *Designer* Jepang dan Ye Guo Fu, seorang *Entrepreneur* dari China. Saat ini, rata-rata Miniso membuka 80-100 toko di setiap bulannya dan diperkirakan pada tahun 2020 telah ada sekitar 6,000 store di seluruh dunia.⁴

Kerangka Teori

a. Perspektif Neoliberalisme

Penelitian ini berasal dari topik besar program studi Hubungan Internasional, yaitu Ekonomi Politik Internasional, yang mempelajari hubungan

² Cantika adinda putri neveria, kelas menengah jadi penggerak ekonomi di akses pada 21 september 2020 11: 24 WIB

³<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190826/12/1141225/kemendag-industri-ritel-modern-masih-menunjukkan-tren-positif> Rezha Hadyan di akses pada 29 juli 2020 15:23 WIB

⁴ Fildzah Qisthina Arifah, Marheni Eka Saputri *Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen MINISO Kota Bandung* di akses pada 29 juli 2020 18:00 WIB

antara politik dan ekonomi maupun antara negara dan pasar, Regulasi dalam politik ada untuk memberi kerangka bagaimana pasar dapat bekerja dan kekuatan ekonomi dinilai penting bagi kekuasaan politik. Dalam konteks kapitalis, politik dan ekonomi seolah harus dipisahkan. Namun, istilah pasar bebas sendiri bukan berarti bebas dari politik, karena sangat diperlukannya regulasi dalam kontrak, perlindungan produsen dan konsumen, pajak, kondisi kerja. Setelah itu, teori yang dibahas adalah tentang liberalisme ekonomi. Konsep utama dalam penelitian ini yaitu globalisasi, modernisasi, *foreign direct investment* dan perusahaan multinasional.⁵ Perdagangan dan persaingan bebas adalah cara terbaik bagi ekonomi nasional untuk berkembang.

Dalam karya tulis ilmiah ini penulis menggunakan perspektif Neoliberalisme dimana neoliberalisme ini muncul setelah Perang Dunia I. Munculnya perspektif neoliberalisme terjadi sekitar tahun 1980an yang dikemukakan oleh *Robert Keohane* pada tahun 1982 dalam bukunya *After Hegemony*. Neoliberalisme melihat kekuatan internasional sebagai salah satu faktor pendorong utama dalam kerjasama internasional, yang berfokus pada hubungan transnasional dan menolak pendapat kaum realis yang

⁵ Paul R. Viotti dan Mark V. Kauppi. (2013) *International Relations and World Politics* (5th Ed.), hal. 33-35

menyebutkan negara sebagai satu-satunya aktor yang penting dalam dunia internasional. *David Harvey*, penulis *The New Imperialism* dan *The Condition of Postmodernity*, dimana ia menceritakan kisah politik ekonomi dan asal usul neoliberalisme, neoliberalisasi berasal dan bagaimana ia berkembang biak di panggung dunia.⁶

Neoliberalisme berasal dari pada perspektif induknya yaitu liberalisme klasik yang berfokus pada hubungan setiap aktor yang lebih bebas untuk melakukan kerjasama antar negara, Dalam liberalisme, pemerintah harus membebaskan mekanisme pasar pekerja, harus melakukan deregulasi dengan mengurangi hambatan pada proses produksi, serta mencabut semua rintangan birokratisasi perdagangan ataupun menghilangkan tarif bagi perdagangan demi menjamin terwujudnya *free trade*.⁷

b. Level analisa

Menurut *Kenneth Waltz*, seorang ilmuwan yang pada pertengahan 1950 memelopori penerapan tingkat analisa sebagai kerangka berfikir dalam sebuah bukunya yang dikutip oleh *Mohtar Mas'ood* dalam bukunya *disiplin metodologi* mengidentifikasi tingkat analisa menjadi tiga yakni individu, negara dan system Internasional. Tingkat analisis

⁶ *David Harvey A Brief History of Neoliberalism* Paperback – January 18, 2007 diakses pada 29 juni 2020 10:21 WIB

⁷ *Rachmawati Iva* (2012). *Memahami perkembangan studihubungan internasional* Yogyakarta aswaja Pressindo di akses pada 10 april 2019 jam 14:20 wib

yang digunakan pada penelitian ini adalah sistem Internasional, pendukung analisa pada tingkat ini berpendapat dapat bahwa negara-negara di dunia ini dan interaksi antara mereka merupakan suatu sistem. Struktur sistem itu dan perubahan-perubahan yang dialaminya selama ini telah menentukan perilaku aktor hubungan internasional yang terlibat didalamnya.⁸ menurut tingkat analisa ini, dinamika yang terjadi dalam sistem Internasional sangat berpengaruh terhadap perilaku para aktor hubungan Internasional yang ada di dalamnya.⁹

c. Teori FDI (*foreign direct investment*)

d. Teori adalah bentuk penjelasan yang paling umum untuk menjelaskan suatu penjelasan yang menunjukkan bagaimana konsep-konsep itu secara logis berhubungan dengan topik yang dibahas. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori *Foreign Direct Investment* (FDI) yang berkembang dari perspektif neoliberalisme dalam Hubungan Internasional pasca Perang Dunia II. Pasca Perang Dunia II, neoliberalisme memainkan peranan penting dalam era globalisasi dengan menawarkan kebebasan (liberalisasi) terutama dalam bidang ekonomi. Pada masa globalisasi yang berbasis

teknologi informasi seperti saat ini, perusahaan-perusahaan multinasional melakukan peranannya dengan melakukan investasi asing langsung ke negara lain melalui FDI dengan tujuan perluasan pasar, dimana sebelumnya dapat dilakukan pembukaan cabang di *host country* maupun dengan melakukan merger dengan perusahaan domestik suatu negara. Oleh karena itu tidak hanya terjadi pemindahan sumber daya tetapi juga terjadi pemberlakuan kontrol terhadap perusahaan di luar negeri.¹⁰

Investasi langsung adalah investasi pada aset-aset riil, seperti pabrik, tanah termasuk modal dan manajemen. Investasi langsung biasanya terlihat dalam praktek akuisisi perusahaan atau pembelian sebagian besar bahkan semua kepemilikan perusahaan di perusahaan lain. FDI biasanya dilakukan perusahaan multinasional yang melakukan usaha seperti sumber daya alam, manufaktur dan jasa. FDI sering dikaitkan dengan perusahaan-perusahaan multinasional yang ditunjukkan dengan fenomena produksi saat ini, di mana produksi dilakukan di pabrik yang berlokasi di dua atau lebih negara tetapi tetap berada dalam satu pengawasan dan pengaturan oleh kantor pusat di satu negara. *Direct investments* dilakukan agar perusahaan tetap memiliki fungsi kontrol terhadap investasi yang dilakukan.¹¹

⁸ Mas' oed Mohtar Ilmu Hubungan Internasional *disiplin metodologi* hal 55-57 (Jakarta: PT. Pustaka LP3ES, 1990)

⁹ <http://theglobalgenerations.blogspot.com/2008/11/level-of-analysis-international.html> diakses pada 23 maret 2020 10:17 WIB

¹⁰Vinsensio Dugis *Teori dalam hubungan internasional perspektif-perspektif klasik* Cakra Studi Global Strategis (CSGS) Cetakan Pertama, Desember 2016

¹¹ Valentinez Hemanona Suharyono *Analisis Pengaruh Foreign Direct Investment Terhadap Country Advantages Indonesia (Studi Terhadap Fdi Amerika Serikat Di Indonesia)* Fakultas Ilmu

HASIL PEMBAHASAN HUBUNGAN BILATERAL JEPANG DAN INDONESIA

a. Dinamika Hubungan Kerjasama Indonesia Jepang

Kerjasama yang dilakukan Jepang dan Indonesia sudah terjalin sejak tahun 1958. Kerjasama antara kedua negara tersebut telah menghasilkan beberapa kesepakatan, seperti *The Strategic Economic Partnership Agreement* pada tahun 2006 dan *Indonesia Japan Economic Partnership Agreement* pada tahun 2007, serta yang terbaru adalah pembentukan *Indonesia Japan Maritime Forum* pada tahun 2016. Kerjasama kedua negara yang telah berjalan baik tersebut juga ditandai dengan adanya kunjungan Perdana Menteri Jepang *Shinzo Abe* ke Indonesia pada tanggal 15 sampai dengan 16 Januari 2017. Kunjungan ini dilaksanakan dalam rangka peningkatan kerja sama bilateral kedua negara membahas terkait ekonomi, investasi dan perdagangan masih merupakan fokus utama dalam kunjungan kali ini. Hal ini terlihat dari sebagian besar anggota rombongannya yang merupakan Direktur utama perusahaan-perusahaan besar di Jepang yang bergerak di bidang perbankan, manufaktur, industri baja, dan transportasi.¹²

Pada sektor perdagangan, Jepang adalah mitra dagang strategis terbesar kedua bagi Indonesia. Nilai kerja sama Indonesia dan Jepang pada tahun 2016 telah mencapai 31 miliar dolar AS. Adapun produk Indonesia yang diekspor ke Jepang di

antaranya adalah mesin dan perlengkapan bahan bakar, bahan makanan, bahan-bahan kimia, tekstil, dan bahan mentah, sedangkan beberapa produk yang diimpor Indonesia dari Jepang antara lain: kendaraan bermotor, perlengkapan transportasi, semi konduktor, produk elektronik, ritel dan bahan-bahan kimia. Adanya peningkatan kerja sama bilateral antara Indonesia dan Jepang dilandaskan pada asa saling membutuhkan.¹³

POTENSI INDONESIA SEBAGAI PASAR PRODUK JEPANG

Negeri sakura ini juga melirik Indonesia sebagai tujuan ekspansi ekonomi dengan populasi penduduk yang besar sebagai pasar potensial di dunia fashion dan bersemangat meramalkan dan menentukan kecenderungan gaya dan warna yang akan menjadi tren sepanjang tahunnya. Fashion Jepang telah mendunia hingga diakui sebagai salah satu kekayaan budaya yang mengharumkan nama Jepang. Lewat sebuah fashion maka akan meningkatkan hubungan dagang bilateral antara Jepang dan Indonesia. Jepang membuka kesempatan dagang bagi Indonesia agar berkolaborasi dengan desainer lokal di masa depan.¹⁴

Strategi investasi dan hubungan dagang serta upaya kolaboratif elit politik dan bisnis Jepang sudah jelas memiliki pengaruh besar di negara-negara Asia Tenggara. Pemerintah dan pembuat kebijakan lintas wilayah, termasuk Indonesia yang mencoba mengakomodasi, atau secara sadar meniru gaya dan konten inisiatif kebijakan publik Jepang. Indonesia dan Jepang berada pada ekonomi global yang berbeda dalam hal pembangunan,

Administrasi Universitas Brawijaya Malang di akses pada 08 November 2020 12:21 WIB

¹² Lisbet Kajian Singkat terhadap Isu Aktual dan Strategis *Peningkatan Kerjasama Bilateral Indonesia Jepang* Vol. IX, No. 02/II/Puslit/Januari/2017 diakses pada 05 Desember 2020 17:28 Wib

¹³ International Law Making *Indonesia Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA)* volume 5 nomor 2 januari 2008

¹⁴ Muhammad Syadri *21 Label Produk Jepang Ramaikan Pasar Fesyen Indonesia* <https://www.jawapos.com/lifestyle/13/01/2017/21-label-produk-jepang-ramaikan-pasar-fesyen-indonesia/> di akses pada 30 juni 2021 12:22 Wib

namun kedua negara telah menemukan cara untuk mencapai kemakmuran yang saling ketergantungan. Indonesia merupakan bagian terbesar dari PDB ASEAN, dan merupakan salah satu pasar negara berkembang yang paling dicari dan secara konsisten.¹⁵

SIMPULAN

Pasar Indonesia yang merupakan potensial dan dominan memiliki masyarakat yang mengikuti *Trend* dan *Fashion* luar negeri, maka tidak heran jika pasar di Indonesia menjadi tujuan ekspansi negara barat diantaranya Jepang, yang sudah terkenal industrinya di belahan dunia manapun juga tidak ingin kehilangan pasarnya di Indonesia. Dari sekian banyaknya *brand* yang berasal dari Jepang di Indonesia Miniso merupakan Paritel peralatan rumah tangga sangat menyita perhatian masyarakat Indonesia.

Ekspansi Miniso di Indonesia sejak tahun 2017 yang saat ini sudah menyebar hampir seluruh kota di Indonesia salah satunya Pekanbaru Riau. Pekanbaru merupakan kota dengan penduduk ke 3 terbanyak setelah Medan dan Palembang dan merupakan kota yang memiliki peluang bisnis yang banyak dan berkembang pesat. Perkembangan ekonomi Pekanbaru didominasi oleh tiga faktor yaitu Kontruksi, Perdagangan Besar dan Kecil serta melalui Industri Pengolahan seperti Pabrik Sawit Karet dan lain sebagainya.

Hadirnya Miniso di Pekanbaru mendapat sambutan baik dari konsumen yaitu masyarakat Pekanbaru itu sendiri serta imigran yang datang dari luar kota saat

¹⁵ Bambang Wibawarta dan Nadia Yovani *Meta Analysis of the Study on Indonesia-Japan Relationship Case: The Study on Indonesia and Japan Relationship Conducted in Various Universities and Research Institutions throughout Jakarta and Surroundings Area* JCSC No.17 di akses pada 2 februari 2021 06:21 Wib

weekend. Banyaknya konsumen kelas menengah yang merupakan target utama dari berdirinya Miniso sejak 2011 lalu. Konsumen kelas menengah yang di targetkan yaitu anak muda terutama kaum hawa yang merupakan target utama miniso karena anak muda ini dikenal lebih cepat tertarik dengan suatu produk hanya dengan melihat Iklan di Sosial Media, Koran serta media lain sehingga mereka memutuskan untuk membeli suatu produk yang mereka lihat tanpa berfikir panjang, namun jika mereka menyukai produk tersebut maka mereka akan membelinya secara berulang. Strategi Miniso yang menawarkan produk dengan harga murah dan kualitas yang berkelas membuat setiap orang yang membelinya akan mengkonsumsi secara berulang.

Daftar Pustaka

Social Sciences / *International Conference on Social and Political Issues (the 1st ICSPI, 2016)* "Knowledge and Social Transformation" / Pages 357–371 20 september 2020 20:56 WIB

Cantika adinda putri neveria, kelas menengah jadi penggerak ekonomi di akse pada 21 september 2020 11: 24 WIB

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190826/12/1141225/kemendag-industri-ritel-modern-masih-menunjukkan-tren->

Fildzah Qisthina Arifah, Marheni Eka Saputri *Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen MINISO Kota Bandung* di akses pada 29 juli 2020 18:00 WIB

Paul R. Viotti dan Mark V. Kauppi. (2013) *International Relations and World Politics* (5th Ed.), hal. 33-35

David Harvey *A Brief History of Neoliberalism* Paperback – January 18, 2007 diakses pada 29 juni 2020 10:21 WIB

Rachmawati Iva (2012). *Memahami perkembangan studihubungan internasional* Yogyakarta aswaja Pressindo di akses pada 10 april 2019 jam 14:20 wib

Mas'oeed Mohtar Ilmu Hubungan Internasional *disiplin metodologi* hal 55-57 (Jakarta: PT. Pustaka LP3ES, 1990)

<http://theglobalgenerations.blogspot.com/2008/11/level-of-analysis-international.html> diakses pada 23 maret 2020 10:17 WIB

Vinsensio Dugis *Teori dalam hubungan internasional perspektif-perspektif klasik* Cakra Studi Global Strategis (CSGS) Cetakan Pertama, Desember 2016

Valentinez Hemanona Suharyono *Analisis Pengaruh Foreign Direct Investment Terhadap Country Advantages Indonesia (Studi Terhadap Fdi Amerika Serikat Di Indonesia)* Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang di akses pada 08 November 2020 12:21 WIB

Lisbet Kajian Singkat terhadap Isu Aktual dan Strategis *Peningkatan Kerjasama Bilateral Indonesia Jepang* Vol. IX, No. 02/II/Puslit/Januari/2017 diakses pada 05 Desember 2020 17:28 Wib

International Law Making *Indonesia Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA)* volume 5 nomor 2 januari 2008

Muhammad Syadri *21 Label Produk Jepang Ramaikan Pasar Fesyen Indonesia* <https://www.jawapos.com/lifestyle/13/01/2017/21-label-produk-jepang-ramaikan-pasar-fesyen-indonesia/> di akses pada 30 juni 2021 12:22 Wib

Bambang Wibawarta dan Nadia Yovani *Meta Analysis of the Study on Indonesia-Japan Relationship Case: The Study on Indonesia and Japan Relationship Conducted in Various Universities and Research Institutions throughout Jakarta and Surroundings Area* JCSC No.17 di akses pada 2 febuari 2021 06:21 Wib