

STRATEGI JEPANG DALAM EKSPOR MOBIL TOYOTA DI INDONESIA TAHUN 2017-2019

Oleh: Ilmiyatul Khairi

Email: ilmiyatul.khairi1230@student.unri.ac.id

Pembimbing: Faisyal Rani, S.IP., M.A

Bibliografi : 11 Buku, 16 Jurnal, 38 Website

Jurusan Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

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

Abstract

This study examines Japan's Strategy in Exporting Toyota Cars in Indonesia in 2017-2019 which aims to expand the Toyota market in Indonesia and strengthen bilateral relations between these two countries. Indonesia as the country with the largest economy in Southeast Asia, the Indonesian automotive industry has become an important pillar in the country's manufacturing sector because many world-renowned car companies open car manufacturing factories or increase their production capacity in Indonesia.

The author collects data from books, academic journals, official documents, theses and sources from the internet related to research issues on Japan's strategy in toyota car exports in Indonesia. The author uses the perspective of liberalism and the level of analysis of the nation state. While the theory used in this theory is the theory of competitive advantage of Michael E. Porter.

The results of the study show that Japan's strategy to expand the automotive market in Indonesia by building factories in Indonesia to strengthen the automotive industry and improving national macroeconomic indicators and efforts to continue to improve the quality of infrastructure in the transportation sector. Japan also reduced the cost of customs tariffs in accordance with the IJEP agreement, and there are three classifications, namely fast-track, normal track, and exceptions by installing emergency and safeguard measures to prevent possible negative impacts on the domestic industry. About 35% of Indonesia's import duty tariff posts will be reduced to 0%, meanwhile Japan will reduce about 80% of its tariff posts.

Keywords : Japan's Strategy, Toyota Car Exports, IJEP, Automotive Industry

PENDAHULUAN

Setiap negara perlu memperjuangkan kepentingan nasionalnya di luar negeri. Dalam kaitan itu, diperlukan adanya suatu kerja sama untuk mempertemukan kepentingan nasional antar negara. Kerja sama tersebut haruslah yang dapat membuat para aktor hubungan internasional dapat mencapai kepentingannya. Kerja sama internasional atau *international cooperations* yang memiliki tujuan utama, yakni untuk memenuhi kepentingan nasional akan kebutuhan-kebutuhan terhadap potensi yang tidak dimiliki di dalam negeri.¹

Jepang merupakan salah satu negara maju yang ada di benua Asia, sangat diperhitungkan untuk menjalin kerjasama dan hubungan baik dalam bidang apapun. Teknologi elektronik menjadi salah satu sumber perekonomian Jepang. Belum lagi industri transportasinya yang terkenal di kancah internasional. Hal ini mendorong Indonesia memperhitungkan Jepang untuk menjalin mitra penting dalam upaya untuk memenuhi kepentingan nasional Indonesia.² Hubungan perekonomian antar dua negara ini dinilai saling melengkapi atau komplementer. Contohnya Jepang mengekspor ke Indonesia berupa produk-produk otomotif yang sudah

¹ S. Dam dan Riswandi, *Kerja sama ASEAN, Latar Belakang, Perkembangan, dan Masa Depan*, Ghalia Jakarta, Indonesia, 1995. Hal. 15

² Yusron Avivi&Muhnizar Siagian, 2020, "*Kepentingan Indonesia dalam kerja sama bilateral dengan Jepang studi kasus: Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA)*". *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol. 3 No. 1, hal. 50

siap pakai, salah satunya mobil dari brand Toyota. Sedangkan Indonesia mengekspor ke Jepang bahan-bahan mentah seperti biji besi agar selanjutnya dapat diolah oleh Jepang.

Jepang telah melakukan kerjasama dengan berbagai salah satunya Indonesia, baik dalam relasi *government to government* atau "G to G" maupun *government to business* atau "G to B". Jepang telah melebarkan sayap diplomasinya untuk mengukuhkan eksistensi perusahaan multinasional (MNC) Jepang ke berbagai negara termasuk Indonesia. Diplomasi yang dilakukan Jepang lebih berorientasi pada diplomasi komersial, karena sebagian besar di implementasikan pada transaksi perdagangan dan mobilitas perusahaan nasional di Indonesia. Hal yang menarik dari diplomasi Jepang adalah hubungan segitiga antara pemerintah Jepang, MNC Jepang, dan pemerintah Indonesia.³ Diplomasi komersial Jepang melalui kehadiran dan proliferasi perusahaan multinasional Jepang di Indonesia memberikan warna tersendiri untuk peningkatan derajat hubungan diplomatik Indonesia dan Jepang. Untuk itu, dari segi politik, Jepang berupaya untuk memperkuat citra sebagai mitra tradisional andalan bagi Indonesia yang selalu siap membantu.

Toyota merupakan otomotif multinasional Jepang yang berkantor pusat di Toyota, Aichi, Jepang. Saat ini Toyota memiliki pabrik di sebagian besar dunia yang memproduksi atau merakit kendaraan untuk pasar lokal di

³ Sindy Yulia Putri, 2020, "Diplomasi Komersial Jepang Ke Indonesia Melalui Perusahaan Multinasional Jepang Di Indonesia," *Jurnal PIR: Power in International Relations* 4, no. 2, hal. 151

berbagai negara.⁴ Ada beberapa peran penting dari MNC yaitu membawa serta memperkenalkan teknologi maju terbaru ke negara berkembang seperti kerjasama antara Jepang-Indonesia yang mana, Jepang memperkenalkan teknologi *hybrid* kepada Indonesia dalam perkembangan teknologi mobil. Selanjutnya mnc sebagai aktor pengelola pendistribusian kekayaan dunia, sehingga dapat dikatakan bahwa mnc merupakan salah satu harapan dunia dalam perkembangan sistem ekonomi politik internasional. keberhasilan Jepang tersebut karena arus globalisasi yang semakin cepat membuat perubahan mendasar pada aspek ekonomi global adalah adanya liberalisasi arus barang, jasa, modal, investasi. Adanya liberalisasi ini membuat sistem perekonomian dunia menjadi lebih terbuka dimana terintegrasinya pasar keuangan secara internasional, oleh karena itu dalam meningkatkan penjualan perusahaan-perusahaan Jepang melakukan kegiatan investasi untuk mengembangkan industri otomotifnya, sehingga memperluas pasar serta meningkatkan jumlah produksi. Perusahaan-perusahaan Jepang telah melakukan kegiatan tersebut di seluruh dunia termasuk di kawasan Asia Tenggara salah satunya Indonesia.

Indonesia sebagai negara dengan ekonomi terbesar di Asia Tenggara, industri otomotif Indonesia telah

⁴ Kisah Perusahaan Raksasa: Toyota, Raja Otomotif Jepang, <https://wartaekonomi.co.id/read300099/kisah-perusahaan-raksasa-toyota-raja-otomotif-jepang#:~:text=Toyota%20Motor%20Corporation%20atau%20umum,otomotif%20paling%20terkenal%20di%20dunia>. Diakses pada 19 Februari 2022

menjadi sebuah pilar penting dalam sektor manufaktur negara ini karena banyak perusahaan mobil yang terkenal di dunia membuka pabrik-pabrik manufaktur mobil atau meningkatkan kapasitas produksinya di Indonesia. Terlebih lagi, Indonesia mengalami transisi yang luar biasa karena berubah dari hanya menjadi tempat produksi mobil untuk diekspor (terutama untuk wilayah Asia Tenggara) menjadi pasar penjualan (dosmetik) mobil yang besar karena meningkatkan produk dosmetik bruto (PBD) per kapita.⁵ Indonesia juga kembali belajar menumbuhkan industri otomotif dengan menerapkan transfer teknologi yang dimiliki oleh Toyota.

Toyota Indonesia diwakili oleh dua anak perusahaan, PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) dan PT Toyota Astra Motor (TAM) bertindak sebagai produsen dan eksportir produk dan komponen kendaraan Toyota, sedangkan PT Toyota Astra Motor sebagai pemegang merek, importir, dan distributor produk Toyota.⁶ Ekonomi yang terus bertumbuh serta potensi pasar yang besar menjadikan Indonesia sebagai jantung pasar otomotif ASEAN. Bukan tidak mungkin, nantinya Indonesia juga menjadi basis produksi kendaraan bermotor terbesar di Asia Tenggara. Menurut Direktur *Corporate and External Affairs* PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMIMIN), I Made Dana Tangkas, “bukan hal yang mustahil jika nantinya sentra industri otomotif di

⁵ BAB I : <http://repository.unpas.ac.id/43526/2/BAB%201.pdf> di akses pada 7 Juli 2022

⁶ Toyota Indonesia dalam <https://www.toyota.co.id/corporate> diakses pada 18 November 2021

Asia Tenggara akan berpusat di tanah air ini".⁷

Tabel Ekspor Kendaraan Bermotor Roda Empat 2017-2019

Tahun	Nilai FOB (US\$)	Berat Bersih (Ton)
2017	175.5	19.2
2018	188.0	20.7
2019	160.4	17.8

Sumber: *Publikasi Statiska Indonesia*

Berdasarkan data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) yang diolah oleh Astra, total penjualan mobil baru pada tahun 2019 mencapai 1.026.921 unit. Penjualan mobil domestik pada tahun 2018-2019, Toyota menduduki peringkat pertama dengan penjualan 27, 622 unit mobil. Bisa dilihat bahwa perusahaan ini unggul di pasar otomotif Indonesia.⁸

KERANGKA TEORI

Perspektif: Liberalisme

Pada penelitian penulis menggunakan **Perspektif Liberalisme**, Liberalisme sendiri adalah sebuah pandangan positif dalam kebebasan individu dalam berpikir, berkarya dan berpendapat. Terdapat empat asumsi dasar dalam liberalisme yaitu pertama, keyakinan bahwa hubungan internasional lebih bersifat kooperatif daripada konflik. Kedua, percaya akan kemajuan.

⁷ Masa Depan Otomotif Indonesia dalam <https://www.victorindomobil.com/blog/pos-t/masa-depan-otomotif-indonesia> diakses pada 18 November 2021

⁸ Penjualan Mobil Domestik 2018-2019 dalam www.otomotif.bisnis.com diakses pada 17 November 2021

Ketiga, pandangan positif tentang sifat manusia yang artinya menurut hukum sifat manusia adalah baik, rasional, dan mampu bekerjasama. Keempat, negara pada hakikatnya dibentuk oleh manusia, maka sifat dasarnya sama dengan manusia.

Bagi perspektif liberalisme persaingan yang ada dalam arena hubungan internasional adalah suatu kenyataan, yang melibatkan multi-aktor. Tetapi karena negara bertindak ibaratnya manusia yang penuh alasan dan pertimbangan rasional, maka persaingan yang ada lebih menyerupai sebuah permainan atau suport dimana ia dimainkan dengan aturan jelas yang telah disepakati. Persaingan antar aktor internasional yang melibatkan multi-aktor berlangsung di dalam suatu situasi dimana *rule of law* menjadi prinsip dasarnya.⁹

Tingkat Analisis: Negara Bangsa

Analisis yang menekankan tingkat ini berasumsi bahwa semua pembuat keputusan, di mana pun berada pada dasarnya berperilaku sama apabila menghadapi situasi yang sama. Karena itu analisa yang menekankan variasi atau perbedaan antara perilaku sekelompok pembuat keputusan di suatu negara dengan sekelompok lain di negara lain dianggap akan sia-sia saja. Analisa para ilmuwan seharusnya ditekankan pada perilaku unit negara-bangsa, karena hubungan internasional pada dasarnya didominasi oleh perilaku negara-bangsa. Dalam hal ini, perilaku individu, kelompok, organisasi, lembaga dan proses

⁹ Vinsensio Dugis, *Teori Hubungan Internasional Perspektif-Perspektif Klasik*, (Surabaya: Cakra Studi Global Strategis, 2016), Hal. 67

perpolitikan mereka hanya akan diperhatikan sejauh perilaku mereka itu berkaitan dengan tindakan internasional negara yang bersangkutan. Dengan kata lain, kita harus mempelajari proses pembuatan keputusan tentang hubungan internasional, yaitu politik luar negeri, oleh suatu negara-bangsa sebagai suatu unit yang utuh.¹⁰

Para ilmuwan Hubungan Internasional yang menekankan tingkat ini berasumsi bahwa semua pembuat keputusan, dimanapun berada, pada dasarnya berperilaku sama apabila menghadapi situasi yang sama. Karenanya, analisa yang menekankan variasi atau perbedaan antara perilaku sekelompok pembuat keputusan di suatu negara dengan sekelompok lain di negara lain di anggap akan sia-sia saja. Analisa para ilmuwan seharusnya diterapkan pada perilaku unit negara-bangsa. Dalam hal ini, perilaku individu, kelompok, organisasi, lembaga, dan proses berpolitik mereka, hanya akan diperhatikan sejauh perilaku mereka itu berkaitan dengan tindakan internasional negara yang bersangkutan. Dengan kata lain, kita harus mempelajari proses pembuatan keputusan tentang hubungan internasional, yaitu politik luar negeri oleh suatu negara-bangsa sebagai unit yang utuh.¹¹

¹⁰ Mohtar Mas'ood, *Ilmu Hubungan Internasional Disiplin dan Metodologi* (Jakarta: Pt Pustaka LP3ES Indonesia, 1994), hal. 41

¹¹ 5 Tingkat Analisa dalam Hubungan Internasional dalam <https://reviewnesia.com/tingkat-analisa/> diakses pada 14 November 2021

Teori: Keunggulan Kompetitif

Melalui tinjauan teoritis dalam mengarahkan penelitian ini diperlukan teori yang relevan dengan fenomena yang akan dianalisis pada penelitian ini. Penulis menggunakan teori keunggulan kompetitif (*competitive advantage theory*) untuk menjelaskan kapabilitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan sehingga dapat menghasilkan keunggulan kompetitif di dalam perdagangan internasional. Teori keunggulan kompetitif muncul berasal dari teori keunggulan komparatif yang dikemukakan oleh Adam Smith, David Ricardo dan G. Haberler.

Porter mengajukan *Diamond Model* (DM) yang terdiri dari determinan (faktor-faktor yang menentukan) *National Competitive Advantage* (NCA). Empat atribut tersebut yaitu *factor conditions*, *demand conditions*, *related and supporting industries*, dan *firm strategy, structure, and rivalry*. Selain empat faktor sebelumnya ada faktor lainnya yaitu, peran pemerintah dan *chance* yang dikatakan memiliki peran penting dalam menciptakan NCA. Peran dimaksud, bukan sebagai pemain di industri melainkan melalui kewenangan yang dimiliki memberikan fasilitas, katlis, dan tantangan bagi industri. Pemerintah menganjurkan dan mendorong industri agar mencapai level daya saing tertentu. Hal-hal tersebut dapat dilakukan pemerintah melalui kebijakan insentif berupa subsidi, perpajakan, pendidikan, fokus pada penciptaan dan penguatan *factor*

conditions, serta menegakan standar industri.¹²

HASIL DAN PEMBAHASAN

Prosedur Ekspor Otomotif

Tata cara pembayaran dari importir kepada eksportir/supplier umumnya melalui L/C atau transfer. Biasanya, pembayaran yang lebih fleksibel akan diberikan kepada supplier yang telah memiliki hubungan yang baik dengan importir. Untuk tingkat pengecer, masa pembayaran kepada distributor umumnya berkisar antara 1 hingga 6 bulan.

Dokumen yang diperlukan untuk impor beberapa kelengkapan dokumen yang dibutuhkan untuk ekspor beberapa kelengkapan dokumen yang dibutuhkan untuk mengekspor suku cadang atau mobil antara lain:

- B/L ataupun *Airway Bill*
- *Certificate of Origin (COO)* biasa dikenal dengan Sertifikat Keterangan Asal Barang atau SKA.
- *Packing List*
- *Invoice Asli*

Produk-produk dari Jepang sudah banyak dikenal oleh pengusaha-pengusaha Indonesia, baik dikarenakan kualitas produknya, maupun harganya yang cukup bersaing dibandingkan dengan produk lainnya. Untuk kualitas produk otomotif Jepang dapat bersaing dengan negara lain termasuk Korea dan Thailand.¹³

¹² Binus, Competitive Advantage di Indonesia, 2017, <https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2017/03/competitive-advantage-di-indonesia/> diakses pada 10 Agustus 2022

¹³ MARKET BRIEF OTOMOTIF HS. 8703 ITPC,

Pasar Toyota di Indonesia

Pabrik otomotif asal Jepang masih mendominasi pangsa pasar kendaraan bermotor di Indonesia. Lebih dari 90% pasar otomotif nasional dikuasai pabrikan asal Negeri Matahari Terbit tersebut. Toyota berada di urutan teratas pangsa pasar otomotif nasional. Berdasarkan data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) mengumumkan untuk pencapaian *wholesales* (distribusi dari pabrik ke dealer) kendaraan roda empat pada tahun 2017 mencapai 1.079.308 unit atau lebih tinggi dari pencapaian tahun sebelumnya. Dan Toyota masih kokoh pada posisi puncak dengan penjualan sebanyak 371.332 unit atau 34,40% pangsa pasar.¹⁴

Di tengah kondisi pasar yang kurang menggairahkan sepanjang 2019, PT Toyota-Astra Motor (TAM) berhasil mencatat kinerja di atas rata-rata industri. Secara keseluruhan, penjualan *wholesales* Toyota pada 2019 mencapai 331.797 unit. Angka ini hanya mengalami penurunan sebesar 5,7% atau di bawah penurunan rata-rata industri sebesar 10,5%. Penjualan otomotif secara nasional turun dari 1.151.413 unit pada 2018 menjadi 1.030.126 unit, sehingga pangsa pasar Toyota naik menjadi 32,2% dibandingkan 2018 sebesar 30,6%.¹⁵

http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/admin/docs/researchcorner/4801370928780.pdf di akses pada 28 Juli 2022

¹⁴ Pasar mobil di 2017, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180116180623-384-269372/pasar-mobil-di-2017-capai-108-juta-unit> di akses pada 4 Juli 2022

¹⁵ Pangsa pasar Toyota, <https://www.toyota.astra.co.id/corporate->

Relasi Toyota dengan IJEPA

Bidang kerjasama antara Indonesia dan Jepang yang paling berpengaruh dalam hubungan bilateral kedua negara adalah ekonomi. Dalam hal ini kerjasama antara Jepang dan Indonesia yang terjalin sejak 1958 semakin diperkuat dengan dibukanya anak perusahaan bahkan perusahaan inti dari Jepang di Indonesia. Salah satunya adalah PT. Toyota Astra Motor atau biasa disingkat dengan TAM.

Pada tahun 2004-2006 sebelum adanya IJEPA (Indonesian Japan Economic Partnership Agreement), PT. Toyota Astra Motor mengalami kendala dalam pemasaran. Berdasarkan data pada tahun 2006 PT. Toyota Astra Motor mengalami penurunan dalam pemasaran seperti produk sedan yang hanya sebesar 8,2% yang pada awalnya tahun 2003 sebanyak 17,2%, tahun 2004 sebanyak 13%, tahun 2005 sebanyak 9,7%. (Detikfinance, 2006) PT. TOYOTA ASTRA MOTOR terus mengupayakan pemasarannya agar lebih berkembang dengan harapan adanya kerjasama IJEPA (Indonesian Japan Economic Partnership Agreement) yang dimulai pada tahun 2007 bersama Jepang dengan tujuan ingin memperluas pemasaran ekonomi Indonesia dibidang Otomotif, khususnya PT. Toyota Astra Motor.

Dalam memenuhi dinamika pertumbuhan kebutuhan pelanggan, PT. Toyota Astra Motor tidak hanya fokus pada peningkatan produk, tetapi juga fokus pada layanan.

information/news-promo/read/pangsa-pasar-toyota-naik-jadi-322-dan-penjualan-mobil-hybrid-naik-tajam-di-tahun-2019 , di akses pada 4 Juli 2022

Sehingga, PT. Toyota Astra Motor bisa mendapatkan respon positif dari pelanggan.¹⁶

Perusahaan Toyota di Indonesia memiliki dua anak perusahaan yang pertama, PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) dan kedua, PT Toyota Astra Motor (TAM) sebagai anak perusahaan dari Toyota Motor Corporation yang berpusat di Jepang. PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia berperan sebagai produsen dan pengeksport produk dan suku cadang (TMC) Toyota, sedangkan TAM berperan sebagai agen pemegang merek, importir dan distributor produk Toyota.

Hubungan kerjasama antara Indonesia dan Jepang yang memiliki perusahaan di Indonesia memulai Joint Venture antara perusahaan, dimana terdapat pembagi Toyota Astra Motor (TAM) memegang 51% saham dan 49% di Toyota Motor Corporation (TMC) Jepang. Setelah sukses yang dialami, pangsa ini berubah menjadi 95% dipegang oleh TMC dan 5% dipegang oleh Toyota Astra Motor, terutama di bagian produksi.

Tujuan IJEPA (Indonesian Japan Economic Partnership Agreement) mempunyai korelasi dengan PT. Toyota Astra Motor. Pertama, memperluas perdagangan dan menghilangkan batasan perdagangan oleh karena itu PT. Toyota Astra Motor terus menerus mengupgrade produk-produk otomotif yang akan dipasarkan. Kedua, IJEPA memberikan fasilitasi untuk meningkatkan kerjasama bahkan mereraikan kesulitan dan hambatan yang terjadi membuatnya

¹⁶ BAB I,

<https://etd.ummy.ac.id/id/eprint/31294/4/Bab%20I.pdf> diakses pada 31 Juli 2022

menjadi mudah serta transparansi. Ketiga, peningkatan kapasitas IJEPa memberikan ruang bagi PT. Toyota Astra Motor untuk melakukan meningkatkan daya saing sebagai distributor PT. Toyota Astra Motor.¹⁷

Strategi Jepang dalam Memperluas Industri Otomotif di Indonesia Melalui IJEPa

Kesepakatan perdagangan bebas dalam bingkai kesepakatan kerjasama ekonomi secara bilateral yang pertama kali Indonesia lakukan dengan negara mitra yaitu IJEPa (*Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement*). Untuk hasil penelitian ini penulis menggunakan teori keunggulan kompetitif yang berasal dari Michael E. Porter, dimana terdapat *Diamond Model* yang terdiri dari determinan (faktor-faktor yang menentukan) *National Competitive Advantage* (NCA). Empat atribut tersebut yaitu *factor conditions, demand conditions, related and supporting industries, dan firm strategy, structure, and rivalry*. Selain empat faktor sebelumnya ada faktor lainnya yaitu, peran pemerintah dan *chance* yang dikatakan memiliki peran penting dalam menciptakan NCA.

Peran dimaksud, bukan sebagai pemain di industri melainkan melalui kewenangan yang dimiliki memberikan fasilitas, katlis, dan tantangan bagi industri. Pemerintah menganjurkan dan mendorong industri agar mencapai level daya saing tertentu. Hal-hal tersebut dapat dilakukan pemerintah melalui kebijakan insentif berupa subsidi, perpajakan, pendidikan, fokus pada penciptaan dan penguatan *factor*

¹⁷ Ibid.,

conditions, serta menegakan standar industri.

a. Pengurangan Biaya Tarif Bea Cukai

Melalui Framework Agreement ini telah menyepakati dua macam skema penurunan tarif bea masuk dalam rangka IJEPa. Antara lain: (1) skema tarif preferensi umum, skema ini telah menyepakati sekitar 35 persen pos tarif bea masuk Indonesia akan diturunkan menjadi 0% (nol persen). Sedangkan Jepang menurunkan sekitar 80 persen pos tarifnya. (2) Skema Tarif User Specific Duty Free Scheme (USDFS) yang merupakan skema pemberian penetapan tarif bea masuk 0% (nol persen) atas impor bahan baku dari Jepang yang digunakan dalam kegiatan proses produksi oleh industri-industri tertentu yang disepakati termasuk yang bergerak di bidang kendaraan angkut bermotor dan komponen-komponennya. Sebagai kompensasi dari kemitraan yang terbuka ini, Jepang memberikan bantuan dalam kerjasama ekonomi jangka panjang yang terangkum dalam skema Manufacturing Industry Development Center (MIDEC).¹⁸

Menurut Peraturan Presiden Nomor 36 Tahun 2008 tentang pengesahan *agreement between the republic of indonesia and japan for economic partnership* mengenai perjanjian pengurangan dan penghapusan tarif bea masuk IJEPa yang telah disepakati oleh Indonesia dan

¹⁸ BAB IV,

<https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/711/jb-ptunikompp-gdl-ariwigiart-35511-8-babiv.pdf> diakses pada 16 Agustus 2022

Jepang. Jepang akan memangkas hingga 0% tariff impor bagi hampir 90% produk Indonesia. Sebaliknya, 58% pos tariff Indonesia turun menjadi 0% bagi Jepang, dan 35 % lainnya akan turun terhadap selama 3-10 tahun. Total pos tariff Jepang berjumlah 9.250 dan Indonesia memiliki sebanyak 11.163 pos tarif.¹⁹

b. Pembangunan Pabrik di Indonesia

Dengan adanya kerjasama Indonesia-Jepang melalui IJEPA dalam bidang otomotif, Toyota sebagai salah satu pabrikan mobil terbesar Jepang terus melangkah untuk memperkuat industri otomotif Indonesia. Bahkan sebelum adanya IJEPA Indonesia juga telah bekerja sama dengan Toyota dibidang industri otomotif mobil. Toyota Motor Corporation Jepang melakukan merger bersama tiga perusahaan antara lain : (1) PT Multi Astra, yaitu pabrik perakitan yang didirikan pada tahun 1973 (2) PT.Toyota Mobilindo, yaitu pabrik komponen body yang didirikan pada tahun 1976 (3) PT. Toyota Engine Indonesia, yaitu pabrik mesin yang didirikan pada tahun 1982.²⁰

Perkembangan industri kendaraan bermotor di Indonesia terus menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan, dimana pada tahun 2012 produksi kendaraan

bermotor roda empat mencapai lebih dari 1 juta unit atau naik sekitar 20% dibanding tahun 2011. Perkembangan ini diperkirakan terus meningkat seiring dengan makin membaiknya indikator makro ekonomi nasional serta adanya upaya untuk terus meningkatkan kualitas infrastruktur di bidang transportasi. Hal ini disampaikan Menteri Perindustrian Mohamad S. Hidayat dalam sambutannya pada acara Peresmian Pabrik kedua PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia(TMMIN)dan Perayaan Produksi Toyota ETIOS, di Karawang.²¹ Menperin memberikan apresiasi kepada Toyota Motor, Co atas kepercayaannya menjadikan Indonesia sebagai basis produksi Toyota di luar Jepang dengan menanamkan investasi untuk pembangunan pabrik kedua di Karawang dan memproduksi Toyota Etios, yang akan beroperasi dibawah PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN).

TMMIN sebagai salah satu pelaku industri otomotif terbesar di Indonesia saat ini, diharapkan dapat menjadi pelopor dalam pengembangan industri komponen berdaya saing tinggi, serta lebih memberikan perhatian pada peningkatan penguasaan kemampuan

¹⁹ Vahd Mulachela, 2007, “*Mengintip Dapur Raksasa Ekonomi Pertama di Asia*”, Akses, vol. 6.

²⁰ BAB I:
<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab1/2008-2-00543-T1%20bab%201.pdf>
diakses 28 Juli 2022

²¹Menperin resmikan pembangunan pabrik,
<https://kemenperin.go.id/artikel/5823/Menperin-Resmikan-Pembangunan-Pabrik-Kedua-PT.-Toyota-Motor-Manufacturing-Indonesia-di-Karawang> diakses pada 28 Juli 2022

teknologi dalam negeri melalui pengembangan R&D terapan, sehingga pada akhirnya industri kendaraan bermotor roda empat secara utuh dapat dikuasai. Selain itu, pengembangan sumber daya manusia baik di pabrik maupun bengkel-bengkel kendaraan bermotor perlu terus dilakukan agar dapat menghasilkan sumber daya manusia berkualitas, yang pada akhirnya dapat meningkatkan keunggulan kompetitif industri otomotif nasional. Sejalan dengan pertumbuhan pasar dalam negeri yang cukup menggembirakan, selain ekspor *Completely Knocked Down* (CKD) dan komponen, kegiatan ekspor *Completely Built Up* (CBU) kendaraan bermotor roda empat juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

Pengaruh IJEPA Terhadap Hubungan Bilateral Jepang-Indonesia

Setiap negara memiliki kelebihan dan kekurangan sumber daya yang berbeda-beda dan seperti saling melengkapi. Ada banyak sekali hubungan yang dilakukan suatu negara dengan negara lain untuk mendapatkan keuntungan, salah satunya adalah kerjasama antar dua negara yaitu kerjasama bilateral. Masing-masing negara memiliki tujuan dan maksudnya yang melakukan kerjasama tersebut. Salah satunya yaitu hubungan bilateral Indonesia dengan Jepang dalam IJEPA (*Indonesia Japan Economic Partnership Agreement*).

Salah satu tujuan IJEPA adalah untuk mempermudah jalannya perdagangan Indonesia dengan Jepang. Dengan adanya skema tariff IJEPA, diharapkan dapat

mempengaruhi pertumbuhan ekspor dan impor kedua negara. Dalam kerangka skema tariff IJEPA juga terdapat tarif USDF (*User Specific Duty Free Scheme*) yaitu penurunan bea masuk hingga 0% khusus untuk perusahaan Jepang yang berada di Indonesia yang sudah berbadan hukum. Dengan danya skema tariff tersebut juga diharapkan dapat meningkatkan investasi asing Indonesia asal Jepang.

Dalam kegiatan perdagangan tersebut, nilai kurs juga berperan penting dalam membawa arus volume ekspor dan impor Indonesia dengan Jepang. Ketika nilai kurs rupiah terhadap dollar mengalami devaluasi, maka ekspor akan naik dikarenakan harga yang lebih murah di pasaran luar negeri.²² Dengan berlakunya IJEPA ini, yang mana menguntungkan Indonesia dalam membuka peluang pasar dalam kegiatan ekspor karena dapat menempatkan Indonesia sejajar dengan negara pesaing di pasar Jepang. Dengan terjadinya peningkatan dalam ekspor Indonesia ke Jepang setelah mengikuti perjanjian ini memberikan dampak peningkatan pada pendapatan nasional Indonesia sehingga menciptakan pertumbuhan ekonomi yang makin baik bagi Indonesia. Unsur-unsur utama dalam Perjanjian IJEPA ini meliputi beberapa sektor yaitu:²³ (i) *Trade in Goods*; (ii)

²² Racmaniar Dwi Zulfaira, "Dampak Hubungan Bilateral Indonesia dengan Jepang Sebelum dan Sesudah Indonesia Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA)". *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan (JDEP)*: Vol. 2 No. 1, 2019, Hal. 125

²³ Izma Khairanisa Harahap, Astrid Maria Esther, "Dampak Penerapan Indonesia Japan Economic Partnership

Investment; (iii) *Trade in Service*; (iv) *Movement of Natural Persons*; (v) *Intellectual Property Rights*; (vi) *Cooperation*; (vii) *Competition Policy*; (viii) *Energy and Mineral Resources*; (ix) *Government Procurement*; (x) *Custom Procedures*; (xi) *Improvement of Business Environment*; (xii) *Dispute Avoidance and Settlement*. Untuk mengevaluasi dampak IJEPA, perlu dilakukan analisa terhadap perjanjian perdagangan barang IJEPA yang implementasinya telah berjalan lebih dari lima tahun. Penilaian dampak suatu IJEPA perlu dilakukan untuk mengetahui apakah tujuan suatu perdagangan dapat dipenuhi.²⁴

SIMPULAN

Sektor industri otomotif sangat penting bagi negara-negara di dunia karena industri otomotif merupakan salah satu industri yang dapat menopang pendapatan negara-negara yang memproduksinya. Jepang sebagai negara maju di dunia, mengalami perkembangan yang pesat dalam bidang industri. Termasuk di dalamnya industri mobil. Banyak nama perusahaan pembuat mobil Jepang yang sudah sangat terkenal di tingkat internasional, salah satunya *Toyota Motor Corporation*. Pabrik otomotif asal Jepang masih mendominasi pangsa pasar kendaraan bermotor di Indonesia. Lebih dari 90% pasar otomotif nasional dikuasai pabrik asal Negeri Matahari Terbit tersebut.

Jepang menggunakan strategi dari IJEPA dalam

memperluas pasar otomotif di Indonesia dengan teori keunggulan kompetitif dari Michael E. Porter yang mana memiliki *diamond model* sebagai penentu hasil dari penelitian ini. Pengurangan biaya tarif masuk Konsesi tersebut berupa penghapusan atau penurunan tarif bea masuk dalam tiga klasifikasi: *fast-track*, *normal track*, dan pengecualian, dengan memasang rambu-rambu tindakan pengamanan (*emergency and safeguard measures*) untuk mencegah kemungkinan dampak negatifnya terhadap industri domestik. Menurut Peraturan Presiden Nomor 36 Tahun 2008 tentang pengesahan *agreement between the republic of indonesia and japan for economic partnership* mengenai perjanjian pengurangan dan penghapusan tarif bea masuk IJEPA yang telah disepakati oleh Indonesia dan Jepang.

Jepang akan memangkas hingga 0% tarif impor bagi hampir 90% produk Indonesia. Sebaliknya, 58% pos tarif Indonesia turun menjadi 0% bagi Jepang, dan 35% lainnya akan turun terhadap selama 3-10 tahun. Jepang juga melakukan pembangunan pabrik di Indonesia sebagai salah satu strategis dari IJEPA untuk memperluas pasar Toyota di Indonesia.

Sejalan dengan pertumbuhan pasar dalam negeri yang cukup menggembirakan, selain ekspor *Completely Knocked Down* (CKD) dan komponen, kegiatan ekspor *Completely Built Up* (CBU) kendaraan bermotor roda empat juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Pada kesimpulan ini strategi yang digunakan oleh IJEPA untuk memperluas pasar otomotif di

Agreement terhadap Ekspor Indonesia ke Jepang", Media Ekonomi. Vol 23 No. 1, 2015 Hal. 28

²⁴ Ibid, Hal. 29

Indonesia cukup berhasil. Sampai saat ini Toyota telah memiliki banyak cabang pabrik di Indonesia, dan juga perusahaan ini selalu memiliki peringkat paling tinggi dalam penjualan mobil di pasar Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL

- Alikha Novira. 2017."Kerjasama Indonesia-Jepang Bidang Otomotif Melalui Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement". Thesis. (Bandung:Unpad)
- Dharmawan, dkk. 2018. "Kerjasama Indonesia-Jepang Pada Industri Otomotif Dalam Struktur IJEPA Studi Kasus: Low Cost Green Car periode 2013-2017." Thesis. (Jakarta: UPN Veteran)
- Hotasi Reggy Jeremy Muda Silalahi.2021. "Strategi Jepang dalam memperluas pasar industri otomotif mobil di indonesia melau indonesia japan economic partnership agreement (IJEPA) studi kasus: Toyota". Thesis:Universitas sumatera utara.
- Izma Khairinisa Harahap, Astrid Maria Esther, "Dampak Penerapan Indonesia Japan Economic Partnership Agreement terhadap Ekspor Indonesia ke Jepang". Media Ekonomi. Vol. 23 No. 1
- Nadia Ayu Lestari. 2017. "Kerjasama Indonesia-Jepang dalam sektor agribisnis (studi kasus: ekspor kakao Indonesia ke Jepang). Thesis: Universitas Riau
- Nadya Della Surya. 2019. "Kerjasama Indonesia-Jepang Dalam Upaya Capacity Building Pekerja Otomotif Indonesia:Studi Kaus PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia (PT.TMIN). Thesis: UPN.
- Putri, Sindy Yulia. "Diplomasi Komersial Jepang Ke Indonesia Melalui Perusahaan Multinasional Jepang Di Indonesia." Jurnal PIR : Power in International Relations 4, no. 2 (2020): 151.
- Pramudiant, A. 2016. "Dari Kyoto Protocol 1997 Ke Paris Agreement 2015: Dinamika Diplomasi Perubahan Iklim Global Dan Asean Menuju 2020 ." Jurnal Politik Internasional
- Racmaniar Dwi Zulfaira. 2019. " Dampak Hubungan Bilateral Indonesia dengan Jepang Sebelum dan Sesudah Indonesia Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA). Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan (JDEP). Vol. 2 No. 1
- Ramadhita Lestari. 2016. "Diplomasi Indonesia dalam menyelesaikan sengketa FIR (Flight Information Region) di atas Kepulauan Natuna dengan Singapura". Thesis.
- Rini Susanti. 2007. "Fungsi Teori dalam Penelitian Kuantitatif". Jurnal Teknodik. Vol. 11 No. 20
- Seniwati dkk. 2021. "Kerjasama Indonesia dan Jepang". Journal of International Affair. Vol. 1 No 2
- Sulfitri Hs Mudrieq, S.ip, MA, "Implementasi Indonesia

- Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) Di Indonesia Dalam Bidang Otomotif (Kasus: Toyota di Indonesia)". Hubungan Internasional, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: Universitas Tadulako.
- Yunisa, Dwiranda. 2018. "Analisis Kebijakan Luar Negeri Jepang Terhadap Republik Korea Terkait Agreement 28 Desember 2015 Mengenai Isu Comfort Women". Thesis (Diploma); Universitas Andalas.
- Yusron Avivi&Muhnizar Siagian. 2020. "Kepentingan Indonesia dalam kerja sama bilateral dengan Jepang studi kasus: Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA)". Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Vol. 3 No. 1.
- Vahd Mulachela. Mengintip Dapur Raksasa Ekonomi Pertama di Asia. Akses, vol. 6. 2007
- BUKU:**
- Abdul Irsan. 2005. Politik Domestik Global dan Regional. Makasar: Hassanudin University press.
- al, Achdiat Atmawanata et. 2008. Kajian Capacity Building Industri Manufaktur Melalui Implementasi MIDEC-IJEPA. Jakarta: Kementerian Perdagangan
- Dugis, Vinsensio. 2016. Teori Hubungan Internasional Perspektif-Perspektif Klasik. Jawa Timur: Cakra Studi Global Strategis.
- Jajat Kristanto. 2011. Manajemen Pemasaran Internasional Sebuah Pendekatan Strategi. Jakart: Erlangga.
- Kauppi, Paul R. Viotti dan Mark V. 2006. Internatioanl Relations and World Politics Security, Economy, Identity. New Jersey: Pearson.
- K. J Holsti. 1988. Politik Internasional Kerangka Untuk Analisis, Terj. M. Tahir Azhary, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mohtar Mas'oe. 1994. Ilmu Hubungan Internasional Displin dan Metodologi. Jakarta: Pt Pustaka LP3ES Indoensia.
- S. Dam dan Riswandi. 1995. Kerja sama ASEAN, Latar Belakang, Perkembangan, dan Masa Depan, Ghalia Jakarta:Indonesia.
- Setiawan dkk. 2011. Perdagangan Internasional, Yogyakarta: Pustaka Nusantara
- Sitepu, P. Anthonius. 2011. Studi Hubungan Internasional. Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Vinsensio Dugis. 2016. Teori Hubungan Internasional Perspektif-Perspektif Klasik. Surabaya: Cakra Studi Global Strategis
- MEDIA LAIN :**
- Anjani, Anatasia. 2021. Detik.com. Maret 16. Accessed April 8, 2021. <https://www.detik.com/edu/d>

- etikpedia/d-5496237/mengenal-perdagangan-internasional-manfaat-faktor-pendorong-dan-teorinya.
- BAB I : <http://repository.unpas.ac.id/43526/2/BAB%201.pdf> di akses pada 7 Juli 2022
- BAB III : <https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/711/jbptunikompp-gdl-ariwigiart-35511-7-babiii.pdf> diakses pada tanggal 3 Juli 2022
- BAB III Strategi Toyota Melalui IJEPA: <https://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/45363/170906068.pdf?sequence=1&isAllowed=y> diakses pada 16 Juni 2022
- Economy & Industry pada <https://www.gaikindo.or.id/sejarah-industri-otomotif-berdirinya-toyota-dan-bagaimana-ia-masuk-indonesia/> di akses pada 11 November 2021
- Ekonomi dan Industri, https://www.id.emb-japan.go.jp/expljp_15.html, diakses pada tanggal 25 Maret 2022
- GIIAS 2019: Proyeksi Mobil Hybrid Toyota Di Indonesia, <https://www.carmudi.co.id/journal/proyeksi-mobil-hybrid-indonesia/> di akses pada tanggal 23 Febuari 2022
- Hubungan bilateral Indonesia-Jepang, <http://www.slideshare.net/genokgagah/k-30117551> diakses pada 7 Juni 2022
- Hubungan sosial Indonesia dan Jepang, <http://sedorkun.2014/12/hubungan-sosial-indonesia-dan-jepang.html> diakses pada 5 April 2022
- Indon-pol-chart dalam paper Federasi Australia dan Otonomi Indonesia dikeluarkan oleh radio AustraliaI
- Indonesia's Political System, https://www.abc.net.au/ra/federasi/tema1/indon_pol_chart_e.pdf, diakses pada 29 March 2022
- Industri jadi penopang pertumbuhan ekonEomi 2018, <https://mediaindonesia.com/ekonomi/215390/industri-jadi-penopang-pertumbuhan-ekonomi-2018> , di akses pada 10 April 2022
- Japan-Indonesia relations: Past, present and future, <https://www.thejakartapost.com/academia/2020/10/16/japan-indonesia-relations-past-present-and-future.htm> di akses pada 4 Juli 2022
- JICA. (2018). Indonesia ' s Development and Japan ' s Cooperation : Building the Future Based on Trust. Jakarta, Indonesia. Dari https://www.jica.go.jp/publication/pamph/region/ku57pq00002izqzn-att/indonesia_development_e

- n.pdf di akses pada 4 Juli 2022
- Kasih, D. N. (2018). Japan Foreign Economic Assistance: The Implementation Of Official Development Assistance (Oda) Under Shinzo Abe Administration For Indonesia Infrastructure Development (2014-2016). President University. Retrieved from <http://repository.president.ac.id/handle/123456789/87?show=full>. Hal 33
- Kisah Perusahaan Raksasa: Toyota, Raja Otomotif Jepang dalam <https://www.wartaekonomi.co.id/read300099/kisah-perusahaan-raksasa-toyota-raja-otomotif-jepang> diakses pada 14 November 2021
- Kerjasama Bilateral, <http://www.kemlu.go.id/id/kebijakan/detail-kerjasama-bilateral.aspx?id=56> diakses pada 5 April 2022
- Masa Depan Otomotif Indonesia dalam <https://www.victorindomobil.com/blog/post/masa-depan-otomotif-indonesia> diakses pada 18 November 2021
- Menperin: industri otomotif jadi sektor andalan ekonomi nasional, <https://www.kemenperin.go.id/artikel/22297/Menperin:-Industri-Otomotif-Jadi-Sektor-Andalan-Ekonomi-Nasional> , diakses pada 10 April 2022
- Number of new motor vehicle exports from Japan from 2010 to 2019(in millions) dalam www.statista.com diakses pada 17 November 2021
- Otomotif prioritas hubungan Indonesia-Jepang, <https://www.gaikindo.or.id/otomotif-prioritas-hubungan-indonesia-jepang/> diakses pada 14 June 2022
- Pangsa pasar Toyota, <https://www.toyota.astra.co.id/corporate-information/news-promo/read/pangsa-pasar-toyota-naik-jadi-322-dan-penjualan-mobil-hybrid-naik-tajam-di-tahun-2019> , di akses pada 4 Juli 2022
- Pasar mobil di 2017, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180116180623-384-269372/pasar-mobil-di-2017-capai-108-juta-unit> di akses pada 4 Juli 2022
- Pengertian Ekspor, <https://www.cnbcindonesia.com/mymoney/20220511125907-72-338113/mengenal-apa-itulah-ekspor-impor-pengertian-tujuan-contohnya> di akses pada 25 Mei 2022
- Pemerintah, https://www.id.emb-japan.go.jp/expljp_13.html#:~:text=Jepang%20menganut%20sistem%20pemerintahan%20parlementer,dan%20memimpin%20kabinet%20menteri%20negara. Diakses pada tanggal 19 Maret 2022

- Penjualan Mobil Domestik 2018-2019 dalam www.otomotif.bisnis.com diakses pada 17 November 2021
- Perjalanan dan Sejarah Toyota di Indonesia, <https://cintamobil.com/pengetahuan/perjalanan-dan-sejarah-toyota-di-indonesia-aid10902> , diakses pada 3 April 2022
- Political SystemI, <https://jakarta.embassy.qa/en/indonesia/political-system>, diakses pada 29 March 2022
- Profil Negara Indonesia, <https://perpustakaan.id/profil-negara-indonesia/>, diakses pada tanggal 25 Maret 2022
- Profil negara Jepang, <https://docplayer.info/71946628-Profil-negara-jepang.html> diakses pada tanggal 23 Maret 2022
- PT Toyota Astra Motor, <https://m.merdeka.com/pt-toyota-astra-motor/profil> , Diakses pada 10 April 2022
- Putri, Arum Sutrisni. 2019. Kompas.com. Desember 19. Accessed April 8, 2021. <https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/19/180000269/bentuk-kerja-sama-internasional-bilateral-regional-multilateral?page=all>.
- Sejarah Industri Otomotif, Berdirinya Toyota dan Bagaimana Ia Masuk Indonesia, <https://www.gaikindo.or.id/sejarah-industri-otomotif-berdirinya-toyota-dan-bagaimana-ia-masuk-indonesia/#:~:text=Toyota%20adalah%20salah%20satu%20produsen,jahit%20pada%20awal%201900%20Dan.> Di akses pada Tanggal 23 Febuari 2022
- Sigit Setiawan, <https://fiskal.kemenkeu.go.id/kajian/2014/02/06/144826395532025-analisis-dampak-ijepa-terhadap-indonesia-dan-jepang> diakses pada 13 June 2022
- Tingkat Analisa dalam Hubungan Internasional dalam <https://reviewnesia.com/tingkat-analisa/> diakses pada 14 November 2021
- Toyota Indonesia dalam <https://www.toyota.co.id/corporate> diakses pada 18 November 2021
- Toyota Motor Corporation, <https://www.britannica.com/topic/Toyota-Motor-Corporation> , di akses pada 3 April 2022
- Toyota Hybrid System, <https://www.toyota.astra.co.id/corporate-information/toyota-lets-go-beyond> di akses pada Tanggal 23 Febuari 2022

