

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Pada era globalisasi sekarang ini dimana nilai sifat kehidupan konsumerisme terus mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya standar hidup, baik pada komunitas negara berkembang terlebih lagi pada negara maju. Sehingga keberadaan sebuah kendaraan bukan lagi sebuah barang mewah, namun lebih penunjang gaya hidup. Pemasaran kendaraan menjadi semakin pesat, sehingga beberapa perusahaan otomotif dunia berlomba-lomba untuk dapat memperluas pangsa pasar dalam rangka memperluas hegemoni perdagangannya di Indonesia. Sebagai contoh beberapa pabrikan Jepang dan Eropa.

Beberapa pabrikan Jepang dan Eropa telah lebih dari 25 tahun meramaikan dunia otomotif di kawasan Asia-Pasifik. Jepang merupakan salah satu negara maju di dunia yang sekaligus memposisikan diri sebagai negara termaju di Asia. Sedangkan Eropa merupakan negara dengan pabrikan mobil terbanyak di dunia, hal ini menjadi motivasi kedua negara untuk bersaing dalam bidang perindustrian otomotif mobil khususnya di Indonesia.¹

Langkah-langkah industrialisasi dari sejak awal hingga saat ini yang dijalankan Jepang telah membuktikan keberhasilannya dengan menjadi salah satu dari negara industri maju di dunia, dengan pertumbuhan ekonomi yang

¹ Jepang merupakan Negara terkaya ketiga dunia setelah Amerika Serikat dan Jerman dengan Gross Domestic Product (GDP) senilai 2.55 triliun US Dollar dengan Income Perkapita 20.400 US Dollar, sumber The Annual Report, The Journal of East Asian Affairs, Vol XVI, 2002.

maju. Jepang dan Eropa merupakan negara yang sama-sama mengandalkan sektor industrinya sebagai salah satu pilar perekonomian dalam mendukung kinerja pembangunan dan operasional negara, karena pada dasarnya Jepang dan Eropa memiliki sumber daya alam yang relatif minim. Melalui strategi peningkatan kualitas sumber daya manusia yang tinggi kedua negara tersebut mampu tampil gemilang sebagai salah satu negara maju di dunia.

Dipilihnya Indonesia sebagai objek investasi antara Jepang dan Eropa karena didalamnya terdapat fenomena-fenomena yang berhubungan dengan dunia otomotif yang unik untuk dibahas lebih lanjut. Diantaranya karakteristik Negara yang majemuk, serta kuantitas penduduk besar dengan tingkat pertumbuhan yang relatif pesat menjadi pangsa pasar potensial bagi pemasaran produk otomotif diantara kedua negara (Jepang dan Eropa). Seiring dengan peningkatan standar perekonomian bagi masyarakat Indonesia.

B. Latar Belakang Masalah

Hubungan Internasional berkaitan erat dengan segala bentuk interaksi diantara masyarakat dan negara, baik yang dilakukan oleh pemerintah maupun warga negaranya yang melintasi batas negara. Dalam hubungan internasional, tercermin adanya suatu unsur penting yang diciptakan dari hubungan internasional modern untuk setiap usaha yang dilakukan oleh pemerintah nasional yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyatnya, maupun dalam menciptakan kapabilitas dan sumber daya alam negaranya yang dipergunakan untuk segala proses industrialisasi. Tujuan lainnya adalah untuk mewujudkan program-program yang telah digariskan dalam kebijakan

luar negeri, dimana hal tersebut disebabkan oleh adanya interdependensi antar negara.

Interpendensi antar negara di dunia terjadi karena adanya keterbatasan *resources* yang dimiliki sebuah negara, dimana kebutuhan tersebut dapat dipenuhi melalui kerjasama dengan aktor nasional lainnya. Suatu ekonomi yang berpedoman pada paham liberalisme, yang memiliki ciri arus modal menjadi fenomena baru dalam dunia internasional yang didukung oleh fasilitas informasi dan teknologi yang mendorong interaksi antar negara tersebut. Semua interaksi yang terjadi antar negara selalu dilandasi adanya suatu kepentingan. Kepentingan tersebut merupakan kepentingan nasional yang mewakili suatu negara dalam berinteraksi dengan aktor internasional lainnya. Dimana kepentingan internasional tersebut memberikan ukuran konsistensi yang diperlukan dalam kebijakan nasional.

Jepang adalah negara yang miskin akan bahan mentah terutama dalam industrialisasi bahan mentah sangat diperlukan. Sebagai negara di kawasan Asia yang ingin maju, maka Jepang sejak awal menjadi eksportir barang-barang industri supaya dapat menjamin tersedianya devisa baik untuk membiayai impor bahan mentah maupun mengimpor teknologi dan keahlian yang diperlukan untuk mengejar negara-negara industri maju terdahulu. Sejak awal langkahnya menuju industrialisasi Jepang mulai menggunakan sistem insentif yang kompleks bagi kegiatan produksi yang ditujukan sebagai substitusi impor. Disamping itu, Jepang memiliki kegiatan ekspor yang bisa diunggulkan untuk menghimpun kekuatan industri, seperti industri tekstil, alas

kaki dan industri padat karya lainnya yang dimulai sejak tahun 1900-an.

Walaupun pada awalnya sasaran Jepang adalah pasaran dunia di lapisan terbawah, tetapi hal itu tidak menjadi masalah. Diperlukan kurun waktu selama 50 tahun bagi komoditi ekspor Jepang, yang pada awalnya dibantu oleh teknisi dari luar negeri, kemudian menerapkan serta mengadaptasikan diri dengan teknologi baru. Pada Industrialisasi Jepang, ciri utama yang paling penting adalah adanya pembatasan arus masuk penanaman modal asing di Jepang untuk menghindari persaingan dengan pasar dalam negeri Jepang, dengan didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas, teknologi, modal dan lain-lain.

Keberhasilan industrialisasi yang telah dibuktikan oleh Jepang menyebabkan banyak negara-negara berkembang melaksanakan industrialisasi. Karena dengan pengalamannya tersebut, dapat disimpulkan bahwa industrialisasi adalah suatu keharusan karena dipercaya dapat menjamin kelangsungan proses pembangunan ekonomi jangka panjang dengan laju pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan sehingga menghasilkan peningkatan pendapatan per kapita setiap tahunnya. Walaupun mayoritas negara berkembang melaksanakan industrialisasi yang bertujuan untuk mengatasi keterbelakangan dan kemiskinan yang biasa dialami.

Untuk lebih memajukan industrinya serta menutupi keterbatasan akan sumber bahan mentah dan energinya, maka Jepang perlu mengadakan suatu hubungan dalam bentuk kerjasama dengan negara lain, yaitu dengan negara yang kaya akan sumber bahan mentah dan energi, yang dalam hal ini

Indonesia termasuk didalamnya. Kerjasama antara Jepang dan Indonesia terjadi dalam bentuk Penanaman Modal Asing (PMA) Jepang.²

Dalam menarik perusahaan asing atau *Multi-National Cooperation* (MNC) untuk menanamkan modalnya di Indonesia bukanlah hal yang mudah. Karena pada saat ini arus globalisasi telah mendorong terjadinya persaingan yang besar dalam menarik investasi, terutama kawasan Asia Tenggara. Tujuan Jepang memilih investasinya di Indonesia dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut:

1. Kebijakan dan deregulasi serta debirokratisasi yang secara terus-menerus sudah diambil oleh pemerintah Indonesia dalam rangka menggairahkan iklim investasi. Dengan langkah-langkah tersebut, berbagai bidang usaha dalam rangka penanam modal menjadi lebih terbuka. Pembangunan kawasan-kawasan industri, sarana dan prasarana (infrastruktur) seperti jalan, jalur telepon, penyediaan air dan listrik yang pada saat ini juga telah ditangani oleh pihak tertentu diharapkan dapat menunjang pelaksanaan investasi.
2. Diberikannya fasilitas perpajakan khusus untuk daerah-daerah tertentu yang dapat merangsang investasi.
3. Tersedianya sumber daya alam yang berlimpah seperti minyak bumi, gas, alam, bahan tambang dan hasil hutan. Serta iklim dan letak geografis yang strategis yang telah merangsang tumbuhnya proyek-proyek tersebut.
4. Tersedianya sumber daya manusia dengan upah yang kompetitif

² Arief Rahman, *Teori Pembangunan Dunia Ketiga* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1999), hlm 65.

memberikan pengaruh terhadap peningkatan minat para investor pada proyek-proyek yang bersifat padat karya.

Jepang dan Eropa memandang Indonesia sebagai pangsa pasar yang sangat potensial bagi pemasaran produk-produk industri otomotifnya karena karakteristik Indonesia yang berpenduduk besar dengan tingkat pertumbuhan yang relatif pesat. Keberadaan industri otomotif Jepang yang sudah lama mengakar di Indonesia membuat industri otomotif Eropa berupaya untuk melemahkan hegemoni industri otomotif Jepang di Indonesia.

Dalam perkembangan industrialisasi, Indonesia dipengaruhi oleh industrialisasi Jepang terutama karena besarnya peran penanaman modal asing bagi perkembangan industrialisasi di Indonesia. Terbukti dengan adanya PMA atau Investasi Jepang di Indonesia terutama pada sektor industri otomotif. Kehadiran Jepang di Indonesia memberi kontribusi yang besar dalam peningkatan kerjasama perdagangan antara Jepang-Indonesia di bidang investasi dalam sektor industri otomotif, serta memberi pengaruh yang besar bagi perkembangan industri otomotif di Indonesia. Modal yang ditanamkan oleh perusahaan-perusahaan Jepang menjadi katalisator telah mempengaruhi perkembangan produksi kendaraan bermotor di Indonesia. Investasi bidang otomotif yang dilakukan oleh MNC Jepang di Indonesia sudah berlangsung dalam kurun waktu yang lama telah menjadi keunggulan pasar tersendiri bagi produk otomotif Jepang di Indonesia. Bahkan produk otomotif Jepang sudah tidak asing lagi dan menjadi tolok ukur bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Terlebih lagi dengan jumlah penduduk Indonesia yang besar

tentunya menjadi potensi pasar yang sangat cerah untuk terus dikembangkan di masa mendatang. Inilah yang menjadi salah satu faktor pendorong bagi MNC produk otomotif Jepang untuk terus meningkatkan investasinya di Indonesia. Selain itu, jika dibandingkan dengan investasi otomotif yang dilakukan oleh MNC Jepang di negara kawasan Eropa dan Amerika Serikat dapat dikatakan bahwa investasi Jepang di dua kawasan tersebut mengalami stagnasi dan tingkat pertumbuhan yang lambat. Sebab, karakteristik pasar otomotif di kawasan Eropa dan Amerika Serikat sangat berbeda terutama terkait dengan tingkat pendapatan per kapita penduduk dan biaya tenaga kerja yang sangat mahal. Ini juga menjadi salah satu faktor pendorong bagi MNC Jepang dalam merumuskan kebijakan strategi investasinya di Indonesia.

Seiring dengan arus globalisasi dan masuknya pasar bebas di Indonesia banyak muncul perusahaan otomotif asing yang menanamkan modalnya di Indonesia dalam hal, seperti produk-produk otomotif Korea Selatan, Swedia, AS, Eropa ikut mewarnai dalam kancah persaingan pasar otomotif di Indonesia, akan tetapi produk Jepang dan Eropa banyak diminati oleh kalangan masyarakat di Indonesia dikarenakan kualitas yang bagus dan gengsi yang lebih tinggi serta berbagai fasilitas yang canggih dan kenyamanan. Bahkan Eropa sebagai salah satu raksasa otomotif memperbesar peluangnya untuk memasarkan produknya karena pasar otomotif Indonesia dilihat sangat menguntungkan.

Berbagai merk maupun jenis mobil buatan Eropa yang telah masuk ke Indonesia antara lain Mercedes-Benz, BMW, AUDI, Volkswagen, Opel dan

sebagainya. Semua itu adalah jenis-jenis mobil Eropa yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia, tetapi tidak semuanya masyarakat Indonesia merek-merek salah satu mobil buatan Eropa itu, karena merek mobil tersebut dijual dengan harga yang tinggi sedangkan masyarakat Indonesia sebagian masih memiliki *income* per kapita yang rendah. Kendati harga mobil semakin melambung, namun produk otomotif tetap laku terjual dan permintaan pasar pun terus berjalan. Perusahaan-perusahaan otomotif berupaya keras mempertahankan eksistensinya dimasa krisis. Industri otomotif merupakan salah satu industri yang strategis dari sekian banyak bidang industri lainnya, yang mempunyai peran cukup besar khususnya dalam meningkatkan perekonomian negara.³

Industri Indonesia sangat marak dan atraktif, perjalanan industri otomotif nasional banyak mengalami pasang surut yang disebabkan antara lain karena arus modal asing masuk secara deras dan mendorong peningkatan dibidang perekonomian sehingga kebutuhan akan kendaraan bermotor juga semakin meningkat. Keadaan ini mendorong untuk mengadakan impor secara utuh seperti dari Korea Selatan, Amerika Serikat, Jepang dan Eropa.

Persaingan yang terjadi antara Jepang dan Eropa merupakan suatu bentuk pengaruh perdagangan dalam masing-masing negara untuk menguasai pasar otomotif di Indonesia. Otomotif Eropa dituntut dapat bersaing dengan produk otomotif lainnya. Untuk itu, industri otomotif Eropa dan Jepang harus mempunyai strategi agar eksistensinya dapat dipertahankan di Indonesia.

³ G.M Meir, *Ekonomi Pembangunan Negara Berkembangan: Teori Kebijakan* (Jakarta:Grasindo, 1985), hlm. 25.

C. Pokok Permasalahan

Untuk memudahkan penganalisaan yang berdasarkan pada permasalahan diatas, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

“Bagaimana Strategi Kebijakan Investasi MNC (*Multi National Corporation*) Jepang di Bidang Otomotif Agar Dapat Bersaing dengan Pasar Otomotif Eropa Di Indonesia.”

D. Kerangka Pemikiran

Dalam menganalisa suatu masalah, agar lebih mudah dipahami maka diperlukan sebuah teori. Teori adalah suatu pandangan atau persepsi tentang apa yang terjadi. Teori dalam hal ini digunakan sebagai kerangka dasar analisa dalam menjelaskan suatu fenomena itu terjadi dan mungkin juga meramalkan kejadian itu dimasa datang. Untuk itu penulis akan mencoba menggunakan Teori Penanaman Modal (Investasi). Teori ini dikemukakan oleh Alan M. Rugman. *“The factors which determine the foreign investment are the environment variabel and the internalization variabel”*. Teori ini menyebutkan bahwa penanaman modal asing (PMA) dipengaruhi oleh dua faktor, yakni variabel lingkungan dan variabel internalisasi.⁴

a. Variabel Lingkungan

Variabel lingkungan sering dikenal dengan istilah keunggulan spesifik negara atau faktor spesifikasi lokasi. Ada tiga unsur yang

⁴ Alan M Rugman. 1985. *International Bussines : From and Environment*. New York : Mc Graw Hill Book, hal 73-75.

membangun variabel lingkungan, yaitu ekonomi, non ekonomi dan pemerintah. Variabel ekonomi membangun fungsi produksi suatu bangsa secara kolektif, yang secara definitif meliputi semua input yang ada dimasyarakat, antara lain tenaga kerja dan modal (dana), teknologi dan tersedianya sumber daya alam dan ketrampilan manajemen.

Adapun variabel non ekonomi yang memotivasi masuknya investasi asing adalah keseluruhan kondisi politik, hukum dan sosial budaya yang melekat pada suatu negara. Ada beberapa pengamat yang juga memasukkan sektor pemerintah yang bersih dan berwibawa pada suatu negara, baik tuan rumah ataupun pemerintah asal penanam modal itu.⁵

Berdasarkan hasil-hasil studi kualitatif yang dilakukan di tahun 1990-an menemukan korelasi positif dan signifikan antara investasi dengan pertumbuhan ekonomi, dimana dikatakan bahwa investasi bukan proses ekonomi, tetapi merupakan faktor utama dibalik pertumbuhan yang pesat. Investasi dapat menambah jumlah lapangan kerja, dalam hal ini akan berpengaruh pada meningkatnya hasil produksi.⁶

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih, serta adanya trend pasar internasional yang semakin terintegrasi, investasi global juga mengalami perkembangan yang pesat. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya investor-investor institusional yang melakukan investasi secara global.

⁵ Ibid, hal 76

⁶ Tambunan, Tulus T.H, 2001, Transformasi Ekonomi di Indonesia : Teori dan Penemuan Empiris. Jakarta, Selemba Empat, hal 42

Dalam hal penanam modal (investasi), persaingan negara yang satu dengan yang lainnya merupakan hal yang lumrah, namun terkadang persaingan antara negara yang satu dengan negara yang lain juga bukanlah suatu dosa. Terlebih lagi, karena kerja sama dalam bidang investasi dibidang otomotif diantara dua negara dapat memberikan keuntungan bagi keduanya. Fenomena yang terjadi dalam hubungan internasional, dalam hal ini adalah masalah penanam modal atau investasi, karena dalam melaksanakan serta meningkatkan kehidupan suatu bangsa sehingga suatu negara dituntut melakukan suatu interaksi dengan negara lainnya di bidang apapun.

Meskipun terkadang memungkinkan bagi satu negara untuk meraih keuntungan dari negara yang lain atau untuk mendorong beban mereka ke negara lain dengan larangan-larangan dan peraturan-peraturan investasi dibidang otomotif dengan berbagai cara. Karena dalam kompetisi dari dunia politik memberi keyakinan bahwa pemimpin-pemimpin nasional sangat mengkhawatirkan mengenai kekuatan relatif dan kedudukan, sama seperti kekhawatiran mereka mengenai pencapaian ekonomi yang pasti, ketergantungan yang tumbuh kemudian hanya terbatas untuk memimpin perjuangan yang semakin meningkat bagi keuntungan nasional.

Hubungan kehidupan negara-negara tidak lepas dari ketergantungan antar negara, yang berarti bahwa untuk memenuhi aspirasi dan kebutuhan domestiknya negara harus berinteraksi dengan negara lainnya. Ketergantungan negara Jepang terhadap sumber daya alam tidak

menjadi penghalang bagi kemajuan ekonomi Jepang karena hal tersebut dapat diatasi oleh sumber daya manusia yang berkualitas, hal itu terbukti dengan keberhasilan Jepang menjadi salah satu kekuatan ekonomi dunia.

Kemakmuran yang dicapai Jepang dan negara-negara Eropa, tidak berarti mereka tidak lagi membutuhkan lagi negara lain. Karena adanya ketergantungan akan sumber daya alam menyebabkan negara tersebut harus tetap berhubungan dengan negara lain. Adanya ketergantungan Jepang dan negara-negara Eropa akan sumber daya alam dan Indonesia akan modal dan teknologinya mengakibatkan keduanya mengadakan suatu hubungan bilateral yang mempunyai tujuan-tujuan yang menjadi kepentingan negara-negara yang terlibat.

Bagi Indonesia sendiri penanam modal asing sangat diperlukan untuk biaya pembangunan, karena kepentingan nasional harus terus berjalan bagi kelangsungan proses pembangunan. Investasi asing sering disebut Penanaman Modal Asing (PMA). Adapun pengertian investasi menurut Sadono Sukirno dalam bukunya Pengantar Makro Ekonomi yaitu:

“Investasi dimaknai sebagai pengeluaran yang dilakukan para pengusaha untuk membeli barang-barang modal dan membina industri dalam pendapatan nasional dan statistik mengenai investasi. Investasi meliputi beberapa hal sebagai berikut; pertama, sebuah nilai pembelian para pengusaha atas barang-barang, modal dan pembelanjaan untuk mendirikan industri-industri; kedua, pengeluaran masyarakat untuk mendirikan rumah-rumah tempat perusahaan berupa barang-barang mentah, barang yang belum selesai diproses dan barang jadi.”⁷

⁷ Sadono Sukirno, Pengantar Makro Ekonomi (Jakarta: LP3S, 1981), hlm. 117.

Kontribusi Jepang dibidang industri otomotif telah memberi banyak kemajuan bagi peningkatan hubungan dan perkembangan di Indonesia. Dengan adanya globalisasi ekonomi, maka secara otomatis akan meningkatkan semangat para investor untuk meningkatkan proses investasi di luar negeri, dan ini akan memacu arus investor di luar negeri, atau yang sering pula dikenal dengan nama *Foreign Direct Investment* (FDI). *Foreign Direct Investment* ini juga dijadikan sebagai ukuran penting dari aktivasi global dari perusahaan-perusahaan Multinasional Cooperations (MNCs).⁸ Keberhasilan otomotif Jepang di Indonesia berdampak besar bagi pasar otomotif Eropa di Indonesia, Soehari Sargo sebagai pengamat otomotif mengatakan:

*“Tentang peluang, Soehari memprediksikan mobil Eropa mampu bersaing. Hanya saja untuk menggeser pemain lama, hal itu diakibatkan karena keterlambatan datangnya produk Eropa keterlambatan itu dikarenakan mereka terbentur oleh upaya pemenuhan pasar dalam negerinya sendiri”*⁹

Kemungkinan pasar otomotif Eropa di Indonesia sangat kecil, hal itu diakibatkan karena merek-merek Jepang yang sudah memiliki nama dan diminati oleh banyak kalangan masyarakat Indonesia, dan perusahaan otomotif Jepang pun tidak akan tinggal diam, dengan datangnya pasar otomotif Eropa, ternyata kedatangan otomotif Eropa di tanah air tidak berpengaruh besar terhadap pasar otomotif Jepang. Raksasa produsen

⁸ Ibid.,114-115.

⁹ “Dampak Otomotif Jepang dan Korea” “Dampak otomotif Jepang dan Korea”, dalam http://www.mobilmotor.co.id/news_detail.asp?id=1244.,diakses 14 April. 2008.

mobil Asia salah satunya Toyota rupanya tidak terpengaruh, terbukti dari penjualan produk andalannya, seperti Kijang berhasil mencapai sekitar kurang lebih 50 ribu unit pertahun.

Oleh karena apapun yang terjadi, setiap penggawang Eropa harus siap menghadapi resiko yang muncul. Tetapi Indonesia tetap memberikan peluang pasar yang besar.

b. Variabel Internalisasi

Variabel internalisasi bisa juga disebut sebagai keunggulan spesifik perusahaan/penanam modal, dimana setiap penanam modal sebisa mungkin mewarnai penanam modalnya dengan karakteristik yang khas, yang ditunjukkan guna memaksimalkan tingkat keuntungan sekaligus faktor yang membedakan dengan penanam modal lainnya.¹⁰

Pengertian dari spesifik perusahaan/penanam modal adalah perusahaan/penanam modal harus memiliki keunggulan spesifik dalam kepemilikan bila berhadapan dengan perusahaan/penanam modal dari negara lain dalam melayani pasar tertentu (terutama pasar luas negeri).¹¹

Keunggulan yang dimiliki pasar Jepang adalah banyak perusahaan Jepang di Indonesia yang jenis produksinya membutuhkan banyak tenaga kerja atau perusahaan padat karya, salah satu contohnya adalah perusahaan Toyota yang memproduksi produk otomotif, khususnya mobil. Tentu saja hal ini sesuai dengan kebutuhan Indonesia akan pemenuhan lapangan kerja. Keunggulan inilah yang dimiliki pasar Jepang untuk melakukan

¹⁰ Alan M Rugman. 1985. *International Bussines : From and Environment*. New York : Mc Graw Hill Book, hal 78.

¹¹ *Ibid*, hal 79.

investasi.

Selain itu, investasi Jepang memiliki beberapa keunggulan tertentu seperti manajemen, modal akses ke pasar internasional, serta jaringan usaha dan informasi ditingkat internasional. Keunggulan inilah yang dijadikan Indonesia sebagai faktor pendukung perekonomian terutama dalam industrialisasi substitusi impor dan promosi ekspor dengan menggunakan jaringan investasi luar negeri yang beroperasi di Indonesia.

E. Hipotesis

Melalui kerangka pemikiran diatas dapat dirumuskan suatu hipotesa, bahwa investasi MNC Jepang di bidang otomotif dapat bersaing dengan pasar otomotif Eropa di Indonesia dikarenakan **“Investasi MNC Jepang dibidang otomotif di Indonesia yang telah mengakar lama, dengan mengutamakan teknologi, sumber daya manusia yang berkualitas, modal dan harga yang terjangkau, sehingga membuat masyarakat Indonesia lebih memilih produk otomotif Jepang dibandingkan dengan produk otomotif Eropa yang lebih terkesan elegan dan harga yang relatif tinggi, hal ini ditandai dengan menurunnya tingkat penjualan mobil Eropa dan meningkatnya tingkat penjualan mobil Jepang dalam persaingan pasar otomotif di Indonesia”**.

F. Tujuan Penulisan

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk mengkaji dan memberi gambaran yang objektif mengenai wawasan baru mengenai Jepang yang sekaligus memosisikan diri sebagai negara termaju di Asia. Sedangkan Eropa merupakan negara dengan pabrikan mobil terbanyak di dunia, hal ini menjadi motivasi kedua negara untuk bersaing dalam bidang perindustrian otomotif khususnya di Indonesia.

Penelitian ini juga berusaha memberikan wawasan baru mengenai kajian Ilmu Hubungan Internasional yang sangat luas cakupannya, dalam hal ini yang berkaitan dengan negara yang mengandalkan sektor industrinya sebagai salah satu pilar perekonomian dalam mendukung kinerja dan pembangunan dan operasional negara, karena pada dasarnya Jepang dan Eropa memiliki sumber daya alam yang relatif minim. Melalui strategi peningkatan kualitas sumber daya manusia yang tinggi kedua Negara tersebut mampu tampil gemilang sebagai salah satu negara maju di dunia.

G. Ruang Lingkup dan Jangkauan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah persaingan industri otomotif mobil Jepang dan Eropa khususnya di Indonesia. Jepang dan Eropa memandang Indonesia sebagai pangsa pasar yang sangat potensial bagi pemasaran produk-produk industri otomotifnya karena karakteristik Indonesia yang berpenduduk besar dengan tingkat pertumbuhan yang relatif pesat. Keberadaan industri otomotif Jepang yang sudah lama mengakar di Indonesia membuat industri

otomotif Eropa berupaya untuk melemahkan hegemoni industri otomotif Jepang.

Untuk menghindari penulisan yang tidak terarah atau terlampau luas, maka penulis tidak membatasi jangkauan penelitian yaitu, selama Jepang masih berinvestasi di Indonesia dan selama perusahaan otomotif Jepang masih ada di Indonesia, maka penulis akan berusaha sejauh mungkin untuk melakukan proses penelitian dan pengumpulan data.

H. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan *Studi Kepustakaan*, yaitu dengan mengumpulkan data-data dan informasi dari berbagai pustaka yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas berdasarkan pada penelaahan buku-buku, text book, laporan-laporan, kliping, koran, internet, baik yang bersifat teori maupun yang bersifat empiris yang ada relevansinya dengan permasalahan yang sedang dihadapi atau berkaitan dengan objek penelitian yang sedang diteliti.

I. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini akan terbagi kedalam lima bab, hal tersebut dilakukan agar permasalahan ini dapat dibahas secara teratur serta saling berkaitan menuju pokok permasalahan. Maka sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, kerangka dasar pemikiran, hipotesis serta ruang lingkup penelitian dan metode pengumpulan data.

Bab II : Investasi Jepang di Bidang Otomotif

Bab ini memaparkan tentang investasi Jepang di bidang otomotif mobil dan kebijakan Jepang di Indonesia, serta sistem pemerintahan dan politik luar negeri Jepang.

Bab III : Pasar Otomotif Eropa di Indonesia

Bab ini membahas tentang pasar otomotif mobil Eropa di Indonesia, Produk otomotif mobil Eropa, Strategi pemasaran otomotif mobil Eropa dan Pesaing pasar otomotif mobil Eropa di Indonesia.

Bab IV : Dampak Investasi Jepang di Bidang Otomotif Terhadap Penjualan Mobil Eropa di Indonesia

Pada bab ini akan ditelaah mengenai apa saja yang menjadi dampak dari adanya otomotif Jepang terhadap produk Eropa di Indonesia.

Bab V Kesimpulan

Merupakan bab penutup dari penulisan skripsi yang perlu memberikan beberapa kesimpulan serta saran-saran yang dipandang perlu, dan lampiran-lampiran mengenai data yang berhubungan dengan materi yang diambil.