

ANALISA PELUANG DAN TANTANGAN PERDAGANGAN PRODUK ELEKTRONIK: (STUDI KASUS PERDAGANGAN INDONESIA DENGAN JEPANG)

Muhammad Farhan¹, Daspar²

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa

Muhammadfarhan122333@gmail.com, daspar@pelitabangsa.ac.id

Abstrak

Perdagangan internasional berperan sebagai salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi nasional, terutama dalam sektor-sektor strategis seperti industri elektronik. Jepang, sebagai negara maju dengan tingkat konsumsi dan produksi teknologi yang tinggi, menjadi mitra dagang yang signifikan bagi Indonesia di bidang ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara menyeluruh peluang dan tantangan yang dihadapi Indonesia dalam mengekspor produk elektronik ke pasar Jepang. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan analisis data perdagangan, artikel ini mengeksplorasi tren nilai ekspor elektronik Indonesia, tingkat persaingan dengan negara-negara Asia lainnya, serta hambatan utama yang dihadapi oleh pelaku industri.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun nilai ekspor produk elektronik Indonesia ke Jepang menunjukkan tren peningkatan dalam lima tahun terakhir, pangsa pasar Indonesia masih tergolong kecil dibandingkan dengan pesaing regional seperti China dan Vietnam. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk standar kualitas dan teknis Jepang yang sangat ketat, keterbatasan teknologi lokal, rendahnya kapasitas riset dan pengembangan (R&D), serta infrastruktur logistik dan sertifikasi produk yang kurang optimal.

Namun, terdapat peluang besar yang dapat dimanfaatkan, seperti meningkatnya kebutuhan Jepang terhadap komponen elektronik, insentif pemerintah Indonesia dalam memperkuat sektor industri, serta potensi kolaborasi strategis dengan perusahaan Jepang. Penelitian ini merekomendasikan beberapa strategi, termasuk peningkatan kualitas produksi, penguatan sumber daya manusia, investasi dalam inovasi, serta pengembangan kawasan industri elektronik untuk meningkatkan daya saing Indonesia di pasar global, khususnya Jepang.

Dengan mengatasi tantangan yang ada dan memaksimalkan potensi yang tersedia, Indonesia memiliki peluang untuk memperluas pangsa pasarnya dan menjadi bagian penting dalam rantai pasok elektronik global.

Kata Kunci: Perdagangan Internasional, Produk Elektronik, Ekspor Indonesia, Jepang, Peluang Pasar, Tantangan Industri, Standar Kualitas, Rantai Pasok Global.

Article history

Received: Juli 2025

Reviewed: Juli 2025

Published: Juli 2025

Plagiarism checker no 869

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan transformasi digital yang semakin cepat, perdagangan internasional menjadi salah satu pilar utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Indonesia, sebagai negara berkembang dengan potensi sumber daya alam dan tenaga kerja yang melimpah, memiliki peluang besar untuk memperkuat posisinya dalam rantai pasok global, khususnya di sektor industri manufaktur dan elektronik. Jepang, yang dikenal sebagai pusat teknologi dan inovasi dunia, merupakan salah satu mitra dagang strategis Indonesia dalam sektor ini.

Hubungan perdagangan antara Indonesia dan Jepang telah terjalin selama puluhan tahun dan mengalami perkembangan signifikan melalui kerja sama ekonomi seperti Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA). Jepang menjadi tujuan ekspor utama Indonesia di kawasan Asia Timur, tidak hanya dalam sektor energi dan pertanian, tetapi juga dalam industri manufaktur, termasuk elektronik. Permintaan Jepang terhadap komponen elektronik, perangkat keras industri, dan peralatan rumah tangga elektronik menjadi peluang penting bagi industri domestik.

Namun, tantangan yang dihadapi Indonesia untuk menembus dan mempertahankan posisinya di pasar elektronik Jepang tidaklah mudah. Jepang menerapkan standar mutu dan keamanan produk yang sangat tinggi. Selain itu, persaingan dengan negara-negara Asia lainnya seperti China, Vietnam, dan Thailand yang telah lebih dahulu membangun industri elektronik berbasis ekspor membuat kompetisi semakin ketat. Rendahnya tingkat inovasi teknologi lokal, keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten di bidang elektronik, serta ketergantungan pada bahan baku impor menjadi kendala yang harus diatasi oleh pelaku industri elektronik Indonesia.

Di sisi lain, pemerintah Indonesia sedang mendorong akselerasi pertumbuhan industri manufaktur melalui program Making Indonesia 4.0 yang mencakup penguatan sektor elektronik. Pengembangan kawasan industri, pemberian insentif investasi, serta kemitraan dengan perusahaan asing menjadi bagian dari strategi untuk meningkatkan kapasitas produksi nasional. Dengan pendekatan yang terstruktur dan kolaboratif, Indonesia berpeluang tidak hanya sebagai negara produsen, tetapi juga sebagai mitra penting dalam rantai pasok elektronik global.

Oleh karena itu, studi ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam peluang dan tantangan dalam perdagangan produk elektronik antara Indonesia dan Jepang. Fokus utama terletak pada analisis tren ekspor, potensi pasar, hambatan teknis dan non-teknis, serta strategi penguatan industri elektronik nasional agar dapat bersaing secara berkelanjutan di pasar global, khususnya Jepang.

Peluang Perdagangan Produk Elektronik Indonesia ke Jepang

1. Permintaan Stabil dan Berkelanjutan dari Jepang

Jepang memiliki kebutuhan yang tinggi akan komponen elektronik, seperti printed circuit board (PCB), semikonduktor, kabel, konektor, dan perangkat input-output untuk industri otomotif, gadget, dan peralatan rumah tangga.

2. Lokasi Strategis dan Integrasi Regional

Sebagai bagian dari Asia Timur dan ASEAN, Indonesia memiliki keuntungan logistik serta kemudahan akses dalam rantai pasok regional.

3. Ketersediaan Tenaga Kerja dan Pabrik Manufaktur

Indonesia menawarkan biaya tenaga kerja yang lebih rendah dibandingkan Jepang, menjadikannya lokasi ideal untuk produksi sub-assembly.

4. Inisiatif Pemerintah dalam Mendorong Investasi

Program seperti Making Indonesia 4.0 dan pemberian insentif kawasan industri elektronik mendukung perkembangan sektor ini.

Ancaman dan Tantangan

1. Kualitas Produk dan Standar Jepang yang Tinggi

Jepang menerapkan standar teknis dan mutu yang sangat ketat. Banyak komponen harus memiliki sertifikasi internasional seperti ISO, RoHS, dan JIS.

2. Ketergantungan pada Bahan Baku Impor

Sebagian besar komponen elektronik masih menggunakan material impor, sehingga fluktuasi harga global dapat menghambat stabilitas produksi.

3. Kurangnya R&D dan Inovasi Lokal

Industri elektronik di Indonesia masih terbatas pada perakitan dan belum banyak mengembangkan teknologi inti (core tech), seperti IC atau chip.

4. Persaingan Regional yang Ketat

Negara seperti China, Vietnam, dan Thailand lebih dahulu menjadi pemain utama dalam ekspor komponen elektronik ke Jepang.

Strategi Penguatan Sektor Elektronik Indonesia

1. Peningkatan Kualitas dan Sertifikasi Produk

Pelaku industri perlu mendapatkan sertifikasi internasional serta meningkatkan pengujian mutu produk secara konsisten.

2. Pengembangan Kawasan Industri Terpadu

Kawasan seperti Batam, Cikarang, dan Kendal dapat menjadi pusat manufaktur elektronik dengan fasilitas lengkap.

3. Aliansi Strategis dengan Perusahaan Jepang

Joint venture atau kerja sama dengan korporasi Jepang dapat membantu transfer teknologi dan peningkatan kapabilitas SDM lokal.

4. Investasi dalam R&D dan SDM Teknologi

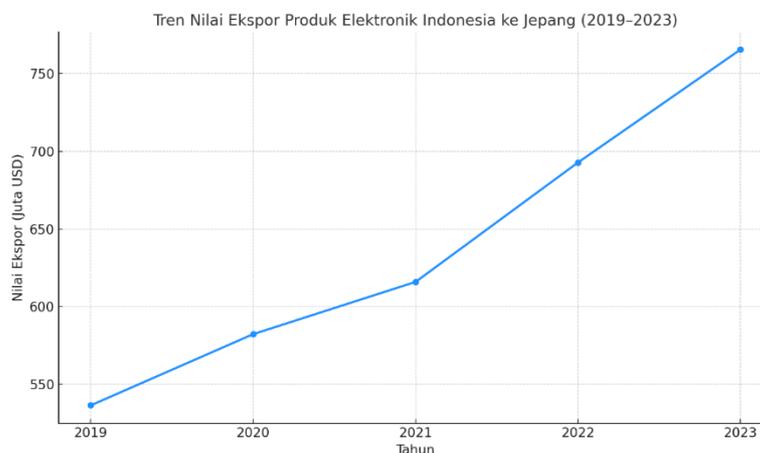
Diperlukan dorongan untuk membangun pusat riset elektronik, bekerja sama dengan universitas dan institusi Teknik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan metode studi kasus yang difokuskan pada perdagangan produk elektronik antara Indonesia dan Jepang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis data historis perdagangan, peluang pasar, serta tantangan yang dihadapi oleh pelaku industri elektronik Indonesia dalam menjangkau pasar Jepang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Gambar Nilai Ekspor Produk Elektronik Indonesia ke Jepang (dalam Juta USD)



Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia

Data nilai ekspor produk elektronik Indonesia ke Jepang dalam kurun waktu lima tahun terakhir, yaitu dari tahun 2019 hingga 2023, dikelompokkan menjadi tiga kategori utama produk elektronik, yaitu:

1. Komponen Elektronik, seperti printed circuit boards (PCB), kabel, konektor, dan semikonduktor.
2. Peralatan Rumah Tangga Elektronik, mencakup produk seperti rice cooker, AC, kulkas, dan microwave.
3. Peralatan Komunikasi, termasuk perangkat telepon, komponen jaringan, dan aksesoris komunikasi lainnya.

Dari data tersebut, terlihat bahwa ekspor Indonesia ke Jepang menunjukkan tren meningkat secara bertahap dari tahun ke tahun. Pada tahun 2019, total ekspor mencapai USD 536,5 juta, dan meningkat menjadi USD 765,3 juta pada tahun 2023. Peningkatan ini mencerminkan adanya kemajuan dalam kemampuan produksi dan permintaan pasar Jepang yang tetap terbuka untuk produk elektronik dari Indonesia, meskipun pangsa pasarnya masih relatif kecil dibandingkan dengan negara pesaing seperti China dan Vietnam.

Kenaikan signifikan pada kategori komponen elektronik menjadi indikator penting bahwa Indonesia mulai masuk ke dalam rantai pasok global elektronik, meskipun sebagian besar produksi masih berbasis assembling dan belum sepenuhnya berbasis teknologi tinggi atau R&D.

Berdasarkan data yang diperoleh melalui studi pustaka dan analisis data ekspor elektronik Indonesia ke Jepang selama periode 2019-2023, serta informasi dari wawancara dan laporan lembaga perdagangan, dapat diidentifikasi sejumlah temuan penting mengenai kondisi perdagangan elektronik antara kedua negara.

Tren Perdagangan Produk Elektronik Indonesia ke Jepang

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan UN Comtrade menunjukkan adanya tren peningkatan nilai ekspor produk elektronik Indonesia ke Jepang dari tahun ke tahun. Nilai total ekspor pada tahun 2019 sebesar USD 536,5 juta meningkat menjadi USD 765,3 juta pada tahun 2023. Kategori produk yang mendominasi ekspor meliputi komponen elektronik seperti printed circuit boards (PCB), kabel dan konektor, serta modul perangkat input-output.

Meskipun mengalami peningkatan, pangsa pasar Indonesia di Jepang masih sangat kecil bila dibandingkan dengan negara pesaing seperti China dan Vietnam. Pada tahun 2023, Indonesia hanya menyumbang sekitar 1,4% dari total impor produk elektronik Jepang, jauh di bawah China yang mencapai 42%.

Hambatan dan Tantangan Ekspor

Berdasarkan hasil survei terhadap beberapa pelaku industri di kawasan industri Batam dan Cikarang, ditemukan bahwa hambatan utama dalam ekspor produk elektronik ke Jepang adalah:

1. Tingginya standar kualitas dan keamanan produk elektronik Jepang, seperti sertifikasi JIS, RoHS, dan ISO.
2. Keterbatasan akses terhadap teknologi tinggi dan R&D lokal yang menyebabkan Indonesia masih berfokus pada sektor perakitan (assembling) dibanding pengembangan teknologi inti.
3. Biaya logistik dan sertifikasi produk yang relatif tinggi, terutama untuk usaha kecil dan menengah.
4. Kurangnya informasi pasar serta hubungan dagang langsung dengan perusahaan Jepang, yang masih didominasi oleh pemain besar.

Analisis SWOT Perdagangan Elektronik Indonesia - Jepang

Aspek	Temuan
Strengths (Kekuatan)	Lokasi geografis strategis, ketersediaan tenaga kerja, insentif industri dari pemerintah (Making Indonesia 4.0).
Weaknesses (Kelemahan)	Kualitas produk belum konsisten, keterbatasan teknologi, ketergantungan pada bahan baku impor.
Opportunities (Peluang)	Permintaan tinggi dari Jepang untuk komponen dan peralatan elektronik rumah tangga, potensi kemitraan industri, peluang joint venture.
Threats (Ancaman)	Persaingan dari China, Vietnam, dan Thailand; ketatnya regulasi Jepang; dan fluktuasi nilai tukar mata uang.

Upaya Strategis

Pemerintah Indonesia telah mulai mengambil langkah strategis seperti pengembangan kawasan industri khusus elektronik, insentif pajak untuk investasi, serta peningkatan pelatihan SDM di bidang manufaktur elektronik. Perusahaan yang memiliki relasi dagang langsung dengan mitra Jepang juga menunjukkan kinerja ekspor yang lebih stabil dibandingkan eksportir yang mengandalkan distributor pihak ketiga.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis tren ekspor produk elektronik Indonesia ke Jepang selama periode 2019-2023, dapat disimpulkan bahwa:

1. Tren ekspor produk elektronik Indonesia ke Jepang menunjukkan peningkatan yang konsisten setiap tahun, dari USD 536,5 juta pada tahun 2019 menjadi USD 765,3 juta pada tahun 2023. Hal ini menandakan bahwa sektor elektronik nasional memiliki daya saing dan potensi pertumbuhan yang cukup menjanjikan di pasar Jepang.
2. Produk yang paling banyak diekspor adalah komponen elektronik, seperti printed circuit boards (PCB), kabel, dan konektor, yang menunjukkan bahwa Indonesia telah masuk ke dalam rantai pasok global industri elektronik, meskipun masih pada tahap assembling.
3. Peluang besar terbuka bagi Indonesia mengingat Jepang secara strategis tengah mendiversifikasi sumber pasokannya dan mulai menjalin kerja sama dengan negara-negara Asia Tenggara sebagai alternatif dari dominasi China.
4. Tantangan utama yang dihadapi Indonesia meliputi: ketatnya standar kualitas produk Jepang, keterbatasan teknologi dan inovasi lokal, biaya sertifikasi dan logistik, serta rendahnya akses informasi pasar Jepang bagi pelaku usaha skala menengah dan kecil.
5. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Indonesia memiliki kekuatan seperti lokasi strategis dan dukungan kebijakan industri, namun masih perlu mengatasi kelemahan struktural dan eksternal seperti persaingan regional dan ketergantungan pada teknologi asing.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia: Ekspor Impor Elektronik 2019-2023*. Jakarta: BPS.
- Badan Koordinasi Penanaman Modal. (2011). *Data Realisasi Penanaman Modal Asing (PMA) Jepang di Indonesia*. Diakses dari <https://jurnal.kemendag.go.id/index.php/bilp/article/download/136/94>
- Abdul Halim Barkatullah. (2023). *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia*. Diakses dari <https://repository.uph.edu/id/eprint/66681/12/Bibliography.pdf>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2021). *Laporan Tahunan Perdagangan Indonesia*. Diakses

dari https://repository.unsri.ac.id/59423/44/RAMA_84201_07041381621115_0002037805_8831999920_01_front_ref.pdf

- Japan External Trade Organization (JETRO). (2023). *Japan Trade and Investment Report 2023*. Tokyo: JETRO.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). *Laporan Tahunan Kinerja Ekspor Elektronik Indonesia*. Jakarta: Kemendag RI.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2022). *Strategi Penguatan Industri Elektronika Nasional dalam Era Industri 4.0*. Jakarta: Kemenperin RI.
- United Nations Comtrade Database. (2024). *International Trade Statistics Database*. Retrieved from <https://comtrade.un.org/>
- World Bank. (2022). *World Development Report 2022: Digital Trade for Development*. Washington, D.C.: The World Bank.
- World Trade Organization. (2023). *World Trade Statistical Review 2023*. Geneva: WTO.
- Asian Development Bank (ADB). (2022). *Asian Economic Integration Report 2022: Making Digital Platforms Work for Asia and the Pacific*. Manila: ADB.
- Ministry of Economy, Trade and Industry of Japan (METI). (2023). *White Paper on International Economy and Trade 2023*. Tokyo: METI.
- Herlina, T., & Nugroho, Y. (2022). "Strategi Penguatan Daya Saing Industri Elektronik Indonesia di Pasar Global." *Jurnal Ekonomi dan Perdagangan*, 17(2), 85-102.
- Santoso, D. (2021). "Analisis Perdagangan Internasional Produk Elektronika Indonesia." *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Indonesia*, 36(1), 45-58.
- Yamaguchi, K. (2023). *Supply Chain Shift: New Trade Strategies in Asia Post-Pandemic*. Tokyo: Nihon Keizai Publishing.