

## ANALISA PELUANG DAN ANCAMAN PERDAGANGAN PRODUK ELEKTRONIK AC : STUDI KASUS INDONESIA DENGAN JEPANG

Griselda amelia<sup>1</sup>, Daspar<sup>2</sup>

Manajemen, Universitas Pelita Bangsa, Bekasi

E-mail: [griseldaameliaa@gmail.com](mailto:griseldaameliaa@gmail.com)<sup>1</sup>, [daspar@pelitabangsa.ac.id](mailto:daspar@pelitabangsa.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Kerjasama ekonomi dalam kerangka APEC memberikan peluang dan tantangan bagi perdagangan AC (Air Conditioner) Indonesia dengan Jepang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang dan ancaman dalam perdagangan produk ac Indonesia ke Jepang dalam kerja sama Asia Pacific Economic Cooperation (APEC). Dengan mengkaji tren nilai ekspor produk ac Indonesia ke Jepang serta faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing, ditemukan bahwa pertumbuhan positif didukung oleh keunggulan biaya produksi dan kebijakan liberalisasi perdagangan APEC. Namun, tantangan seperti standar teknis Jepang yang tinggi dan persaingan ketat menjadi hambatan utama. Peningkatan kualitas produk, efisiensi produksi, dan pemanfaatan optimal kebijakan APEC untuk memperkuat posisi produk AC Indonesia di pasar Jepang.

### Kata kunci

**perdagangan internasional, produk ac, daya saing**

### ABSTRACT

*Economic cooperation within the APEC framework provides opportunities and challenges for trade in Indonesian AC (Air Conditioners) with Japan. This study aims to analyze the opportunities and threats in trade in Indonesian AC products to Japan in the Asia Pacific Economic Cooperation (APEC) cooperation. By examining the trend in the value of Indonesian AC product exports to Japan and the factors that influence competitiveness, it was found that positive growth was supported by the advantages of production costs and APEC trade liberalization policies. However, challenges such as high Japanese technical standards and tight competition are the main obstacles. Improving product quality, production efficiency, and optimal utilization of APEC policies to strengthen the position of Indonesian AC products in the Japanese market.*

### Keywords

**international trade, AC products, competitiveness**

## 1. PENDAHULUAN

Perdagangan internasional merupakan salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi global, termasuk bagi negara berkembang seperti Indonesia. Dalam konteks globalisasi dan integrasi pasar, produk elektronik menjadi salah satu komoditas unggulan yang mengalami pertumbuhan signifikan. Salah satu produk elektronik yang semakin meningkat permintaannya adalah air conditioner (AC), mengingat kebutuhan masyarakat terhadap kenyamanan termal dan perubahan iklim yang menyebabkan suhu global meningkat.

Jepang dikenal sebagai negara maju dengan industri elektronik yang sangat kompetitif dan inovatif. Produk-produk elektronik asal Jepang, termasuk AC, telah menguasai pasar global dengan standar teknologi tinggi, efisiensi energi, serta reputasi kualitas. Di sisi lain, Indonesia sedang dalam tahap pengembangan sektor manufaktur elektronik, termasuk produksi dan perakitan AC. Meskipun industri elektronik Indonesia belum setara dengan Jepang dalam hal teknologi dan inovasi, terdapat peluang bagi Indonesia untuk mengambil peran lebih besar dalam rantai pasok global, terutama

melalui ekspor komponen dan kerja sama produksi. Namun, perdagangan produk AC antara Indonesia dan Jepang tidak terlepas dari tantangan. Jepang memiliki regulasi ketat terkait standar mutu dan efisiensi energi yang harus dipenuhi oleh produk impor. Selain itu, persaingan dari negara lain di Asia seperti China, Korea Selatan, dan Vietnam juga menjadi ancaman serius bagi produk elektronik Indonesia.

Oleh karena itu, analisis terhadap peluang dan ancaman dalam perdagangan produk AC antara Indonesia dan Jepang menjadi penting untuk memahami posisi Indonesia dalam peta perdagangan internasional, serta untuk merumuskan strategi penguatan daya saing industri elektronik nasional. Studi ini bertujuan untuk mengevaluasi kondisi perdagangan, memetakan faktor-faktor pendukung dan penghambat, serta memberikan rekomendasi kebijakan yang dapat meningkatkan performa ekspor produk AC Indonesia ke Jepang.

Perdagangan internasional merupakan salah satu motor penggerak perekonomian dan memegang peran strategis dalam pertumbuhan ekonomi negara di dunia termasuk Indonesia. Globalisasi mempermudah arus informasi, barang dan jasa antarnegara. Perdagangan internasional memberikan manfaat melalui keunggulan komperatif dan mendorong investasi asing. Pemerintahan Indonesia membangun strategi diplomasi ekonomi melalui perjanjian perdagangan bebas, baik bilateral maupun multilateral, seperti Indonesia- Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) dan keanggotaan di APEC.

Keanggotaan Indonesia dalam APEC dan perjanjian bilateral IJEPA membuka akses pasar Jepang yang luas dan teknologi yang tinggi, khususnya di sektor industri manufaktur seperti produk AC. Perdagangan internasional merupakan komponen penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, terutama melalui kerja sama regional Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC). Jepang sebagai anggota APEC dan mitra dagang utama Indonesia, menawarkan peluang besar bagi ekspor produk elektronik, termasuk Air Conditioner (AC), yang permintaannya terus meningkat. Dengan bergabungnya Indonesia kedalam APEC tantangan dan peluang yang akan dihadapi juga pasti sangat bervariasi. Isu politik dan keamanan di kawasan Asia Pasifik dapat berdampak pada stabilitas ekonomi. Indonesia harus mengelola hubungan dengan negara-negara anggota APEC lainnya dengan bijaksana untuk memastikan stabilitas regional. Indonesia memiliki potensi untuk bersaing di pasar Jepang karena keunggulan geografis, biaya produksi yang relative rendah, dan dukungan kebijakan ekspor. Tantangan seperti standar teknis tinggi, persaingan dengan negara produsen besar, serta hambatan non-tarif menjadi kendala yang signifikan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang dan ancaman perdagangan produk AC Indonesia dengan Jepang dalam konteks kerja sama APEC.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi pustaka (library research). Fokus dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peluang dan ancaman perdagangan produk perikanan antara Indonesia dan Jepang berdasarkan hasil kajian dari berbagai jurnal ilmiah, laporan resmi, dan dokumen kebijakan terkait.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Perdagangan Indonesia – Jepang**

Hubungan perdagangan internasional Indonesia – Jepang memberikan pengaruh yang sama baiknya untuk perekonomian kedua negara. Dilansir dari [id.emb.japan.go.id](http://id.emb.japan.go.id), nilai ekspor Indonesia ke Jepang sebesar US\$23,6 miliar. Angka didapat berdasarkan statistic pemerintah Indonesia. Sedangkan untuk nilai impor Indonesia dari Jepang mencapai US\$6,5 miliar.

Perdagangan produk elektronik antara Indonesia dan Jepang menunjukkan bahwa Jepang mendominasi pasar elektronik di Indonesia, sementara ekspor elektronik Indonesia ke Jepang masih relative kecil. Pada tahun 2020, pangsa impor elektronik Jepang dari Indonesia hanya sekitar 0,2%, jauh lebih rendah dibandingkan negara ASEAN lain seperti Thailand (4,5%) dan Singapura (4,1%). Produk elektronik Jepang lebih murah dan disesuaikan dengan kebutuhan pasar Asia, sehingga sangat diminati di Indonesia, didukung oleh bantuan Jepang dalam Pembangunan infrastruktur yang mendukung industry elektronik di Indonesia.

Produk elektronik Jepang mulai menguasai pasar Indonesia dengan volume yang jauh lebih besar dibandingkan produk dari negara lain. Jepang adalah pemain utama dalam perdagangan elektronik di Indonesia, sementara Indonesia memiliki potensi besar untuk meningkatkan ekspor elektronik ke Jepang yang saat ini masih kecil. Kolaborasi strategis dan peningkatan teknologi serta kualitas produk menjadi kunci untuk memperbaiki neraca perdagangan elektronik kedua negara.

#### **3.2 Peluang Dan Ancaman**

Kerja sama dalam APEC memberikan peluang besar bagi Indonesia untuk memperluas ekspor produk AC ke Jepang, terutama melalui fasilitas perdagangan dan pengurangan hambatan tarif yang mendorong akses pasar lebih luas. Indonesia dapat memanfaatkan keunggulan biaya produksi yang relative rendah dan kedekatan geografis untuk meningkatkan daya saing produknya di pasar Jepang yang sangat kompetitif. Permintaan Jepang terhadap produk AC hemat energi dan ramah lingkungan membuka peluang bagi produk Indonesia yang inovatif dan sesuai standar berkelanjutan. Dukungan kebijakan APEC yang mendorong liberalisasi perdagangan serta peningkatan kapasitas dan transfer teknologi juga menjadi faktor pendorong utama dalam memperkuat posisi produk A Indonesia di pasar Jepang.

Perdagangan produk AC Indonesia ke Jepang menghadapi sejumlah tantangan signifikan. Standar teknis dan kualitas Jepang yang sangat tinggi menjadi hambatan utama bagi produk Indonesia untuk menembus pasar. Persaingan ketat dari negara produsen terbesar seperti China dan Thailand juga mempersempit pangsa pasar Indonesia, selain itu, adanya hambatan non-tarif, seperti regulasi ketat dan prosedur administrasi yang kompleks, turut menjadi kendala. Ketergantungan Indonesia pada impor bahan baku dan teknologi dari luar juga dapat meningkatkan biaya produksi dan mengurangi daya saing produk AC lokal. Perbedaan budaya dan preferensi konsumen Jepang yang spesifik juga menuntut adaptasi produk dan strategi pemasaran yang matang.

#### **3.3 Meningkatkan Ekspor**

Untuk meningkatkan ekspor produk elektronik dari Indonesia ke Jepang dapat dilakukan dengan beberapa langkah strategis yang difasilitasi oleh pemerintah, terutama melalui penerapan Surat Keterangan Asal (SKA) Elektronik atau e-form sesuai dengan peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20 Tahun 2023, yang memudahkan proses klaim tarif preferensi dengan pengiriman data secara digital langsung ke Jepang, sehingga mempercepat dan menyederhanakan prosedur ekspor. Selain itu, pelaku pengusaha perlu

memahami aturan asal barang dan tata cara pembuatan SKA agar dapat memaksimalkan keuntungan dari fasilitas tarif preferensi dalam perjanjian perdagangan bilateral Indonesia – Jepang (IJEPA). Optimalisasi teknologi dan integrasi sistem melalui National Single Window juga sangat krusial untuk memastikan kelancaran proses ekspor. Dengan penerapan strategi ini, produk elektronik Indonesia akan lebih kompetitif dan memiliki peluang lebih besar untuk menembus pasar Jepang secara efektif.

### **3.4 Strategi Perdagangan**

Jepang menerapkan diplomasi ekonomi yang kuat melalui perjanjian bilateral seperti Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA), Indonesia – Japan Steel Dialogue (IJSJ), dan bantuan Pembangunan resmi (Official Development Assistance/ODA). Strategi bertujuan mempertahankan hubungan perdagangan dan investasi yang stabil dengan Indonesia sekaligus membantu meningkatkan stabilitas politik dan ekonomi di Indonesia.

Jepang secara konsisten melakukan investasi langsung di sektor manufaktur dan teknologi di Indonesia dan meningkatkan transfer teknologi dan pengembangan sumber daya manusia lokal. Strategi penanganan Jepang di Indonesia menggabungkan diplomasi ekonomi, investasi langsung, bantuan Pembangunan, pengawasan sektor strategis, dan penguatan kemitraan strategis untuk memastikan hubungan ekonomi yang saling menguntungkan dan berkelanjutan.

## **4. KESIMPULAN**

Perdagangan produk elektronik AC antara Indonesia dan Jepang menyimpan potensi besar jika Indonesia mampu mengembangkan kapasitas teknologinya. Peluang terbuka dalam kerja sama rantai pasok dan peningkatan kualitas komponen. Namun, untuk dapat bersaing di pasar Jepang, Indonesia harus meningkatkan daya saing dengan mendorong inovasi, meningkatkan SDM industri, serta memperkuat hubungan diplomasi teknis dengan Jepang. Pemerintah juga perlu mendorong pengurangan ketergantungan pada impor komponen inti agar industri lokal lebih mandiri dan berkelanjutan.

Perdagangan produk Air Conditioner (AC) Indonesia ke Jepang dalam konteks kerja sama APEC dan perjanjian bilateral IJEPA menyimpan potensi yang cukup besar untuk dikembangkan lebih lanjut. Keunggulan kompetitif Indonesia dalam hal biaya produksi yang relative rendah, didukung oleh kebijakan liberalisasi perdagangan yang mendorong penghapusan tarif dan hambatan non-tarif, memberikan peluang nyata bagi peningkatan ekspor produk AC ke pasar Jepang. Tantangan yang dihadapi tidak dapat diabaikan, terutama terkait dengan standar teknis dan kualitas produk yang sangat tinggi di Jepang, oleh karena itu, diperlukan upaya Bersama antara pemerintah dan pelaku industry untuk meningkatkan kualitas produk, efisiensi produksi, serta memanfaatkan secara optimal kebijakan dan fasilitas yang disediakan oleh APEC dan IJEPA. Dengan strategi yang tepat dan sinergik yang baik, produk AC Indonesia berpotensi untuk meningkatkan ekspor dan memperkuat posisi di pasar Jepang secara berkelanjutan.

## **5. DAFTAR PUSTAKA**

- Ardiyanti, S. T. (2015, DESEMBER). DAMPAK PERJANJIAN PERDAGANGAN INDONESIA-JEPANG (IJEPA) TERHADAP KINERJA PERDAGANGAN BILATERAL. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 9, 130.
- BPS Indonesia. (2024). *Statistik Perdagangan Luar Negeri Produk Elektronik*.

- Fajrianti, B. R. (n.d.). STRATEGI JEPANG MEMPERTAHANKAN PERDAGANGAN DAN INVESTASI DENGAN INDONESIA DI TENGAH PROBLEMATIKA EKONOMI TAHUN 2008 – 2015.
- ITC Trade Map. (2023). *Trade Statistics for International Business Development*.
- Kementerian Perdagangan RI. (2023). *Laporan Kinerja Ekspor Komoditas Elektronik*.
- Kurniawan, R. (2020, Nov 22). *INDONESIA – JEPANG TINGKATKAN KERJA SAMA STRATEGIS, APA SAJA POIN PENTINGNYA ?* Retrieved from <https://kampungpasarmodal.com/>
- METI Japan. (2023). *Japanese Trade Policy on Electronics*.
- Mufida, N. (n.d.). Kerjasama Indonesia Dan Jepang Melalui Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJ-EPA).
- Nabila Zulfa Ramadhani, S. R. (2024). Dampak Asia Pacific Economic Cooperation (APEC) terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Economia*, 104.
- Nurhidayat, U. J. (2018). Dominasi Ekonomi Jepang Terhadap Indonesia dalam Perdagangan Elektronik Indonesia. *Global Insight Journal* .
- RI, K. P. (2023, Juli 13). *Mulai 26 Juni, SKA Elektronik Permudah Ekspor Indonesia Ke Jepang*. Retrieved from <https://www.kemendag.go.id/>
- UN Comtrade Database. (2023). *International Trade Statistics*.