

Dominasi Ekonomi Jepang Terhadap Indonesia dalam Perdagangan Elektronik Indonesia

Ucu Juan Nurhidayat
Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta
ucunurhidayat@gmail.com

Abstract

Ties of cooperation between Indonesia and Japan have established more than half a century . Along the way , Japan has played a role in encouraging the economic development of Indonesia . The author discusses the economic dominance of Japan against Indonesia in Electronics Sector .

As we know that the Japanese economic dominance in the electronics sector Indonesia was caused by the absorption of Indonesian electronics market is so big on electronics from Japan , the Indonesian government issued a regulation of import substitution policies , enactment of liberal economic policies through agreements such as the WTO , in addition to the confidence Indonesia society against the Japanese electronics so great because they are relatively affordable and good quality . Making Japanese electronics goods spread in Indonesia so it causes in cooperation between Indonesia and Japan carried more favorable to the Japanese rather than Indonesian .

In looking at this issue of national importance is the basis for cooperation between Indonesia and Japan , because basically between Indonesia and Japan 's economic cooperation with a view to the welfare of society , although in fact the same work in the country of Japan is more profitable than the country of Indonesia .

This is possible because, according to David Ricardo in the theory that free trade , technological mastery and hard work into success factors of a country . For a country that controls the technology will increasingly benefit from free trade , while only relying on the country 's natural wealth will be lost in international competition .

With that condition more clearly that Japan is more advantaged than Indonesia

Key Words: *Domination, electronic Trade, National Interes*

Abstrak

Hubungan kerjasama antara Indonesia dan Jepang telah terjalin lebih dari setengah abad. Selama itu pula, Jepang telah turut berperan dalam mendorong pembangunan ekonomi Indonesia. Penulis membahas mengenai Dominasi Ekonomi Jepang terhadap Indonesia Dalam Sektor Elektronik.

Seperti kita ketahui bahwa dominasi ekonomi Jepang dalam sektor elektronik Indonesia itu disebabkan oleh daya serap pasar elektronik Indonesia begitu besar terhadap elektronik dari Jepang, regulasi pemerintah Indonesia yang mengeluarkan kebijakan substitusi

impor, diberlakukannya kebijakan-kebijakan ekonomi liberal melalui kesepakatan seperti WTO, di samping itu kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap elektronik Jepang begitu besar karena harganya relatif terjangkau dan kualitasnya bagus. Sehingga menjadikan barang-barang elektronik Jepang begitu menyebar di Indonesia hal itu menyebabkan kerja sama yang di laksanakan antara Indonesia dengan Jepang lebih menguntungkan kepada pihak Jepang daripada Indonesia.

Dalam melihat masalah ini kepentingan nasional menjadi dasar bagi hubungan kerja sama antara Indonesia Jepang, karena pada dasarnya antara Indonesia dan Jepang melakukan kerja sama ekonomi itu dengan tujuan untuk mensejahterakan masyarakatnya, walaupun pada kenyataannya dalam kerja sama ini negara Jepang lebih diuntungkan daripada negara Indonesia.

Hal itu dimungkinkan karena menurut David Ricardo dalam teori perdagangan bebas bahwa, penguasaan teknologi dan kerja keras menjadi faktor keberhasilan suatu negara. Bagi suatu negara yang menguasai teknologi akan semakin diuntungkan dengan adanya perdagangan bebas ini, sedangkan negara yang hanya mengandalkan kepada kekayaan alam akan kalah dalam persaingan internasional.

Dengan kondisi itu lebih jelas bahwa Jepang lebih diuntungkan ketimbang Indonesia.

Kata Kunci: *Dominasi, Perdagangan Elektronik, Kepentingan Nasional.*

Latar Belakang Masalah

Liberalisasi melalui rangkaian kerjasama bilateral maupun regional merupakan kondisi yang tidak dapat dihindari lagi. Tingginya kuantitas perjanjian liberalisasi memberikan indikasi setiap negara sangat tergantung dengan negara tetangganya baik di tingkat bilateral maupun regional. Konsep kerjasama regional tersebut diwujudkan dengan serangkaian perjanjian liberalisasi perdagangan bilateral maupun regional. Bentuk kerjasama liberalisasi perdagangan bilateral antara lain Indonesia – Jepang.

Hubungan kerjasama di bidang ekonomi antara Jepang dan Indonesia telah terjalin lebih dari setengah abad. Selama itu pula, Jepang telah turut berperan dalam mendorong pembangunan ekonomi Indonesia. Peran Jepang dalam perekonomian Indonesia dapat ditinjau dari tiga aspek, meliputi sektor perdagangan, investasi, dan kerjasama ekonomi

Dalam perdagangan internasional, Jepang merupakan negara mitra dagang terbesar dalam hal ekspor-impor Indonesia. Pada periode 2006-2010, ekspor Indonesia memiliki tren yang meningkat, sementara impor Indonesia dari Jepang juga meningkat

di tingkat yang lebih tinggi. Neraca perdagangan Indonesia-Jepang juga terus mengalami surplus walaupun trennya cenderung menurun akibat peningkatan impor lebih besar dari peningkatan ekspor. Komoditas yang diperdagangkan antara kedua negara juga beragam, sesuai dengan keunggulan komparatif dan daya saing kedua negara. Jepang mengimpor komoditas, seperti minyak bumi, gas alam cair, batubara, hasil tambang, udang, pulp, tekstil dan produk tekstil, mesin, perlengkapan listrik, dan lain-lain. Sedangkan, Indonesia sendiri mengimpor mesin- mesin dan suku cadang (*spare parts*), produk plastik dan kimia, baja, perlengkapan listrik, suku cadang elektronik, mesin alat transportasi, dan suku cadang mobil.

Di sisi investasi, peran Jepang dalam perekonomian Indonesia tidak kalah penting. Walaupun sempat mengalami penurunan kuantitas investasi saat terjadinya krisis ekonomi

yang melanda Asia di tahun 1997, Jepang masih menjadi salah satu negara terpenting di antara negara-negara lain yang melakukan investasi di Indonesia. Sejak tahun 1967 hingga 2007. Jetro menyatakan:

Bahwa jumlah penanaman modal langsung Jepang di Indonesia menempati peringkat pertama dengan angka 11,5% secara keseluruhan. Banyak perusahaan Jepang yang membuka cabang dan beroperasi di Indonesia terdapat kurang lebih 1000 perusahaan.¹

Terkait dengan adanya kerjasama pemerintah Indonesia dan Jepang dalam bidang perekonomian yang tertuang pada “*Indonesia Japan Economic Partnership Agreement* – (IJEPA) yaitu:

Kerjasama ekonomi yang dilandasi oleh tiga pilar: liberalisasi pasar, fasilitasi dan kerjasama dalam rangka industrial capacity building, salah satu kegiatan utama yang diprioritaskan oleh Departemen perindustrian adalah implementasi manufacturing Industry Development center (MIDEDEC).²

Dalam penelitian yang dilakukan oleh para peneliti dari kedua negara terdapat indikasi yang menunjukkan bahwa EPA antara Jepang dan Indonesia akan sangat menguntungkan kedua negara. Sebelum dirundingkan, kedua Negara melakukan studi

¹ Budiono, *Peran Jepang Dalam Perekonomian Indonesia*, http://www.id.EmbJapan.go.jp/birelEco_id.html, diakses tanggal 20 Juli 2012 pukul 09.00 WIB

² chdiat Atmawinata, dkk, *Kedalaman Struktur Industri Yang Mempunyai Daya Saing di Pasar Global*. Jakarta, MIDEDEC-IJEPA, 2008, hal. 5

bersama untuk meneliti prospek dari hubungan bilateral kedua negara melalui IJEPA.

Berdasarkan laporan dari para peneliti yang sudah melakukan penelitian tentang peluang kerjasama EPA antara kedua negara. Pada akhirnya kedua pemimpin negara tersebut sepakat untuk segera memasuki tahap negosiasi untuk melaksanakan kerjasama IJEPA, dan kemudian IJEPA resmi dilaksanakan di tahun 2007.³

Berdasarkan uraian-uraian dalam latar belakang masalah, maka yang menjadi rumusan masalah penulisan skripsi ini adalah;

1. Bagaimana dominasi ekonomi Jepang terhadap Indonesia dalam bidang perdagangan elektronik?
2. Bagaimana dampak positif dan negatif penguasaan perdagangan elektronik Jepang di Indonesia?
3. Bagaimana daya saing industri elektronik Indonesia dan Jepang di pasar Indonesia?

Kerangka Teori

Teori Kepentingan Nasional

Munculnya kerja sama dua negara atau lebih ditimbulkan oleh adanya kepentingan yang sama dari masing-masing negara tersebut yaitu untuk mensejahterakan masyarakatnya dalam hal ekonomi seperti yang diungkapkan Gary M. Shiffman:

Bahwa ekonomi merupakan salah satu instrumen politik dan bagian dari kebijakan keamanan. Setiap negara akan berpikir bagaimana instrumen ekonomi dapat menjamin maksimalnya hasil yang ingin dicapai sebuah negara.⁴

Biasanya dalam hal ini akan melakukan kerjasama dengan negara lain dengan harapan bahwa sebuah negara akan memaksimalkan keuntungan dari hasil kerjasama tersebut.

Di dalam teori ekonomi politik internasional terdapat tiga paradigma besar yang dikelompokkan berdasarkan salah satunya adalah paradigma Realis-merkantilisme. Realistis merkantilisme berasumsi bahwa:

kehidupan internasional adalah konfliktual dengan power sebagai wasit utama dari

³ <http://www.mofa.go.jp/policy/economy/fta/indonesia.html> "Japan-Indonesia Economic Partnership Agreement Joint Study Group Report", diakses pada 10 Juni 2012, pukul 10.00 WIB

⁴ Garry M. Shiffman, *Economic Instrument of Security Policy; Influencing Choices of Leaders*, 2006, h. 35

politik dan distribusi sumber-sumber power nasional menentukan pola hubungan antara negara yang saling bersaing dalam sistem inter-state yang anarki.⁵

Dalam hal ini negara sebagai unit analisa primer yang diasumsikan merefleksikan kesatuan kepentingan dari setiap anggota masyarakat di negara itu. Menurut perspektif ini, sistem internasional negara-negara senantiasa berada di tepi anarki dan kepentingan negara yang satu dengan yang lainnya bersifat konfliktual, sehingga menciptakan kompetisi satu sama lain atas sumber daya yang terbatas.⁶

Dalam fokusnya pada negara-bangsa, berasumsi bahwa kepentingan nasional itu dan dapat didefinisikan.⁷ Untuk mendefinisikan kepentingan nasional suatu negara, beberapa kriteria dapat digunakan seperti,

1. kriteria ekonomi: berbagai kebijakan ekonomi untuk meningkatkan posisi ekonomi negara dianggap sebagai kepentingan nasional. Misalnya memperbaiki neraca perdagangan, memperkuat basis industri, menjamin akses terhadap minyak, gas dan energi lain;
2. kriteria ideologi: mempengaruhi negara untuk mengadopsi cara-cara tertentu untuk melihat dunia dan melihat kepentingan nasionalnya;
3. akumulasi power; melalui peningkatan kekuatan ekonomi, promosi ideology, meningkatkan kapabilitas militer;
4. keamanan militer, pada intinya, kepentingan suatu negara ada pada upaya untuk mempertahankan keberlangsungan hidup (*survival*) bangsa dan keamanan nasional.⁸ Dengan mengasumsikan bahwa kepentingan negara adalah sebisa mungkin memenuhi kebutuhannya sendiri (*self-sufficient*) salah satunya dalam hal ekonomi.⁹ Sebagai mana yang dilakukan oleh Jepang terhadap Indonesia.

Teori Perdagangan Internasional

⁵ Stephen Gill dan David Law, *Perspectiv, Problems and Policies*, Baltimore: The John Hopkins University Press, 1988, hal. 26

⁶ David Balaam, *op.cit.*, hal. 26.

⁷ *Ibid.*

⁸ Daniel S. Papp, *Contemporary International Relations: Framework for Understanding*, US: Macmillan College, 1994, hal. 46

⁹ Stephen Gill dan David Law, *op.cit.*, hal. 27

Perdagangan Internasional dapat diartikan sebagai transaksi dagang antara subyek ekonomi negara yang satu dengan subyek ekonomi negara yang lain, baik mengenai barang ataupun jasa-jasa. Adapun subyek ekonomi yang dimaksud adalah penduduk yang terdiri dari warga negara biasa, perusahaan ekspor, perusahaan impor, perusahaan industri, perusahaan negara ataupun departemen pemerintah yang dapat dilihat dari neraca perdagangan.

Perdagangan atau pertukaran dapat diartikan sebagai proses tukar menukar yang didasarkan atas kehendak sukarela dari masing-masing pihak. Masing-masing pihak harus mempunyai kebebasan untuk menentukan untung rugi dari pertukaran tersebut, dari sudut kepentingan masing-masing dan kemudian menentukan apakah ia mau melakukan pertukaran atau tidak. Pada dasarnya ada beberapa teori yang menerangkan tentang timbulnya perdagangan internasional.¹⁰

a. Merkantilis

Para penganut merkantilisme mengatakan bahwa:

satu-satunya cara bagi suatu negara untuk menjadi kaya dan kuat adalah dengan melakukan sebanyak mungkin ekspor dan sedikit mungkin impor. Surplus ekspor yang dihasilkannya selanjutnya akan dibentuk dalam aliran emas lantakan, atau logam-logam mulia, khususnya emas dan perak. Semakin banyak emas dan perak yang dimiliki oleh suatu negara maka semakin kaya dan kuatlah negara tersebut.¹¹

Dalam hal ini pemerintah harus menggunakan seluruh kekuatannya untuk mendorong ekspor, dan mengurangi serta membatasi impor, khususnya impor barang-barang mewah. Akan halnya bagi Indonesia dan Jepang yang sama-sama mengutamakan surplus ekspor.

Adam Smith berpendapat bahwa sumber tunggal pendapatan adalah produksi hasil tenaga kerja serta sumber daya ekonomi. Dalam hal ini Adam Smith sependapat dengan doktrin merkantilis yang menyatakan bahwa kekayaan suatu negara dicapai dari surplus ekspor. Kekayaan akan bertambah sesuai dengan skill, serta efisiensi dengan tenaga kerja yang digunakan dan sesuai dengan persentase penduduk yang melakukan pekerjaan tersebut. Menurut Smith suatu

¹⁰ Tumpel, Rumapea. *Kamus Lengkap Perdagangan Internasional*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka 2000

¹¹ Hady Hamdy, *Ekonomi Internasional*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2004, hal. 25

negara akan mengeksport barang tertentu karena negara tersebut bisa menghasilkan barang dengan biaya yang secara mutlak lebih murah dari pada negara lain, yaitu karena memiliki keunggulan mutlak dalam produksi barang tersebut. Adapun keunggulan mutlak menurut Adam Smith merupakan kemampuan suatu negara untuk menghasilkan suatu barang dan jasa per unit dengan menggunakan sumber daya yang lebih sedikit dibanding kemampuan negara-negara lain.¹²

Dominasi Ekonomi Jepang Terhadap Indonesia dalam Perdagangan Elektronik

Daya Serap Pasar Elektronik Indonesia

Wilayah Indonesia terdiri dari 13.000 pulau-pulau lebih yang tersebar dalam area seluas 3.000 mil dari Barat hingga ke Timur, dan sekitar 2.000 mil dari Utara hingga ke Selatan.

Letak Indonesia yang berada di belahan selatan bumi yang diapit dua samudera besar, yaitu Samudera Hindia di sebelah Barat dan Samudera Pasifik di sebelah Timur, menjadikan posisi Indonesia sangat strategis dan penting dalam jalur perdagangan dan pelayaran internasional yang melewati wilayah Indonesia ini.

Sebagai negara berkembang dengan jumlah penduduk lebih dari 200 juta jiwa, Indonesia merupakan ladang yang subur bagi perkembangan industri elektronik. Dengan daya serap yang besar akan menciptakan pasar yang baru bagi industri elektronik dalam memasarkan produknya, yang pada akhirnya memicu industri elektronik untuk memperluas kapasitas pabriknya.

Menurut Maringka, *Growth From Knowledge* (GfK) Indonesia, sebuah lembaga riset produk elektronik, mencatat, nilai pasar dari 40 tipe produk elektronik di Indonesia sepanjang 2012 mencapai Rp 83 triliun atau naik 17% dari 2010. Secara umum, konsumen mulai mengubah pola konsumsi (lebih mempertimbangkan kualitas) pada saat *income* per kapita mencapai US\$ 3.000.

¹² *Ibid*

Ketua ekonomi marketer club Iffan Suryanto menilai, beberapa faktor akan menunjang prospek positif untuk pertumbuhan pasar elektronik pada 2012. Pertumbuhan ekonomi Indonesia akan lebih bagus dibandingkan 2011, mata uang rupiah terus menguat terhadap dolar AS, dan inflasi masih terukur kurang lebih 6%.¹³

Dari pernyataan di atas, menunjukkan bahwa pasar elektronik di Indonesia diprediksi akan tumbuh 25 persen, menyusul krisis global yang melanda Amerika dan Eropa. Produsen elektronik di Jepang dan Korea Selatan mulai merubah tujuan ekspornya ke negara-negara Asia.

Menurut Andy, pertumbuhan pasar elektronik di Indonesia pada semester I tahun 2011 mencapai 21 persen. Sementara pada semester II pertumbuhan diprediksi naik hingga 25 persen.¹⁴

Praktisi bisnis ritel elektronik, Gouw Andy Siswanto mengatakan bahwa:

krisis ekonomi membuat konstelasi pasar elektronik dunia berubah. Raksasa industri elektronik seperti Jepang dan Korea Selatan mulai mengalihkan pasar ke Indonesia, India dan China. Pertumbuhan ekonomi ketiga negara ini dinilai stabil selama krisis global berlangsung. Selain itu jumlah penduduk tiga negara ini tergolong besar. "Merek-merek terkenal Jepang dan Korea Selatan terus meningkatkan investasi dan kapasitas produksi, baik untuk pasar domestik maupun ekspor".¹⁵

Pertumbuhan industri elektronik di Indonesia khususnya pasar elektronik terjadi karena beberapa faktor yaitu kestabilan politik, nilai tukar rupiah terhadap valuta asing yang stabil sehingga sangat mendukung kegiatan ekspor impor.

Dari paparan di atas menunjukkan bahwa factor kestabilan politik, nilai tukar rupiah stabil merupakan factor-faktor pertumbuhan pasar elektronik, sehingga daya serap pasar terhadap industri elektronik sangatlah besar. Dengan adanya daya serap yang besar akan menciptakan pasar yang baru bagi industri elektronik dalam memasarkan produknya dan memicu industri elektronik untuk memperbesar kapasitas produksinya.

¹³ *Op.cit.*

¹⁴ <http://suaramerdeka.com/v1/index.php/read/cetak/2011/10/27/164187/Pasar-Elektronik-Tumbuh-25-Persen>, diakses tanggal 5 Mei 21013, pukul 19.00

¹⁵ *Ibid.*

Daya serap pasar elektronik di Indonesia dapat dilihat dari data statistik berikut ini :

Tabel 1.
Data Statistik Daya Serap Pasar Elektronik Di
Indonesia (Dalam Triliunan Rupiah)

| Perusahaan | Tahu | | | |
|---|------|------|------|------|
| | n | | | |
| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| PT. LG Elektronik Indonesia | 1,3 | 1,8 | 3,6 | 5,2 |
| PT. Samsung Elektronik | 0,8 | 1,82 | 4,1 | 5 |
| PT. Panasonic Gobel Indonesia | 4 | 4,2 | 5,28 | 10 |
| PT. Toshiba Visual Media | 1,1 | 0,9 | 2,2 | 2,5 |
| PT. Sharp Electronik Indonesia | 2,3 | 2,9 | 4,8 | 5.5 |
| PT. Hartono Istana Teknologi (Polytron) | 0,8 | 1,92 | 1,94 | 5,2 |
| PT. Sanyo Sales Indonesia | 1,2 | 2 | 2,1 | 2,6 |
| PT. Maspion Group | 1,9 | 2,5 | 2,6 | 4,2 |
| PT. Istana Argo Kencana (Sanken) | 0,1 | 0,17 | 0,2 | 0,25 |

| | | | | |
|------------------------------------|---|---|-----|-----|
| PT. Media Electronics Indonesia | - | - | 0,1 | 0,2 |
|------------------------------------|---|---|-----|-----|

Maka dapat disimpulkan, dengan adanya angka penjualan yang semakin meningkat per tahunnya menunjukkan adanya tingkat penyerapan pasar yang cukup tinggi terhadap elektronik, khususnya elektronik buatan Jepang pada urutan kesatu, diikuti Korea pada urutan kedua, dan China pada urutan ketiga serta Indonesia di urutan keempat.¹⁶

Regulasi Pemerintah Mengenai Elektronik Indonesia

Saat itu semua kebutuhan barang elektronik harus diimpor. Sehingga, tahun 1950-an sudah terbentuk Persatuan Pedagang Radio Indonesia (PPRI). Selain dari hasil produksi Phillips di Bandung dan Surabaya, kebutuhan radio masih diimpor. Pemerintah menyadari bahwa kondisi ini tidak menguntungkan. Indonesia harus mengeluarkan devisa begitu banyak untuk mengimpor produk elektronik. Sebetulnya, kondisi ini tidak hanya berkaitan dengan bidang elektronik, tapi juga dengan bidang lain. Sehingga, waktu itu pemerintah mengeluarkan kebijakan substitusi impor.

Kebijakan pemerintah tersebut disambut baik oleh masyarakat industri elektronik. Puluhan perusahaan bermunculan sejak tahun 1970. Mereka ini boleh dibilang pioner dalam dunia elektronik. Dengan rangsangan yang diberikan terhadap PMA (Penanaman Modal Asing), munculah beberapa perusahaan patungan dengan merek-merek terkenal dari Jepang, seperti National dan Sanyo.

Munculnya perusahaan-perusahaan tersebut telah mengurangi ketergantungan Indonesia terhadap barang impor. Untuk memperkuat posisi perusahaan-perusahaan tadi, pemerintah mengeluarkan kebijakan larangan impor. Pada awal tahun 1970-an impor televisi dan radio dalam keadaan CBU (*Completely Built Up*) dilarang. Dan, di samping itu, ketentuan CKD (*Completely Knocked Down*) diatur dengan tarif lebih

¹⁶ Binsar Tobing, *Pasar Elektronik*, Majalah Marketing, edisi Mei 2012, hal. 1

rendah dari part untuk merangsang industri perakitan.

Dengan demikian, industri elektronik Indonesia merupakan industri perakitan yang mempunyai kapabilitas produksi dengan modifikasi sederhana. Hanya beberapa perusahaan yang memiliki kapasitas modifikasi mendasar (*major change capability*) dan kemampuan rekayasa atau desain.

Babak baru perkembangan industri elektronika dimulai tahun 1985. Diawali dengan berbagai deregulasi yang dilancarkan pemerintah. Para investor dari Jepang, Korea dan Taiwan mulai berdatangan terutama dalam bentuk relokasi. Produk-produk bermerek Korea dan Taiwan seperti Samsung, Goldstar dan sebagainya mulai menghiasi lembaran elektronik Indonesia. Sejak pertengahan tahun 1980-an pemerintah mulai dengan gebrakan deregulasinya untuk menggalakkan ekspor non migas, karena penerimaan dari ekspor migas tidak bisa diandalkan lagi. Deregulasi sektor elektronik dalam Paket Mei 1990 ternyata memacu perkembangan industri elektronik. Dengan deregulasi tersebut, semua barang elektronik dapat diimpor oleh importir umum. Tarif impor untuk produk akhir juga diturunkan dari 20-60% menjadi 20-40%. Juga, tarif terhadap komponen diturunkan menjadi 0-5%. Berkat berbagai deregulasi untuk mendorong ekspor non migas tadi, ekspor elektronik pun mulai meningkat. Eskpor dimulai dengan beberapa *consumer electronics*, seperti radio, tape recorder, dan radio combination yang diproduksi perusahaan patungan. Perusahaan domestik juga mulai mengekspor.

Hasil dari *recovery* ekonomi nasional plus Paket Mei 1990 nampak signifikan. Pertumbuhan produksi elektronik 1990-1992 mencapai 65% per tahun. Tingkat pertumbuhan 1987-1989 baru mencapai 36.4%. Yang tidak berubah adalah pangsa produksi yang masih didominasi consumer electronics. Tapi kebijakan ini toh ternyata tidak berdaya terhadap barang elektronik selundupan. Barang selundupan ini masih berseliweran di pasar lokal. Buat konsumen tidak jadi masalah, karena barang selundupan tersebut dijual dengan harga murah. Tapi, bagi industri elektronik lokal, produk haram tersebut justru merupakan pesaing berat.

Bahkan, produk lokal kalah bersaing. Apalagi setelah diberlakukannya PPn BM

(Pajak Penjualan Barang Mewah) yang dikenakan atas produk elektronik.

Kebijakan itu mengakibatkan harga produk terpaksa harus dinaikkan 10-30%. Di samping itu, ada perbedaan perlakuan antara produsen dengan importir produk elektronik. Produsen harus membayar PPn BM 10-30% ditambah PPN 10%, sedangkan importir tidak perlu membayar.

Angka ekspor yang meningkat ini ternyata belum dapat membuat kita berbangga. Dibandingkan dengan negara ASEAN lain, angka ekspor kita ternyata masih kecil. Data tahun 1994 menunjukkan bahwa nilai ekspor elektronik Malaysia mencapai sekitar US\$ 18 miliar, Singapura sebesar US\$ 30 miliar, Thailand mencapai US\$ 8,5 miliar. Sementara Filipina sudah mampu mendapat US\$ 2,5 miliar dari ekspor elektroniknya tahun 1993. Walaupun demikian, dunia elektronika kita semakin marak setelah dibukanya keran PMA 100% melalui Peraturan Pemerintah No. 20 Tahun 1993.¹⁷ Kini ruang gerak mereka lebih leluasa. Persyaratan yang mengharuskan mereka mencari partner lokal tidak menjadi kendala lagi. Hasilnya mulai kelihatan. Beberapa merek terkenal yang dahulu dikembangkan melalui perusahaan patungan di Indonesia, kini pihak prinsipalnya mulai beroperasi dengan status PMA murni.

Lalu, perusahaan elektronik nasional yang dulu tumbuh mekar tahun 1970-an, ternyata beberapa di antaranya sudah tidak beroperasi lagi. Sementara yang lain masih hidup di tengah gelombang persaingan yang sangat ketat.

Penguasaan Pasar Elektronik Jepang di Indonesia

Membanjirnya perusahaan elektronik asing di Indonesia membuat iklim persaingan bisnis semakin memanas. Tidak sedikit perusahaan lokal dikerdilkan oleh kedigdayaan perusahaan non pribumi. Adapun penyebab dominasi perusahaan asing di Indonesia adalah :

1. Karena pemberlakuan kebijakan ekonomi liberal melalui beberapa kesepakatan seperti; WTO, ACFTA dan ASEAN *Economy Community*.

Kesepakatan tersebut akan memberikan dua dampak. Satu sisi akan menarik banyak investor, tapi di sisi lain justru akan menggerus bisnis domestik, khususnya

¹⁷ Gabungan Elektronika Indonesia

para pengusaha kecil dan menengah. Misalnya, masuknya barang-barang elektronik dari Cina, kedai/toko *convience store* asing, produk tekstil serta manufaktur.

2. Penyebab kedua karena ketidaksiapan pemerintah dalam menghadapi liberalisasi ekonomi. Jika liberalisasi ekonomi tetap dilakoni tanpa adanya perbaikan regulasi, kerugian negara akan semakin besar, baik yang terlihat maupun yang tidak. Indonesia hanya akan dijadikan sebagai pasar dan penonton dalam banyak industri. Kondisi seperti itu sudah bisa terlihat di beberapa sector.¹⁸

Oleh sebab itu untuk lepas dari dominasi produk elektronik Jepang, beberapa langkah perlu dilakukan. Pemerintah harus melindungi pasar domestik serta memberdayakan pedagang dalam negeri, agar produk lokal mampu bersaing dengan asing.

Hubungan Perdagangan antara Indonesia – Jepang

Jepang adalah donor bilateral terbesar Indonesia, sebaliknya Indonesia juga merupakan resipien terbesar dari bantuan Jepang. Jepang mengutamakan Indonesia karena ikatan ekonomi antara Jepang dan Indonesia sangat penting. Indonesia adalah resipien kedua terbesar di dunia pada masalah *Foreign Direct Investment* (FDI) Jepang setelah Amerika Serikat. Investasi keseluruhan Jepang di Indonesia untuk sektor non-minyak pada periode tahun 1967 – 1990 sebesar 7,9 miliar dollar, sedang Amerika Serikat hanya 2 miliar dollar di bawah Hongkong

Motif dari investasi Jepang ke Indonesia adalah naiknya upah buruh di Jepang sehingga memaksa perusahaan Jepang untuk melebarkan sayapnya dan menginvestasikan uangnya di Asia Tenggara. Selain itu, yang perlu diperhatikan adalah adanya perubahan pada struktur ekonomi di Jepang. Industrialisasi Jepang maju ke arah teknologi yang lebih tinggi lagi sehingga memberikan dorongan bagi para pengusaha untuk menginvestasikan uangnya di luar negeri, termasuk Indonesia.¹⁹

¹⁸ <http://swa.co.id/business-strategy/dua-penyebab-dominasi-perusahaan-asing-di-indonesia> diakses tanggal 06 Agustus 2012 pukul 18.25 WIB

¹⁹ J.Panglaykin, *Bussiness Relation between Indonesia and Japan*, dalam K.S. Sandhu & E.P.P. Tang (eds),

Keuntungan dari perusahaan Jepang dalam menginvestasikan uangnya di Indonesia adalah : (1) Kemajuan dalam posisi kompetitif mereka di pasar Indonesia, yang dilindungi oleh tarif impor untuk produksi tertentu; (2) Keuntungan dari berkembangnya pasar ekspor, yang berarti bertambahnya pemasukan ekspor dari perusahaan-perusahaan Jepang; (3) Ekspansi dari bahan mentah dan pasar untuk memasarkan barang setengah jadi; (4) Kesempatan untuk mencegah saingan; (5) Kesempatan untuk mengkapitalisasikan teknologi mereka serta pengetahuan mereka pada produk dan pasar.

Alasan lain Jepang melakukan investasi di Indonesia sedikit berbau politis, yaitu karena *bargaining position* dari Indonesia yang lebih lemah dibandingkan dengan Singapura, Malaysia, dan Filipina.

Menurut Thomas W. Allen,²⁰ karakteristik dari investasi Jepang di Asia Tenggara adalah sebagai berikut :

1. Investasi bersama (*joint investment*) adalah bentuk investasi yang lebih diterima;
2. Peminjaman uang lebih penting untuk perusahaan Jepang daripada perusahaan multinasional atau kebangsaan lain;
3. Investasi Jepang biasanya pada praktek tunggal dan pabrik-pabrik sederhana.

Investasi tersebut cenderung dalam paket, menggabungkan pembayaran, teknologi, pasar, dan sebagainya.

Adanya motivasi yang kuat untuk menjadikan kawasan Asia sebagai kawasan *Free Trade Area*, mendorong Jepang untuk membuat perjanjian *Free Trade Area* dengan ASEAN. Dalam hubungan perdagangannya dengan ASEAN, Jepang memberi porsi ekspor yang besar kepada beberapa negara ASEAN, termasuk Indonesia. Dengan adanya perjanjian tersebut maka Jepang dapat memperbesar peluangnya untuk memajukan laju perdagangannya dengan ASEAN. Keinginan Jepang tersebut terungkap

Japan as an Economic Power and Its Implications for Southeast Asia, Singapore University Press, 1974.

²⁰ T.W. Allen, *Direct Investment of Japanese Enterprise in Southeast Asia – A Study of Motivations, Characteristics, and Attitudes*, Student Series No. 1, Economic Cooperation Centre of the Asian and Pacific Region (ECOCEN), February, 1973.

dari besarnya nilai ekspor Jepang ke negara-negara ASEAN, terutama Indonesia. Arus perekonomian Jepang terhadap ASEAN, terutama Indonesia, dapat dilihat dari tabel ekspor Jepang ke ASEAN di bawah ini :

Tabel 2
Ekspor Jepang ke Negara-negara
ASEAN (dalam Milyar Yen)

| Tahun | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Indonesia | 5510 | 8177 | 7700 | 7100 |
| Malaysia | 1264 | 1496 | 1337 | 1221 |
| Kamboja | 5,7 | 5,6 | 6,1 | 7,0 |
| Singapura | 1854 | 2243 | 1786 | 1980 |
| Thailand | 1284 | 1469 | 1425 | 1435 |
| Brunei | 60 | 61 | 68 | 67 |
| Vietnam | 185 | 212 | 216 | 220 |
| Myanmar | 211 | 210 | 227 | 234 |
| Laos | 26 | 23 | 14 | 17 |
| Filipina | 996 | 1105 | 995 | 998 |

Maka dapat dilihat bahwa ekspor Jepang ke Indonesia lebih besar bila dibandingkan dengan

negara-negara ASEAN. Lainnya.²¹

Produk Elektronik Jepang sebagai Penguasa Pasar Elektronik Indonesia

Pada periode awal perdagangan Indonesia – Jepang, Indonesia masih menjadi salah satu negara tujuan yang dinilai amat penting bagi pengembangan investasi industri-industri Jepang. Kecenderungan tersebut nampak pada banyaknya misi bantuan Jepang ke Indonesia diantara seluruh negara-negara kawasan Asia Tenggara. Hampir $\frac{1}{3}$ bantuan dari Jepang diterima Indonesia terutama pada periode 1980 – 1990an. Maka tidaklah berlebihan jika dikatakan bahwa aktivitas perekonomian Indonesia sangat terbantu oleh Jepang.

Salah satunya adalah pada industri elektronik di mana Jepang dari segi investasi, penjualan, dan penguasaan pasar elektronik Indonesia menduduki peringkat teratas. Hal ini terjadi pada tahun 1990-an di mana manufaktur mengalami peningkatan dari segi jumlah investasi. Dominasi Jepang dikarenakan antara lain :

1. Lebih murah nya produk industri elektronik Jepang daripada industri elektronik negara lainnya. Serta desain produk elektronik Jepang yang lebih banyak disesuaikan dengan kebutuhan di negara-negara Asia daripada Eropa dan Amerika Serikat.
2. Ketidakmampuan korporasi lokal Indonesia untuk menjadi kompetitor disebabkan oleh kurangnya modal, teknologi, dan *managerial skill* dari kalangan pengusaha nasional terhadap industri elektronik.
3. Bantuan pemerintah Jepang pada Indonesia untuk menyelesaikan sarana dan prasarana fisik yang mendukung sektor industri, terutama pembangunan jalan raya, dan jalan tol yang banyak dibiayai oleh bantuan jangka menengah dari Jepang. dengan berkembangnya sarana dan prasarana fisik (jalan) di Indonesia akan meningkatkan permintaan produk- produk industri elektronik yang pada akhirnya bantuan tersebut sangat membantu meningkatkan volume industri elektronik yang notabene didominasi oleh korporasi Jepang.

²¹ *Japan Tariffs Association*. <http://www.asean.or.jp/statistics>, 2012

Berikut adalah produk elektronik di Indonesia Menurut Negara Produsen pada tahun 2009 – 2012

Tabel 3
Produk Elektronik di Indonesia
Menurut Negara Produsen (2009-
2012)

| Produk Volume | 2009 | 2010 | 2011 | 2012*) |
|----------------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| Jepang | 270.113 | 291.351 | 324.229 | 60.654 |
| Korea | 18.257 | 14.484 | 14.692 | 1.439 |
| Amerika Serikat | 640 | 3.044 | 8.041 | 1.241 |
| Eropa | 10.454 | 8.782 | 7.334 | 957 |
| Lainnya **) | 115 | 133 | 32 | 0 |
| Total | 299.629 | 317.794 | 359.333 | 64.291 |

Secara keseluruhan, industri dan bisnis Jepang telah mengakar kuat di Indonesia, baik dari sisi intensitas, sosialisasi, jaringan pemasaran, fasilitas produksi, maupun investasinya. Jepang seolah telah menjadi “tuan rumah” di pasar elektronik Indonesia.²² Pada awalnya banyak yang menduga bahwa liberalisasi perdagangan akan melemahkan cengkraman produk elektronik Jepang di Indonesia. Dengan terbukanya pasar, konsumen memiliki akses ke pasar internasional yang lebih kompetitif melewati Importir Umum (IU). Namun secara pasti produsen Jepang dapat beradaptasi, terutama setelah mayoritas saham Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) produk Jepang di Indonesia dikuasai oleh prinsipal dari Jepang. Hal ini menyebabkan produk-produk elektronik Jepang tetap menguasai mayoritas pasar elektronik Indonesia seperti yang terlihat pada tabel berikut :

²² Data Global Research. Elektronik Jepang Tidak Terkendali, Bisnis Indonesia, 7 April 2004.

Tabel 4
Pangsa Pasar Elektronik di Indonesia (%)

| Produk Persentase | 2009 | 2010 | 2011 | 2012*) |
|------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------------|
| Jepang | 90,15 | 91,68 | 91,50 | 94,33 |
| Korea | 6,09 | 4,56 | 4,15 | 2,24 |
| Amerika Serikat | 0,23 | 0,96 | 2,26 | 1,93 |
| Eropa | 3,49 | 2,76 | 2,08 | 1,50 |
| Lainnya**) | 0,04 | 0,04 | 0,01 | 0,00 |
| Total | 100 | 100 | 100 | 100 |

Dari tahun 2009 s/d 2012 persentase produk Jepang lebih tinggi bila di bandingkan dengan negara lainnya.²³

Respon Industri Elektronik Jepang terhadap Pasar Elektronik Indonesia

Industri elektronik Jepang merupakan salah satu dari beberapa industri yang didukung oleh pemerintah Jepang sesuai dengan tujuan Jepang dalam Kebijakan ekonominya, yaitu untuk menjadikan Jepang sebagai negara maju dan mempunyai perekonomian yang sejajar dengan negara maju lainnya.

Ada beberapa beberapa faktor yang mendorong keberhasilan Jepang dalam membangun kemampuan teknologinya khususnya teknologi industri *pertama*, keberhasilan itu disebabkan oleh peranan sektor publik yang lebih dominan. Hal tersebut ditunjukkan oleh penerapan kebijaksanaan industri nasional, di mana pemerintah Jepang melalui lembaga-lembaga industri, keuangan, dan perpajakan mengkoordinasikan industri-industri untuk mencapai target nasional. *Kedua*, keberhasilan itu disebabkan oleh adanya persaingan di pasar domestik maupun internasional. Dengan kata lain, peranan sektor swasta dianggap lebih dominan untuk perkembangan teknologi dan

²³ *Ibid*

kemajuan inddustri. *Ketiga*, keberhasilan itu tidak dapat di pisahkan dari kecepatan dan reaaaksi sektor publik dan swasta menanggapi pengaruh eksternal terhadap sistem industry.

Ketiga faktor tersebut, sektor publik, sektor swasta dan faktor eksternal sebagai sebuah sistem tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Ada kerja sama yang harmonis antara dua unsur pokok, yaitu sektor publik dan swasta, dalam mengendalikan sistem industri di Jepang. sistem industri tersebut kerja untuk mencapai target nasional.²⁴ Sehingga Jepang dapat menjadi pemain baru yang mampu mensejajarkan diri dengan industri-industri elektronik lainnya di dunia internasional,.

Dalam penetrasi pasar Indonesia, produsen elektronik Jepang optimis dalam memasarkan produknya. karena Selain hubungan bilateral yang terjalin baik antara pemerintah Indonesia dan pemerintah Jepang, adanya deregulasi pemerintah Indonesia mengenai pembebasan bea masuk produk elektronik impor per 1 Juli 1999²⁵ yang bertujuan sebagai pendorong bagi kemandirian industri elektronik dalam negeri agar mampu bersaing dengan produk elektronik luar negeri, merupakan momen yang sangat tepat bagi produsen elektronik Jepang untuk melakukan penetrasi ke dalam pasar elektronik Indonesia. Maka produk elektronik Jepang memiliki keuntungan untuk masuk ke dalam pasar Indonesia dengan harga yang murah dan tanpa hambatan tarif.

KESIMPULAN

Hubungan bilateral Indonesia – Jepang tidak lepas dari hubungan perekonomian aktif Jepang dengan Indonesia yang didasari keuntungan komparatif, terutama dalam mendorong Indonesia untuk menempatkan Jepang sebagai salah satu mitra penting dalam mewujudkan kepentingan nasional Indonesia di berbagai bidang kehidupan, baik untuk program pembangunan nasional sesuai pembukaan UUD 1945 melalui berbagai kerja sama bilateral, regional dan multilateral. Di bidang perdagangan Jepang adalah mitra perdagangan yang paling besar dalam ekspor dan impor untuk

²⁴ Erman Aminullah, **kebijaksanaan Teknologi untuk pembangunan Ekonomi**, Analisa CSIS, Jakarta, 1992, hal. 53

²⁵ Pasal 1 Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 345/KMK.01/1999

indonesia.

Tidak dapat dipungkiri, dampak penguasaan perdagangan elektronik Jepang di indonesia bersipat negatif yaitu pertumbuhan pasar elektronik lokal rata-rata 17% setiap tahun, malah semakin menciut dari waktu ke waktu. Kendati terjadi peningkatan penjualan, industri lokal hanya mampu meraup kurang dari Rp 20 triliun dari total kapitalisasi pasar sebesar 80 triliun.

Peluang industri elektronik indonesia juga didukung dengan keunggulan komparatif dan kompetitif yang dimiliki. Indonesia memiliki kemampuan produksi yang lebih dibandingkan dengan negara-negara produsen lainnya hal ini di dukung oleh ketersediaan Indonesia yang murah dan memiliki kemampuan teknologi produksi yang tentu saja dapat meningkatkan daya saing hal itu di sebabkan oleh adanya alih teknologi dari perusahaan- perusahaan PMA yang beroperasi di Indoesia.

Daftar Pustaka

- Allen, T.W., 1973, *Direct Investment of Japanese Enterprise in Southeast Asia – A Study of Motivations, Characteristics, and Attitudes*, Student Series No. 1, Economic Cooperation Centre of the Asian and Pasific Region (ECOCEN)
- Aminullah, Erman , 1992, *kebijaksanaan Teknologi untuk pembangunan Ekonomi*, Jakarta: CSIS
- Atmawinata, Achdiat dkk, 2008, *Kedalaman Struktur Industri Yang Mempunyai Daya Saing di Pasar Global*. Jakarta: MIDEK-IJEP
- Balaam, David dan Michael Vesseth, 1996, *Introduction to International Politic Economy*, New Jersey.: Prentice Hall
- Gill, Stephen dan David Law, 1988, *Perspectiv, Problems and Policies*, Baltimore: The John Hopkins University Press
- Hamdy, Hady , 2004, *Ekonomi Internasional*, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Leirissa RZ, GA. Ohorella, dan Yuda B. Tangkilisan, 1996, *Sejarah Perekonomian Indonesia*, Jakarta; Departemen Pendidikan dan Kebudayaan,
- Papp, Daniel S., 1994, *Contemporary International Relations: Framework for Understanding*, US: Macmillan College

Shiffman, Garry M., 2006, *Economic Instrument of Security Policy; Influencing Choices of Leaders*,

Internet.

http://www.id.EmbJapan.go.jp/birelEco_id.html Budiono, *Peran Jepang Dalam Perekonimian Indonesia*, diakses tanggal 20 Juli 2012 pukul 09.00 WIB.

<http://www.mofa.go.jp/policy/economy/fta/indonesia.html> “*Japan-Indonesia Economic Partnership Agreement Joint Study Group Report*”, diakses pada 10 Juni 2012, pukul 10.00 WIB

<http://swa.co.id/business-strategy/dua-penyebab-dominasi-perusahaan-asing-di-indonesia> diakses tanggal 06 Agustus 2012 pukul 18.25WIB