

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam hubungan internasional, transportasi memegang peranan penting di suatu negara, khususnya dalam bidang ekonomi. Dalam bidang ekonomi, transportasi dapat meningkatkan pendapatan nasional dikarenakan distribusi peningkatan jenis dan jumlah barang jadi dan jasa, mengembangkan industri nasional yang dapat menghasilkan devisa dan suplai pasar dalam negeri, jumlah distribusi yang merata, dan menciptakan serta memelihara tingkatan kesempatan kerja bagi masyarakat.¹

Industri otomotif pertama kali dikenalkan di Indonesia pada masa penjajahan belanda. Terdapat beberapa perusahaan otomotif yang memiliki akses pasar di Indonesia dan menjadikan Indonesia sebagai pusat industrinya.² Industri otomotif Indonesia tidak sekuat Tiongkok, Uni Eropa, dan Amerika Serikat. Namun industri otomotif Indonesia terus bertumbuh dikarenakan beberapa faktor.³

Berdasarkan data dari *ASEAN Automotive Federation* (AAF) pada Juni 2023, penjualan sepeda motor di Indonesia menjadi yang terbanyak di Asia Tenggara, dengan jumlah 6.524.244 unit yang terjual. Jumlah ini naik sebesar

¹ Abdul Kadir, "Transportasi: Peran dan Dampaknya dalam Pertumbuhan Ekonomi Nasional," *Jurnal Perencanaan dan Pengembangan Wilayah Wahana Hijau*, vol.1, no.3 (April 2006): 126.

² Aprilia Restuning T. dan Rizqi Candra A.N, *The Development of Domestic Automotive Industry: The Role of Indonesian Government to Compete The Japanese Automotive Industry*, *Mediasi Journal of International Relations*, vol.2, no.1 (2019): 3.

³ Ari Warokka, dkk, *Asia Automotive Industry: Global and Country Scenario*, *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, vol.24, no.1 (2020): 1136

15,53% dari tahun 2022 yang berjumlah 5.646.750 unit.⁴ Untuk kendaraan roda empat (mobil), pada tahun 2023, Indonesia menjadi negara dengan penjualan mobil terbanyak di Asia Tenggara, yakni sebesar 1,01 juta unit.⁵ Dilihat dari skala nasional, menurut Badan Pusat Statistik, total jumlah kendaraan bermotor yang ada di Indonesia pada tahun 2021 adalah sejumlah 141.992.573 unit, angka ini naik cukup drastis pada tahun 2022, yakni menjadi 148.261.817 unit kendaraan bermotor yang ada di Indonesia.⁶

Tingginya penggunaan kendaraan bermotor di Indonesia menyebabkan polusi gas yang begitu besar, akibatnya, Indonesia membutuhkan inovasi kendaraan ramah lingkungan sebagai salah satu solusi yang dianggap dapat mengurangi emisi. Masalah pengadaan kendaraan listrik ini menjadi perhatian saat Presiden Joko Widodo mengeluarkan Peraturan Presiden Nomor 55 Tahun 2019 tentang Percepatan Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (*Battery Electric Vehicle*) untuk transportasi jalan. Selain peraturan tersebut, Kementerian Perhubungan juga mengeluarkan Peraturan Menteri Perhubungan (Permenhub) Nomor 45 Tahun 2020 tentang Kendaraan Tertentu dengan Menggunakan Penggerak Motor Listrik, di dalam aturan ini menjelaskan tentang kendaraan seperti *hoverboards*, sepeda listrik, skuter listrik, otopet, dan sepeda roda listrik.⁷

⁴ “Indonesia, Negara Terbanyak Sepeda Motor di Asia Tenggara,” Merdeka.com, diakses pada 20 Februari 2024, <https://www.merdeka.com/khas/indonesia-negara-terbanyak-sepeda-motor-di-asia-tenggara-54526-mvk.html?screen=1>

⁵ “Indonesia Rajai Penjualan Mobil di Asia Tenggara pada 2023,” databoks.co.id, diakses pada 20 Februari 2024, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/06/indonesia-rajai-penjualan-mobil-di-asia-tenggara-pada-2023>

⁶ “Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit), 2021-2022,” Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, diakses pada 5 Maret 2024, <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTcjMg==/perkembangan-jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-jenis--unit-.html>

⁷ Audrey Ramadhina R. dan Fatma Ulfatun N, “Regulasi Kendaraan Listrik di Indonesia Sebagai Upaya Pengurangan Emisi Gas,” Jurnal Hukum tora, vol.8, no.2 (2022): 206.

Untuk mengimplementasikan peraturan-peraturan yang telah disebutkan tadi, tentu saja tidak bisa dilakukan sendirian. Setiap negara memiliki kebutuhan dalam negeri yang berbeda dan hal ini menyebabkan terjadinya kerja sama antarnegara. Alasan adanya kerja sama antarnegara adalah demi mencapai tujuan bersama dan kolektif, serta adanya kepentingan dari masing-masing negara.⁸ Dalam hal pengadaan kendaraan listrik, Pemerintah Indonesia dengan Pemerintah Korea Selatan menandatangani *Memorandum of Understanding* (MoU) terkait investasi pengembangan dan pembuatan mobil listrik di Indonesia yang dilakukan melalui IK-CEPA (*Indonesia-Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement*) yang ditandatangani pada tahun 2019 dan mulai diimplementasikan pada tahun 2020.⁹ Di tahun yang sama, Indonesia dan 10 negara anggota ASEAN lainnya beserta Korea Selatan, Australia, Selandia Baru, Tiongkok, dan Jepang mengesahkan perjanjian RCEP (*Regional Comprehensive Economic Partnership*) yang bertujuan untuk menurunkan tarif, mempromosikan investasi untuk membantu negara-negara berkembang, dan membuka perdagangan jasa. Kerja sama ini juga termasuk investasi dalam pengembangan kendaraan listrik di Indonesia.¹⁰

Sebagai bentuk implementasi dari dua kerjasama ini, di tahun yang sama pula, kendaraan listrik untuk pertama kalinya masuk ke Indonesia, adapun perusahaan yang pertama kali merilis kendaraan listrik pertamanya di

⁸ Trevor C. Salmon dan Mark F. Imber, *Issues in International Relations, 2nd Edition* (Routledge, 2008): 122-123.

⁹ Sada Rhema El Shaddai, dkk, "Kerja Sama Indonesia-Korea Selatan dalam Akselerasi Pengembangan Mobil Listrik di Indonesia," *Global Political Studies Journal*, vol.7, no.2 (Oktober 2023): 128-129.

¹⁰ Mochamad Rifki Maulana, "Perjanjian Kemitraan Ekonomi Komprehensif Regional (*Regional Comprehensive Economic Partnership*-RCEP) dan Pengaruhnya untuk Indonesia, *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, vol.5, no.1 (Januari 2021): 119.

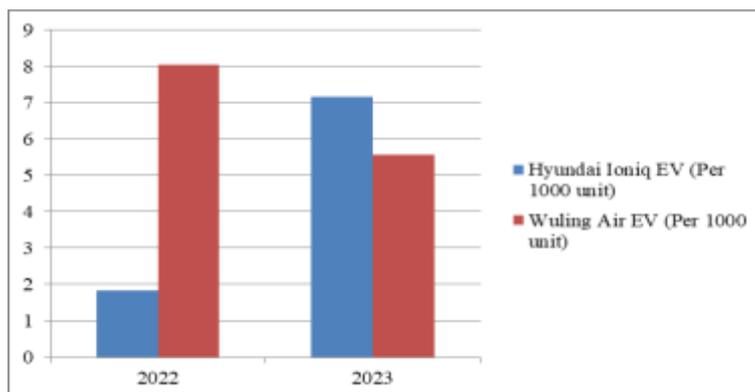
Indonesia adalah Hyundai, dengan mobil listrik Hyundai Kona EV dan Hyundai Ioniq EV. Perusahaan Lexus yang merupakan anak perusahaan Toyota, juga ikut meluncurkan mobil listrik pertama mereka, yakni Lexus UX300e, mobil ini memiliki tenaga yang lebih besar dibandingkan Hyundai Ioniq dan Kona EV, namun sayangnya mobil ini tidak bisa dipesan dalam keadaan *ready stock*, melainkan calon pelanggan harus menunggu 1-2 bulan kemudian.¹¹

Pada tahun 2022, Hyundai dan Wuling sama-sama merilis mobil listrik terbaru mereka, yakni Hyundai Ioniq 5 dan Wuling Air EV. Hyundai Ioniq 5 pertama kali dikenalkan pada gelaran *Indonesia International Motor Show* (IIMS) 2022, sedangkan Wuling Air EV dikenalkan pada gelaran *GAIKINDO Indonesia International Auto Show* (GIAS) yang kehadirannya langsung memberikan daya tarik di kalangan pecinta otomotif dikarenakan harga yang terjangkau dibanding mobil listrik yang lain serta bentuknya yang cocok menjadi mobil keluarga.¹²

Menurut data yang didapat dari Gaikindo, pada awal perilisan Wuling Air EV, penjualan mobil ini melonjak sampai dapat mengalahkan Hyundai Ioniq 5 yang dirilis pada tahun yang sama, dimana Wuling Air EV terjual sebanyak 8.053 unit, sementara Hyundai Ioniq 5 terjual sebanyak 1.829 unit, tetapi pada tahun 2023, penjualan Hyundai Ioniq 5 naik menjadi sebanyak 7.176 unit yang terjual sepanjang 2023, sebaliknya, penjualan Wuling Air EV menurun dengan sebanyak 5.575 unit yang terjual.

¹¹ Dini Ardiyanti, dkk, "Analisis Penjualan Mobil Listrik di Indonesia dalam Rentang Waktu 2020-2023," *ECOMA: Journal of Economics and Management*, vol.1, no.3 (Desember 2023): 120.

¹² Dini Ardiyanti, dkk, "Analisis Penjualan Mobil Listrik di Indonesia dalam Rentang Waktu 2020-2023," *ECOMA: Journal of Economics and Management*, vol.1, no.3 (Desember 2023): 119-121.



Grafik 1.1 Penjualan Hyundai Ioniq EV & Wuling Air EV pada tahun 2022-2023
 Sumber: Gaikindo.com

Alasan kedua mobil listrik ini menjadi mobil listrik terlaris di Indonesia adalah karena keduanya mendapatkan insentif PPN sebesar 1% dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia (Kemenkeu RI). Aturan ini tertuang dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 8 Tahun 2024. Selain itu, kedua mobil listrik ini juga dirakit di Indonesia sehingga harganya tidak se mahal mobil listrik merek lain.¹³

Sebagai akibat dari adanya kerjasama antara Indonesia dengan Korea Selatan melalui IK-CEPA dan kerjasama antara Indonesia, Korea Selatan, dan Tiongkok melalui RCEP, serta adanya aturan-aturan yang mengatur terkait adanya penggunaan mobil listrik di Indonesia, secara tidak langsung menyebabkan terbentuknya pasar persaingan di sektor industri otomotif di Indonesia. Oleh karena itu penelitian ini bermaksud untuk melihat bagaimana jalannya persaingan antara Korea Selatan dengan Tiongkok dalam sektor industri otomotif di Indonesia.

¹³ “Cuma Ini Mobil Listrik yang Dapat Insentif PPN Tahun 2024,” Detikoto.com, diakses pada 27 April 2024, <https://oto.detik.com/mobil-listrik/d-7213079/cuma-ini-mobil-listrik-yang-dapat-insentif-ppn-tahun-2024>

1.2 Rumusan Masalah

Tingginya polusi yang terjadi di Indonesia membuat pemerintah Indonesia mencari cara bagaimana mengurangi polusi, salah satunya mengganti kendaraan menjadi lebih ramah lingkungan. Namun terbatasnya dana serta keterbatasan penguasaan teknologi menjadi tantangan bagi Indonesia untuk mewujudkan hal tersebut, di sisi lain, Pemerintah Indonesia memiliki sumber daya yang melimpah yang menjadi daya tarik Indonesia untuk menarik investasi dari luar negeri. Untuk mewujudkan hal ini, Pemerintah Indonesia bekerja sama dengan dua negara industri terbesar di dunia, yakni Korea Selatan dan Tiongkok melalui IK-CEPA dan RCEP dalam pengembangan mobil listrik di Indonesia. Investasi dari kedua negara tersebut masuk di pasar otomotif Indonesia yang menyebabkan terbentuknya pangsa pasar persaingan yang terjadi di antara Korea Selatan dengan Tiongkok. Oleh sebab itu, peneliti hendak menguraikan bagaimana pasar yang melibatkan Korea Selatan dengan Tiongkok dalam sektor industri otomotif di Indonesia.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka pertanyaan penelitian ini adalah *bagaimana pasar persaingan yang terbentuk antara Korea Selatan dengan Tiongkok dalam pasar mobil listrik di Indonesia?*

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk persaingan yang terjadi antara Korea Selatan dengan Tiongkok dalam pasar mobil listrik yang ada di Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan pada para pembaca, khususnya para akademisi Departemen Hubungan Internasional agar dapat mengetahui tentang persaingan antara Korea Selatan dengan Tiongkok yang terjadi di pasar mobil listrik di Indonesia dan diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap Ilmu Hubungan Internasional, sub disiplin Ekonomi Politik Internasional, khususnya teori Pasar Internasional.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini berkaitan dengan tiga hal, pertama, manfaat bagi masyarakat sebagai pemahaman tentang bagaimana persaingan antara Korea Selatan dengan Tiongkok didalam pasar mobil listrik di Indonesia, kedua, manfaat bagi akademisi Hubungan Internasional sebagai tambahan wawasan dalam perkembangan studi Hubungan Internasional berkaitan dengan ekonomi politik internasional dalam mengembangkan industri otomotif di Indonesia dan dapat menambah wawasan terkait isu investasi dan industri mobil listrik di Indonesia, serta manfaat bagi *stakeholder* yaitu pemerintah sebagai bentuk pembelajaran bagi Indonesia agar dapat memajukan sektor industri otomotif nasional Indonesia.

1.6 Studi Pustaka

Dalam melakukan analisis terhadap permasalahan yang diangkat, peneliti menggunakan beberapa kajian maupun literatur sebagai bahan referensi untuk memperkuat dan mengembangkan penelitian ini.

Pertama, peneliti menggunakan tulisan yang diterbitkan oleh *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board, SAGE Journals* pada Mei 2024 dengan judul “*Future of Global Electric Vehicle Supply Chain: Exploring the Impact of Global Trade on Electric Vehicle Production and Battery Requirements*” yang ditulis oleh Pablo Busch, Fransisco Pares, Minal Chandra, Alissa Kendall, dan Gil Tal. Artikel jurnal ini menggunakan konsep model perdagangan global dan MONET (*Model for International Electric Vehicle Trade*) dengan metode penelitian menggunakan struktur model dan sumber data yang berasal dari MONET yang terdiri dari perkiraan penjualan, skenario perdagangan, alokasi produksi, arus perdagangan yang seimbang, dan kebutuhan baterai.

Artikel ini menjelaskan tentang bagaimana arus perdagangan mobil listrik secara global, dimana banyak negara yang tidak memiliki industri produksi mobil lokal, jumlah pasokan LDV yang tinggi di tingkat domestik, dan adanya kerja sama regional.

Artikel ini juga menunjukkan kawasan sisi pasokan kendaraan listrik berdasarkan segmentasi pasar dan perdagangan global, dimana kawasan Amerika Utara menjadi kawasan terbesar untuk produksi dan pembelian kendaraan listrik, kawasan Eropa adalah kawasan dengan produksi terbesar dimana produksi tersebut ditujukan untuk negara di kawasan mereka sendiri, Jepang dan Korea Selatan adalah eksportir terbesar untuk kendaraan kecil dan menengah, dan kendaraan-kendaraan yang diproduksi Tiongkok kebanyakan digunakan untuk memenuhi kebutuhan domestik mereka. Menurut Pablo Busch, kerja sama perdagangan kendaraan listrik di masa depan akan

terbentuk berdasarkan faktor ekonomi dan geopolitik, dimana negara berkembang dapat memainkan peran yang penting dalam dinamika perdagangan, seperti India dan Brazil yang menjadi salah satu produsen besar di segmen mobil kecil, di sisi lain, Tiongkok juga melakukan hal yang sama, namun produksi kendaraan di Tiongkok dilakukan hampir sepenuhnya untuk memenuhi suplai domestik. Hal ini dapat mempengaruhi negara-negara eksportir, seperti Jerman, Meksiko atau Jepang.

Kontribusi artikel ini dalam penelitian peneliti adalah memberikan pemahaman kepada peneliti terkait pasar mobil listrik secara global. Persamaan artikel Pablo Busch, Fransisco Pares, Minal Chandra, Alissa Kendall, dan Gil Tal dengan penelitian ini adalah berkaitan dengan membahas pasar mobil listrik. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian ini adalah, penelitian ini berfokus pada persaingan dua negara besar di kawasan Asia Timur yang melakukan praktik oligopoli didalam pasar mobil listrik di Indonesia, sedangkan artikel Pablo Busch, Fransisco Pares, Minal Chandra, Alissa Kendall, dan Gil Tal berfokus kepada perdagangan mobil listrik yang terjadi secara global.

Kedua, peneliti menggunakan tulisan yang diterbitkan oleh Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan pada Desember 2023 dengan judul “Ekspor Teh Hitam Indonesia ke Jepang: Struktur Pasar dan Daya Saing” yang ditulis oleh Fikri Aldi Dwi Putro dan Nia Kurniawati Hidayat. Artikel jurnal ini menggunakan metode *Herfindahl-Hirschman Index* (HHI) dan *Concentration Ratio* (CR) untuk menganalisis struktur pasar. Artikel jurnal ini juga menggunakan metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Revealed Symmetric*

Comparative Advantage (RSCA), dan *Export Product Dynamic* (EPD) yang digunakan untuk menganalisis daya saing. Artikel jurnal ini juga menggunakan metode *X-Model Potential Export Products* untuk menganalisis perkembangan ekspor. Artikel jurnal ini menjelaskan tentang struktur pasar teh hitam kemasan dan teh hitam curah di Jepang adalah oligopoli dengan sedikit negara pesaing yang kuat dan tingkat konsentrasi pasar tinggi. Kontribusi artikel ini dalam penelitian peneliti adalah memberikan gambaran tentang bagaimana pasar oligopoli yang terjadi dalam sektor industri di Indonesia.

Persamaan artikel Fikri Aldi Dwi Putro dan Nia Kurniawati Hidayat dengan penelitian ini adalah berkaitan dengan meneliti bagaimana pasar oligopoli yang melibatkan negara, sedangkan perbedaannya adalah, penelitian ini berfokus kepada bagaimana jalannya persaingan dalam pasar otomotif yang ada di Indonesia dan tidak melihat bagaimana daya saing produk dari negara yang menjadi eksportir, sedangkan penelitian Fikri Aldi Dwi Putro dan Nia Kurniawati Hidayat berfokus kepada pasar teh hitam yang ada di Jepang dan berfokus kepada daya saing produk negara yang menjadi eksportir.

Ketiga, peneliti menggunakan tulisan yang diterbitkan oleh *Global Political Studies Journal*, Prodi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Komputer Indonesia pada Oktober 2023 dengan judul “Kerja Sama Indonesia-Korea Selatan dalam Akselerasi Pengembangan Mobil Listrik di Indonesia” yang ditulis oleh Sada Rhema El Shaddai, Ganjar Widhiyoga, dan Hasna Wijayati. Artikel ini menggunakan teori kerja sama internasional dan bisnis

internasional, serta menggunakan metode penelitian kualitatif. Artikel jurnal ini menjelaskan tentang pengembangan mobil listrik di Indonesia yang dilatar belakangi oleh Nawa Cita ke-7 Presiden Joko Widodo yang berambisi agar Indonesia dapat mengembangkan kendaraan ramah lingkungan, di sisi lain, Korea Selatan mempunyai teknologi untuk mengembangkan kendaraan ramah lingkungan tersebut. Oleh karena itu, Indonesia mengadakan kerja sama dengan Korea Selatan terkait dengan pengembangan mobil listrik yang dilakukan melalui IK-CEPA dan menghasilkan MoU masuknya investasi dari Korea Selatan ke Indonesia.

Kontribusi artikel ini dalam penelitian peneliti adalah memberikan pemahaman kepada peneliti tentang kerja sama antara Indonesia dengan Korea Selatan yang menyebabkan terbentuknya pasar mobil listrik di Indonesia. Persamaan penelitian Sada Rhema El Shaddai, Ganjar Widhiyoga, dan Hasna Wijayati dengan penelitian ini adalah terkait dengan fenomena yang diangkat, yakni terkait pasar mobil listrik di Indonesia, sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini berfokus pada persaingan dua negara dalam pasar industri otomotif di Indonesia, sedangkan penelitian Sada Rhema El Shaddai, Ganjar Widhiyoga, dan Hasna Wijayati berfokus kepada bagaimana kerja sama antara Indonesia dengan Korea Selatan dalam pengembangan mobil listrik di Indonesia.

Keempat, peneliti menggunakan tulisan yang diterbitkan oleh *Contemporary Society and Politics Journal*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci pada Juni 2024 dengan judul “*Government Interventions Driving Indonesia’s Global Electric Vehicle Battery Production*” yang ditulis

oleh Fitri Alfiani Lestaluhu dan Danial Darwis. Artikel ini menggunakan konsep merkantilisme, serta menggunakan metode penelitian kualitatif. Artikel jurnal ini menjelaskan tentang perusahaan baterai terbesar di dunia yang berasal dari Tiongkok, PT Ningbo Contemporary Brunp Lygend Co. Ltd. (CBL) dan perusahaan baterai terbesar kedua di dunia yang berasal dari Korea Selatan, yakni LG Energy Solution (LGES) menanamkan investasinya di Indonesia terkait dengan pembangunan pabrik baterai kendaraan listrik di Indonesia yang diberi nama Industri Baterai Indonesia. Perusahaan ini terdiri dari empat BUMN: PLN, ANTAM, Pertamina, dan PT Indonesia Asahan Aluminium (INALUM). Pembangunan industri baterai Indonesia ini diharapkan dapat mengurangi penggunaan kendaraan konvensional dan berganti menjadi kendaraan listrik yang lebih ramah lingkungan. Adapun strategi yang digunakan Pemerintah Indonesia dalam mendorong penggunaan kendaraan listrik di Indonesia adalah: Peraturan Presiden (Perpres) No.55 Tahun 2019, Pembuatan kendaraan dengan emisi karbon rendah, dan pembuatan stasiun pengisian daya untuk kendaraan listrik di publik. Selain itu, PT PLN juga mengadopsi standar IEC (*International Electrotechnical Commission*) untuk pengisian daya kendaraan listrik sebagai Standar Nasional Indonesia (SNI). Hal ini menunjukkan keseriusan Pemerintah Indonesia dalam merealisasikan Industri Baterai Indonesia sebagai upaya menjadikan Indonesia sebagai produsen baterai kendaraan listrik global.

Kontribusi artikel ini dalam penelitian peneliti adalah memberikan gambaran tentang peran pemerintah yang secara tidak langsung menciptakan pasar oligopoli dalam industri otomotif di Indonesia. Persamaan penelitian

Fitri Alfiani Lestalu dan Danial Darwis dengan penelitian ini adalah berkaitan dengan fenomena yang diangkat, yakni tentang mobil listrik di Indonesia, sedangkan perbedaannya adalah, penelitian ini berfokus pada bagaimana persaingan antara dua negara dalam industri otomotif, khususnya mobil listrik di Indonesia, sedangkan penelitian Fitri Alfiani Lestalu dan Danial Darwis berfokus pada peran Pemerintah Indonesia dalam produksi baterai mobil listrik global.

Kelima, peneliti menggunakan tulisan yang diterbitkan oleh Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan pada Desember 2021 dengan Judul “Struktur Pasar dan Daya Saing Karet Alam Indonesia di Amerika Serikat” yang ditulis oleh Birka Septy Meliany, Yusman Syaukat, dan Hastuti. Artikel ini menggunakan konsep oligopoli dengan metode penelitian kuantitatif menggunakan metode *Herfindahl Index* (HI) dan *Concentration Ratio* (CR) untuk menganalisis struktur pasar, metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan metode *Export Product Dynamics* (EPD) untuk menganalisis daya saing komparatif, serta metode *Diamond's Porter* untuk menganalisis daya saing kompetitif. Artikel jurnal ini menjelaskan bahwa pasar industri karet di Amerika Serikat berbentuk oligopoli dimana eksportir utama terdiri dari Indonesia, Pantai Gading, Malaysia, dan Thailand. Karet alam asal Indonesia sendiri merupakan produk unggulan yang diekspor Indonesia ke Amerika Serikat.

Kontribusi artikel ini dengan penelitian peneliti adalah memberikan gambaran tentang bagaimana pasar oligopoli yang terjadi dalam sektor industri di Indonesia. Persamaan penelitian Birka Septy Meliany, Yusman Syaukat, dan Hastuti dengan penelitian ini adalah berkaitan dengan meneliti

bagaimana pasar oligopoli yang melibatkan negara, sedangkan perbedaannya adalah, penelitian ini berfokus kepada bagaimana jalannya persaingan dalam pasar otomotif yang ada di Indonesia dan tidak melihat bagaimana daya saing produk dari negara yang menjadi eksportir, sedangkan penelitian Birka Septy Meliany, Yusman Syaukat, dan Hastuti berfokus kepada pasar karet alam yang ada di Amerika Serikat dan berfokus kepada daya saing produk negara yang menjadi eksportir.

1.7 Kerangka Konseptual

1.7.1 Teori Ekonomi Politik Internasional

Dalam studi Hubungan Internasional, sub disiplin Ekonomi Politik Internasional membahas tentang faktor-faktor politik dan ekonomi yang saling mempengaruhi dalam hubungan internasional. Analisis Ekonomi Politik Internasional berfokus kepada interaksi antara pasar dan negara, serta kekuatan dengan kekayaan dalam hubungan suatu negara dengan negara lain. Menurut Robert Gilpin, politik dan ekonomi adalah dua hal yang berkaitan dikarenakan pada satu pihak, politik begitu menentukan kerangka aktivitas ekonomi dan mengarahkannya untuk melayani kepentingan kelompok-kelompok yang dominan. Penggunaan kekuasaan dalam berbagai bentuk sangat menentukan hakikat sistem ekonomi. Di lain pihak, proses ekonomi itu sendiri cenderung mendistribusikan kekuasaan dan kekayaan, ekonomi merubah hubungan kekuasaan yang terjadi antar kelompok sekaligus membentuk struktur hubungan ekonomi yang baru. Dengan demikian, dinamika hubungan

internasional di zaman modern pada hakikatnya merupakan fungsi interaksi antara ekonomi dan politik.¹⁴

Berdasarkan definisi diatas, ekonomi politik internasional merupakan interaksi yang dinamis antara kekayaan dan upaya pengejaran kekuasaan dalam hubungan internasional. Pandangan ini memberikan arti bahwa teori Ekonomi Politik Internasional bukanlah teori ekonomi murni yang membahas isu-isu ekonomi secara teknis dan bukan juga teori politik murni, yang melihat dimensi ekonomi melalui pandangan politik. Lebih dari itu, teori Ekonomi Politik internasional berfungsi untuk menjelaskan berbagai interaksi antara faktor-faktor ekonomi dan politik, pasar dan negara dalam sistem internasional.¹⁵

1.7.2 Konsep Pasar Oligopoli

Istilah oligopoli berasal dari bahasa Yunani, yakni *oligos polein* yang artinya yang menjual sedikit atau beberapa pemjual, maksudnya adalah, penawaran terhadap satu jenis barang hanya dilakukan oleh beberapa perusahaan aja, paling sedikit dua perusahaan, dan paling banyak sepuluh atau lima belas perusahaan. Dapat diartikan bahwa pasar oligopoli adalah bentuk persaingan di dalam pasar yang dikuasai oleh beberapa perusahaan yang menghasilkan produk yang sejenis. Masing-masing perusahaan yang terdapat dalam pasar oligopoli menempatkan dirinya sebagai bagian dari permainan pasar yang dalam hal ini, laba yang diperoleh perusahaan tergantung dari tingkah laku pesaing perusahaan tersebut. Dalam pasar

¹⁴ Mohammad Maiwan, "Teori-Teori Ekonomi Politik Internasional dalam Perbincangan: Aliran dan Pandangan," Jurnal Ilmiah Mimbar Demokrasi vBABol.15, no.1 (2015): 109-110.

¹⁵ Mohammad Maiwan, "Teori-Teori Ekonomi Politik Internasional dalam Perbincangan: Aliran dan Pandangan," Jurnal Ilmiah Mimbar Demokrasi vol.15, no.1 (2015): 110.

oligopoli sangat membutuhkan promosi produk melalui penyesuaian harga, iklan, dan bentuk promosi lainnya agar dapat menjauhkan konsumen mereka dari para pesaing. Tujuan dilakukannya praktek oligopoli ini adalah bentuk upaya menahan perusahaan lain yang sangat potensial bisa masuk ke pasar, selain itu, alasan suatu perusahaan melakukan praktek oligopoli adalah usaha untuk menikmati laba normal yang ada di bawah tingkat maksimum melalui penetapan harga jual yang terbatas, sehingga menyebabkan tidak adanya persaingan harga antara satu perusahaan dengan perusahaan lain yang sedang melakukan praktik yang sama. Umumnya struktur pasar oligopoli terbentuk pada industri yang mempunyai modal padat yang cukup tinggi.¹⁶

Ada dua faktor yang menyebabkan terjadinya struktur pasar oligopoli, yakni; Adanya efisiensi skala besar dan terdapat kompleksitas manajemen. Efisiensi skala besar terjadi jika output produksi berada pada skala yang besar, sehingga biaya rata-rata minimum tercapai. Hal ini yang menjadi kendala bagi perusahaan lain untuk masuk ke dalam pasar sehingga hanya terdapat sedikit produsen dalam pasar oligopoli. Sedangkan kompleksitas manajemen yang terjadi di pasar oligopoli terjadi akibat adanya persaingan harga dan non harga yang menyebabkan perusahaan harus teliti dalam mengambil keputusan agar keputusan tersebut tidak memunculkan reaksi yang merugikan dari pesaing. Hal ini terjadi karena, dalam permainan pasar, kemampuan dalam hal keuangan bukanlah modal utama agar suatu perusahaan dapat bertahan, melainkan perusahaan harus mempunyai

¹⁶ Syafaatul Hidayati, *Teori Ekonomi Mikro* (UNPAM Press, 2019), 140-141.

kemampuan manajemen yang baik agar perusahaan dapat bertahan dalam pasar yang persaingannya kompleks. Pasar oligopoli sendiri memiliki beberapa karakteristik, yakni: Hanya terdapat sedikit perusahaan dalam satu industri, produk yang bersifat homogen atau terdiferensiasi, pengambilan keputusan yang saling mempengaruhi, dan adanya kompetisi non harga.¹⁷

Berdasarkan produk yang diperjualbelikan, pasar oligopoli dibedakan menjadi dua jenis, yakni pasar oligopoli murni dan oligopoli dengan pembedaan. Oligopoli murni merupakan praktik oligopoli dimana barang yang diperjualbelikan merupakan barang yang bersifat identik, misalnya produk air mineral atau produk semen. Sedangkan pasar oligopoli dengan pembedaan merupakan praktik oligopoli dimana barang yang diperjualbelikan dapat dibedakan, misalnya pasar otomotif.¹⁸

Terdapat dua jenis hubungan diantara perusahaan yang ada pasar oligopoli, yang pertama adalah oligopoli dengan kesepakatan. Kesepakatan disini biasanya kesepakatan mengenai harga yang ditetapkan di pasar atau bisa saja mengenai produksi, biasanya kesepakatan ini disebut “Kartel” atau “Kolusi” dengan tujuan agar dapat menghindari perang harga, dimana nantinya hanya akan menyebabkan kerugian untuk setiap perusahaan pada kondisi tertentu. Setiap perusahaan mungkin tergoda untuk menetapkan harga lebih tinggi daripada harga yang menjamin keuntungan maksimum, sebagai bagian dari sebuah kesepakatan

¹⁷ Syafaatul Hidayati, *Teori Ekonomi Mikro* (UNPAM Press, 2019), 141-144.

¹⁸ Anna Marina dan Didin Fatihudin, “Pasar Oligopoli di Indonesia (Kasus *Trading Term* dan Dominansi Carrefour pada Pasar Ritel Modern di Indonesia),” *Balance Economics, Business, Management and Accounting Journal*, vol.3, no.5 (Januari 2006): 11.

bahwa perusahaan pesaing akan melakukan hal serupa, karena setiap keuntungan perusahaan akan lebih tinggi jika para pesaingnya menetapkan harga tinggi, kesepakatan ini dapat meningkatkan keuntungan semua perusahaan secara sekaligus. Perilaku penentuan harga menggunakan kesepakatan ini bisa diatur melalui kesepakatan secara terang-terangan atau dengan strategi yang didiskusikan secara sembunyi-sembunyi layaknya rekayasa agar satu perusahaan tertentu bertindak sebagai pemandu harga bagi industri yang bersangkutan secara keseluruhan.¹⁹ Yang kedua adalah oligopoli tanpa kesepakatan. Ada beberapa kemungkinan yang dapat terjadi dalam pasar oligopoli tanpa kesepakatan, yakni:

- a. Apabila ada satu perusahaan yang menurunkan harga jual produk tanpa menambah jumlah produksinya, dengan tujuan agar dapat menguasai pasar, maka langkah tersebut langsung diikuti oleh perusahaan pesaing.
- b. Apabila ada satu perusahaan yang menaikkan harga jual produk, baik dengan cara mengurangi jumlah produksinya maupun langsung menurunkan harga, maka perusahaan pesaing justru tidak akan mengikutinya.
- c. Apabila ada satu perusahaan yang menambah jumlah produksi dengan tujuan agar harga jual produk yang dihasilkan lebih murah, maka keputusan ini langsung diikuti oleh perusahaan pesaing dengan cara menurunkan harga jual produk terkait.

¹⁹ Sri Rahayu, "Peranan Skala Prioritas dan Jenis Pasar dalam Perdagangan Internasional," Jurnal Ilmiah Inkoma, vol.22, no.1 (Februari 2011): 22.

Contohnya, suatu perusahaan membangun pabrik atau kapasitas tambahan bukan untuk meningkatkan produksi, melainkan hanya untuk menghalangi masuknya perusahaan baru yang berpotensi menjadi saingan di dalam sektor industrinya.²⁰ Kemungkinan-kemungkinan ini dapat terjadi dikarenakan adanya persaingan diantara perusahaan yang ada dalam pasar oligopoli. Hal-hal ini dilakukan agar memperoleh jumlah pembeli yang lebih banyak dari para pesaingnya.²¹

Pasar oligopoli menjadi alat bantu peneliti dalam menjawab pertanyaan penelitian. Hal ini dikarenakan sektor pasar otomotif adalah salah satu bentuk dari praktik pasar oligopoli, dimana barang yang diperjualbelikan dapat dibedakan. Selain itu, adanya kerjasama antara Indonesia dengan Korea Selatan dalam IK-CEPA, kerjasama antara Indonesia dengan Tiongkok dan Korea Selatan dalam RCEP, serta adanya peraturan dari Kementerian Keuangan yang memberikan PPn sebesar 1% pada produk Hyundai Ioniq 5 dan Wuling Air EV secara tidak langsung membuat pangsa pasar oligopoli dengan kesepakatan dalam pasar mobil listrik yang ada di Indonesia, sehingga menurut peneliti, teori pasar oligopoli dapat membantu peneliti dalam menjawab pertanyaan dalam penelitian ini. Teori pasar oligopoli menjelaskan adanya praktik oligopoli dengan kesepakatan sehingga dapat membantu peneliti dalam menggambarkan bagaimana persaingan antara Korea Selatan dengan Tiongkok dalam pasar mobil listrik Indonesia yang terjadi akibat adanya kerjasama antara ketiga negara tersebut.

²⁰ Sri Rahayu, "Peranan Skala Prioritas dan Jenis Pasar dalam Perdagangan Internasional," *Jurnal Ilmiah Inkoma*, vol.22, no.1 (Februari 2011): 22.

²¹ Syafaatul Hidayati, *Teori Ekonomi Mikro* (UNPAM Press, 2019), 145-146.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Secara etimologi, metodologi berasal dari bahasa Yunani, yakni *methodos* yang berarti metode dan *logos* yang berarti kata. Dari dua kata ini dapat disimpulkan bahwa metodologi berbeda dengan metode, jika metode mengacu pada alat penelitian yang spesifik, metodologi berkaitan dengan asumsi filosofis dan hirauan epistemologis.²² Pendekatan penelitian yang digunakan bersifat kualitatif. Menurut Michael Patton dan Michael Cochran, penelitian kualitatif ditandai dengan tujuannya yang berhubungan dengan pemahaman beberapa aspek kehidupan sosial, dan menggunakan metode-metode yang menghasilkan kata-kata sebagai data untuk analisis, bukan angka-angka.²³

Jenis penelitian ini lebih berfokus kepada makna dan pemahaman dibandingkan kuantifikasi. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman kita tentang proses, fenomena, dan aktivitas sosial.²⁴ Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian eksplanatif. Penulis memilih jenis penelitian ini agar penulis mampu menjelaskan mengenai persaingan yang terjadi antara Korea Selatan dengan Tiongkok dalam pasar mobil listrik yang ada di Indonesia. Metode pengumpulan data yang penulis lakukan adalah penelusuran data online melalui internet. Meskipun

²² Umar Suryadi Bakry, *Metode Penelitian Hubungan Internasional* (Pustaka Pelajar, 2016), 2.

²³ Umar Suryadi Bakry, *Metode Penelitian Hubungan Internasional* (Pustaka Pelajar, 2016), 16.

²⁴ Umar Suryadi Bakry, *Metode Penelitian Hubungan Internasional* (Pustaka Pelajar, 2016), 62.

begitu, data dalam penelitian ini dibatasi berupa data statistik, artikel, berita, jurnal, dokumen resmi, dan tulisan-tulisan ilmiah lain.

1.8.2 Batasan Penelitian

Dari sekian banyak negara dan perusahaan otomotif yang menanamkan investasinya di Indonesia, seperti BMW, Hyundai, DFSK (Dongfeng Sokon Automobile), Seres, Morris Garage, Mini Cooper, Mercedes Benz, Nissan, dan Toyota serta Wuling Motors, penelitian ini dibatasi pada Korea Selatan dan Tiongkok dengan perusahaan otomotif unggulan dari negara mereka, yakni Hyundai dan Wuling Motors. Pembatasan juga dilakukan terhadap produk mereka, dimana penulis hanya melihat data penjualan mobil listrik unggulan mereka, yakni Hyundai Ioniq EV dan Wuling Air EV. Batasan ini dilakukan karena menurut data yang didapatkan, kedua kendaraan yang berasal dari kedua perusahaan ini menjadi mobil listrik dengan penjualan terbanyak di Indonesia. Sedangkan periodisasi waktu penelitian dibatasi pada tahun 2020 sampai tahun 2023. Periode penelitian dipilih karena pada tahun 2020 perjanjian RCEP dan IK-CEPA sama-sama disahkan dan diimplementasikan, serta merupakan tahun pertama masuknya mobil listrik ke Indonesia. Penelitian ini dibatasi hingga tahun 2023 karena terkait pengumpulan data yang menggambarkan penjualan mobil listrik dari kedua perusahaan.

1.8.3 Unit dan Tingkat Analisis

Unit analisa adalah objek kajian yang perilakunya hendak kita deskripsikan dan dijelaskan, atau biasa disebut sebagai variabel dependen.

Sedangkan unit eksplanasi merupakan unit eksplanasi yaitu unit yang berdampak terhadap unit analisa yang hendak kita amati, atau bisa disebut sebagai variabel independen dan kedua variabel ini saling mempengaruhi.²⁵ Selanjutnya, tingkat analisis merupakan tingkatan dari unit yang dijelaskan.²⁶ Level analisis bertujuan membantu penulis dalam menjelaskan area penelitian yang ingin dijelaskan. Berdasarkan pemaparan diatas, maka unit analisis penelitian ini adalah Korea Selatan dan Tiongkok dan unit eksplanasinya adalah Pasar Mobil Listrik di Indonesia. Tingkat analisis dari penelitian ini berada di level sistem internasional, dimana tingkat analisis ini melihat aktivitas negara bangsa di dunia ini dan interaksi di antara mereka merupakan suatu sistem. Struktur sistem dan perubahan yang dialami menentukan perilaku aktor-aktor hubungan internasional yang terlibat. Karena sistem internasional dianggap sebagai penyebab terpenting terjadinya perilaku negara-bangsa, maka para analis yang menekankan tingkat analisa ini menganjurkan untuk mempelajari sistem dan membuat generalisasi tentang sistem itu sebagai keseluruhan.²⁷

1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa studi kepustakaan (*library research*) dengan mempelajari penelitian atau informasi-informasi yang terkait pada isu yang ada dalam penelitian. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh orang-orang yang tidak hadir di tempat kejadian, tetapi mereka menerima informasi dengan mewawancarai saksi

²⁵ Mohtar Mas' oed, *Ilmu Hubungan Internasional Disiplin dan Metodologi* (LP3ES,1990), 39.

²⁶ Mohtar Mas' oed, *Ilmu Hubungan Internasional Disiplin dan Metodologi* (LP3ES,1990), 42.

²⁷ Mohtar Mas' oed, *Ilmu Hubungan Internasional Disiplin dan Metodologi* (LP3ES,1990), 47.

mata atau dengan membaca dokumen primer.²⁸ Data sekunder juga didapatkan melalui buku-buku, jurnal-jurnal ilmiah mengenai persaingan perdagangan antar negara, laporan penelitian, dan media yang berhubungan dengan topik dan permasalahan yang diangkat. Disini, sumber yang dijadikan bahan rujukan utama bagi penulis adalah data sekunder berupa jurnal ilmiah mengenai kerjasama Pemerintah Indonesia dengan Korea Selatan yang dilakukan melalui IK-CEPA, kerjasama yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dengan Tiongkok dan Korea Selatan melalui RCEP, dan pasar mobil listrik di tingkat global, serta website resmi organisasi seperti Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) (www.gaikindo.or.id) yang didalamnya memuat data-data penjualan kendaraan listrik di Indonesia, website resmi Kementerian Perdagangan, serta berita.

1.8.5 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah prosedur untuk memverifikasi proposisi dan teori berdasarkan data yang telah didapatkan.²⁹ Pada penelitian kualitatif, data dikumpulkan dengan banyak cara, seperti wawancara, intisari dokumen, dan observasi.³⁰ Teknik analisis data berguna agar data yang disajikan mudah dimengerti. Terdapat 5 tahapan analisis data:

1. Mengorganisir Data

Persiapkan data yang akan dianalisis, termasuk transkripsi wawancara, mengetik catatan lapangan, memberi tanda pada

²⁸ Umar Suryadi Bakry, *Metode Penelitian Hubungan Internasional* (Pustaka Pelajar, 2016), 174.

²⁹ Steven J. Taylor, dkk, *Introduction to Qualitative Research Methods* (John Wiley & Sons Inc, 2016), 165.

³⁰ Sirajuddin Saleh, *Analisis Data Kualitatif* (Pustaka Ramadhan, 2017): 75.

semua materi, dan penataan data ke dalam berbagai jenis tergantung sumber informasi dari data tersebut.

2. Membaca Data

Langkah ini memberikan gambaran tentang keseluruhan informasi yang ada di dalam data yang didapat.

3. Pengkodean Data

Pengkodean adalah proses pengorganisasian data dengan menulis kata yang mewakili data tersebut. Proses ini dimulai dari pengambilan data teks atau gambar yang dikumpulkan selama pengumpulan data, mengelompokkan kalimat atau gambar ke dalam kategori, dan memberi label pada kategori tersebut.

4. Menganalisis Data

Proses pengkodean yang dilakukan sebelumnya berguna untuk memberikan deskripsi tentang latar, tema, orang, atau kategori untuk menganalisis data, Deskripsi dan tema ini menyajikan informasi yang rinci tentang peristiwa, orang, atau tempat dalam suatu latar. Deskripsi dan tema ini digunakan untuk membuat analisis penelitian.

5. Penyajian Data

Deskripsi dan tema yang telah dianalisis tadi disajikan dalam bentuk narasi untuk menjelaskan temuan penelitian.³¹

³¹ John W. Cresswell dan J. David Cresswell, *Research Design: Qualitative Quantitative and Mixed Methods Approaches: Fifth Edition* (SAGE Publishers, 2018): 268-270.

Dalam penelitian ini, analisis difokuskan kepada melihat bagaimana persaingan yang terjadi didalam pasar mobil listrik di Indonesia, yang melibatkan dua negara di kawasan Asia Timur, yakni Korea Selatan dengan Tiongkok.

Teknik analisis data pada penelitian ini dimulai dengan pengumpulan data yang sesuai dengan penelitian. Kemudian data yang sudah dipilih dikelompokkan dalam beberapa bagian untuk melihat data akan berada pada bab yang ditentukan. Setelah dilakukan reduksi data, selanjutnya dilakukan penyajian data menggunakan indikator pada penjelasan di atas. Kemudian data tersebut disusun menjadi bentuk tulisan. Setelah semuanya selesai, data tersebut akan memperkuat pengaplikasian dan membantu menjawab pertanyaan penelitian.

1.9 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Bab ini merupakan pengantar yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, pertanyaan penelitian, teori dan konsep yang akan dipakai dalam penelitian, metodologi penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan. Pada bagian ini penulis menggambarkan secara keseluruhan tentang penelitian yang akan dilakukan.

BAB II Korea Selatan dan Tiongkok dalam Pasar Mobil Listrik Global

Bab ini menguraikan tentang bagaimana persaingan Korea Selatan dengan Tiongkok dalam pasar mobil listrik global.

BAB III Pasar Mobil Listrik di Indonesia

Pada bab ini penulis membahas bagaimana pangsa pasar mobil listrik yang ada di Indonesia.

BAB IV Rivalitas Korea Selatan dengan Tiongkok dalam Pasar Mobil Listrik di Indonesia

Pada bab ini penulis menganalisis bagaimana persaingan antara Korea Selatan dengan Tiongkok dalam pasar mobil listrik di Indonesia. Analisis data dilakukan menggunakan kerangka konsep agar mampu menjawab pertanyaan penelitian.

BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dan saran terkait hasil penelitian yang telah dilakukan.

