

STRATEGI TIONGKOK MEMASARKAN PRODUK-PRODUK ELEKTRONIK DI INDONESIA TAHUN 2010-2104

Oleh:

Ade Setiawan¹

(ade_setiawan1993@yahoo.com)

Pembimbing : Drs. Syafri Harto M.Si

Bibliografi : 6 Jurnal, 25 Buku, 19 Website

Jurusan Ilmu Hubungan Internasional – Prodi Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya JL HR. Subrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28294 Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

This research is a qualitative research by conducting literature review and compiling data from books, journal and the website. The influx of Tiongkok electronic products in Indonesia give many influence to the internal condition of Indonesia.

The entry of Tiongkok electronic products in Indonesia is officially since 2010. Where from legitimate and enactment of ACFTA , free trade throughout Southeast Asian countries and China established . ACFTA is an agreement between China and Southeast Asian countries to make free trade . Can we see now a flood of Tiongkok electronic products with low price and quality in Indonesia .

This study shows the various strategies of the Chinese in marketing a wide range of electronic products in Indonesia by utilizing the framework of ACFTA .

Keywords : Tiongkok, Indonesia, ACFTA, Free Trade Agreement, ASEAN

¹Mahasiswa Jurusan Ilmu Hubungan Internasional angkatan 2011

Pendahuluan

Penelitian ini merupakan studi hubungan internasional yang meneliti tentang Strategi Tiongkok memasarkan produk-produk elektronik di Indonesia tahun 2010-2104.

Penelitian ini bersifat deskriptif eksplanatif yang memberikan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai Strategi-strategi yang dilakukan Tiongkok dalam proses pemasaran produk elektroniknya Di Indonesia. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan mengumpulkan data sekunder dan metode *library research*. Penulis memberikan batasan waktu untuk memberikan fokus yang lebih tajam. Penulis menggunakan rentang waktu dari tahun 2010 karena pada saat itu kerangka *Asian-China Free Trade Area* (ACFTA) diberlakukan.

Latar Belakang Masalah

Beberapa dekade belakangan ini, globalisasi ekonomi telah menjadi salah satu isu menarik di luar isu-isu lain seperti isu-isu tentang keamanan dan lingkungan global. Sebagai isu yang paling sering di bahas, globalisasi menjadi sebuah fenomena multifaset (banyak wajah) yang menimbulkan beraneka ragam pandangan dan interpretasi, terutama jika dikaitkan dengan kesejahteraan umat manusia di dunia. Selain itu Globalisasi dalam bidang ekonomi dapat dikatakan sebagai suatu proses kegiatan ekonomi dan perdagangan, dimana negara-negara diseluruh dunia

menjadi satu kekuatan pasar yang semakin terintegrasi dengan tanpa rintangan batas territorial Negara.

Pada hakekatnya, sebuah negara melakukan perdagangan internasional dengan alasan adanya perbedaan pada faktor sumber daya alam maupun manusianya. Hal ini sejalan dengan Ohlin dalam tesisnya yang berjudul *Haldens Teori* yang ditulis ulang sebagai *Interregional dan International trade*, yang mengatakan bahwa negara-negara tertentu di dukung secara tidak sebanding oleh faktor-faktor tertentu sehingga memungkinkan mereka dapat memproduksi komoditi yang paling menguntungkan.²

Perdagangan internasional yang dilakukan antar negara sering dibatasi oleh berbagai pajak negara, biaya tambahan yang diterapkan pada barang ekspor impor, dan juga regulasi non tarif pada barang impor.³ Dan kemudian muncul sebuah perdagangan internasional yang menjadi cara baru bagi negara-negara di dunia untuk melakukan kerjasama dalam perdagangan. Perdagangan ini disebut perdagangan bebas atau *Free Trade*. Perdagangan bebas ini telah diberlakukan di banyak negara, khususnya negara berkembang. Perdagangan bebas pertama kali dilakukan oleh Amerika serikat dan Eropa. Hal ini dilakukan untuk membuka pasar mereka dan menjual produk mereka di wilayah yang lebih luas.

² Walter S. Jones, *Logika Hubungan Internasional, kekuasaan Ekonomi-Politik Internasional, dan Tatanan Dunia 2*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 1993

³ Ibid

Pada era globalisasi ini, suatu negara dituntut untuk dapat menguasai teknologi, mampu bersaing dengan negara-negara lain dalam hal ekonomi dan pasar, serta rakyat yang memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi akan IPTEK dan modernisasi. Tiongkok sekarang merupakan salah satu negara yang berhasil dalam era globalisasi ini. Tiongkok tumbuh menjadi negara yang menunjukkan peningkatan ekonomi yang di atas rata-rata, mampu bertahan dari guncangan krisis ekonomi dunia pada akhir abad ke 20. Tiongkok mampu menjadi seperti sekarang karena beberapa faktor, seperti aspek politik, ekonomi, sosial, dan budaya juga memiliki peranan yang sangat penting dalam kemajuan Tiongkok. Selain itu Tiongkok pandai memanfaatkan peluang dalam perdagangan bebas.

Pertumbuhan ekonomi Tiongkok yang sangat pesat mengakibatkan makin besarnya aktivitas serta ekspansi perdagangan negara tersebut ke negara lain. Pertumbuhan ekonomi Tiongkok tumbuh 10,3 persen pada 2010. PDB Tiongkok tahun 2010 adalah US\$ 380 Miliar.⁴ Sejak Tiongkok bergabung ke dalam organisasi perdagangan dunia (WTO) dan setelah itu berkerja sama dengan Negara ASEAN dalam ACFTA mulailah ekspansi cina berkembang ke negara lain, terus menggeliat melebarkan sayap ekonomi ke segala penjuru dunia dalam berbagai bidang ekonomi seperti menebar lembar-lembar cek bernilai besar. Perjanjian ACFTA ini berlaku pada tanggal 1 januari 2010, setelah sejak 2002 perjanjian ini ditandatangani secara bertahap. Berdasarkan kesepakatan yang diambil pada tingkat internasional maka selanjutnya pemerintah Indonesia mengeluarkan peraturan nasional sebagai dasar hukum untuk menerapkan perjanjian

tersebut. Indonesia telah meratifikasi *Framework Agreement ACFTA* melalui keputusan Presiden No 48 pada tanggal 15 tahun 2004.

Tiongkok yang semakin menggeliat pasar perdagangan bebasnya hal ini dapat dilihat dari pembelian mayoritas saham bisnis PC IBM oleh Lenovo senilai 1,75 miliar dolar, lalu komitmen Beijing senilai 200 miliar dolar di Iran, dan 1 miliar dolar dibayarkan kepada Brasil, juga urusan minyak. Pengeboran minyak dilakukannya di Sudan, komitmen senilai 2 miliar dolar di Angola untuk mengeksploitasi sumber minyak. Selain negara-negara yang disebutkan di muka, Indonesia pun menjadi salah satu target pemasaran produk-produk Tiongkok hingga saat ini.

⁴http://www.bbc.co.uk/indonesia/dunia/2011/10/1110_17_chinaeconomic.shtml di akses pada 17 Maret 2014 pukul 21.08 WIB

Produk yang berkualitas dengan harga yang murah merupakan salah satu daya tarik tersendiri dari produk-produk Tiongkok yang dipasarkan di Indonesia. Mulai dari bangun tidur, kemudian beraktivitas sehari-hari, hingga beristirahat lagi di waktu malam, hampir sebagian besar produk buatan Tiongkok tidak lepas dari kita. Produk-produk Tiongkok juga meliputi furnitur, elektronik, perhiasan dan sebagainya. Salah satu produk elektronik Tiongkok yang semakin meluas dan merajai di Indonesia adalah Lampu hemat energi buaatannya. Impor lampu hemat energi Tiongkok ini mencapai 112 juta pada akhir tahun 2010. Peningkatan jumlah impor lampu hemat energi dari negeri itu memang sudah terjadi sejak diberlakukannya ACFTA. Relatif murah nya harga yang ditawarkan Lampu Hemat Energi asal Tiongkok itu membuat mudah nya masyarakat umum di Indonesia untuk memperolehnya. Murah nya harga yang ditawarkan ini diperkirakan karena produk-produk Tiongkok tersebut masuk ke tanah air dengan memanfaatkan fasilitas bea masuk (BM) 0% dalam kerangka ACFTA tersebut. Sementara untuk penjualan produk lampu hemat energi domestik hanya diserap pasar sekitar 20-30 juta unit, padahal kapasitas produksi lampu nasional sebanyak 200 juta unit.⁵

Masuknya produk-produk Tiongkok ke Indonesia memang tidak dapat dihindari. Ini merupakan dampak dari globalisasi yang harus kita hadapi. Besarnya permintaan konsumen terhadap produk-produk yang berasal dari Tiongkok memang tidak dapat kita elakan karena produk-produk buatan kita yang kalah bersaing dengan produk mereka. Rendahnya kualitas produk Indonesia turut menjadi faktor

penyumbang melemahnya tenaga bersaing kita terhadap barang-barang dari Tiongkok. Produk-produk Tiongkok yang mampu melihat selera konsumen sehingga selalu dicari oleh konsumen merupakan salah satu kelebihan produk Tiongkok yang pada akhirnya akan berakibat pada industri nasional.

Pihak yang paling merasakan dampak dari masuknya produk-produk Cina ke Indonesia tentunya adalah para pengusaha nasional, contohnya seperti pengusaha lampu hemat energi dalam kasus yang telah dibahas sebelumnya. Persaingan yang terjadi seolah menjadi tidak sehat disebabkan oleh kemampuan industri cina untuk memproduksi barang yang memiliki kualitas sama dengan harga yang jauh lebih murah.

Pada dasarnya, motivasi utama Tiongkok yang dahulu nya merupakan negara dengan sistem pemerintahan tertutup ini ialah untuk memperluas surplus ekonomi dan memperbanyak relasi dalam memasarkan produk-produk dalam negerinya terutama produk elektronik ke negara-negara luar khususnya negara Asia Tenggara.

Besarnya kelebihan devisa yang diperoleh dari besarnya surplus perdagangan yang diperoleh Tiongkok, membuat Tiongkok menanamkan surplus ini kedalam perluasan investasi-investasi dinegara-negara ASEAN.

Terkait dengan perdagangan bebas, melalui adanya kesepakatan ACFTA juga dapat menimbulkan dampak positif maupun negative bagi Indonesia sendiri. Dampak positif tersebut akan langsung dinikmati oleh sektor yang produknya diekspor ke Tiongkok, sementara dampak negatif dirasakan oleh produsen dalam negeri yang produknya sejenis dengan produk impor Tiongkok, yang dipasarkan di dalam negeri

⁵<http://finance.detik.com/read/2010/10/08/140413/1459064/4/imp-or-lampu-hemat-energi-asal-china-makin-merajalela> di akses pada 2 April 2014 pukul 12.30 WIB

dan memiliki tingkat daya saing yang relatif kurang kompetitif.

Tiongkok yang disini memanfaatkan pemberlakuan ACFTA banyak pengamat memprediksi bahwa akan banyak memberikan keuntungan tersendiri untuk negaranya. Jika dibandingkan dengan Indonesia sendiri, akan adanya produk-produk yang ekspornya meningkat dan juga bakalan ada yang akan menurun. Produk yang ekspornya meningkat adalah kelompok produk pertanian antara lain kelapa sawit, karet dan kopi. Kemudian produk yang diprediksi akan terkena dampak negatif adalah garmen, elektronik, sector makanan, industri baja/ besi dan produk hortikultura.

Tiongkok menjadi penyumbang defisit perdagangan terbesar terhadap Indonesia dibandingkan dengan negara lain, mencapai US\$5,6 miliar (Rp50,5 triliun) sepanjang 2010. Kontributor besar defisit perdagangan terhadap Indonesia yang lain termasuk Thailand (US\$3,37 miliar), Australia (US\$1,73 miliar) dan Singapura (US\$493 juta).⁶

Ekspor non_migas Indonesia ke Tiongkok tahun 2009 senilai US\$14,07 miliar yang terutama terdiri dari batubara, hewan dan lemak nabati dan minyak, bahan kimia organik, pulp, kayu, produk kayu, tembaga, dan peralatan listrik.

Sementara itu, impor Indonesia dari Tiongkok tahun 2009 tercatat sebesar US\$19,68 miliar yang terdiri dari peralatan elektronik dan listrik, peralatan mekanik, besi, baja, kimia organik, kapas, plastik, produk plastik, sayuran dan kendaraan bermotor .

⁶http://www.theglobal-review.com/content_detail.php?lang=id&id=4096&type=6#.VPVJlywxXcc di akses pada 23 Desember 2014 pukul 12.48 WIB

Sejumlah negara membuat produknya di Tiongkok, sehingga para produsen domestik dan investor yang sebelumnya mengimpor barang dari negara lain mulai beralih ke Tiongkok yang menawarkan produk mereka dengan harga yang lebih rendah.

Indonesia mencatat surplus perdagangan sebesar US\$22,12 miliar (hampir Rp200 triliun) pada tahun 2011 dengan impor tumbuh lebih cepat dibandingkan ekspor. Ekspor tumbuh 35,4% sepanjang tahun 2011, menjadi US\$157,73 miliar, sedangkan impor tumbuh lebih cepat dan meningkat sebesar 40% pada periode yang sama menjadi US\$135,61 miliar.⁷

Tingginya konsumsi Indonesia mendorong negara lain berbondong-bondong membidik pasar Indonesia dengan berbagai gempuran produk, tidak terkecuali produk elektronik terutama dari Tiongkok. Data Kementerian Perindustrian impor produk elektronika dan telematika meningkat tajam dalam lima tahun terakhir (2010-2014). Apabila dihitung rata-rata mencapai 59,31 persen per tahun.⁸

Akan tetapi, produk elektronik yang membanjiri Indonesia didominasi produk asal Tiongkok terutama jenis laptop dan telepon seluler (ponsel). Meningkatnya produk China di pasaran Indonesia, dikarenakan barang yang dijual di pasaran lebih murah dibandingkan barang yang lainnya.

Berikut beberapa produk elektronik Tiongkok yang sangat mendominasi di pasar Indonesia :

1. Changhong

⁷ *ibid*

⁸<http://blog-ansyari.blogspot.com/2013/03/5-merek-elektronik-buatan-china-yang.html> diakses pada 23 Desember 2014 pukul 19.23 WIB

Produk asal negeri panda ini sangat populer bagi masyarakat Indonesia, khususnya untuk produk televisi dan AC.

Perusahaan yang berbasis di Mianyang, Tiongkok ini didirikan pada 1985, mulai membuat televisi pada 1972. Pada tahun 2011, perusahaan ini telah mengantongi pendapatan USD 8 miliar.

Indonesia sendiri, seperti dilansir dalam situs perusahaan tersebut, menjadi negara utama garapan perusahaan ini. Produk Tiongkok ini mulai merambah Indonesia setelah krisis ekonomi 1999.

2. Cross

Hampir di setiap pasar tradisional di Indonesia, saat ini ada gerai kaki lima atau kios penjualan pulsa, menjual produk telepon seluler Cross ini karena harga yang ditawarkan sangat murah.

Perusahaan yang memiliki unit perakitan di Tiongkok, mengirim pasokan ponsel dalam jumlah yang bersaing dengan Nokia. Ada 40 varian produk Cross yang saat ini beredar di pasaran Tanah Air.

Produk ini diklaim perseroan dalam lamannya, sebuah merek handphone yang diciptakan khusus untuk pasar di Indonesia dalam memenuhi kebutuhan komunikasi, chatting, sms, browsing internet, mendengarkan musik, nonton televisi, video dan main games.

3. Asatron

Produk China lainnya yang memenangkan pertempuran dan penghargaan Top Brand Award, adalah Asatron untuk produk jenis audio tape.

Data Kementerian Perindustrian, penjualan perangkat audio pada semester pertama tercatat sebesar Rp 14,02 miliar.

4. IMO Tablet

Sedikitnya ada enam varian produk

Tablet PC yang dikeluarkan perusahaan ini. Pemerintah sendiri mengaku Indonesia sudah mampu memasok sekitar 40 persen komponen untuk memproduksi komputer tablet.

Langkah ini sekaligus membuka peluang realisasi rencana beberapa vendor komputer global membangun fasilitas produksi komputer tablet di Tanah Air

Persoalan mengenai ketergantungan Indonesia terhadap produk Tiongkok selalu memberikan kesan yang menarik untuk di bahas. Tidak dapat di pungkiri bahwa dominasi produk-produk buatan Tiongkok telah membanjiri pasar domestik Indonesia. Berbagai produk dengan kualitas yang cukup baik namun di jual dengan harga yang murah menarik perhatian masyarakat bahkan melebihi peminat terhadap barang dalam negeri sendiri. Selain dengan harga relative rendah, produk Tiongkok juga terlihat lebih modern dan mengikuti perkembangan zaman sekarang, mungkin sebagian masyarakat sekarang yang up to date selalu memilih produk Tiongkok untuk kebutuhan sehari-hari mereka.

Secara ekonomi, Tiongkok meskipun negara komunis, penduduknya adalah beberapa kapitalis yang terbaik di planet ini dengan sejarah sebuah kapal tua yang membawa seribu orang terlibat dalam perdagangan dengan pelabuhan-pelabuhan jauh. Seiring dengan perkembangan jamannya, masyarakat Tiongkok yang sudah lama melebarkan sayap bisnis di Indonesia semakin lama semakin bertambah pesat. Dengan kekuatan otak dan skill yang mereka punya, maka bisnis yang mereka jalani semakin bertambah maju. Semua perubahan yang terjadi di Tiongkok merupakan Transformasi yang mengangkat 400 juta orang dari kemiskinan, yakni terlihat dari Selama periode ekonomi yang sama, tercatat pertumbuhan ekonomi Tiongkok meningkat pesat 9,5 % dan

merupakan perkembangan tertinggi dari Negara manapun di dunia.⁹

Dalam empat tahun, nilai impor Indonesia dari Tiongkok di luar sektor minyak dan gas meningkat lebih dari 140 persen. Jika pada awal krisis di tahun 1998 nilai impor dari Tiongkok hanya 870,99 juta dollar AS, tahun 2002 nilainya telah mencapai 2,098 miliar dollar AS. Dalam periode sama, volumenya juga meningkat lebih dari dua kali lipat, dari 2,01 juta ton di tahun 1998 menjadi 4,773 juta ton pada tahun 2002.¹⁰

Melihat fakta diatas makin jelas akibat yang akan ditimbulkan oleh masuknya produk Tiongkok ke Indonesia. Di satu sisi, konsumen akan dimanjakan oleh produk-produk yang memiliki kualitas lumayan dengan harga yang jauh lebih murah, selain itu terdapatnya banyak variasi dari produk-produk yang tawarkan makin membuat konsumen makin dimanjakan. ACFTA ternyata memberi dampak positif terhadap Indonesia, contohnya perdagangan bebas ini dapat menyelamatkan negara dari pasar gelap yang sangat merugikan negara. Selain itu, perdagangan bebas ini juga dapat membuat volume perdagangan antarnegara meningkat besar karena semakin banyak produk-produk asing di pasaran.

⁹Kynge James. 2006. *Rahasia Sukses Ekonomi China*. Bandung: PT. Mizan Pustaka Anggota IKAPI. hal. 22-23

¹⁰http://bair.web.ugm.ac.id/Rahasia_Dibalik_Kesuksesan_Produk_Cina.htm di akses pada 12 Desember 2014 pukul 12.34 WIB

Pembahasan

Strategi Menjaga Nilai Tukar yang Lemah

Dalam kebijakan keuangan, kegigihan Tiongkok untuk tetap menjaga nilai tukar yang lemah dilakukan sesuai strategi untuk menjaga daya saing produk industri. Bahkan pada saat krisis, Tiongkok membantu negara lain lewat *special credit facility* yakni memberikan kemudahan pembayaran bagi importir yang dilakukan untuk menjaga permintaan produk Tiongkok. Sedangkan kebijakan Indonesia untuk memilih nilai tukar rupiah yang kuat juga telah menggeruk daya saing berbagai produk ekspor. Tanpa strategi industri, pilihan kebijakan fiskal dan moneter akhirnya memang tidak terarah dan akhirnya menguntungkan sektor keuangan dari pada riil.¹¹

Strategi Pembangunan Infrastruktur Negara yang Terintegrasi

Dalam hal sumber daya energi, Tiongkok memiliki strategi dalam membangun industri elektronika yang terintegrasi mulai dari pembangunan industri pendukung dengan mengolah bahan baku. Berbeda dengan Indonesia yang hanya memiliki industri perakitan (hulu) untuk produk elektronika dan produksi. Pemerintah Tiongkok juga memperbaiki seluruh infrastruktur untuk memudahkan proses ekspor mereka tiap tahunnya, seperti perbaikan jalan raya, pelabuhan-pelabuhan ekspor bahkan membuat PLTA untuk

¹¹Wartawargastudentjournalism <http://wartawarga.gunadharma.ac.id> "strategi menghadapi ACFTA" diakses pada 21 desember 2014 pukul 12.39 WIB

menambah energy listrik agar tidak adanya gangguan dalam hal daya listrik mereka.¹²

Strategi Invasi Pasar Ke Seluruh Pelosok Nusantara

Sektor elektronik merupakan salah satu sector produk Tiongkok yang memiliki pangsa pasar terbesar di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (RI), empat produk yang dikuasai Cina di pasar Indonesia ialah: elektronik, pakaian jadi, mainan anak-anak, dan alas kaki. Penguasaan Tiongkok di masing-masing produk berkisar 30%-70%.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS), pada tahun 2009 nilai impor Indonesia dari Tiongkok tercatat 105 juta dollar AS. Dalam jangka waktu satu tahun yaitu 2010 meningkat menjadi 1,105 miliar dollar AS, semenjak dibukanya perdagangan bebas dengan Indonesia yaitu China-ASEAN Free Trade Area (ACFTA) 01 Januari 2010.¹³

Produk dengan title *made in China* saat ini sudah menembus pasar *domestic* di Indonesia. Sampai ke seluruh pelosok Nusantara saat ini dibanjiri produk elektronik dari Tiongkok.

Strategi Banting Harga

Kemampuan Tiongkok untuk bisa mendirikan industri sendiri terlihat dari Hampir setiap berbagai produk barang ada di Tiongkok, Mulai dari perangkat elektronik kecil sampai pabrik mobil berbagai merek. Pabrik garmen sampai pada

tas, mainan, pakaian semua bisa dibuat di Tiongkok. Produk-produk buatan Tiongkok banyak ditemui di Indonesia karna harganya murah dibandingkan dengan negara penghasil produk mainan lainnya seperti Amerika, Jepang dan negara penghasil produk mainan lainnya.

Keberhasilan Tiongkok menembus pasar dunia termasuk Indonesia tidak lepas dari investasi negara-negara maju ke Cina sehingga lebih dari separuh ekspor Cina adalah produk manufaktur negara-negara maju. Produk-produk Cina yang diekspor ke Indonesia seperti barang industri rumah tangga, elektronik dan mainan plastik toys mendapat respon pelaku pasar lokal karena harganya lebih murah.

Salah satu motif utama dari strategi ini adalah untuk menyaingi competitor perusahaan elektronik yang juga saat ini telah maju di Indonesia seperti Jepang dan Korea. Dengan memberikan dan menawarkan dengan harga yang murah ini, membuat berbagai produk elektronik Tiongkok ini lebih bisa didapatkan.

Strategi Pembuatan Cabang Produksi (Retail)

Saat ini sudah banyak nya perusahaan Tiongkok yang membuka cabang di Indonesia. Menjadi salah satu Negara yang tingkat pertumbuhan ekonomi cukup baik di dunia, membuat berbagai perusahaan elektronik dari Tiongkok membidik Indonesia sebagai sasaran pemasaran yang cukup bagus. Berikut sbeberapa perusahaan yang telah membuka cabang di Indonesia.

1. Polytron

Merek lawas yang satu ini pasti sudah tidak asing lagi dan produk-produk elektronik yang sudah menghiasi rumah kita. Polytron terkenal sebagai produsen produk elektronik seperti radio, speaker,

¹²<http://www.suarakarya-online.com/news.html?id=103866> diakses tanggal 15 desember 2014 pukul 21.23 WIB

¹³ <http://www.bps.go.id>. Diakses pada tanggal 17 januari 2015 pukul 12.30 WIB

LED TV, lemari es, dan masih banyak lagi. Lalu pada tahun 2011 perusahaan ini mulai merambah pasar ponsel dengan merilis beberapa seri *feature phone*. Meski jauh sebelum itu mereka telah mendirikan tiga pabrik elektronik di tanah air, Polytron belum memproduksi ponselnya sendiri, melainkan bekerjasama dengan produsen ponsel asal China sebagai penyokong ponsel dengan label Polytron di tanah air.

Kemudian pada bulan Desember 2013, Polytron memutuskan menggunakan salah satu pabrik elektroniknya sebagai tempat uji coba produksi ponsel. Hingga di awal tahun 2014 perusahaan ini mulai memproduksi *feature phone* di pabrik yang berlokasi di Kudus, Jawa Tengah.¹⁴

2. Skyworth

Skyworth adalah perusahaan teknologi tinggi berskala besar yang bergerak dalam pengembangan dan produksi barang elektronik, perangkat display, panel digital set top box, cctv monitor, jaringan komunikasi, semi-conductors, lemari es dan mesin cuci, 3 C digital, LED lighting. Skyworth tercatat di bursa saham HongKong pada tahun 2000.

Sebelum hadir di Indonesia, Skyworth selama bertahun-tahun telah beroperasi di hampir seluruh dunia. Terdapat 42 cabang di dunia, 200 kantor perwakilan di Cina. Oleh karena itu, tidak tertutup kemungkinan Skyworth membangun pabrik di Indonesia.¹⁵

¹⁴<http://www.pulsk.com/> di akses pada 12 januari 2105 pukul 12.34 WIB

¹⁵<http://www.kemenperin.go.id/artikel/3088/Skyworth-Jajaki-Bangun-Pabrik-Televisi-Di-Indonesia> diakses pada 12 januari 2105 pukul 12.35

Skyworth melihat peluang yang besar di Indonesia, dan pada 2011 secara resmi memasuki pasar elektronik Indonesia dengan merk Coocaa. Sejauh ini, produk-produk seperti TV dan digital set top box telah diekspor ke negara dan wilayah seperti Uni Eropa, Amerika Serikat, Jepang, Rusia, Asia Tenggara, Amerika Selatan dan Timur Tengah.

Dengan populasi terbesar keempat di dunia, ekonomi Indonesia akan terus meningkat dan permintaan pasar juga tinggi. Hal ini dibarengi kondisi sekarang sedang terjadi proses transformasi dari TV CRT (tabung) menuju TV LCD (liquid crystal display) dan LED.

3. PT Unilumin Group.

Unilumin Group adalah produsen LED lighting dan LED display tertarik berekspansi membangun pabrik di Indonesia.

Ketertarikan kelompok usaha ini untuk menjajaki pasar LED lighting Indonesia antara lain didasarkan pada semakin berkembangnya sektor properti, hiburan, dan pembangunan infrastruktur publik Indonesia. Seiring dengan pertumbuhan tersebut, diperlukan adanya teknologi yang efisien dan hemat energi.¹⁶

Dari 4 strategi diatas, bisa kita lihat bahwa Tiongkok memiliki cara dan berbagai perencanaan yang matang dalam melakukan invasi pasar produk elektroniknya. Berbagai strategi mereka ini juga didukung adanya Rencana Strategis Indonesia dalam pengembangan ekspor-impor tahun 2010-2014. Dengan hal tersebut, semakin

¹⁶<http://www.unilumin.com/> di akses pada 22 januari 2105 pukul 13.24 WIB

mudahnya Tiongkok dalam melakukan invasi produk elektroniknya tersebut.

Berlakunya kerangka ACFTA sejak tahun 2010, Indonesia memiliki rencana Strategis Pembangunan Perdagangan Tahun 2010-2014 yang merupakan acuan utama bagi Kementerian Perdagangan untuk melaksanakan program pembangunan di sektor perdagangan selama 2010-2014 dalam mendukung pembangunan daya saing ekonomi bangsa.

Dalam menyusun rencana strategis ini, Kementerian Perdagangan senantiasa berkoordinasi dengan para pemangku kepentingan, berpegangan kepada RPJPN 2005-2025 yang telah di elaborasi dalam RPJMN 2010-2014, dan secara aktif melakukan analisis terhadap kekuatan dan potensi yang di miliki serta tantangan dan permasalahan yang di hadapi, sehingga dapat di hasilkan sebuah rencana strategis yang komprehensif, optimis tetapi dapat

Kesimpulan

Pada masa era globalisasi ini, melakukan suatu hubungan luar negeri sangatlah penting untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara. termasuk salah satunya dengan melakukan kegiatan perdagangan, yaitu perdagangan internasional. Dalam kegiatan perdagangan internasional, salah satu hal yang lazim menjadi tindakan dalam melakukan hubungan luar negeri adalah dengan melakukan perjanjian internasional. Perjanjian tersebut dapat dilaksanakan dengan negara atau subjek hukum internasional manapun baik bersifat bilateral, regional maupun internasional.

Perdagangan internasional adalah sebuah materi yang luas karena objeknya juga demikian luasnya, bukan saja mengenai perdangan barang dan jasa yang telah dikenal secara tradisional akan tetapi juga mengenai jenis barang dan jasa yang modern

diimplementasikan, dan berkesinambungan dengan RPJPN.

Pembangunan perdagangan periode 2010-2014 difokuskan untuk mencapai tiga misi utama, yaitu: meningkatkan kinerja ekspor nonmigas secara berkualitas, menguatkan pasar dalam negeri, dan menjaga ketersediaan bahan pokok dan penguatan jaringan distribusi nasional. Upaya pencapaian misi pembangunan perdagangan ini akan diimplementasikan melalui sembilan program utama dan 66 kegiatan pembangunan perdagangan di mana 27 kegiatan di antaranya merupakan kegiatan prioritas bidang pembangunan ekonomi nasional, dan 5 kegiatan merupakan kegiatan prioritas nasional

Kondisi inilah dimanfaatkan Tiongkok untuk masuk ke Indonesia dalam memasarkan produk-produknya dalam mendukung misi Indonesia yaitu meningkatkan kerjasama perdagangan dengan Negara luar.

berwujud maupun yang bersifat maya. Perdagangan barang berwujudpun bermacam-macam jenisnya apalagi barang-barang yang bersifat maya seperti modal atau uang atau istilahnya penanaman modal serta rumusan-rumusan teknologi dan barang-barang seni lainnya.

Perdagangan Internasional, secara umum berkembang ke arah perdagangan yang lebih bebas dan terbuka. Negara-negara secara bilateral, regional maupun global, cenderung mengadakan kerja sama dalam bentuk penurunan atau penghapusan sama sekali hambatan-hambatan perdagangan, tarif maupun non tarif untuk menciptakan suatu mekanisme perdagangan yang lebih kondusif, agresif dan progresif. Negara-negara semakin memahami arti pasar bebas, termasuk manfaat-manfaat yang dapat diperoleh dari mekanisme perdagangan demikian.

Menurut teori perdagangan internasional, perdagangan antar negara

yang tanpa hambatan berpeluang memberi manfaat bagi masing-masing negara tersebut. Namun dalam faktanya tersebut, perdagangan bebas dapat menimbulkan fakta negatif di antaranya adalah eksploitasi terhadap negara berkembang, rusaknya industri lokal, keamanan barang jadi lebih rendah dan sebagainya.

Indonesia telah meratifikasi *Framework Agreement ACFTA* (Asean-China Free Trade Agreement) melalui Keputusan Presiden Nomor 48 Tahun 2004 tanggal 15 Juni 2004. Perjanjian perdagangan bebas antar negara-negara ASEAN dan Tiongkok ini mulai berlaku tanggal 1 Januari 2010. Perjanjian tersebut sebenarnya telah ditandatangani pada tahun 2002, Pemerintah tetap memberlakukan perjanjian ACFTA tersebut dan akan tetap berkomitmen terhadap perjanjian tersebut. ACFTA diberlakukan dengan latar belakang untuk memajukan perekonomian melalui kegiatan perdagangan di negara ASEAN dan Tiongkok diharapkan tercapai peningkatan kerjasama antara pelaku bisnis di negara-negara ASEAN dan juga Tiongkok melalui pembentukan “aliansi strategis”, meningkatnya kepastian bagi produk unggulan Indonesia dalam memanfaatkan peluang pasar China, dan terbukanya transfer teknologi antara pelaku bisnis di kedua negara.

Terkait dengan perdagangan bebas ACFTA, perjanjian tersebut dapat menimbulkan dampak baik positif maupun negatif. Dampak positif dari perjanjian ACFTA tersebut akan dinikmati langsung oleh sektor yang produknya langsung ekspor ke Tiongkok, sementara dampak negatif dirasakan oleh produsen dalam negeri yang produknya sejenis dengan produk impor China, yang dipasarkan di dalam negeri dan memiliki tingkat daya saing yang relatif kurang kompetitif.

Kalahnya strategi persaingan bangsa Indonesia terhadap Tiongkok mendominasi perekonomian semakin terpuruk. Sikap pesimisme para produsen Indonesia mewarnai perang industri ini dan dijadikan estimasi Indonesia untuk kalah bersaing. ACFTA dipandang terlalu agresif untuk melakukan liberalisasi ekonomi Indonesia yang menjadikan keterpurukan Indonesia semakin dalam. ACFTA menimbulkan dampak positif dan negatif bagi perekonomian Indonesia. Namun hal ini tidak bisa dipungkiri dampak negatif dari adanya ACFTA mendominasi keterpurukan perekonomian Indonesia yang menjadi Bom Bunuh Diri bagi industri negara ini

ACFTA tidak akan memberi keuntungan apapun bagi Indonesia jika kesiapan Indonesia tidak dibangun, apabila menghadapi negara seperti Cina yang sudah berada jauh kedepan. Maka dari itu ACFTA harus jadi momentum yang menguntungkan bagi Indonesia. Indonesia perlu mengambil kebijakan-kebijakan agar mampu mengubah dan memperbaiki perekonomian Indonesia dengan adanya perjanjian ini. Sektor usaha yang berpotensi meraih kesempatan dengan adanya ACFTA ialah apabila sektor usaha itu mampu menjadi penopang ekonomi domestik.

Tiongkok sebagai salah satu Negara maju saat ini memiliki berbagai strategi yang sangat berkualitas dalam memasarkan produk-produknya terutama elektronik. Tiongkok yang berstrategi menjadikan nya sebagai sebagai pusat komoditas ekspor yang didasarkan pada visi dan strategi untuk menjadikan struktur industry Tiongkok yang kuat dan komprehensif.

Berbagai cara dilakukan Tiongkok untuk menarik berbagai Negara agar bisa menerima berbagai produk-produk

elektronik ekspor mereka, seperti menyediakan *special credit facility* yakni suatu system pembayaran yang memberikan kemudahan kepada importer yang dilakukan untuk menjaga permintaan Produk Tiongkok.

Selain itu Tiongkok juga menarik berbagai perhatian Negara Importer lewat sangat baiknya infrastruktur pendistribusian barang-barang ekspor dari Tiongkok ke berbagai Negara, seperti akses pelabuhan

yang baik, begitu juga yang di jalur darat dan udara.

Gencarnya pemasaran elektronik Tiongkok di Indonesia diakibatkan menurunnya ekspor Tiongkok ke Negara-negara berikut, yaitu Amerika Serikat, Jepang dan Eropa. Hal itu dikarenakan Negara-negara tersebut menetapkan standard an kualitas produk elektronik yang tinggi.

Daftar Pustaka

Jurnal

Jiwayana, 2010, "ACFTA, Kesempatan atau Ancaman", Kompas, 6 Februari 2010.

Direktorat Kerjasama Regional Ditjen Kerjasama Perdagangan Internasional, *ASEAN-China Free Trade Are*, 2010

Lim, Ivan dan Kauppert, Philipp. "Apa Pilihan Untuk Indonesia". *Jurnal Sosial Demokrasi Perdagangan ASEAN-Cina : Berdagang untuk Siapa?*. Jakarta : Pergerakan Indonesia dan Komite Persiapan Yayasan Indonesia Kita. Vol.8 Februari-Juni 2010

Adam, Smith (1723) dalam Gilpin, Robert.

1987. " *There Ideologies of Political Economy*" dalam *The Political Economy of*

International Relation. Princeton university

Press. New Jersey. Pp 25-65

Lim, Ivan dan Kauppert, Philipp. "Apa Pilihan Untuk Indonesia". *Jurnal Sosial Demokrasi Perdagangan ASEAN-Cina : Berdagang untuk*

Siapa?. Jakarta : Pergerakan Indonesia dan Komite Persiapan Yayasan Indonesia Kita. Vol.8 Februari- Juni 2010

Mutakin, Firman dan Rahmaniar Salam, Aziza. "Dampak Penerapan ASEAN-China Free Trade Agreement (ACFTA) Bagi Perdagangan Indonesia", *Economic Review*, No. 218. Jakarta : Departemen Perdagangan RI. 2009

Buku

Widyasanti, Amalia Adininggar. 2010. *Perdagangan Bebas Regional dan Daya Saing Ekspor : Kasus Indonesia*. Jakarta: Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan

Salamudin Daeng, ACFTA; pemerintah gagal melindungi rakyat, Free Trade Watch edisi I, Institute for Global Justice, 2011

Afadlal., 2011. *Ekonomi Politik Kemitraan Asean: Sebuah Potret Kerjasama*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Kynge James. 2006. *Rahasia Sukses Ekonomi China*. Bandung: PT. Mizan Pustaka Anggota IKAPI

- Pambudi, Daniel dan Chandra, Alexander C. *Garuda Terbelit Naga-Dampak Kesepakatan Perdagangan Bebas Bilateral ASEAN-Cina Terhadap Perekonomian Indonesia*. Jakarta : Institute for Global Justice. 2006
- Colombus, Theodore A. *Pengantar Hubungan Internasional: Keadilan dan Power*. Bandung : Abardin CV. 1990
- Griffiths, Martin and O'Callaghan, Terry. *International Relations : The Key Concepts*. London : Routledge. 2002
- Hadiwinata, Bob Sugeng. *Politik Bisnis Internasional*. Yogyakarta : Kanisius. 2002
- Holsti, K.J. *Politik Internasional : Suatu Kerangka Analisis*. Bandung : Bina Cipta. 1992
- Isaak, Robert A. *Ekonomi Politik Internasional*. Yogya : PT. Tiara Wacana. 1995
- Jackson, Robert dan Sorensen, Georg. *Pengantar Studi Hubungan Internasional*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. 2009.
- Jones, Walter S. *Logika Hubungan Internasional-Kekuasaan, Ekonomi-Politik Internasional, dan tatanan Dunia*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1993
- Kementerian Republik Indonesia. *Kerjasama Perdagangan Bebas ASEAN Dengan Mitra Wicara*. Jakarta : Kementerian Republik Indonesia. 2010
- Nuraini (et.al). *Regionalisme Dalam Studi Hubungan Internasional*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. 2010
- Pambudi, Daniel dan Chandra, Alexander C. *Garuda Terbelit Naga-Dampak Kesepakatan Perdagangan Bebas Bilateral ASEAN-Cina Terhadap Perekonomian Indonesia*. Jakarta : Institute for Global Justice. 2006
- Pangestu, Mari (et.al). *Transformasi Industri Indonesia Dalam Era Perdagangan Bebas*. Jakarta : CSIS. 1996
- Pangestu, Mari Elka. *Indonesia ke Depan Dalam Era Free Trade Area (FTA)*. Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia
- Perwita, Anak Agung Banyu. *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional*. Bandung : Remaja Rosdakarya. 2005
- Rudi , T. May. *Hubungan Internasional Kontemporer dan Masalah-Masalah Global: Isu, Konsep, Teori dan Paradigma*. Bandung : Rafika Aditama. 2003
- Rumapea, Tumpal. *Kamus Lengkap Perdagangan Internasional*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama. 2000
- Shah, Anup. *Kepentingan Utama Globalisasi, The Institute of Global Justice & Lembaga Pembebasan*. Jakarta : Media Dan Ilmu Sosial. 2004
- Sudirman, wayang, *Kebijakan Fiskal dan Moneter : Teori dan Empirikal*, Jakarta : Kharisma Putra Utama, 2011
- Yusuf, Sufri. *Hubungan Internasional dan Politik Luar Negeri: Sebuah Analisis dan Uraian tentang Pelaksanaannya*.

Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
1999

Website

http://www.bbc.co.uk/indonesia/dunia/2011/10/111017_chinaeconomic.shtml di akses pada 17 Maret 2014 pukul 21.08 WIB

<http://ditjenkpi.kemendag.go.id/Umum/Regional/Win/ASEAN%20-%20China%20FTA.pdf> di akses pada 2 Maret 2014 pukul 19.30

Kardono., 2001. Fokus PT. Dirgantara Indonesia Dalam Industri Penerbangan Untuk Meraih Keunggulan. Available, <http://www.indonesiaaerospace.com/book/d16.htm>, diakses tanggal 05 januari 2015 , Pukul 16.30 WIB.

Wayne M. Morrison., Health and Safety Concerns Over U.S. Imports of Chinese Products: An Overview. Diakses pada <http://www.dtic.mil/cgibin/GetTRDoc?Location=U2&doc=GetTRDoc.pdf&AD=ADA486054>. diakses tanggal 06 januari 2015, Pukul 11.00 WIB.

<http://www.dtic.mil/cgibin/GetTRDoc?Location=U2&doc=GetTRDoc.pdf&AD=ADA486054>. diakses tanggal 06 januari 2015, Pukul 11.00 WIB.

<http://www.cnn.com/2010/BUSINESS/01/20/china.GDP.annual/inde.html>. China's GDP grew by 8.7 percent in 2009. diakses

tanggal 24 November 2014, pukul 19.30

WIB.ht

<http://www.kamusbesar.com/53088/kerja->

[sama](#) di akses pada 7 april 2014 pukul 16.30

<http://finance.detik.com/read/2010/10/08/14>

<0413/1459064/4/impor-lampu-hemat-energi->

[asal-china-makin-merajalela](#) di akses pada 2

April 2014 pukul 12.30 WIB

Sekretaris Negara Republik Indonesia,
Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 48 tahun 2004, 15 juni 2004. (<http://www.bpkp.go.id/unit/hukum/kp/2004/048-04.pdf>) diakses tanggal 22 November 2014 pukul 20.00 wib

http://www.cato.org/pubs/policy_report/v23n4/freetrade.pdf di akses tanggal 24 novemeber 2014 pukul 21.45 wib

<http://www.imf.org/External/np/exr/facts/pdf/globstab.pdf> di akses tanggal 23 november 2014 pukul 20.00 wib

<http://cdi.mecon.gov.ar/biblio/docelec/fmi/wp/wp04187.pdf> di akses tanggal 23 november 2014 pukul 20.06 wib

<http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/EDADA5DD-29CC-4E36-90677C3ACCA654F2/20126/PeranBankSentralDalamMenjagaStabilitasSistimKeuang.pdf> diakses tanggal 24 november 2014 pukul 21.00 wib

<http://map.ugm.ac.id/index.php/component/content/article/11-policyforum/64->

acfta-dan-indonesia di akses
tanggal 1 November 2014 pkl 21.34
wib

(<http://bisnis.vivanews.com/news/read/1418>
95 inilah alasan renegotiasi acfta
gagal) diakses tanggal 4 Januari
2105 pukul 15.00 wib

[http://www.asia-
planet.net/china/industry.htm](http://www.asia-planet.net/china/industry.htm) di
akses tanggal 4 Januari 2015, pukul
14.31 wib)

[http://www.nationsencyclopedia.com/Asia-
and-Oceania/China-
industry.html](http://www.nationsencyclopedia.com/Asia-and-Oceania/China-industry.html)(di akses tanggal 4
Januari 2015, pukul 14.30 wib)

[http://www.articlesnatch.com/Article/China-
s-Footwear-Industry-And-The-
World-Shoe-Game/1645922.html](http://www.articlesnatch.com/Article/China-s-Footwear-Industry-And-The-World-Shoe-Game/1645922.html)(
di akses 4 Januari 2015, pukul
14.43 WIB)