

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Hubungan antara Indonesia dengan Jepang sangat menarik dalam dunia Hubungan Internasional. Kerjasama Indonesia dan Jepang secara professional mulai terjalin sejak tahun 1958 di Jakarta. Hal ini didasari atas penandatanganan perdamaian antara Jepang dan Indonesia, yang pada saat itu dihadiri masing-masing perwakilan negara. Dari perjanjian perdamaian ini, Jepang yang memang sudah dikenal sebagai negara yang sering berdiplomasi dalam hal ekonomi, budaya dan social, tidak membuang kesempatan tersebut untuk memulai kerjasama dengan Indonesia terutama dalam bidang ekonomi. (Drifte, 2006)

Kerjasama yang terjalin antara Jepang dan Indonesia diantaranya melalui bidang perfilman, yang mana Indonesia menjadi negara yang dipilih Jepang untuk menggelar Film Festival Jepang, yang melibatkan kerja sama antara Kedutaan Besar Jepang di Indonesia bersamadengan Jepang Foundation, hal ini merujuk pada kerjasama budaya. Pada bidang Pendidikan, Jepang dan Indonesia memiliki kerjasama dalam program pertukaran pelajar. 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.

Dunia Otomotif di Indonesia semakin maju seiring dengan perkembangan teknologi arus globalisasi dengan tingkat persaingan yang tinggi antar perusahaan. Perusahaan

otomotif memegang peranan penting dalam produksi suatu produk, karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk membeli suatu produk, yang mana perekonomian industri otomotif dilihat dari perkembangan konsumen. Sebagai masyarakat yang tidak bisa berjauhan dengan aktivitas mobilitas yang semua akses bisa dikatakan 95% dengan kendaraan yang mana hal itu membutuhkan kendaraan untuk bisa menjalankan aktivitasnya. Tidak hanya itu masyarakat memiliki permintaan yang beragam namun secara garis besar masyarakat memerlukan kendaraan yang berkualitas bagus, bernilai tinggi tetapi memiliki harga yang terjangkau, dengan berbagai macam desain yang perusahaan tawarkan kepada konsumen mengenai produk sesuai harga permintaan cukup kompetitif merupakan salah satu potensi yang perlu diperhatikan produsen adalah mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Mengikuti arus perkembangan tentunya Untuk mengembangkan dan meningkatkan konsep pemasaran, tim produksi (perusahaan) harus memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, yang merupakan potensi yang harus diperhatikan produsen untuk mempengaruhi keputusan pembelian. yang mana pada akhirnya kepada mereka nantinya produk tersebut akan dipasarkan. Perilaku konsumen sangat harus diperhatikan oleh perusahaan, apalagi jaman sekarang ini perkembangan dari dunia otomotif yang begitu pesat dan cepat membuat intensitas persaingan yang semakin tinggi, dan ini menjadi hal penting bagi para pemasar apabila ingin tetap diterima oleh konsumennya (Amirullah, 2002). Oleh karena itu kerjasama yang terjalin antara Jepang dan Indonesia diatur dalam salah satu perjanjian yaitu IJEPA (*Indonesia Japan Economic Partnership Agreement*). IJEPA sendiri merupakan kerjasama pertama hubungan bilateral yang Indonesia lakukan dengan Jepang. Terjalannya kerjasama ini untuk mengeksplor lebih luas jaringan perdagangan dunia melalui pasar Jepang.

Indonesia memposisikan sebagai negara yang setara dengan negara lain yang sudah tergabung dalam EPA (*Economic Partnership Agreement*) dengan Jepang. Dalam hal ini IJEPA memberikan fasilitasi perdagangan dengan adanya penurunan tarif bea masuk terhadap komoditas yang berasal dari negara Jepang yang masuk ke Indonesia, atau komoditas yang berasal dari Indonesia ke negara Jepang.

Kerjasama IJEPA (*Indonesian Japan Economic Partnership Agreement*) dimulai pada tanggal 20 Agustus 2007, ditandatangani oleh Presiden Republik Indonesia Susilo Bambang Yudhoyono bersama Perdana Menteri Jepang Junichiro Koizumi. Perjanjian ini disepakati agar mencapai beberapa tujuan diantaranya liberalisasi, fasilitasi, dan peningkatan kapasitas. Dengan terbentuknya IJEPA (*Indonesian Japan Economic Partnership Agreement*) diharapkan bangsa Indonesia dapat mengikuti jejak Jepang yang telah maju dan sistem ekonominya lebih baik dari pada Indonesia. Secara general, perjanjian IJEPA (*Indonesian Japan Economic Partnership Agreement*) memiliki lingkup yang luas dengan harapan dan tujuan adalah salah satunya mempererat kemitraan ekonomi antara kedua belah pihak negara Indonesia maupun Jepang. Diantaranya adalah kerjasama peningkatan kapasitas, liberalisasi pasar, peningkatan perdagangan dan investasi yang bertujuan untuk meningkatkan keluar masuknya barang lintas batas, investasi dan jasa, serta pergerakan tenaga kerja antara kedua negara. (KEMENDAG, 2008)

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

Jepang merupakan negara yang dapat membuktikan eksistensinya di dunia internasional melalui pasar otomotifnya sendiri, dimana Jepang mewakili negara-negara dunia. Diantaranya adalah kerja sama peningkatan kapasitas, liberalisasi pasar, peningkatan perdagangan dan investasi yang ditujukan untuk meningkatkan keluar masuknya barang lintas batas, investasi dan jasa, serta pergerakan tenaga kerja antara kedua negara. Meski menghadapi persaingan ketat dari China yang disebut-sebut sebagai pesaing ekonomi terkuat dunia, Jepang selalu berusaha dan tetap teguh menjaga kualitas produk di industri otomotif. Indonesia sebagai mitra dagang Sakura, Jepang memiliki ekspor terbesar salah satu produk otomotifnya, yaitu Toyota. 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.

PT. Toyota Astra Motor selalu yakin bahwa membangun kepercayaan pelanggan harus dilakukan dalam setiap aspek, yaitu dengan produk dan layanan terbaik. Peningkatan jumlah penjualan dengan pangsa pasar terbesar telah menempatkan Toyota sebagai merek yang menjadi lokomotif utama dinamika pasar otomotif hingga saat ini. 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 meng-upgrade produk-produk otomotif yang akan dipasarkan. Kedua, IJEPA memberikan fasilitasi untuk meningkatkan kerjasama bahkan mereraikan kesulitan dan hambatan yang terjadi membuatnya 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.

Dalam Perkembangan produk industri otomotif, PT. Toyota Astra Motor tidak hanya menjalin kerjasama dengan Jepang, akan tetapi PT. Toyota Astra Motor berkerjasama dengan berbagai mitra industri dari berbagai negara seperti yang terlihat di gambar.



Gambar 1.1 Relasi Kerjasama Toyota Astra
Sumber : (PT. Toyota Astra Motor , 2014)

Namun terjalannya hubungan bilateral antara Jepang dan Indonesia sebagaimana menyatukan kepala dua orang yang berbeda, tentunya hubungan kerjasama antara dua negara besar ini tidak jarang menemukan problematika yang ditakutkan akan menimbulkan hambatan bagi kelancaran kerjasama kedua belah pihak. Salah satunya adalah dalam bidang ekspor dan import, yang mana banyak faktor yang dinilai menghambat arus ekspor dan impor. Faktor utama yang paling digaris bawahi adalah perihal tarif. Tarif adalah pajak atau bea masuk yang dikenakan atas barang yang dijual yang melintasi batas negara. PT. Toyota Astra Motor masih kesulitan untuk bisa beradaptasi dengan perkembangan nilai ekspor dan impor. Dari hal tersebut, mengakibatkan harga produksi PT. Toyota Astra yang meningkat.

Keberadaan IJEPA (*Indonesian Japan Economic Partnership Agreement*) sangat membantu Indonesia agar terus menyebar luaskan produk Otomotif PT. Toyota Astra. Dilihat dari data yang ada, perbandingan antara sebelum adanya IJEPA maupun sesudah terjalannya kerjasama bilateral (*Indonesian Japan Economic Partnership Agreement*) IJEPA menjadi

acuan bagi Indonesia dan Jepang untuk melakukan kerjasama karena dengan demikian PT. Toyota Astra Motor berkesempatan untuk menekan biaya produksi sehingga meningkatkan daya saing di pasar otomotif baik dalam dan luar negeri.

B. RUMUSAN MASALAH

Dari yang sudah saya paparkan di latar belakang, maka saya mengambil rumusan masalah:

Bagaimana pengaruh IJEPA (*Indonesian Japan Economic Partnership Agreement*) Terhadap Industri Otomotif Indonesia Studi Kasus PT. Toyota Astra Motor?

C. KERANGKA PEMIKIRAN

a. Konsep Treaty

Perjanjian Internasional merupakan perjanjian yang disepakati oleh kedua belah pihak negara yang berlandaskan aturan-aturan yang tidak boleh dilanggar. Karena, sudah tercatat dalam hukum. Menurut Oppenheimer lauterpact “Perjanjian internasional adalah suatu persetujuan antar negara yang menimbulkan hak dan kewajiban diantara pihak-pihak yang mengadakan”. Pada konsep ini, menjelaskan bahwa perjanjian antara kedua belah pihak negara yang saling menghasilkan hak-hak dan kewajiban sesuai kesepakatan yang terjadi. Indonesia dan Jepang sepakat bekerjasama agar tercapainya tujuan masing-masing sesuai dengan tujuan-tujuan yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak pada saat menandatangani perjanjian bilateral pertamanya antara Jepang dan Indonesia yaitu IJEPA (Indonesian Japan Economic Partnership Agreement) dalam kerjasama ekonomi.

b. Konsep non tariffs Barriers

Non tariffs barrier merupakan beberapa kebijakan dalam sektor perdagangan Internasional selain bea masuk yang dapat menimbulkan aturan yang dapat mempengaruhi kerjasama perdagangan Internasional. (Maryansyah, 2018) Dalam hal ini, kerjasama yang dilakukan antara Indonesia dan Jepang dalam Indonesian Japan Economic Partnership Agreement telah mengambil dan menerapkan non tarif sebagaimana agar tercovernya akses ekspor impor produk industri otomotif Toyota astra.

Sebagaimana konsep pertama yaitu konsep Treaty yang turut disetujui kedua belah pihak Indonesia dan Jepang pada kerjasama IJEPA (*Indonesian Japan Economic Partnership Agreement*) dengan tujuan meningkatkan ekonomi negara dibidang industri otomotif. Lalu, diterapkannya konsep Non Tariffs Barrier merupakan cara agar keluar dan masuknya akses ekspor dan impor terkendali. Dalam hal kerjasama antara Indonesia dan Jepang studi kasus PT. Toyota Astra Motor, kedua konsep ini sangat relevan karena bisa menjawab rumusaln masalah. Bagaimana pengaruh IJEPA (*Indonesian Japan Economic Partnership Agreement*) Terhadap Industri Otomotif Indonesia Studi Kasus PT. Toyota Astra Motor.

D. HIPOTESA

Pada penerapan IJEPA itu sendiri Indonesia-Jepang telah mendapatkan hasil yang baik namun secara profit sharing belum bisa dikatakan berhasil, ditinjau kembali melihat konsep yang sudah saya paparkan dimana negara terus berupaya untuk memajukan ekonomi suatu negara.

1. IJEPA (*Indonesian Japan Economic Partnership Agreement*) berpengaruh menghapus tarif bea masuk komponen otomotif yang digunakan oleh PT. TOYOTA ASTRA MOTOR sehingga, mengakibatkan biaya produksi rendah.
2. IJEPA (*Indonesian Japan Economic Partnership Agreement*) secara tidak langsung berpengaruh pada peningkatan penjualan PT. TOYOTA ASTRA MOTOR dipasar dalam negeri maupun pasar internasional.

E. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini mempunyai tujuan yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana peran *IJEPA (Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement)* terhadap perluasan pemasaran industri otomotif PT. Toyota Astra Motor
2. Untuk mengetahui bagaimana kontribusi *IJEPA (Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement)* dalam perluasan produksi Industri Otomotif PT. Toyota Astra Motor

F. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini akan menggunakan metode Kualitatif deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Menurut Saryono 2010, Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh social yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono 2011, metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme,

digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, sebagai lawannya eksperimen dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan tri-anggulasi gabungan, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian ini lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Untuk menyusun riset ini, digunakan penelusuran pustaka/literatur terkait topik maupun data dari riset serupa sebelumnya.

Penelitian ini menggunakan data sekunder, peneliti menggunakan data sekunder berupa data-data dari media seperti situs internet seperti halaman-halaman resmi milik pemerintah Jepang maupun pemerintah Indonesia. Kerjasama yang terjalin antara Jepang dan Indonesia sudah semenjak 1958. Lalu pada tahun 2007 dibentuk Perjanjian kerjasama bilateral yaitu perjanjian IJEPA (*Indonesian Japan Economy Partnership Agreement*) Pada bulan Agustus tanggal 20 tahun 2007. Perjanjian ini ditujukan guna mengatasi hambatan tarif serta hambatan lainnya yang muncul selama kegiatan ekspor impor. Maka dari itu IJEPA dibuat untuk kesejahteraan bersama antara kedua belah pihak dibidang ekonomi, apabila Indonesia dan Jepang tidak menyetujui perjanjian ini bisa menimbulkan hal-hal yang tidak diinginkan seperti kendala dalam kerjasama bahkan perang pasar ekonomi.

Agar pembahasan tidak melebar dari tema yang diinginkan, maka penulis menetapkan jangkauan penelitian kepada kerjasama yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dan Pemerintah Jepang. Penulis akan mengarahkan Penelitian Peran IJEPA (Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement) Terhadap Industri Otomotif Indonesia (Studi Kasus PT. Toyota Astra Motor) Selanjutnya penulis akan menetapkan jangkauan penelitian untuk data-data yang diperlukan akan diambil dari tahun 2015 hingga 2017. Karena pada kurun waktu tersebut data yang diambil relate dengan

penelitian, yang mana PT. Toyota Astra Motor mengalami perkembangan yang cukup baik maka dari itu mengambil riset pada tahun tersebut.

G. SISTEMATIKA PENELITIAN

Sistematika penulisan dalam penelitian ini akan dijabarkan menjadi empat bab, dengan berbagai sub bab topik pembahasan sebagai berikut :

BAB I

Pada bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, kerangka teori, hipotesa, metode penelitian, jangkauan penelitian, sistematika penulisan.

BAB II

Bab ini akan menjelaskan tentang history kerjasama antara Indonesia dan Jepang, membahas bagaimana alur kolaborasi Indonesia dan Jepang sehingga membentuk kerjasama bilateral yaitu IJEPA (*Indonesian Japan Economic Partnership Agreement*) dan PT. TOYOTA ASTRA MOTOR INDONESIA

BAB III

Pada bab ini akan menjelaskan perihal pembuktian dari hipotesa mengenai peran IJEPA dalam problem tarif otomotif Jepang Studi kasus PT. TOYOTA ASTRA MOTOR.

BAB IV

Kesimpulan