

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Setiap negara memiliki kebutuhan dalam negeri yang berbeda-beda. Meningkatnya kebutuhan dalam negeri berbanding lurus dengan meningkatnya ketergantungan negara yang menyebabkan negara harus memperluas jaringan ekonominya di pasar global. Hal ini memungkinkan masuknya investasi asing dalam pemenuhan kebutuhan dalam negeri yang salah satunya tidak lepas dari kegiatan ekspor impor ekonomi. Tingginya tingkat impor suatu negara mengindikasikan bahwa negara tersebut belum mampu memenuhi kebutuhannya dengan baik. Oleh karena itu diperlukan kerja sama yang dilakukan dengan negara lain untuk memicu pertumbuhan ekonomi negara. Indonesia memiliki tingkat konsumsi masyarakat yang cukup tinggi. Namun hal ini tidak didukung dengan tingkat produksi ekonomi yang sebanding sehingga Indonesia memerlukan kerja sama ekonomi yang dapat dilakukan dengan lembaga internasional atau dengan kerja sama bilateral demi memenuhi kebutuhan dalam negeri.¹

Salah satu usaha Indonesia untuk memenuhi kebutuhan dalam negerinya adalah melakukan hubungan ekonomi dengan Jepang. Kerja sama ekonomi antara Indonesia dengan Jepang tersusun dalam suatu kerangka yang bernama IJEPA atau *Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement* pada tahun 2007. IJEPA adalah perjanjian kerja sama perdagangan dan penanaman modal yang memberikan kesempatan untuk melakukan perdagangan ekspor impor antara

¹ Trevor C. "Issues in International Relations", *New York: Routledge*, 2008, hal 122

Jepang dan Indonesia dengan tarif yang rendah berbasis perdagangan bebas.²

Dari sudut pandang ekonomi politik, IJEPA dipandang sebagai mekanisme pengaturan tarif dagang. Kedua negara menyetujui penurunan tarif bea masuk atas impor dalam tiga klasifikasi yaitu *fast track*, *normal track* dan pengecualian yang disertai rambu-rambu. Perjanjian tersebut disusun untuk menghasilkan manfaat bagi kedua pihak secara adil, seimbang, dan terukur melalui liberalisasi akses pasar, fasilitas perdagangan dan kerja sama ekonomi melalui pengembangan kapasitas untuk sektor-sektor industri prioritas.³ Kerja sama ini diharapkan memberikan kontribusi penanaman investasi asing kedalam negeri.⁴

Investasi Jepang ke Indonesia umumnya bergerak disektor manufaktur. Sektor ini meningkatkan ekspor Jepang ke Indonesia terutama di bidang industri otomotif dan elektronik. Dalam perjanjian IJEPA itu sendiri, sektor industri otomotif termasuk kedalam skema penetapan penurunan tarif bea masuk yang terbagi dua yaitu skema tarif preferensi umum dan skema tarif *User Specific Duty Free Scheme* (USDFS).⁵ Hal ini berarti bahwa produk industri otomotif Jepang yang akan masuk ke Indonesia memiliki akses yang lebih mudah dibandingkan dengan produk asing lainnya.

Oleh sebab itu, impor produk otomotif dari Jepang dapat memanfaatkan fasilitas preferensi tarif dengan aturan yang telah ditentukan dalam perjanjian

² David Adam Scott, "The Japan-Indonesia Economic: Agreement Between Equals" *Asia-Pacific Journal Vol. 6 No. 7*, Juli 2008, hal.4

³ Intan Octavia, "Strategi Perdagangan Jepang dalam India-Japan economic Partnership agreement (IJ-EPA)", Universitas Muhammadiyah Malang, 2009, <http://eprints.umm.ac.id/5416/> diakses pada 5 Mei 2020

⁴ Septika Tri A., "Dampak Perjanjian Perdagangan Indonesia Jepang terhadap Kinerja Perdagangan Bilateral", *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan Vol. 9 No.2*, 2015, hal.130

⁵ Fitri Tri Budiarti, "Analisis Dampak Indonesia Japan Economic Partnership Agreement terhadap Price-cost Margins Industri Manufaktur Indonesia", *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia Vol.15 No.2*, Januari 2015, hal.193

IJEPA.⁶ Kesempatan ini dimanfaatkan oleh Jepang hingga produk otomotif Jepang mendominasi sektor industri otomotif Indonesia bahkan cenderung menghambat perkembangan produksi otomotif dalam negeri.⁷ Dalam kurun waktu lima tahun (2011- 2015), tren ekspor otomotif dari Jepang ke Indonesia jenis roda dua meningkat hingga tujuh juta unit per tahun.⁸ Peningkatan ini menandakan bahwa sektor otomotif sebagai peringkat pertama dalam komoditas ekspor impor Indonesia.⁹

Salah satu bentuk kerja sama yang dilakukan Indonesia dalam IJEPA di bidang otomotif adalah membentuk relasi dagang dengan perusahaan Jepang yaitu dengan Honda Motor Co. Ltd yang bergerak di bidang otomotif khususnya kendaraan roda dua. Honda Motor sendiri mulai memasuki pasar otomotif Indonesia pada tahun 1970. Pada saat itu, pasar otomotif Indonesia didominasi oleh produk dari Eropa dan Amerika. Seiring berjalannya waktu, Honda Motor mulai membanjiri pasar kendaraan roda dua di dalam negeri hingga mendominasi pasar otomotif Indonesia sampai saat ini.

Dominasi produk otomotif milik Astra Honda Motor di Indonesia memberikan pengaruh terhadap perkembangan dan eksistensi industri otomotif domestik. Tingginya penjualan dari produk AHM menjadikan pangsa pasar untuk merk otomotif lainnya menjadi terhambat. Hambatan ini disebabkan ketatnya

⁶ Tita Florita, "Diplomasi Ekonomi Jepang terhadap Persaingan Industri Otomotif di Indonesia", Perpustakaan UGM, 2015,

<https://hi.fisipol.ugm.ac.id/katalogtesis/diplomasi-ekonomi-jepang-dalam-menghadapi-persaingan-industri-otomotif-di-indonesia-tahun-2005-2013/> diakses pada 7 Mei 2020

⁷ Ali Purwito M, "Kepabeanan dan Cukai, Pajak atas Lalu Lintas Barang", *Kajian Hukum Fiskal* Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2008

⁸ Kemenperin RI, "Pemerintah Kaji Hentikan IJEPA", *Investor Daily*, Januari 2015, <https://www.kemenperin.go.id/artikel/10784/Pemerintah-Kaji-Hentikan-Ij-EPA> diakses pada 7 Mei 2020

⁹ Rivai Aspin, "Posisi Indonesia di Tengah Fenomena Korporasi Global", *Indonesian Perspective*, Vol.2 No.2, Desember 2017, hal 108

persaingan pasar otomotif yang mengikuti selera masyarakat. Di Indonesia AHM sudah mendominasi pasar hingga 70,5% dan hanya menyisakan sedikit untuk produksi dalam negeri.¹⁰

Keberlangsungan IJEPA dalam skema perdagangan antara kedua negara sejauh ini lebih menguntungkan bagi pihak Jepang. Hal ini terlihat dari berhasilnya dominasi produk Jepang di Indonesia sedangkan industri otomotif domestik mengalami hambatan untuk mendapatkan pangsa pasar dalam negeri. Beberapa merek sepeda motor produksi dalam negeri seperti Viar, Kaisar, Happy, Soib dan Gazgas kalah populer dari industri sepeda motor Jepang karena perbedaan harga dan kualitas yang cukup signifikan. Berdasarkan data Association of Indonesia Motorcycle Industri (AISI), total penjualan sepeda motor Honda pada tahun 2017 mencapai 4.385.888 unit. Berbanding terbalik dengan penjualan sepeda motor dalam negeri seperti Viar yang gagal dalam memasarkan produk sepeda motor matic dan sport sehingga beralih ke motor trail dan roda tiga.¹¹

Kekuatan otomotif produk asal Jepang dalam produksi otomotif Indonesia memperlihatkan bahwa program MIDEK (*Manufacturing Industry Development Center*) yaitu bantuan kerja sama ekonomi jangka panjang oleh Jepang mengalami stagnansi akibat daya saing industri dalam negeri masih lemah.¹² Kesepakatan awal mengenai pertukaran teknologi dan perluasan pasar otomotif domestik secara global tidak berjalan dengan baik di mana kerjasama

¹⁰ Association of Indonesia Motorcycle Industry, "Motorcycle Statistic Distribution", <https://www.aisi.or.id/statistic/> diakses pada 1 Oktober 2020

¹¹ Association of Indonesia Motorcycle Industry, "Motorcycle Statistic Distribution", <https://www.aisi.or.id/statistic/> diakses pada 2 Oktober 2020

¹² Edwin Septian K., "Kegagalan Indonesia dalam Implementasi Indonesia Jepang Economic Partnership Agreement", *Jurnal Lyceum Vol. 4 No.1*, Januari 2016, hal. 51

antara Indonesia dan perusahaan Jepang terlihat mengalami problem.

Dari data di atas terlihat bahwa produk Jepang mendominasi pasar industri sepeda motor dengan mudah yang berpengaruh terhadap selera masyarakat pada produk lokal. Setelah adanya penurunan tarif bea masuk, produk Jepang yang memang sudah digemari masyarakat masuk semakin deras dan menghambat pertumbuhan industri dalam negeri. Perbedaan keadaan antarkedua negara baik dari segi ekonomi dan teknologi membuat munculnya *gap* besar. Walau hubungan antar keduanya saling melengkapi, namun hasil sektor industri tidak berjalan sesuai dengan kesepakatan awal yaitu memperluas pasar industri dan transfer teknologi.

1.2. Rumusan Masalah

Dalam IJEPA Indonesia memberikan skema tarif USDFS untuk Jepang dan Jepang memberikan program MIDECA untuk Indonesia. Dilihat perkembangannya, hanya Jepang yang mendapatkan keuntungan atas kesepakatan IJEPA. Hal ini terlihat dari salah satu perusahaan otomotif asal Jepang yang beroperasi di Indonesia yaitu Astra Honda Motor (AHM). Produksi otomotif AHM terlalu mendominasi sehingga membuat produk otomotif lokal sulit bersaing dalam industri otomotif Indonesia. Di bidang alih teknologi, tidak terjadi alih teknologi secara utuh oleh Jepang. Produksi dalam negeri masih bergantung pada perakitan dan produksi, sedangkan pengembangan riset dan rekayasa masih dipegang penuh oleh Jepang. Kondisi lain adalah otomotif Jepang memperoleh akses pasar yang lebih luas dan membuat produksi lokal belum mampu menarik perhatian konsumen yang cenderung lebih memilih produk asal Jepang.

Berdasarkan penjabaran dari latar belakang di atas, penulis tertarik untuk membahas bagaimana implementasi kerja sama IJEPA terhadap industri sepeda motor di Indonesia dilihat melalui produk Astra Honda Motor.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka pertanyaan penelitian ini adalah *bagaimana strategi dominasi Astra Honda Motor di Indonesia melalui kerangka kerja sama Indonesia Jepang Economic Partnership Agreement?*

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dominasi produk Astra Honda Motor terhadap industri otomotif sepeda motor di Indonesia dan kaitannya dengan korporat asing dalam persaingan pasar industri otomotif sepeda motor di Indonesia dengan pemanfaatan kerangka IJEPA.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dimanfaatkan sebagai:

1. Sebagai media pengaplikasian ilmu dalam pembelajaran di program studi Hubungan Internasional.
2. Sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya bagi pihak terkait.
3. Sebagai sumber bahan bacaan bagi peminat program studi Hubungan Internasional.
4. Memberikan manfaat bagi penulis atas pengetahuan dalam menyikapi isu-



isu internasional terutama isu ekonomi politik.

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, penulis menggunakan tulisan yang berjudul *The Japan-Indonesia Economic: Agreement Between Equals Asia-Pacific Journal* yang ditulis oleh David Adam Scott. Dalam jurnal ini, menjelaskan tentang hubungan yang dijalin oleh Indonesia Jepang dalam hal ekonomi. IJEPA adalah perjanjian kemitraan ekonomi bilateral yang lebih komprehensif dan luas daripada yang ditandatangani oleh Jepang dengan negara tetangga ASEAN di Indonesia. Jurnal ini lebih membahas kepada implementasi dari perjanjian ini dan dampaknya terhadap perekonomian kedua negara. IJEPA dapat memainkan peran simbolis penting dalam mempromosikan Indonesia sebagai tempat yang baik untuk melakukan bisnis, tetapi pihak-pihak terkait harus menerapkannya dengan benar. Perjanjian tersebut dapat menjadi batu loncatan bagi Indonesia dalam hal itu harus meningkatkan kepercayaan pada Indonesia sebagai tujuan investasi. Bagi Jepang, IJEPA merupakan alat diplomasi ekonomi dengan Indonesia untuk tetap bisa mempertahankan industrinya di Indonesia.¹³

Kedua, penulis menggunakan sumber dari tulisan yang berjudul Analisis Dampak IJEPA terhadap Indonesia. Tulisan yang ditulis oleh Sigit Setiawan ini membahas dengan menggunakan sudut pandang makro ekonomi dimana hasil

¹³David Adam Scott, "The Japan-Indonesia Economic: Agreement Between Equals" *Asia-Pacific Journal* Vol. 6 No. 7, Juli 2008, hal.4

penelitiannya menunjukkan bahwa Indonesia maupun Jepang memetik manfaat dari penurunan tarif dan keterbukaan pasar dalam IJEPA dalam tingkatan yang berbeda. Indonesia menerima tingkat manfaat yang lebih besar dari Jepang baik dari sisi naiknya kontribusi ekspor terhadap pendapatan nasional secara nominal dan persentase dan berlipat gandanya tingkat pertumbuhan ekspor akibat keikutsertaannya dalam IJEPA.¹⁴ IJEPA dapat memberikan manfaat lebih bagi Indonesia dari sisi pembentukan modal melalui penanaman modal langsung mengingat cakupannya yang menyeluruh termasuk di sektor barang, jasa, dan investasi. Sifat complementarity produk ekspor Indonesia yang lebih baik dengan Jepang dibandingkan dengan negara-negara mitra Indonesia dalam AFTA memberikan peluang perolehan manfaat IJEPA yang besar bagi Indonesia.

Ketiga, penulis menggunakan tulisan oleh A. Komala berjudul *Indonesian Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA)*. Dalam tulisan ini memuat bentuk kesepakatan yang dilakukan oleh Indonesia dan Jepang dalam kesepakatan IJEPA secara lebih rinci. Pada bagian awal tulisan ini menjelaskan awal mula terbentuknya kesepakatan IJEPA. Kerjasama bilateral ini terbentuk karena adanya hubungan dagang yang telah lama dijalin antar kedua negara. Dengan adanya IJEPA, ada langkah baru dalam hubungan ekonomi melalui kerjasama bilateral dalam peningkatan kapasitas liberalisasi, baik di bidang jasa maupun bidang barang, promosi dan fasilitasi perdagangan, dan investasi diantara kedua negara. Pada bagian selanjutnya, tulisan ini membahas konsep yang terdapat dalam perjanjian ini. Terdapat sebelas kelompok perundingan dan tiga prinsip dasar diantaranya adalah adanya *National Treatment, Most Favoured*

¹⁴ Setiawan Sigit, "Analisis Dampak IJEPA terhadap Indonesia dan Jepang", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis Vol. 17 No. 2*, Agustus 2012, hal 1

Nation Treatment dan *Transparency*. Tulisan ini juga menjelaskan mengenai 15 bagian dan 154 pasar dengan materi-materi pokok yang terdapat dalam aturan kesepakatan IJEPA.¹⁵

Keempat, sumber yang turut membantu peneliti untuk menganalisis tulisan ini adalah kajian studi yang ditulis oleh staf ahli Menteri Perindustrian Republik Indonesia yaitu Achdiat Atmawinata dkk yang berjudul *Kajian Capacity Building* Industri Manufaktur melalui Implementasi MIDEK- IJEPA tahun 2008. Kajian mengenai IJEPA dibahas pada bab tiga secara terstruktur dan rinci. Bagian awal bab ini menjelaskan sejarah terbentuknya kerjasama IJEPA, motivasi dan tujuan dilakukannya kerjasama ini. Bagi pemerintah Indonesia, IJEPA merupakan suatu strategi yang bagus untuk meningkatkan daya saing global agar kelak Indonesia memiliki kesempatan untuk memperluas jaringan ekspor ke pasar global. Secara ideal, tujuan dari kerjasama bilateral ekonomi ini adalah untuk meningkatkan perdagangan kedua negara dan menciptakan keuntungan bagi kedua belah pihak. Pihak Indonesia memandang IJEPA adalah bentuk kemitraan formal yang memuat tiga pilar yaitu fasilitasi perdagangan, liberalisasi akses pasar dan kerjasama ekonomi. Selain itu, kajian ini juga memuat peluang dan hambatan yang diperoleh Indonesia dalam melakukan kerjasama ini. Peluang tersebut diantaranya adanya pembukaan pasar Indonesia di negara *partner* melalui penghapusan bea masuk dan Indonesia menerima bantuan dari Jepang untuk meningkatkan kapasitas industri manufaktur. Adapun hambatan dari kerjasama ini adalah timbul posisi yang asimetris antara kedua negara sehingga keuntungan yang didapat tidak sama besar dan adanya kemudahan bea masuk produk Jepang

¹⁵ Komala A., "Indonesian Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA)", *Indonesian Journal of International Law*, Vol. 5, No.2, Januari 2008, hal 373

membuat produk dalam negeri menjadi kalah saing.¹⁶ Secara keseluruhan, kajian ini lebih memfokuskan implementasi IJEPA terhadap sektor industri manufaktur Indonesia serta pengaplikasian kerjasama ini dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Kelima, penulis menggunakan tulisan yang berjudul Posisi Indonesia di Tengah Fenomena Korporasi Global yang ditulis oleh Rivai Aspin. Dalam tulisan ini membahas mengenai diplomasi yang dilakukan antara Indonesia dan korporat Jepang sebagai bentuk diplomasi transnasional. Hal ini merefleksikan adanya bentuk kepentingan Jepang melalui perusahaan otomotif Jepang. Dari tulisan ini terlihat bahwa semakin dominannya pertumbuhan industri otomotif Jepang di Indonesia membuat tingginya tingkat ketergantungan Indonesia terhadap Jepang sehingga membuat minimnya posisi Indonesia dalam negosiasi yang akan terjadi dimasa depan. Secara keseluruhan, Indonesia masih terjebak dalam interdependensi kepada Jepang dalam sektor industri manufaktur. Harusnya Indonesia mendesain ulang diplomasi ekonomi yang seharusnya mengatasi empat resiko yaitu resiko fiskal, resiko moneter, resiko industri dan perdagangan, serta resiko lapangan kerja.¹⁷ Empat resiko ini bisa dijadikan sebagai strategi untuk menggapai kepentingan nasional melalui diplomasi ekonomi dengan Jepang.



¹⁶ Achiat Atmawinata, Dradjat Irianto, Lucia Diawati, "Kajian *Capacity Building* Industri Manufaktur melalui Implementasi MIDEK-IJEPA", *Kementerian Perindustrian Republik Indonesia*, Desember 2008., hal 18

¹⁷Aspin Rivai, "Posisi Indonesia di Tengah Fenomena Korporasi Global", *Indonesian Perspective*, Vol.2 No.2 Desember 2017, hal 108

1.7 Kerangka Konseptual

1.7.1 *Corporate Dominant Theory*

Kegiatan perdagangan internasional tidak bisa lepas dari perkembangan globalisasi yang diiringi keterlibatan aktor non negara seperti *Multi National Cooperation (MNC)*. Untuk mencapai keuntungan komparatif, MNC berusaha mengembangkan perusahaannya ke negara lain dengan bantuan kebijakan dari *host country*. Keterikatan antara aktor negara dan aktor non negara dapat menguntungkan kedua belah pihak apabila dilakukan dengan strategi yang matang. Biasanya salah satu strategi yang digunakan adalah memanfaatkan *foreign direct investment (FDI)*. Menurut Krugman, adapun tujuan dari FDI adalah mencari sumber daya, mencari pasar, mencari aset strategis dan mencari keamanan politik. Untuk mencari keamanan politik, korporat harus berusaha membangun power melalui kebijakan pemerintah.

Menurut pendapat G. William Domhoff suatu korporat akan mendapatkan power dari *stake holder* dengan cara menjalin hubungan baik dengan elite politik. Hubungan baik ini akan berlanjut pada pembuatan kebijakan sehingga korporat bisa mendapatkan keuntungan dan mengurangi persaingan dengan korporat lain.¹⁸ Dalam pandangan C. Wright Mills mengemukakan gagasan bahwa korporat merupakan kekuatan paling dominan di masyarakat yang disebut *Corporate Dominant Theory*. Korporat menguasai banyak *power* sehingga menjadi *dominant power* dalam masyarakat yang tidak bisa diimbangi dengan kekuatan lain dan mampu memengaruhi perubahan yang memajukan kepentingannya sendiri. Dominasi kekuatan perusahaan berasal dari kontrol yang dipertahankan perusahaan

¹⁸ G. William Domhoff, "The Class Dominance Theory of Power in The United States", *The Cambridge Handbook of Sociology*, Vol. 2, No. 7, 2015, hal 67

pada hampir setiap aspek kehidupan, dari produk yang dihasilkan hingga pilihan politik yang mereka pengaruhi sehingga dari kontrol yang telah dilakukan diharapkan dapat menaikkan citra perusahaan, memperoleh selera pasar dan mendapat keuntungan sebanyak-banyaknya.¹⁹

Sedangkan menurut Joshua Murray dan Megan L. Jordan, terdapat unsur Policy Planning Network (PPN) untuk bisa menjalin hubungan baik dengan elite politik. Dalam *Dominant Corporate Power* adanya PPN berperan penting dalam memberikan dukungan kepada elite politik dengan menggunakan serangkaian strategi untuk mencapai kepentingan politik bisnis suatu korporat. Semakin terpusatnya korporat dalam PPN, maka akan semakin aktif secara politik untuk mengejar kepentingan bisnisnya.²⁰

Terdapat beberapa faktor yang mendukung terbentuknya *dominant power* diantaranya adalah *company power elite*, *uncontrolled power* dan *different resources*. *Company power elite* adalah kekuatan yang dimiliki oleh korporat yang mampu mempengaruhi ekonomi politik suatu negara hingga menimbulkan hubungan interdependensi antar elite korporat dengan elite politik. Di dalamnya terdapat aktor dari korporat yang menjalankan dominasi dengan mempertahankan kendali langsung atas sumber daya yang luas dan berpengaruh terhadap perekonomian negara.

Faktor kedua *uncontrolled power* yaitu kekuatan korporat yang tidak bisa diimbangi oleh pesaing lain yang menghambat tujuan perusahaan. Dominasi yang ditimbulkan dari *uncontrolled power* ini bahkan mampu memonopoli ataupun

¹⁹ Gerald Hanks, "Corporate Power Dominant Theory", *BizFluent*, University of Michigan, September 2017, <https://bizfluent.com/info-8198096-dominance-theory>, diakses pada 2 September 2020

²⁰ Joshua Murray, and Megan L Jordan, "Class, Race, and Corporate Power", *Politics and Social Change Commons*, Vol.7, No. 8, 2019, hal 49

meoligopoli pasar. Korporat berusaha untuk memajukan kepentingannya sendiri yang dilakukan dengan menggunakan kekuatan politik dari pemerintahan *host country*. Sehingga terdapat hak istimewa tersendiri yang dimiliki oleh korporat untuk mendominasi pasar dengan power politik ini.²¹ *Different resources* adalah keunggulan yang dimiliki oleh korporat dalam bentuk produk yang memiliki keunikan atau ciri khas yang tidak dimiliki oleh pesaing lain sehingga mampu bersaing dengan baik. Jika korporat mampu bersaing dengan produk yang diminati masyarakat, maka akan menciptakan kesejahteraan bagi korporat tersebut.

Korporat memperoleh *dominant power* dari berbagai aspek. Hal ini bisa dilihat dari kontribusinya dalam kampanye politik para politisi yang akan mengajukan undang undang untuk menguntungkan korporat dan mengurangi persaingan. Korporat juga akan menggunakan kekuatan media untuk mendiskreditkan pesaing bisnis dan pesaing politik yang tidak sesuai dengan tujuan perusahaan.²² Tingginya dominasi perusahaan asing di suatu negara cenderung akan memberikan dampak negatif terhadap ekonomi negara. Adanya dominasi produk dari suatu perusahaan karena sudah memperoleh selera pasar mengindikasikan tingginya impor negara terhadap produksi asing. Hal ini menimbulkan neraca perdagangan dalam negeri akan mengalami defisit karena impor lebih tinggi daripada ekspor. Di sisi lain, rendahnya tingkat ekspor suatu negara mengartikan bahwa produk lokal tidak mendapatkan selera konsumen yang baik sehingga akan mengancam eksistensi produk lokal karena persaingan dengan produk asing yang mendominasi.

²¹ G. William Domhoff, "The Class Dominant Theory of Power in The United States", *Cambridge University Press, Chapter 7*, 2017, hal 67

²² John F. Steiner, "Busines, Government and Society", *The McGraw-Hill Companies, Vol. 13, Chapter 3*, 2012

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metodologi merupakan proses, prinsip dan prosedur yang digunakan untuk pendekatan masalah serta menemukan jawaban, dengan kata lain metodologi adalah suatu pendekatan umum yang mengkaji topik penelitian.²³ Pendekatan penelitian yang digunakan bersifat kualitatif. Menurut Strauss dan Corbin, yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).²⁴

Dalam menyusun penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif. Jenis penelitian ini berusaha untuk menjelaskan realitas dan memahami realitas tersebut dengan memperhatikan proses peristiwa dan intensitas.²⁵ Hal ini bertujuan untuk mendapatkan analisis yang lebih tajam dengan didasari fakta-fakta dan dinamika yang telah ada. Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah tipe penelitian eksplanatif. Penulis memilih penelitian jenis ini agar penulis mampu menjelaskan serta menggambarkan secara gamblang mengenai dominasi Astra Honda Motor dalam industri sepeda motor di Indonesia melalui IJEP. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah penelusuran data online yaitu pengumpulan data dengan menggunakan internet. Meskipun begitu, penelitian ini membatasi data berupa dokumen resmi, data statistik, artikel, jurnal, berita dan tulisan-tulisan ilmiah lain dari sumber yang terpercaya seperti website pemerintah dan website resmi organisasi dalam negeri.

²³ Dedy Mulyana, "Methodologi Penelitian Kualitatif, *PT. Remaja Rosdakarya*, 2001

²⁴ Jane Ritchie dan Jane Lewis, "Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers", *Sage Publication*, 2003, hal. 3

²⁵ Masoed, "Studi Hubungan Internasional...", 39

1.8.2 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada dominasi produk otomotif Astra Honda Motor dalam industri otomotif di Indonesia dengan pihak yang terkait didalamnya yaitu Indonesia dan Jepang yang terbentuk dalam kerja sama IJEPA. Pembatasan ini dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam menganalisis bagaimana produk Astra Honda Motor mendominasi pasar industri otomotif di Indonesia dengan memanfaatkan kerja sama IJEPA dari tahun 2015-2018.

1.8.3 Unit dan Tingkat Analisis

Unit analisis merupakan objek kajian yang perilakunya akan dijelaskan, dideskripsikan dan dianalisis.²⁶ Sementara itu, unit eksplanasi merupakan unit yang dapat mempengaruhi perilaku unit analisis. Kedua variabel ini saling mempengaruhi, atau secara umum variabel independen dikenal sebagai variabel penyebab dan variabel dependen dikenal sebagai variabel akibat.²⁷ Selanjutnya, level analisis atau tingkat analisis merupakan tingkat atau posisi dari unit yang dijelaskan. Level analisis akan membantu peneliti dalam menjelaskan area penelitian yang akan dijelaskan.²⁸ Berdasarkan pemaparan diatas, maka unit analisis penelitian ini adalah Astra Honda Motor sedangkan unit eksplanasinya adalah kerja sama IJEPA. Tingkat analisisnya adalah *inter-state* atau hubungan bilateral yang melibatkan Indonesia dan Jepang dalam kerja sama IJEPA. Dalam hal ini, penyelesaian masalah yang ada Indonesia melakukan hubungan dagang dengan Jepang terutama dalam industri otomotif yang melibatkan korporat Jepang.

²⁶ Mohtar Ma' oed, "Ilmu Hubungan Internasional Disiplin dan Metodologi", *LP3ES*, 1990, hal. 108.

²⁷ Mohtar Ma' oed, hal. 109

²⁸ Mohtar Ma' oed, hal. 35

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 melalui studi literatur dari berbagai sumber data yang ada. Sementara data sekunder didapatkan melalui buku-buku, jurnal-jurnal ilmiah, surat kabar, situs resmi pemerintahan maupun laporan penelitian yang berhubungan dengan topik dan permasalahan yang diangkat. Disini, sumber yang dijadikan bahan rujukan utama bagi penulis adalah data sekunder berupa jurnal ilmiah mengenai kesepakatan IJEPA, website resmi pemerintahan yaitu Kementerian Perdagangan dan Kementerian Perindustrian, website resmi organisasi resmi seperti AISI, buku, dan juga berita.

Data sekunder didapatkan melalui situs resmi Kementerian Perdagangan Republik Indonesia yang memuat informasi mengenai jenis perdagangan yang didiskusikan dalam kesepakatan IJEPA. Kemudian data juga diperoleh dari situs resmi Kementerian Perindustrian Republik Indonesia yang memuat informasi mengenai bentuk kerja sama dalam sektor manufaktur terutama industri otomotif dalam kerja sama IJEPA. Selain itu data juga diperoleh dari situs resmi Asosiasi Sepeda Motor Indonesia (AISI) (www.aisi.com) yang didalamnya memuat data-data dinamika kenaikan dan penurunan pangsa pasar oleh sepeda motor di Indonesia.

Pada penelitian ini data sekunder juga diperoleh melalui *library research*. Pertama data diperoleh dari artikel jurnal ilmiah nasional seperti yang ditulis oleh Septika Tri yang berjudul Dampak Perjanjian Perdagangan Indonesia Jepang

terhadap Kinerja Perdagangan Bilateral yang membahas hasil kesepakatan IJEPA setelah beberapa tahun diterapkan. Penelitian ini juga merujuk pada tulisan oleh Aspin Rivai yang berjudul Posisi Indonesia di Tengah Fenomena Korporasi Global yang membahas mengenai strategi yang dilakukan oleh Indonesia untuk menerima investasi dari korporat asing dalam kerangka kerja sama IJEPA.

Kedua, penelitian ini juga menggunakan artikel jurnal internasional seperti tulisan yang ditulis oleh Hayakawa yang berjudul *Impact of Diagonal Cumulation Rule on FTA Utilization: Evidence from bilateral and multilateral FTAs between Japan and Thailand* yang menjelaskan mengenai keadaan ekonomi politik Jepang untuk memperluas jaringan ekonominya. Penulis juga menggunakan data-data dari media seperti berita, laporan resmi dan data-data penelitian yang dikeluarkan oleh beberapa universitas. Kata kunci yang digunakan untuk menemukan sumber data adalah IJEPA, penurunan skema tarif, Astra Honda Motor dan Indonesia Jepang.

1.8.5 Teknik Pengolahan Data

Analisis data merupakan suatu proses mengorganisasikan data guna memperoleh suatu pola atau bentuk-bentuk keteraturan.²⁹ Data-data penelitian yang telah dihimpun peneliti kemudian diinterpretasikan oleh peneliti guna menemukan jawaban atas pertanyaan penelitian. Interpretasi data penelitian berarti menjelaskan pola yang belum terpecahkan melalui analisis data, memberikan gambaran latar belakang pengetahuan maupun pengalaman untuk menjawab pertanyaan dengan menghubungkannya dengan data-data ilmiah.³⁰ Teknik analisis yang digunakan adalah *content analysis* terhadap data-data sekunder yang ada.

²⁹ Lexy J. Meoleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : Remaja Karya, 1989) : 112-113

³⁰ Vijayamohanan Pillai N., *Data Analysis and Interpretation* (Conference Paper), September 2015

Pengolahan data dalam penelitian ini adalah melalui pengumpulan data dari sumber-sumber yang akurat, kemudian data-data tersebut diklasifikasi dan diidentifikasi pola-pola umum hubungan dalam kelompok data, lalu dikategorisasikan menurut indikator-indikator yang telah ditentukan, kemudian dirumuskan, lalu digeneralisasikan hingga menghasilkan sebuah kesimpulan dari pertanyaan penelitian melalui data-data yang ada dan yang telah diolah oleh peneliti.³¹

Dalam penelitian ini, analisis dititik beratkan dengan menilik dominasi yang dilakukan Astra Honda Motor dalam industri sepeda motor Indonesia melalui kesepakatan IJEPA. Peneliti menggunakan teknik analisis berdasarkan pada indicator- indicator yang dijelaskan dalam kerangka konsep *corporate dominant theory* yang diantaranya berisikan strategi yang dilakukan korporat untuk bisa melakukan dominasi dalam pasar industri otomotif di Indonesia.

a. *Company Power Elite*

Peneliti menggunakan indikator ini untuk melihat seberapa besar pengaruh yang dilakukan oleh korporat AHM untuk mempengaruhi pemerintah untuk tetap melindungi AHM dalam kerangka IJEPA.

b. *Uncontrolled Power*

Peneliti menggunakan indikator ini untuk menunjukkan monopoli yang dilakukan AHM dalam pasar industri sepeda motor di Indonesia melalui penjelasan dinamika penguatan pangsa pasar.

c. *Different Resouces*

Peneliti menggunakan indikator ini untuk menjelaskan keunggulan yang

³¹ Catherine Marshall dan Gretchen B. Rossman, "Designing Qualitative Research", *Sage Publication Inc*, 1999, hal. 150

dimiliki oleh AHM untuk melakukan dominasinya terhadap pasar sepeda motor di Indonesia.

Teknik analisis data pada penelitian ini dimulai dari pengumpulan data dari beberapa data sekunder yang direduksi dengan cara memilih data yang sesuai dengan penelitian. Kemudian data yang sudah dipilih dikelompokkan dalam beberapa bagian untuk memproyeksikan data akan berada pada bab yang ditentukan. Setelah dilakukan reduksi data, kemudian dilakukan penyajian data dengan menggunakan indikator pada penjelasan di atas. Data tersebut kemudian disusun menjadi bentuk tulisan yang mudah dipahami. Setelah semuanya selesai, data tersebut akan memperkuat pengaplikasian dan membantu menjawab pertanyaan penelitian.

1.9 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Bab ini merupakan bab pengantar yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, pertanyaan penelitian, teori dan konsep yang akan dipakai dalam penelitian, metodologi penelitian, pembatasan masalah dan sistematika penulisan. Menggambarkan secara keseluruhan tentang penelitian yang akan dilakukan.

BAB II Kerja Sama Indonesia dan Jepang dalam IJEPA

Bab ini menguraikan sejarah terbentuknya kerja sama yang dilakukan oleh Indonesia dan Jepang dalam IJEPA.

BAB III Astra Honda Motor dan Industri Otomotif Indonesia

Pada bab ini peneliti membahas bagaimana perkembangan Astra Honda

Motor sebelum dan sesudah diterapkannya kerangka JEPA.

BAB IV Dominasi Astra Honda Motor dalam Sektor Industri Otomotif di Indonesia

Bab ini menganalisis bentuk dominasi yang dilakukan oleh Astra Honda Motor di Indonesia serta dampaknya terhadap sektor ekonomi dan industri otomotif di Indonesia. Analisis data dilakukan dengan indikator pada kerangka konsep agar mampu menjawab pertanyaan penelitian.

BAB V Penutup

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

