

BAB II

PERSAINGAN INVESTASI JEPANG DALAM SEKTOR OTOMOTIF DI INDONESIA

Dalam bab ini penulis akan menyajikan sebuah pembahasan mengenai tentang persaingan investasi jepang dalam sektor otomotif di Indonesia, yang dimana persaingan industri otomotif di Indonesia ini berawal sejak tahun 1961,¹⁴ dari masuknya kendaraan asal jepang inilah kemudian mengurus pasar kendaraan negara lain yang saat itu populer di Indonesia. Kemudian persaingan itu semakin memanas ketika datangnya kendaraan asal china dan Korea Selatan, tetapi awal kedatangan kendaraan Korea Selatan dan China di Indonesia tidak begitu laku dikarenakan durabilitasnya, yang dimana kendaraan asal China dan Korea Selatan tersebut ketika awal masuk ke Indonesia tidak awet, baik dari sisi mesin maupun suku cadang yang sulit di dapat, oleh karena itu perusahaan merek kendaraan asal China dan Korea Selatan tersebut sempat pergi dari Indonesia dikarenakan penjualan yang tidak terlalu laris.

Namun pada era kendaraan energi terbarukan saat ini, merek otomotif asal China dan Korea Selatan tersebut kembali lagi ke Indonesia dengan membawa sesuatu yang berbeda yaitu berkembang pesatnya teknologi yang di bawa oleh kendaraan asal China dan Korea Selatan tersebut, teknologi itu meliputi teknologi kendaraan listrik yang sangat berkembang pesat dengan harga yang lebih murah dibanding kompetitornya dari negara lain.

¹⁴ Alin Indrawati, *Op Cit.*, Hal 22

Hal itu membuat persaingan industri otomotif di Indonesia pada era energi terbarukan memanas lagi, yang dimana di Indonesia sendiri pasar sektor otomotif masih di kuasai jepang tetapi dengan hadirnya kendaraan dari China dan Korea Selatan yang membawakan teknologi kendaraan listrik yang berkembang dengan harga yang murah dikarenakan menerapkan strategi CKD (*Completely Build Up*) dengan arti bahwa kendaraan listrik asal China dan Korea Selatan tersebut sudah dirakit di Indonesia yang menyebabkan pajak import kendaraan tersebut 0%.¹⁵

2.1 Awal Persaingan Investasi Otomotif di Indonesia

Di Indonesia industri otomotif memiliki dinamika sejarah yang menarik, industri otomotif yang pertama kali masuk ke Indonesia yakni General Motor merupakan pabrikan asal Amerika Serikat, dengan bermula dari kendaraan yang masuk secara utuh hingga mendirikan pabrik perakitannya di Jakarta daerah Tanjung Priok. Kemudian dengan hadirnya mobil buatan Jepang di Indonesia memang bisa dibilang sangat mengesankan. Kendaraan mobil Jepang di Indonesia pertama kali hadir bukan mobil yaitu Toyota Land Cruiser FJ40, mobil ini diperkenalkan oleh mantan presiden ke-2 Indonesia yakni Presiden Soeharto, dan saat itu digunakan sebagai kendaraan dinas Panglima Kostrad pada tahun 1965, yang kemudian disusul oleh mobil JIP Nissan Patrol.¹⁶ Pada saat itu mobil Nissan Patrol dan Toyota Land Cruiser FJ40 menggerus dominasi mobil amerika seperti

¹⁵ 'Sekilas Tentang Istilah CBU, CKD, Dan IKD Dalam Dunia Otomotif – GAIKINDO' <<https://www.gaikindo.or.id/sekilas-tentang-istilah-cbu-ckd-dan-ikd-dalam-dunia-otomotif/>> [accessed 28 May 2024].

¹⁶ Alin Indrawati. *Op., Cit.* Hal 21

dodge dan ford dikarenakan mobil JIP buatan jepang teruji lebih kuat dalam segi mesin dan rangka kemudian perawatan yang mudah dan bahan bakar yang lebih irit dibandingkan kendaraan kompetitornya dari Amerika.

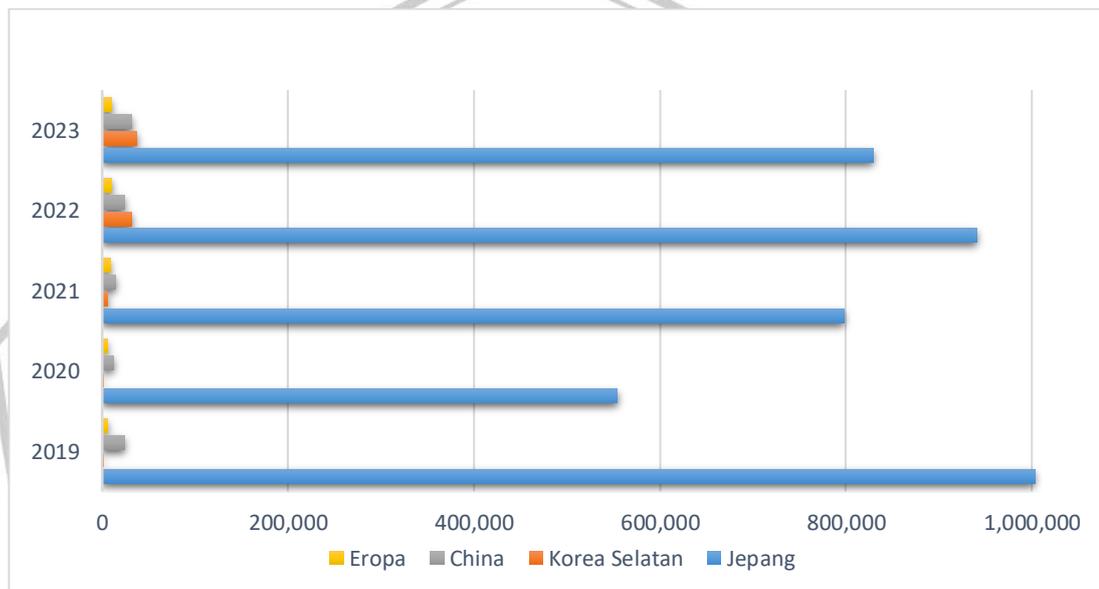
Jika telusuri sejarah persaingan investasi pada tahun 2011, Indonesia dan Korea Selatan mulai bekerja sama untuk memproduksi *green car*. Korea Selatan menyepakati kerja sama produksi dengan Indonesia dalam memproduksi green car (mobil hijau), mobil listrik dan *hybrid*. Hal ini dibicarakan oleh kedua negara saat pertemuan bilateral *Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC)*, di Rusia. Dalam penelitian ini juga memaparkan penanaman modal yang dilakukan oleh Korea Selatan di Indonesia, Investasi asal Korea Selatan yang didominasi pada sektor industri mesin dan elektronik sebesar 15%, pertambangan sebesar 13%, gas dan air 9%, industri sepatu 8% serta industri karet 14 dan plastic juga sebesar 8%. Selain itu, peluang investasi Korea Selatan dalam bidang otomotif juga sangat besar.¹⁷

Kerja sama yang terjalin antara Indonesia dan Korea Selatan semakin menguat hingga pada tahun 2011 kedua negara memulai pembahasan mengenai perjanjian IK-CEPA, namun pada tahun 2014 negosiasi yang dilakukan oleh kedua negara tidak mencapai kesepakatan sehingga pembicaraan mengenai perjanjian IKCEPA dihentikan. kemudian pada tahun 2019 kedua negara sepakat untuk melakukan kembali perjanjian IK-CEPA dan melakukan negosiasi kembali hingga desember 2020, dan kemudian perjanjian IK-CEPA berhasil disepakati oleh kedua negara. Selain itu, dalam penelitian ini juga menjelaskan faktor yang

¹⁷ Ratu Siti Nurhasanah, 'Pengaruh Perjanjian Ik-Cepa Terhadap Produksi Mobil Listrik Hyundai Dari Korea Selatan di Indonesia Tahun 2020 – 2022', Hal-43.

mempengaruhi keputusan perjanjian IK-CEPA yaitu kepentingan nasional kedua negara yang perlu di penuhi.

Grafik 2.1 Data Penjualan Kendaraan Jepang dan Kompetitor Dalam 5 Tahun Terakhir Dalam Satuan Unit¹⁸



Sumber: Gaikindo.com, data diolah oleh penulis

Jika dilihat dari data penjualan mobil dari beberapa negara kompetitor Jepang pada 5 tahun sebelumnya, dapat dilihat bahwa di tahun 2019 beberapa produsen kendaraan asal Jepang meliputi merk Toyota, Honda, Mitsubishi, Daihatsu, Suzuki, Isuzu, Mazda unggul dan berhasil menjual hingga 1,003,606 unit mobil pada tahun 2019. Adapun kompetitornya dari Korea Selatan dengan merk Hyundai dan Kia hanya berhasil menjual 1,417 unit, kemudian China dengan merk Wuling, Cherry, DFSK dan Neta berhasil menjual 24.372 unit dan Eropa dengan

¹⁸ 'Indonesian Automobile Industry Data – GAIKINDO' <<https://www.gaikindo.or.id/indonesian-automobile-industry-data/>> [accessed 2 June 2024].

merek Bmw, Mini, Mercedes-Benz, Peugeot, Audi dan Volkswagen berhasil menjual 6,083 unit pada tahun 2019.

Kemudian pada 2020 beberapa produsen kendaraan asal negara lain di Indonesia mengalami penurunan daripada tahun sebelumnya, seperti dari produsen kendaraan asal Jepang yang hanya berhasil menjual 554,211 unit hal ini menurun drastis sebesar 44,78% dan Korea Selatan 1,420 unit, produsen Korea Selatan ini meningkat 0,2% kemudian China berhasil menjual 11,947 unit, produsen China ini juga mengalami penurunan sebesar 50,98% dan Eropa sebesar 5,644 unit, produsen asal Eropa ini juga mengalami penurunan hingga 7.22%. Hal ini disebabkan karena adanya wabah virus covid-19 yang melanda Indonesia pada akhir 2019, yang membuat perekonomian masyarakat Indonesia menurun dan berimbas pada turunya penjualan kendaraan di Indonesia.

Di tahun 2021 penjualan kembali meningkat karena pulihnya kembali ekonomi masyarakat Indonesia sebagaimana pada data diatas mencatatkan produsen Jepang berhasil menjual 798,354 unit hal ini meningkat hingga 44.05% dibandingkan tahun sebelumnya. Kemudian produsen mobil Korea Selatan juga meningkat 317.11% yakni sebesar 5,923 unit. Kemudian produsen mobil China juga meningkat sebesar 24.76% yakni 14,906 unit dan produsen Eropa juga meningkat hingga 50.06% sebesar 8,469 unit.

Tahun 2022 merupakan tahun berjaya buat produsen kendaraan asal Korea Selatan yang dimana penjualannya meingkat hingga 438.18% dibandingkan tahun sebelumnya yakni sebesar 31,883 unit di tahun 2022 kemudian produsen Jepang

meningkat sebesar 17.84% yakni 940,794 unit kemudian China sebesar 62.85% yakni 24,270 unit dan Eropa 18.65% yakni sebesar 10,049 unit pada tahun 2022, kenaikan drastis penjualan mobil asal Korea Selatan pada tahun 2022 ini disebabkan oleh dirakit lokalnya mobil listrik Hyundai Ioniq 5 di Indonesia yang membuat penjualan meningkat.

Dirakit lokalnya mobil Hyundai Ioniq 5 membuat kenaikan penjualan merek mobil asal Korea Selatan yakni Hyundai dan Kia semakin meningkat di 2023 dimana pada tahun 2023 penjualan merek kendaraan asal Korea Selatan ini meningkat sebesar 17.03% yakni sebesar 37,315 unit dan produsen asal China juga meningkat sebesar 30.78% yakni sebesar 31,744 namun produsen mobil asal Jepang mengalami penurunan yakni sebesar 11.82% dengan jumlah 829,548 unit dan produsen mobil Eropa mengalami penurunan sebesar 1.252% dengan 9,923 unit.

2.2 Keterlibatan Jepang Dalam Persaingan Otomotif Jepang di Indonesia

Industri otomotif semakin berkembang bukan hanya di wilayah Eropa dan Amerika Serikat, namun juga Asia, khususnya Jepang. Pada dekade 2000-an, industri otomotif Jepang semakin terkenal yang banyak diminati oleh konsumen dunia, hal ini tidak lepas dari adanya hubungan bilateral antara Jepang dan Indonesia yang telah terjadi cukup lama, dimana awalnya Jepang hanya merupakan negara yang menjajah Indonesia pada tahun 1942-1945. Setelah Jepang mendapatkan kembali kedaulatannya dari Amerika Serikat pada tahun 1952

kemudian Jepang mencoba bangkit dan memperbaiki kembali kondisi perekonomian di negaranya.¹⁹

Kepentingan Indonesia dalam kerja sama bilateral dengan Jepang dalam IJEPA mengenai perdagangan industri otomotif Jepang di Indonesia, berkaitan dengan *self preservation* yang merupakan kepentingan inti akan adanya kerja sama bilateral Indonesia dan Jepang. Selain itu terdapat kepentingan jangka menengah yang membuat perbaikan ekonomi bahwa dengan adanya kerja sama tersebut digunakan sebagai peningkatan akses pasar barang, peningkatan akses barang jasa, peningkatan investasi Jepang di Indonesia, sedangkan dari sisi dalam mencari best practice dalam kerja sama Indonesia dan Jepang dalam IJEPA yaitu menjadikan Indonesia sebagai pusat industri otomotif global, menandingi dominasi industri otomotif China dan untuk menandingi dominasi industri otomotif Korea Selatan.²⁰

Selain itu, dari sisi perluasan kerja, bahwa dengan semakin majunya industri otomotif, khususnya pada sektor perdagangan industri otomotif sebagai bagian dari pencapaian kerja sama Indonesia-Jepang maka ini akan memberikan pengaruh positif bagi terbukanya lapangan kerja yang lebih luas, seperti dari *assembling* (perakitan), penjualan, pemeliharaan usaha yang tidak berkaitan dengan perdagangan industri otomotif Jepang di Indonesia.

¹⁹ Arief Firdaus Achyar, *Upaya Meti (The Japanese Ministry Of Economy, Trade And Industry) Dalam Mendukung Dominasi Perusahaan Otomotif Jepang di Indonesia*, 1 February 2023 <[Http://Scholar.Unand.Ac.Id/Id/Eprint/201074](http://Scholar.Unand.Ac.Id/Id/Eprint/201074)> [accessed 28 June 2024].

²⁰ Octaviana Mediswasty Hidayat and M. Syaprin Zahidi, *Kepentingan Indonesia Dalam Kerja Sama Bilateral Dengan Jepang (IJEPA) Dalam Perdagangan Industri Otomotif 2008-2014*, *Indonesian Journal of Global Discourse*, <<https://doi.org/10.29303/IJGD.V5I1.88>>. [accessed 30 June 2024]

Prospek perjanjian kerja sama Indonesia-Jepang di masa yang akan datang adalah ketertarikan negara Jepang untuk terus berinvestasi di negara Indonesia, khususnya dalam industri otomotif dan terjadinya transfer teknologi, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan mutu otomotif hasil rakitan Indonesia. Dengan adanya persaingan yang terjadi segala upaya dilakukan seperti meluncurkan mobil-mobil terbaru dari pabrikan otomotif. Beberapa Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) baik dari pabrikan Jepang, Eropa, Amerika dsb, berusaha menguatkan jumlah produksi sesuai dengan kapasitas terbesar pabriknya dengan tujuan untuk mendukung mencapai target pemasaran dari tahun ketahun. Dengan permintaan yang besar akan komponen otomotif pada Industri Kecil dan Menengah (IKM), maka akan membut peluang IKM semakin besar untuk masuk kedalam ATPM meski IKM dipaksa untuk terus melakukan peningkatan kualitas produk serta ketepatan waktu terkait distribusi kepada industri otomotif kepada rekan bisnisnya.²¹

2.3 Respon Jepang Dalam Menghadapi Persaingan Otomotif di Indonesia Pada Era Energi Terbaharukan

Jepang merespon persaingan industry otomotif pada era energi terbaharukan dengan masih berpatokan pada teknologi *hybrid* dan masih belum berfokus pada Electric Vehicle (EV), Saat ini, berbagai produsen otomotif di seluruh dunia sedang bersaing dalam pengembangan berbagai macam mobil listrik, termasuk SUV dan model lainnya. Tetapi, produsen otomotif Jepang dengan bangga memperkenalkan teknologi yang tidak tergantung pada bensin atau listrik,

²¹ Muhammad Farhan Gibran, *Ibid.* Hal. 34

melainkan *hydrogen* ataupun *hybrid*. Keputusan ini diambil karena produsen otomotif di Indonesia bersaing merilis produk mobil masa depan yang bebas emisi melalui kendaraan listrik. Beberapa industri otomotif Jepang seperti Toyota dan Honda menganggap bahwa kendaraan listrik bukan pengganti energi terbaik karena pembangkit tenaga listrik kebanyakan masih menggunakan energi fosil sebagai pembangkit tenaganya.

Kendaraan *hydrogen* menggunakan sistem yang mengubah sel bahan bakar untuk *hydrogen* menjadi listrik, dan hasilnya adalah air bersih. Dalam hal emisi, kendaraan *hydrogen* memiliki tingkat emisi yang sangat rendah, sebanding dengan mobil listrik. Kendaraan *hydrogen* memiliki peran kunci dalam mewujudkan industri otomotif yang bebas emisi. Dalam hal penyimpanan, bahan bakar hidrogen menggunakan tangki bertekanan tinggi dan hidrogen disimpan dalam bentuk gas daripada cair.

Pelaksanaan kerjasama perekonomian Indonesia-Jepang atau *Indonesia Japan Economic Partnership Agreement* (IJEPA) tak menunjukkan dampak berarti bagi persaingan investasi otomotif era terbaharukan di Indonesia. Walaupun suksesnya LCGC (Low Cost Green Car) sebagai kendaraan era energi terbaharukan, namun kesuksesan ini tidak dilanjutkan pada persaingan Electric Vehicle. Buktinya, kendaraan asal Jepang di Indonesia tidak lebih laku pesat ketimbang kendaraan China dan Korea Selatan bahkan sejak IJEPA yang dimulai pada 2008. Keadaan ini berbanding terbalik dengan tujuan dan manfaat dari kesepakatan kerjasama IJEPA.

Gambar 2.1 Toyota Mirai Yang Merupakan Salah Satu Produk Toyota Berbahan Bakar Hidrogen²²



Sumber: Fastnlow.Net

Pada gambar diatas bisa dikatakan bahwa strategi perusahaan otomotif asal Jepang seperti Toyota dalam persaingan industri otomotif di era energi terbaharukan yakni dengan berfokusnya pada pengembangan energi alternatif selain listrik sebagai bahan bakar kendaraan. Selain melakukan pengembangan *hydrogen* produsen otomotif Jepang juga melakukan persaingan dengan mengeluarkan kendaraan dengan tenaga *hybrid* yakni kendaraan yang tidak berfokus pada tenaga listrik tetapi masih menggunakan *Internal Combution Engine* (ICE) yang digabungkan dengan motor listrik sebagai tenaga pembantu.²³

Dikarenakan Jepang tidak terlalu fokus mengembangkan kendaraan yang menggunakan energi listrik hal ini produsen kendaraan asal Korea Selatan dan

²² 'Kolaborasi 3 Raksasa Otomotif Jepang Perihal Mobil Hidrogen - Fastnlow.Net' <<https://fastnlow.net/kolaborasi-3-raksasa-otomotif-jepang-perihal-mobil-hidrogen/>> [accessed 27 June 2024].

²³ Mochammad Aziz and others, 'Studi Analisis Perkembangan Teknologi dan Dukungan Pemerintah Indonesia Terkait Mobil Listrik', *TESLA: Jurnal Teknik Elektro*, 22.1 (2020), 45 <<https://doi.org/10.24912/tesla.v22i1.7898>>.

China mendominasi penjualan kendaraan listrik di Indonesia, belum lagi hadirnya merek kendaraan asal china dan korea Selatan seperti BYD, NETA dan CHERRY.

Gambar 2.2 Toyota Bz4x Yang Merupakan Salah Satu Kendaraan Listrik²⁴



Sumber: Topgear.com.ph

Selain berfokus pada kendaraan *hybrid* dan pengembangan hydrogen bukan berarti produsen otomotif asal jepang tidak mengeluarkan penentang kendaraan asal China dan Korea Selatan, yakni Toyota BZ4X dan Nissan Kicks yang merupakan kendaraan *Full Electric Vehicle*, tetapi di Indonesia sendiri penjualan kendaraan listrik asal jepang ini masih kurang laris dikarenakan harganya yang mahal sebab masih berstatus mobil CBU (*Completely Build Up*) yakni kendaraan yang di impor secara utuh dan dikenakan pajak import yang membuat harganya menjadi lebih mahal ketika masuk ke Indonesia.

Antusiasme masyarakat Indonesia terhadap kendaraan listrik di Indonesia membuat produsen otomoif asal Jepang semakin tertinggal jauh oleh dominasi kendaraan era energi terbarukan dari Korea Selatan dan China di Indonesia, hal

²⁴ 'Toyota Bz4x | Top Gear Philippines' <<https://www.topgear.com.ph/tag/toyota-bz4x>> [accessed 27 June 2024].

ini disebabkan kendaraan era energi terbaharukan asal China dan Korea Selatan membawakan teknologi yang mutakhir dengan harga yang murah dikarenakan strategi kendaraan CKD (Completely Build Up) yang membuat kendaraan asal China dan Korea Selatan tersebut menjadi tanpa bea masuk, hal ini juga membuat kalahnya Jepang dalam penjualan kendaraan listrik di Indonesia belum lagi dukungan pemerintah Indonesia dalam mendukung kendaraan listrik dengan memberikan pajak 0% terhadap Pajak Pertambahan Nilai Barang Mewah (PPnBM) berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 74 Tahun 2021. Pajak kepemilikan di atas akan dikenakan sebesar 10% pada mobil Listrik.²⁵



²⁵ 4 Bentuk Dukungan Pemerintah Terhadap Mobil Listrik di Indonesia | Nissan Indonesia', 2022 <<https://nissan.co.id/new-press/artikel/4-bentuk-dukungan-pemerintah-terhadap-mobil-listrik-di-indonesia/>> [accessed 19 May 2024].

Grafik 2.2 Data Penjualan Mobil Listrik Di Indonesia Pada Tahun 2021-2023

Per-Unit²⁶



Sumber: Gaikindo.com dan diolah oleh penulis

Dilihat dari data diatas yang di dapatkan dari Gaikindo (Gabnungan Industri Kendaraan Bermotor) kemudian diolah oleh penulis, dimana dapat dilihat bahwa pada tahun 2021 penjualan kendaraan listrik dari merk kompetitor Jepang yang berasal dari Korea Selatan dengan Ioniq EV laku terjual sebanyak 360 unit, pada tahun 2021 ini masih belum menunjukkan keinginan masyarakat Indonesia menggunakan kendaraan era energi terbarukan. Dikarenakan pada tahun 2021 belum menunjukkan keseriusan merk Hyundai dan Korea Selatan untuk berinvestasi di indonesia. Pada 2021 kendaraan listrik Hyundai Ioniq EV hanya digunakan sebagai taksi armada dan masih berstatus CBU (*Completely Build Up*)

²⁶ Gaikindo, *Op. Cit*

hal inilah yang membuat masyarakat Indonesia masih belum ada keinginan untuk menggunakan kendaraan listrik dikarenakan harganya yang masih mahal.

Kemudian penjualan kendaraan listrik di Indonesia melonjak berkali-kali lipat pada tahun 2022, yang dimana ketika Wuling AirEV dan Hyundai Ioniq 5 sudah berstatus CKD (*Completely Knock Down*) hal ini membuat kendaraan tersebut mendapatkan keringanan harga maupun Pajak Pertambahan Nilai Barang Mewah (PPnBM), pada tahun 2022 Wuling AirEV mencatat penjualan sebanyak 6.859 unit dan Hyundai Ioniq 5 sebanyak 1.517 unit kemudian ada bmw dengan iX mencatat sebanyak 372 unit, selain faktor CKD hal yang membuat Wuling AirEV dan Hyundai Ioniq 5 laku keras pada tahun 2022 adalah dengan adanya sumbangan dari Wuling dan Hyundai, yakni berupa 300 Wuling AirEV dan 262 Ioniq 5 untuk digunakan pada KTT G20 yang diselenggarakan di bali, hal ini juga yang membuat masyarakat Indonesia melihat keseriusan merk otomotif asal China dan Korea Selatan tersebut serius di Indonesia.

Pada tahun 2023 merupakan tahun bersinar bagi pabrikan asal Korea Selatan yakni Hyundai sebagaimana dapat dilihat dari data diatas menunjukkan penjualan Hyundai Ioniq 5 sebesar 7.176 unit, Bmw dengan iX sebanyak 615 unit dan Wuling dengan AirEV sebanyak 5.575 unit. Hal ini membuat jepang tidak tinggal diam, Toyota yang merupakan salah satu merk otomotif asal jepang menjual Toyota Bz4x ke Indonesia pada tahun 2022 dimana sebelumnya sempat disumbangkan oleh PT Toyota-Astra Motor untuk digunakan pada KTT G-20 di bali, tetapi penjualan Bz4x mencatatkan hasil yang tidak memuaskan karena hanya 479 unit yang laku terjual. Hal ini disebabkan harganya masih tinggi karena berstatus

kendaraan CBU (*Completely Build Up*) yang membuat terkena pajak import masuk dan. Pajak Pertambahan Nilai Barang Mewah (PPnBM)

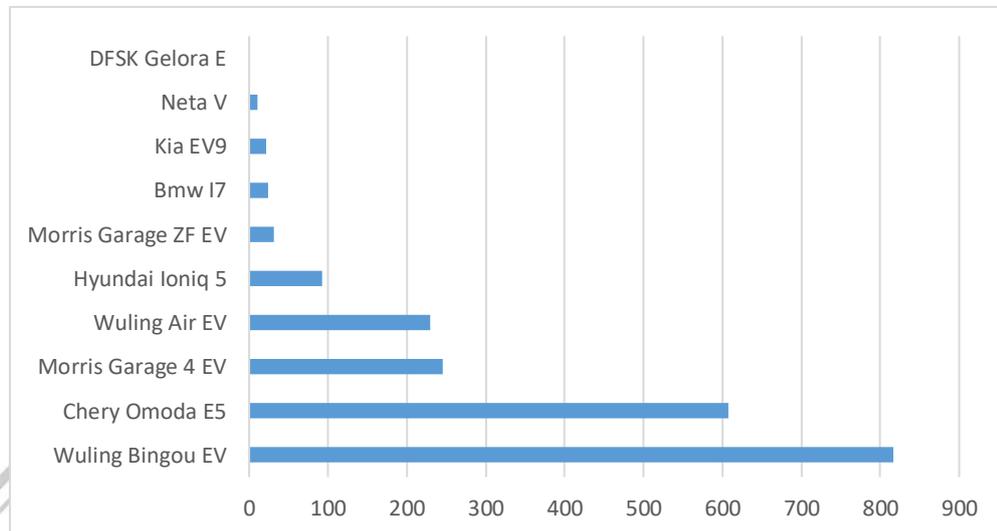
2.4 Persaingan Kendaraan Listrik di Indonesia

Di Indonesia perkembangan mobil listrik berkembang sanga pesat, hal ini dapat dilihat bahwa adanya keseriusan yang diambil serta langkah tegas dari pemerintah Indonesia. Yang dibuktikan dengan adanya kerja sama investasi oleh PT. Industri Baterai Indonesia/*Indonesia Battery Cooperation* yang merupakan gabungan antara 4 perusahaan di indonesia dengan perusahaan asal Korea Selatan yaitu Hyundai Motor Group dan LG Energy Solution. Hal langkah pembangunan pabrik baterai mobil listrik, yang berada di Karawang, Jawa Barat untuk membentuk perusahaan patungan (*joint venture*) sel baterai mobil listrik dengan MoU nilai investasi sebesar Rp.15.9 triliun.²⁷

²⁷ Dewantoro Satrio Fajar, *Kerja Sama Industri Baterai Mobil Listrik Indonesia*, 2022 <<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/41842/18323168.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> [accessed 20 May 2024].

Grafik 2.3 Penjualan Mobil Listrik Terlaris di Indonesia Sepanjang Bulan

Januari-Maret 2024²⁸



Sumber: Gaikindo.com, data diolah oleh penulis

Berdasarkan data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo), volume penjualan mobil listrik berbasis baterai atau *battery electric vehicle* (BEV) di pasar domestic di dominasi oleh Wuling Bingou. Berikutnya diisi oleh Chery Omoda E5. Mobil asal pabrikan China ini berhasil menjual 608 unit. Kemudian disusul Morris Garage 4 EV dan Wuling Air EV yang masing-masing mencatatkan penjualan wholesales sebanyak 246 unit dan 229 unit. tren positif penjualan EV pada paruh pertama 2024 ini tidak terlepas dari peran pemerintah yang mendukung sejumlah fasilitas. Dukungan pemerintah ini mulai dari kebijakan untuk mendorong kendaraan listrik, subsidi, insentif pajak, hingga pembangunan infrastruktur SPKLU. Lalu harga EV telah turun secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir, Selain itu, menjamurnya produsen-produsen mobil listrik asal China dan Korea Selatan juga turut mendorong pembelian kendaraan elektrifikasi.

²⁸ Gaikindo, *Op. Cit*

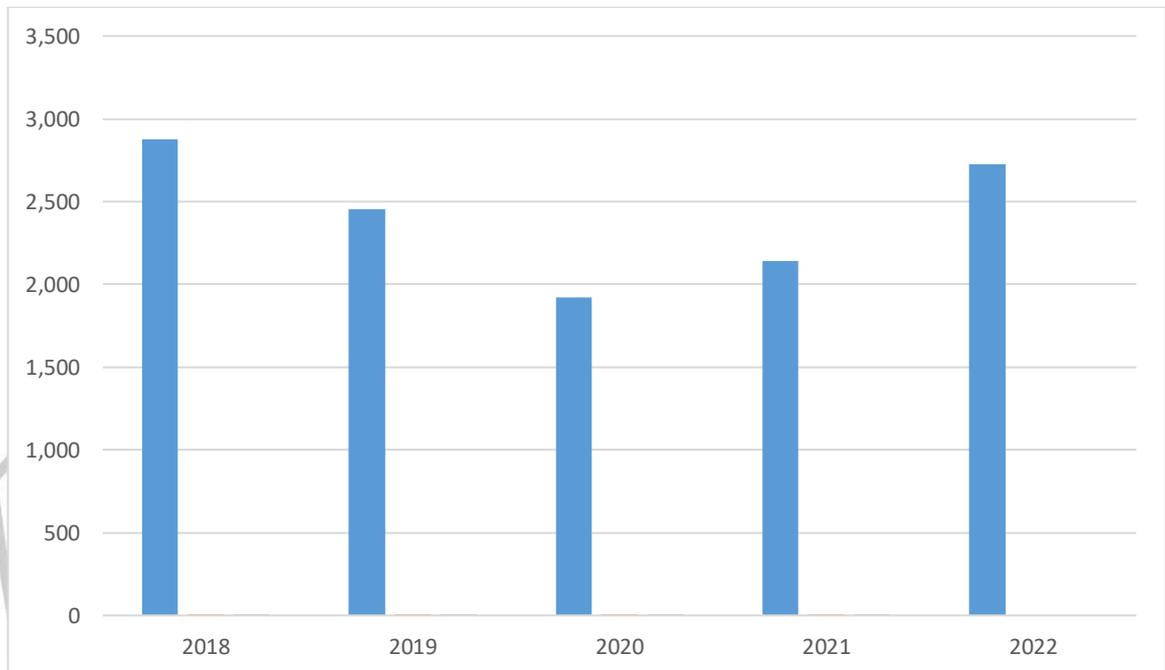
Larisnya merek kendaraan asal China pada tahun 2024 yaitu Wuling dengan Bingou EV kemudian disusul oleh merk kendaraan asal Korea Selatan dengan Ioniq 5 dan hadirnya merek kendaraan listrik asal negara lain seperti Cherry, Morris Garage dan Neta yang membuat produsen otomotif asal Jepang tertinggal jauh penjualannya di Indonesia. Namun hal ini tidak membuat Jepang merasa terancam dan tidak berfokus pada tujuan awalnya yaitu fokus pada kendaraan *hybrid* dan *hydrogen*.

Kebijakan yang dilakukan Jepang memilih Indonesia sebagai negara tujuan investasi tidak terlepas dari realita upah pekerja murah terlebih lagi didukung oleh pola konsumtif masyarakat Indonesia yang cenderung tinggi.²⁹ Baik Indonesia maupun Jepang memiliki persamaan pada karakter konsumen dalam memilih kendaraan, seperti konsumen kedua negara tersebut cenderung memilih kendaraan yang hemat bahan bakar.

²⁹ Trilke E. Tulung Christopel J.P De Blouwe, Michael Mamentu, 'Hubungan Dagang Indonesia – Jepang Pasca Kesepakatan Indonesian Japan Economic Partnership Agreement (Ijepa) Tahun 2007', *Jurnal Politico*, 9.2 (2020), 4
<<https://ejournal.unsrat.ac.id/v2/index.php/politico/article/view/30703/29515>>., *Op Cit.* Hal 53

Grafik 2.4 Data Import Komponen Kendaraan Dari Jepang Ke Indonesia

Dalam Satuan Bagian³⁰



Sumber: Trademap.com dan diolah oleh penulis

Jika dilihat dari data yang diolah penulis ketergantungan import komponen kendaraan yang kemudian di rakit di Indonesia masih tinggi, komponen ini meliputi bagian mesin, bagian badan kendaraan dan bagian rangka. Bahkan saat 5 tahun semenjak kesepakatan IJEPA dalam hal otomotif diberlakukan, hal ini berpengaruh bahwa bagian kendaraan yang untuk dirakit di Indonesia masih banyak di import dari Jepang bukan butan lokal Indonesia yang Dimana hal ini berbandung terbalik

³⁰ 'Trade Map - List of Supplying Markets for a Product Imported by Indonesia' <https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7C360%7C%7C%7C%7CTOTAL%7C%7C%7C2%7C1%7C1%7C1%7C2%7C1%7C2%7C1%7C1%7C1> [accessed 27 June 2024].

dengan kesepakatan IJEPA yang menjadikan Indonesia sebagai pusat pertukaran pteknologi.

Dapat dilihat semenjak tahun 2018 indonesia mengimport bagian kendaraan ke Indonesia sebanyak 2.872 bagian, kemudian pada tahun 2019 sebanyak 2.453 dan pada tahun 2020 mengalami penurunan dikarenakan adanya virus corona covid-19, pada saat itu Indonesia mulai mengurangi import bagian kendaraan karena takut tersebarnya virus melalui bagian kendaraan tersebut, hingga 2021 setelah covid selesai data import bagian kendaraan meningkat lagi. Hingga 2022 data import bagian kendaraan dari jepang ke Indonesia masih tergolong tinggi yakni sejumlah 2.724 bagian. Bagian kendaraan ini dikirim dari jepang ke Indonesia untuk dirakit menjadi sebuah mobil, hal inilah yang membuat ketergantungan Indonesia ke jepang dalam perakitan sebuah mobil

Diplomasi yang dilakukan antara Indonesia dan Toyota yang merupakan salah satu pabrikan otomotif asal Jepang merupakan salah satu bentuk diplomasi transnasional. Hal ini menunjukkan bahwa bentuk kepentingan dari Jepang tercerminkan melalui perusahaan otomotif Jepang. Meskipun tren perdagangan yang semakin kompleks, hal yang di janjikan negara tersebut semakin menghilang dalam pandangan ekonomi-politik, tetapi bukan berarti aktor negara dihilangkan oleh aktor non-negara (korporasi). Bantahan tersebut, tercermin disaat adanya

peranan negara yang mengawal proses peraturan dan kesepakatan kemitraan seperti IJEPA.³¹



³¹ Aspin Nur Arifin Rivai, 'Posisi Indonesia di Tengah Fenomena Korporasi Global (Studi Kasus: Relasi Dagang Indonesia – Toyota Pasca Kesepakatan IJEPA)', *Indonesian Perspective*, 2.2 (2017), 105 <<https://doi.org/10.14710/ip.v2i2.18474>> [accessed 29 June 2024]