

Implikasi *Foreign Direct Investment* Jepang melalui Toyota terhadap Perekonomian Indonesia Periode 2016-2022

Implications of Japanese Foreign Direct Investment through Toyota for the Indonesian Economy for the 2016-2022 Period

Aldella Alfia Hardzi* & Sugito

Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia

Diterima: 05 Oktober 2023; Direview: 15 Oktober 2023; Disetujui: 05 November 2023

*Corresponding Email: alfiahardzi@gmail.com

Abstrak

Artikel ini berfokus pada kerjasama Jepang dan Indonesia melalui pembangunan anak perusahaan Toyota di Indonesia sebagai instrument *Foreign Direct Investment* Jepang. Jepang menjadi negara yang memiliki peranan cukup penting di dunia internasional karena perkembangannya dalam bidang ekonomi dimana saat ini Jepang dapat menguasai pasar internasional melalui kemajuan teknologi otomotif. Pesatnya perkembangan industri otomotif mendorong Jepang untuk menanamkan investasi di Indonesia. Artikel ini bertujuan untuk mengetahui apa hasil dari kerjasama FDI Indonesia – Jepang melalui pembangunan Toyota di Indonesia pada tahun 2016-2022. Guna mendekati masalah ini dipergunakan acuan teori liberalisme, kerjasama bilateral, dan *Foreign Direct Investment*. Data-data dikumpulkan melalui data sekunder sebagai sumber data, serta menggunakan *desk-review* dan dianalisis secara kualitatif. Kajian ini menyimpulkan bahwa FDI Jepang melalui perusahaan Toyota membuat Indonesia mampu meningkatkan perekonomian melalui kenaikan nilai ekspor yang tinggi ke beberapa negara, perluasan lapangan kerja, serta memberikan dampak positif bagi peningkatan teknologi yang ramah lingkungan.

Kata Kunci: *Foreign Direct Investment*; Indonesia; Kerjasama; Jepang; Toyota.

Abstract

This article focuses on cooperation between Japan and Indonesia through the development of a Toyota subsidiary in Indonesia as an instrument for Japanese Foreign Direct Investment. Japan is a country that has quite an important role in the international world because of its development in the economic sector, where currently Japan can dominate the international market through advances in automotive technology. The rapid development of the automotive industry has encouraged Japan to invest in Indonesia. This article aims to find out what the results of Indonesia-Japan FDI cooperation are through the development of Toyota in Indonesia in 2016-2022. In order to approach this problem, references to the theories of liberalism, bilateral cooperation and Foreign Direct Investment are used. Data was collected through secondary data as a data source, as well as using desk review and analyzed qualitatively. This study concludes that Japanese FDI through the Toyota company has enabled Indonesia to improve its economy through a high increase in the value of exports to several countries, expanding employment opportunities, as well as providing a positive impact on improving environmentally friendly technology.

Keywords: Cooperation; Foreign Direct Investment; Indonesia; Japan; Toyota.

How to Cite: Hardzi, A.A., & Sugito. (2023). Implikasi *Foreign Direct Investment* Jepang melalui Toyota terhadap Perekonomian Indonesia Periode 2016-2022. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 6 (2): 648-656.



PENDAHULUAN

Toyota merupakan salah satu perusahaan industri otomotif berbasis multinasional terbesar dari Jepang. Toyota memiliki komitmen untuk menjaga kualitas serta kuantitas agar dapat diakui dunia internasional. Toyota telah ikut andil dalam sistem perekonomian Jepang sejak akhir Perang Dunia II. Oleh karena itu, Toyota telah lama berkontribusi dalam memberikan pelayanan seperti pemasukan negara. Toyota juga menjadi perusahaan yang sukses dengan nilai penjualan mencapai \$230 miliar. Kesuksesan Toyota tidak terlepas dari strategi yang diterapkan yaitu menekan kualitas produk yang disesuaikan dengan standar internasional (Harto & Putra, 2014). Kesuksesan Toyota membuat Toyota dapat membuka cabang perusahaan diberbagai negara, salah satunya Indonesia. Dengan adanya perusahaan Toyota di Indonesia, hal tersebut melatar belakangi adanya kerjasama yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia.

Sebagai negara industri termaju di Asia, Jepang selalu berupaya untuk meningkatkan nilai ekspornya dan juga meningkatkan investasi, khususnya investasi langsung ke negara-negara lain atau bisa disebut sebagai *Foreign Direct Investment* (FDI) yang bertujuan untuk mengembangkan perdagangan serta mengambil kesempatan yang ada di negara tuan rumah. Jepang sebagai negara industri turut memberikan dukungan untuk perusahaan-perusahaan untuk memperluas usaha ke luar negaranya melalui FDI. Jepang selalu berupaya meningkatkan perekonomiannya dengan berbagai cara, seperti pemindahan perusahaan-perusahaan Jepang ke luar negara yang bertujuan agar dapat menyebarluaskan produksi barang-barangnya ke berbagai negara. Dalam hal ini FDI dapat dikatakan sebagai pengiriman sejumlah modal, *managerial skill*, serta pengetahuan teknikal ke negara tuan rumah yang juga merupakan suatu cara yang cukup kuat dalam pertumbuhan dan peningkatan ekonomi. Fokus peningkatan FDI yang dilakukan Jepang adalah negara-negara berkembang, yang mana diterima dengan baik oleh negara-negara tersebut (Lubis, 2003).

Kesuksesan Jepang menjadikannya sebagai salah satu negara maju di kawasan Asia, oleh karena itu Jepang menjadi negara yang sangat diperhitungkan untuk menjalin suatu kerjasama maupun hubungan diplomatik dalam bidang apapun. Faktor tersebut juga menjadikan Indonesia mempertimbangkan Jepang untuk menjalin mitra kerjasama demi memenuhi kepentingan nasional Indonesia. Dalam hal ini, alasan Indonesia menjadikan Jepang sebagai *partner* adalah karena kedua negara telah lama menjalin hubungan dagang dan Jepang menjadi salah satu negara terbesar yang melakukan investasi ke Indonesia. Hubungan antar kedua negara dinilai menjadi hubungan timbal balik yang menguntungkan karena keduanya saling melengkapi. Hal tersebut dapat dilihat dari kegiatan ekspor Jepang ke Indonesia di bidang industri otomotif seperti Toyota, sementara Indonesia mengekspor bahan-bahan mentah untuk diolah ke Jepang (Avivi & Siagian, 2020).

Dalam kasus ini, tujuan penulisannya adalah untuk mencari tahu terkait dampak apa yang didapat oleh Indonesia khususnya dibidang perekonomian dari adanya kerjasama melalui penanaman FDI Jepang periode 2016-2022, dimana pada tahun 2016 merupakan tahun yang menjadi ciri bagi keberhasilan Toyota mendapatkan posisi strategis dalam lingkup global. Namun, meskipun demikian, pada tahun 2016 Toyota Indonesia sempat mengalami penurunan ekspor.

Mengacu pada penelitian sebelumnya, industri otomotif Jepang berada di urutan teratas pangsa pasar otomotif nasional. Oleh karena itu, perkembangan investasi dapat dijadikan suatu peluang untuk meningkatkan penjualan perusahaan dan mengembangkan industri otomotif untuk meningkatkan jumlah produksi (Khairi, 2022). Pendapat yang sama juga disampaikan oleh Nurfajri, 2022, dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa kerjasama yang terjalin bertujuan mencapai kepentingan untuk memakmurkan ekonomi negara dibidang otomotif. Dalam penelitian ini, penulis menyatakan bahwa PT. Toyota Astra Motor mengalami perubahan yang positif setelah adanya IJEPA, sehingga dapat menyebarkan industri otomotif di pasar internasional (Nurfajri, 2022).

Kerjasama Indonesia – Jepang dalam kerangka IJEPA disektor otomotif merupakan kerjasama yang paling menunjukkan keberhasilannya, hal tersebut karena produk otomotif Jepang semakin berkembang di Indonesia. Walaupun tidak memiliki dampak yang signifikan, namun pertumbuhan otomotif di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan, dan sejak



adanya IJEP, ekspor produk Indonesia untuk kendaraan bermotor mengalami peningkatan (Nur, 2019).

Beberapa pembahasan artikel sebelumnya, telah menunjukkan bahwa kerjasama Indonesia – Jepang melalui pembangunan perusahaan Toyota di Indonesia menunjukkan tren positif bagi Indonesia. Beberapa pembahasan artikel jurnal terdahulu berkorelasi dengan studi kasus yang diangkat. Namun dalam penelitian yang tertulis hanya mencantumkan dampak positif bagi penjualan Toyota Indonesia dan perkembangan otomotif Indonesia. Pada penelitian terdahulu belum menyertakan hasil secara spesifik mengenai kerjasama FDI Jepang dengan Indonesia melalui Toyota di Indonesia periode 2016-2022 khususnya bagi perekonomian Indonesia. Oleh karena itu, artikel ini mencoba mendapatkan hasil terbaru yang dapat membedakan dari artikel terdahulu.

Adapun teori yang digunakan untuk mendukung penulisan artikel ini adalah teori liberalisme, kerjasama bilateral dan *Foreign Direct Investment* (FDI). Perspektif liberalisme yang dikemukakan oleh John Lock adalah salah satu teori hubungan internasional yang menjelaskan bahwa negara bukan merupakan aktor utama, oleh sebab itu perspektif ini mengandalkan adanya kerjasama untuk mencapai kepentingan bersama dan menghindari adanya perang ataupun konflik (Dugis, 2016). Selain itu, Adapun asumsi dasar liberalisme yang dikemukakan oleh Jackson & Sorensen (1999) yang menyatakan terdapat lima asumsi dasar yang meliputi: negara menjamin adanya kebebasan individu; pandangan positif mengenai sifat manusia; mengutamakan akal pikiran serta prinsip-prinsip rasionalitas; memaksimalkan peran individu dan aktor-aktor non negara; mengedepankan kebebasan, kerjasama, kemajuan, dan kesejahteraan.

Kaum liberal mengutamakan pandangan positif mengenai manusia, akal pikiran manusia serta prinsip rasional yang dapat dijadikan untuk menyelesaikan suatu permasalahan internasional. Selain itu, pandangan liberalis juga mempercayai bahwa individu memiliki suatu kepentingan yang dapat bermanfaat untuk aksi-aksi sosial yang bersifat kooperatif, serta dapat menghasilkan manfaat bagi diri sendiri dan orang lain. Kaum liberal memiliki pemikiran erat yang berhubungan dengan kemunculan negara konstitusional modern. Disamping itu, liberalisme juga memandang modernisasi sebagai proses yang memunculkan banyak kemajuan bagi berbagai bidang kehidupan. Proses modernisasi dinilai sebagai suatu hal yang dapat memperluas lingkup kerjasama lintas batas internasional. Kaum liberalis tidak menempatkan negara sebagai satu-satunya aktor dalam lingkup internasional, karena terdapat aktor-aktor lain didalamnya yang berasal dari individual, perdagangan atau perusahaan, organisasi internasional, dan lainnya. Dalam hal ini, penting dalam memahami jika hubungan internasional saat ini dapat dikategorikan dalam ketergantungan kompleks, dimana digambarkan mengenai situasi negara-negara dan ekonomi yang saling tergantung (R. C. Kurniawan, 2011).

Dalam hal ini, pandangan kaum liberalisme dapat dikorelasikan dengan perilaku kedua negara yaitu Indonesia dan Jepang dalam melakukan kerjasama internasional melalui perusahaan multinasional Toyota. Indonesia dan Jepang sebagai aktor negara dalam menjalin hubungan memiliki tujuan untuk sama-sama merealisasikan kepentingan bersama. Disamping itu, perusahaan Toyota juga menjadi aktor penting dalam kegiatan kerjasama ekonomi kedua negara seperti yang telah dijelaskan oleh para kaum liberalis bahwa aktor-aktor dalam lingkup internasional bukan hanya negara saja, namun ada peran dari aktor lain. Selain itu, kerjasama melalui penanaman FDI Toyota di Indonesia merupakan suatu contoh yang dapat dikorelasikan dengan realisasi pandangan kaum liberalis yang menyatakan bahwa modernisasi saat ini memunculkan adanya kerjasama lintas internasional.

Disamping itu, kerjasama bilateral merupakan suatu kerjasama yang melibatkan dua negara. Kerjasama antar negara menjadi suatu perhatian sejak munculnya studi hubungan internasional. Pada awalnya kerjasama yang dilakukan oleh negara-negara bertujuan untuk menciptakan suatu perdamaian dunia serta mencegah adanya perang. Namun semakin berkembangnya zaman, orientasi dunia internasional terhadap kerjasama antar negara sudah mulai meluas diberbagai bidang serta menjadi kepentingan bagi seluruh negara. Menurut Robert Keohane, dalam suatu kerjasama terdapat dua aspek penting yang meliputi bagaimana perilaku setiap aktor dapat



diarahkan kepada tujuan bersama, serta bagaimana kerjasama dapat menjadi suatu keuntungan serta imbalan bagi para pihak yang terlibat (Bakry, 2017).

Jepang merupakan salah satu negara yang memiliki hubungan baik dengan Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat saat Menteri Luar Negeri Indonesia, Retno Marsudi mengadakan pertemuan dengan Menteri Luar Negeri Jepang Taro Kono pada tahun 2018 lalu dalam acara *the 6th Strategic Dialogue* Indonesia – Jepang di Jakarta. Acara tersebut sekaligus bertepatan dengan 60 tahun hubungan diplomatik yang terjalin antar kedua negara. Indonesia sudah mulai menjalin hubungan bilateral sejak 1958, melalui adanya perjanjian damai antara Indonesia dan Jepang yang dinilai memberikan dampak positif bagi kedua negara untuk masa depan. Sebenarnya kedua negara menjalin kerjasama bilateral dalam beberapa sektor seperti ekonomi, budaya, sosial, dan keamanan. Kerjasama bilateral dalam hal ini merupakan sebuah perjanjian mengenai kemitraan ekonomi yang akan dijalin oleh kedua negara seperti IJEPA.

Indonesia merupakan negara terbesar di Kawasan Asia Tenggara, hal tersebut menjadikan peluang untuk memasarkan produk lebih besar jika dibandingkan dengan negara lain. Disisi lain, Jepang juga merupakan negara yang memiliki kemajuan perekonomian, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai suatu peluang bagi kedua negara untuk mengimplementasikan kerjasama yang memiliki keuntungan bagi masing-masing negara. Indonesia sebagai negara berkembang pasti memiliki hambatan dalam memasarkan produknya di Jepang. Namun, Jepang juga merupakan investor terbesar di Indonesia, karena itu peran Jepang dapat membantu Indonesia untuk mengembangkan ekonomi di berbagai sektor. Hingga saat ini, banyak produk Jepang yang dipasarkan di Indonesia yang memiliki kualitas tinggi dan diminati oleh masyarakat Indonesia (Ranti et al., 2021),

Kerjasama bilateral dapat dikorelasikan dengan hubungan Jepang dan Indonesia dalam membangun kerjasama melalui penanaman FDI Toyota. Terjalannya kerjasama antara Jepang dan Indonesia hingga saat ini menjadi sebuah bukti kesuksesan Jepang dalam upaya menciptakan perdamaian dengan Indonesia dari adanya dampak Perang Dunia II. Sampai saat ini, hubungan kedua negara dinilai sangat baik, hal tersebut menjadi pemicu adanya kerjasama kedua negara yang tetap terjalin baik untuk mencapai kepentingan bersama dalam beberapa sektor. Indonesia sebagai negara berkembang bukan merupakan sebuah hambatan bagi Jepang untuk menanamkan investasinya melalui perusahaan Toyota, karena Indonesia juga memiliki keunggulan-keunggulan tertentu. Oleh karena itu, konsep kerjasama bilateral Jepang dan Indonesia menjadi suatu hal yang diharapkan akan terus memberikan keuntungan bagi kedua pihak.

Sedangkan investasi asing langsung atau *Foreign Direct Investment* (FDI) menurut Krugman di dalam Sarwedi (2002) mengemukakan bahwa FDI merupakan sebuah aliran dana internasional dalam sebuah industri di suatu negara yang mendirikan atau mengembangkan industri di wilayah lain. Hadirnya investasi langsung bertujuan sebagai pendukung pertumbuhan ekonomi serta diharapkan dapat menghadirkan peranan yang dominan bagi pembangunan melalui transmisi kekayaan, teknologi serta keahlian administratif untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Selain itu, FDI dalam pandangan neoklasik dinyatakan sebagai bentuk peningkatan stok kekayaan dengan cara pembentukan modal tetap yang dapat mendorong adanya pertumbuhan di negara penerima investasi. Oleh karena itu, FDI dianggap dapat menjadi penentu perkembangan suatu produk (Gandhi et al., 2022).

Pendirian Toyota Indonesia menjadi bentuk FDI yang dilakukan oleh Jepang. Indonesia dan Jepang merupakan negara yang memiliki hubungan baik, karena kedua negara kerap kali melakukan kerjasama dalam berbagai bidang. Penanaman investasi melalui pembangunan Toyota dapat menjadi satu kesempatan bagi Indonesia untuk mengembangkan sektor industri otomotifnya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan artikel ini yaitu desain kualitatif untuk menggambarkan fenomena yang terjadi secara mendalam. Dalam sebuah penelitian yang dituliskan oleh Muhammad Rijal Fadli (2019), menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang dilakukan sesuai dengan kejadian tertentu dalam sebuah kejadian yang

alamiah, serta memiliki tujuan untuk menginvestigasi dan memahami suatu fenomena apa yang terjadi; mengapa terjadi; dan bagaimana terjadi. Dalam hal ini, penelitian kualitatif berlandaskan pada konsep eksplorasi yang melibatkan suatu kasus. Hal tersebut sejalan dengan Denzin & Lincoln (1994) yang menjelaskan penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang menggunakan latar ilmiah untuk mendeskripsikan sebuah fenomena dengan melibatkan metode yang ada (Fadli, 2021).

Sumber data yang diambil untuk penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sebuah perantara dan tidak diperoleh secara langsung. Dalam hal ini, data sekunder diperoleh berasal dari penelitian terdahulu yang berhubungan dengan studi kasus yang diambil dalam penelitian. Adapun pengumpulan data ini berasal dari studi pustaka yang dilakukan dengan mengumpulkan sumber dari berbagai jurnal, buku, website yang terkait dengan studi kasus.

Dalam penulisan artikel, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode *desk-review*. Metode ini dilakukan dengan pengumpulan data maupun informasi melalui analisis yang dilakukan menggunakan data sekunder yang berasal dari studi pustaka mengenai studi kasus yang diambil dalam penelitian. Metode pengumpulan penelitian didasari oleh studi literatur mengenai kerjasama Jepang dan Indonesia melalui FDI yang dilakukan Jepang dengan dibangunnya anak perusahaan Toyota di Indonesia yang kemudian di analisis untuk penelitian terbaru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Toyota

Sakichi Toyoda menjadi nama yang tidak terlupakan tentunya bagi orang Jepang. Keterampilan kerjanya ditularkan kepada anaknya yang bernama Kiichiro Toyoda yang sejak lulus kuliah ia memutuskan untuk bergabung bersama perusahaan keluarga Toyoda Loom Works. Kiichiro Toyoda menjadi seorang yang diharapkan oleh ayahnya untuk dapat meneruskan bisnis, namun Kiichiro lebih menyukai bidang industri otomotif. Oleh karena itu, Kiichiro memiliki keinginan untuk membuat kendaraan dalam negeri, walaupun pada saat itu keputusannya merupakan hal yang penuh risiko karena masih sangat jarang perusahaan industri otomotif di Jepang. Namun ternyata keputusan Kiichiro mendapatkan dukungan dari pemerintah Jepang. Kiichiro belajar dan menerima inspirasi dalam mengembangkan industri otomotif dengan pergi ke Eropa dan Amerika Serikat pada tahun 1929.

Pada saat menempuh studi, Kiichiro meneliti beberapa pabrik pembuat mobil sebelum ia mengembangkan industri otomotifnya sendiri. Sampai akhirnya pada 1935, ia berhasil membuat mobil model A1. Tak lama setelah itu Kiichiro mendirikan perusahaan bernama Toyota Motor Company sebagai anak perusahaan Toyoda Automatic Loom Works. Kesuksesan Toyota semakin meningkat bahkan Toyota terlibat dalam produksi kendaraan militer selama Perang Dunia II. Selain itu, Toyota juga semakin meningkat bahkan setelah kematian Kiichiro tahun 1952, dimana Toyota semakin sukses dalam memproduksi mobil hingga dapat mengekspor ke negara-negara lain. Kesuksesan Toyota semakin terlihat saat keberhasilannya menjual lebih dari satu juta kendaraan di pasar global (GAIKINDO, 2019).

Kerjasama Jepang dan Indonesia menunjukkan adanya babak baru dalam korporasi otomotif Toyota. Awal kerjasama kedua negara dimulai dengan kesepakatan Toyota untuk menanamkan modal di Indonesia melalui PT. Astra International Corporation sebagai distributor tunggal sejak tahun 1970-an. Kerjasama antara Toyota dengan pihak perusahaan domestik di Indonesia diawali dengan *model joint venture*. Pada awalnya penanaman saham berjumlah 51% dipegang PT. Toyota Astra Motor (TAM) dan sebanyak 49% saham dipegang oleh Toyota Motor Corporation (TMC) yang berasal dari perusahaan Jepang. Seiring keberhasilan Toyota di Indonesia, kepemilikan saham ini pun bertransformasi menjadi 95% milik TMC serta sebanyak 5% dipegang PT. TAM. Dari adanya penggabungan dua perusahaan ini maka terbentuklah Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) di Jakarta. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa PT. TMMIN sebagai produsen dan sebagai anak perusahaan TMC Jepang yang merupakan perusahaan produsen mobil terbesar di dunia (Rivai, 2017).





Gambar 1. Penjualan Toyota Tahun 2016

Sumber: <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/ip/article/view/18474>

Dari gambar 1, menunjukkan hasil penjualan otomotif di Indonesia tahun 2016 dari berbagai jenis perusahaan otomotif. Dari data tersebut membuktikan bahwa pada tahun 2016, Toyota menjadi perusahaan otomotif dengan hasil penjualan terbanyak jika dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan lain. Hal tersebut juga membuktikan eksistensi Toyota sebagai perusahaan multinasional memiliki nilai pasar yang sangat tinggi.

Peningkatan Ekspor Indonesia

Peran Toyota sebagai perusahaan multinasional bidang industri otomotif dapat membantu Indonesia dalam pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan performa perdagangan sekaligus memperbesar kontribusi di pasar internasional. Kontribusi perusahaan multinasional dapat dilihat dari banyaknya keterlibatan proyek-proyek ekspor (Iqbal et al., 2023).

Awal mula perusahaan Toyota menjual mobil di Indonesia yaitu pada tahun 1971 dan di tahun 1977 mulai proses produksi. Melalui kemitraan dengan Astra Motor, Toyota memasuki pasar Indonesia. Penjualan Toyota tercatat mengalami peningkatan lebih dari dua kali lipat dari 199.000 menjadi 409.000-unit pada tahun 2008 sampai 2012. Indonesia merupakan pasar berkinerja terbaik bagi Toyota dari segi pangsa pasar. Hal ini dibuktikan dari banyaknya pemakai mobil bermerk Toyota di Indonesia menjadikan Toyota sebagai salah satu perusahaan industri otomotif dengan penjualan terlaris yaitu Toyota Avanza.

Kesuksesan Toyota dalam memasarkan produknya di Indonesia dihubungkan dengan strategi "*Innovative International Multi-Purpose Vehicle*" yang dibuat pada tahun 2003. Secara khusus, Toyota merancang dan memproduksi mobil di Indonesia bertujuan untuk memenuhi pasar domestik yang pada saat itu Toyota Avanza dijual dengan harga \$16.000. Karena kesuksesan yang terus meningkat, hal tersebut mendorong Toyota untuk mengembangkan perusahaannya dengan membuat pabrik mobil kedua di Indonesia pada Maret 2013 dengan penanaman investasi sebesar \$340 juta.

Pada tahun 2019 Toyota menyatakan bahwa mereka berencana untuk memberikan investasi tambahan sebesar \$1,3 miliar untuk lima tahun kedepan. Adanya rencana tersebut menjadikan peningkatan sebanyak dua kali lipat FDI Toyota selama 40 tahun terakhir di Indonesia. Adapun beberapa hal yang mendorong Toyota membangun rencana ini antara lain adalah untuk menggait kelas menengah di Indonesia, serta sebagai cara untuk mempertahankan dominasi pasar (Nkomo, 2019).

Dalam bidang ekspor, Toyota mengalami penurunan sebesar 5% pada tahun 2016 jika dibandingkan 2015. Penurunan tersebut disebabkan oleh menurunnya permintaan negara-negara Timur Tengah. Krisis yang terjadi di Timur Tengah sangat berdampak bagi Indonesia. Terlebih Arab Saudi merupakan salah satu negara utama tujuan ekspor karena berkontribusi sebesar 50% dari total ekspor Toyota Indonesia ke Timur Tengah. Penurunan ekspor ke Arab Saudi juga mengalami penurunan hingga 30% (Fardaniah, 2016).

Toyota selalu memaksimalkan produksi untuk memenuhi keinginan konsumen global. Oleh karena itu, Toyota terus memperluas pasar ekspor hingga kawasan ASEAN seperti Malaysia, Vietnam, Thailand, dan Filipina. Pada tahun 2017, Indonesia berhasil mengekspor kendaraan sebanyak 199.600 unit. Pencapaian tersebut merupakan yang tertinggi sejak 1987 saat Toyota Indonesia memulai kegiatan ekspornya. Sedangkan pada empat bulan pertama tahun 2018 Toyota mengekspor 66.000 unit (GAIKINDO, 2018).

Pada Januari – Februari 2022 Indonesia berhasil mengekspor kendaraan sebanyak 44 ribu unit ke empat benua. Nilai ekspor Indonesia pada saat itu dinilai meningkat sebanyak 31 persen jika dibandingkan dengan periode yang sama ditahun sebelumnya, bahkan jika dibandingkan pada periode 2019, terjadi peningkatan sebesar 44 persen. Hal tersebut tentu menjadi poin positif yang dapat membangun optimisme para pekerja industri otomotif nasional dengan adanya peningkatan sehingga dapat memberikan peran positif bagi kinerja ekspor nasional.

Sepanjang tahun 2021, nilai ekspor Indonesia mencapai US\$ 231,5 miliar yang berasal dari beberapa produk unggulan ekspor yang salah satunya adalah industri otomotif. Bagi Indonesia, sektor otomotif menjadi salah satu industri prioritas yang dapat berkontribusi bagi GDP sebesar 3,02%. Data tersebut membuktikan bahwa peluang industri otomotif Indonesia memiliki potensi yang cukup besar sehingga dapat terus ditingkatkan menjadi basis produksi global. Dalam sebuah data persaingan industri otomotif global yang disajikan oleh data Gaikindo, menyatakan bahwa produksi Indonesia berada diperingkat 13. Dalam hal ini, Indonesia diharapkan dapat mengekspor kendaraan hingga 300 ribu unit setiap tahunnya (Priyanto, 2022).

Peningkatan ekspor otomotif Indonesia juga menunjukkan kinerja baik pada Juli 2022, hal tersebut ditunjukkan dengan keberhasilan Indonesia mengekspor sebanyak 87.171-unit selama Juli 2022. Angka tersebut menunjukkan peningkatan sebesar 10% jika dibandingkan bulan sebelumnya, karena pada Juni 2022 ekspor hanya mencapai 79.230 unit. Dalam hal ini, Toyota menjadi perusahaan dengan jumlah ekspor terbanyak pada Juli 2022 dengan total sebanyak 24.584 unit, sedangkan pada Juni ekspor Toyota mencapai 22.713 unit. Jumlah tersebut tentu menunjukkan adanya peningkatan dari ekspor yang dilakukan oleh Indonesia dibidang industri otomotif Toyota (Kompas, 2022).

Pada kuartal I 2022, Toyota Indonesia juga berhasil menyuplai ekspor 10-unit model mobil sebanyak 73 ribu yang tersebar ke empat benua. Jumlah tersebut menjadi bukti adanya peningkatan sebesar 48% jika dibandingkan periode pada tahun sebelumnya yaitu sebanyak 49 ribu unit mobil. Selain itu, bahkan jumlah tersebut merupakan jumlah yang lebih besar 58% dari hasil ekspor yang dilakukan sebelum adanya pandemi Covid-19 yang jumlahnya sebanyak 46 ribu unit. Hal tersebut menjadi suatu capaian positif yang didukung dengan adanya peningkatan permintaan model kendaraan Toyota dari konsumen seperti Toyota Veloz dan model-model lainnya sesuai permintaan negara yang menjadi tujuan ekspor seperti kawasan Timur Tengah dan Asean.

Peningkatan yang terjadi memberikan motivasi bagi pemerintah Indonesia dalam kegiatan ekspor, dimana pemerintah merencanakan ekspor di tahun 2025 dengan target 1 juta unit kendaraan CBU dari Indonesia. Untuk dapat merealisasikan target tersebut, pemerintah akan terus membuka kerjasama investasi. Hal tersebut ditujukan agar dapat mempermudah regulasi bagi pelaku industri otomotif dalam negeri, sehingga dapat memperluas pasar ekspor dari principal maupun negara yang dituju. Industri otomotif Indonesia memiliki kapasitas produksi yang baik dengan angka 2,5 juta per tahun serta 1,5 juta sumber daya manusia yang berkontribusi saat ini (H. Kurniawan, 2022).

Perluasan Lapangan Kerja

Pada tahun 2016 Toyota membangun pabrik mesin *passenger car* yang membantu Toyota Indonesia berada di posisi strategis dalam lingkup global. Pembangunan pabrik mesin tersebut menelan investasi sebesar Rp. 2,3 triliun. Disamping itu, dibuatnya pabrik mesin juga memberikan dampak yang positif bagi pekerja domestik, karena terdapat estimasi penambahan jumlah pekerja hingga mencapai 1.500 pekerja baru (Toyota, 2014). Pembangunan pabrik mesin tersebut tentu

sangat membantu Indonesia dalam usaha penyediaan lapangan kerja. Terlebih jika dilihat dari data yang disediakan oleh Badan Pusat Statistik pada 2016 jumlah pengangguran turun sebanyak 530 ribu orang dan mengalami kenaikan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya (Badan Pusat Statistik, 2016).

Toyota Indonesia dicatat sebagai promotor manufaktur otomotif di Indonesia. Toyota Indonesia mencatatkan hasil yang positif, sesuai dengan data pada tahun 2020 Toyota Indonesia memiliki jaringan rantai pasok sekaligus ekosistem bisnis yang cukup luas dan turut berkontribusi bagi peningkatan perekonomian nasional. Pembangunan perusahaan Toyota menciptakan keterlibatan sekitar 300.000 pekerja. Dalam hal ini, produsen konsumen terbagi dalam beberapa level komponen yang setelah itu dikerjakan pabrikan hingga pada jaringan penjualan (Indonesia, 2020).

Dalam hal ini, Toyota bukan hanya berperan sebagai perusahaan multinasional yang dapat memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi bangsa saja, namun juga dapat membantu Indonesia dalam memperluas lapangan pekerjaan. Sebagai salah satu negara yang memiliki penduduk terbanyak, tentu lapangan pekerjaan terkadang menjadi suatu tantangan bagi Indonesia. Oleh karena itu, dengan dilakukannya kerjasama Indonesia - Jepang melalui pembangunan perusahaan Toyota dapat memberikan dampak positif bagi perluasan lapangan kerja di berbagai daerah di Indonesia.

Peningkatan Teknologi Ramah Lingkungan

Permasalahan lingkungan saat ini menjadi permasalahan yang sangat diperhatikan oleh dunia internasional. Berdasarkan pernyataan Toyota (2016), mereka telah memahami isu-isu lingkungan khususnya mengenai enam tantangan pada tahun 2050 untuk mengurangi rata-rata emisi CO₂ kendaraan baru, tantangan menciptakan *zero* CO₂ dari keseluruhan proses atau siklus kehidupan kendaraan, tantangan menciptakan nol emisi pabrik, mengoptimalkan penggunaan air, tantangan dalam membangun masyarakat yang dapat menerapkan sistem berbasis daur ulang, dan tantangan untuk membangun masyarakat yang harmoni dengan alam. Adanya tantangan tersebut, Toyota telah mengawali kerjasama dengan memulai kemitraan dengan organisasi internasional melalui *International Union for Conservation of Nature* (IUCN) untuk memperluas pengetahuan mengenai ancaman terhadap keanekaragaman hayati global melalui penyediaan dana (Yusoof et al., 2016).



Gambar 2 Toyota Environmental Challenge 2050

Sumber: <https://aio.eu/2019/07/toyota-environmental-challenges/>

Dalam membangun kerjasama dengan Indonesia, Toyota Jepang juga memberi pengajaran bagi Toyota Indonesia dalam beberapa aspek seperti penerapan pabrik ramah lingkungan dan ramah karyawan dengan membuat *Toyota Environmental Management System* yang tujuannya untuk menjaga proses produksi agar tetap ramah lingkungan. Selain itu, Toyota juga menerapkan nilai ramah karyawan atau *eco-friendly* yang tujuannya untuk meningkatkan produktivitas dengan memperhatikan kenyamanan karyawan dalam bekerja. *Eco-friendly* juga menjadi suatu langkah

bagi Toyota untuk dapat memberikan pola hidup sehat bagi karyawannya yaitu dengan menghadirkan fasilitas olahraga di dalamnya untuk menambah kenyamanan karyawan (Toyota, 2014).

Toyota menjadi perusahaan otomotif yang memiliki komitmen dalam pengelolaan lingkungan. Hal tersebut dibuktikan dengan memenuhi persyaratan pemerintah, penyesuaian terhadap standar global dan internal pada bidang lingkungan, mewujudkan pengembangan manufaktur yang ramah terhadap lingkungan, mewujudkan penghematan energi melalui peningkatan efisiensi serta penggunaan sumber energi yang ramah lingkungan dan mengimplementasikan *reduce, reuse, dan recycle*. Toyota juga menerapkan area kerja yang ramah terhadap lingkungan sekaligus mempromosikan aktivitas lingkungan kepada para pekerja serta stakeholders Toyota melalui konsep *green office*.

Sesuai dengan komitmen yang telah dibentuk melalui , Toyota Indonesia berusaha untuk mengembangkan kinerja lingkungan dengan memanfaatkan sumber daya alam dan mengurangi pencemaran serta berupaya dalam upaya pelestarian keanekaragaman hayati Indonesia. Toyota Indonesia juga terus mengusakan peningkatan kerjasama dengan masyarakat Indonesia sebagai hal yang tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai keberlanjutan Toyota.

Sehubungan dengan upaya kepedulian terhadap lingkungan, Toyota telah melakukan berbagai kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) yang difokuskan dalam 4 pilar utama yaitu dalam bidang *traffic safety* (keselamatan berlalu lintas), *community development* (pengembangan masyarakat), *education* (pendidikan), serta *environment* (lingkungan). Melalui pilar lingkungan, Toyota Indonesia mengembangkan suatu program bernama "Toyota Forest" yang memiliki slogan "One Car One Tree". Program ini wujud dari satu produk Toyota akan setara dengan penanaman satu bibit pohon (Mardiastuti et al., 2022).

SIMPULAN

Eksistensi perusahaan multinasional di dunia internasional sangat berpengaruh terhadap sistem perekonomian suatu negara, hal tersebut mendorong perusahaan multinasional dewasa ini dapat menjadi salah satu aktor utama di dunia internasional. Jepang sebagai negara yang memiliki kekuatan akan industri otomotif turut menunjukkan eksistensinya dalam perekonomian global melalui perusahaan Toyota. Keberhasilan Toyota dalam mengembangkan industri otomotif, menjadikan Toyota sebagai salah satu perusahaan terbesar di dunia.

Perkembangan Toyota Indonesia sejak dahulu telah membuktikan kesuksesan berkontribusi di pasar otomotif internasional. Adanya penanaman FDI melalui Toyota dapat memberikan dampak bagi pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun 2016-2022. Terlebih pada tahun 2016 Toyota Indonesia berhasil berada di posisi strategis. Namun disisi lain, Toyota juga mengalami permasalahan akan penurunan ekspor jika dibandingkan penghasilan pada tahun sebelumnya. Penurunan ekspor tersebut diakibatkan oleh krisis di Kawasan Timur Tengah.

Selain itu, FDI berimplikasi pada kenaikan nilai ekspor, pembangunan Toyota Indonesia berperan dalam membantu perluasan lapangan pekerjaan di Indonesia, terlebih pada tahun 2016 adanya pembangunan mesin *passenger car* membuka lahan pekerjaan baru. Selain itu, Toyota menjadi perusahaan multinasional yang juga memberikan kontribusi bagi peningkatan teknologi yang disesuaikan dengan sistem keberlanjutan lingkungan dengan komitmen yang diberikannya melalui *Toyota Environmental Management System*, konsep *green office*, dan melalui berbagai kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) sekaligus sebagai upaya mewujudkan *goals* Toyota Environmental Challenge 2050. Peningkatan teknologi sekaligus menjadi bukti Toyota untuk menjaga kualitas produk bagi konsumen yang dapat meningkatkan nilai penjualan di pasar domestic maupun internasional.

Penanaman FDI sebagai langkah kerjasama Indonesia – Jepang melalui perusahaan Toyota menjadi bentuk implementasi teori liberalisme, dimana kerjasama merupakan sebuah hal yang diutamakan dalam teori ini untuk mendapatkan kepentingan masing-masing pihak. Implikasi positif yang didapat oleh Indonesia menjadikan Indonesia terus mempertahankan kerjasama bilateral serta menjaga hubungan diplomatik dengan Jepang sebagai investor utama dalam bidang industri otomotif.

DAFTAR PUSTAKA

- Avivi, Y., & Siagian, M. (2020). Kepentingan Indonesia Dalam Kerja Sama Bilateral Dengan Jepang Studi Kasus: Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (Ijepa). *Paradigma POLISTAAT: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 49–61.
- Badan Pusat Statistik. (2016). Agustus 2016: Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 5,61 Persen. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2016/11/07/1230/agustus-2016--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-61-persen.html>
- Bakry, U. S. (2017). *Dasar-Dasar Hubungan Internasional Edisi Pertama*. Kencana.
- Dugis, V. (2016). *Teori Hubungan Internasional: Perspektif-perspektif Klasik*. Jawa Timur: Cakra Studi Global Strategis (CSGS).
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.
- Fardaniah, R. (2016). 2016 ekspor Toyota Indonesia Turun Lima Persen. <https://www.antaraneews.com/berita/602067/2016-ekspor-toyota-indonesia-turun-lima-persen>
- GAIKINDO. (2018). APM masih Berpeluang Meningkatkan Ekspor.
- GAIKINDO. (2019). Sejarah Industri Otomotif, Berdirinya Toyota dan Bagaimana Ia Masuk Indonesia. <https://www.gaikindo.or.id/sejarah-industri-otomotif-berdirinya-toyota-dan-bagaimana-ia-masuk-indonesia/>
- Gandhi, E. A., Pasaribu, E., Ekaputri, R. A., & Febriani, R. E. (2022). Investasi Asing Langsung dan Pertumbuhan Ekonomi: Perbandingan Empiris Indonesia dan Singapura. *Ecoplan*, 5(2), 159–170.
- Harto, S., & Putra, E. P. (2014). Strategi Toyota Motor Corporation Dalam Memperbaiki Citra Perusahaan Di China Pasca Recall Tahun 2010 2012. Riau University.
- Indonesia, T. (2020). Peran Strategis Indonesia. <https://newsroom.toyota.co.id/industry/peran-strategis-indonesia>
- Iqbal, M., Savitri, D., Nur, L., Andini, R. D., & Silalahi, P. R. (2023). Peran Perusahaan Multinasional dalam Meningkatkan Sektor Perekonomian di Indonesia. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(1), 64–76.
- Khairi, I. (2022). Strategi Jepang dalam Ekspor Mobil Toyota di Indonesia Tahun 2017-2019. *Jurnal Online Mahasiswa Fisip Vol.9*, 3–11.
- Kompas. (2022). Daftar Ekspor Pabrik Mobil Terbesar Juli 2022, Grup Toyota Dominan. <https://otomotif.kompas.com/read/2022/08/22/130104315/daftar-ekspor-pabrik-mobil-terbesar-juli-2022-grup-toyota-dominan>
- Kurniawan, H. (2022). Melesat 48%, Ekspor Toyota Indonesia Lampau Torehan sebelum Pandemi.
- Kurniawan, R. C. (2011). *Global Governance: Perspektif Liberalisme*. LPPM UNILA - Institutional Repository, 2–3.
- Lubis, A. N. (2003). Dampak Foreign Direct Investment Jepang di Malaysia. *USU Digital Library*, 2–3.
- Mardiastuti, A., Mulyani, Y. A., Shabrina, A., Nugroho, S. P. A., Alfikri, E., Putri, R. A. N., Sutrisna, T., & Hidayat, Y. (2022). Monitoring Keanekaragaman Hayati PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia Karawang Plant 1-2. Fakultas Kehutanan dan Lingkungan IPB Univerity.
- Nkomo, T. (2019). *Analysis of Toyota Motor Corporation*.
- Nur, A. P. (2019). Analisis Kerjasama Indonesia-Jepang dalam Kerangka IJEPa (Indonesia Japan Economic Partnership Agreement) di Bidang Otomotif (Studi Kasus: Toyota). Universitas Hasanuddin.
- Nurfajri, D. (2022). Pengaruh IJEPa (Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement) terhadap Industri Otomotif Indonesia (Studi Kasus PT. Toyota Astra Motor). Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Priyanto, W. (2022). Januari-Februari 2022, Ekspor Toyota Indonesia Tembus 44 Ribu Unit.
- Ranti, M. A., Guntur, O. N., & Badiu, I. A. (2021). Kerjasama Jepang dan Indonesia. *Hasanuddin Journal of International Affairs*, 1(2), 124–133.
- Rivai, A. N. A. (2017). Posisi Indonesia di Tengah Fenomena Korporasi Global (Studi Kasus: Relasi Dagang Indonesia–Toyota Pasca Kesepakatan IJEPa). *Indonesian Perspective*, 2(2), 105–129.
- Toyota. (2014). Produk Toyota: Membawa Indonesia ke Kancan Global. <https://www.toyota.co.id/news-and-update/produk-toyota-membawa-indonesia-ke-kancan-global>
- Yusoof, S., Iyilia, F. Z., MNSR, H., Zamziba, N., & Toriry, S. (2016). Relationship Between Economic, Political and Technology Factors: Case Study on Toyota Company. *International Journal of Academic Research in Public Policy and Governace*, 3(1), 53–58.