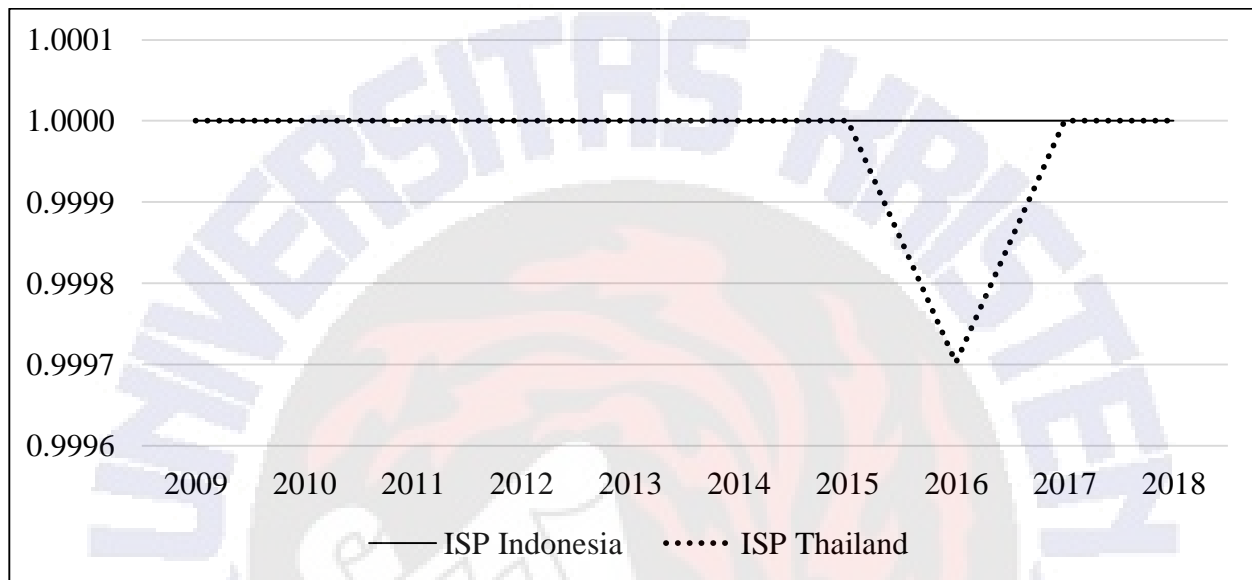


4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan

**Grafik 1. Nilai ISP Ekspor Mobil (HS 8703) Indonesia dan Thailand ke Arab Saudi
Tahun 2009 - 2018**



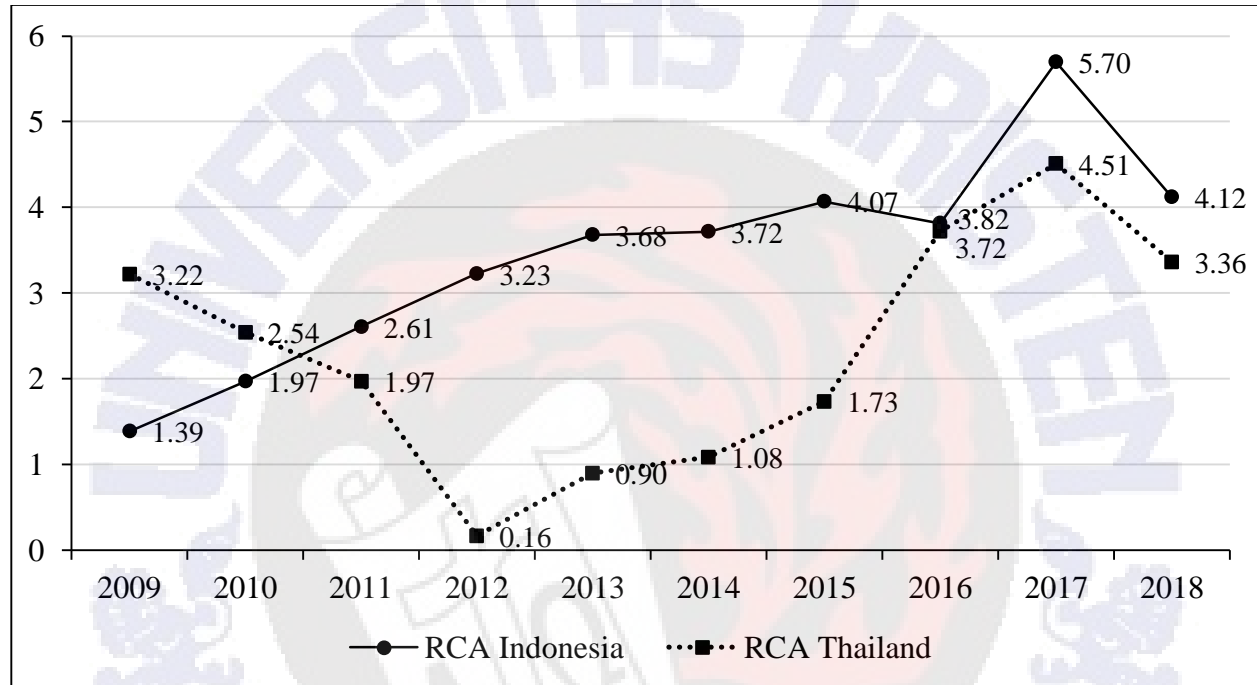
Catatan: (1) Nilai ISP dihitung dari data ekspor dan impor mobil (HS 8703) Indonesia dan Thailand yang diperoleh dari *UN Comtrade* (2019) (2) Data ekspor Thailand tahun 2017 bersumber dari *International Trade Center* (2019)

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai ISP Indonesia menunjukkan tren yang positif setiap tahunnya dengan meraih nilai sebesar 1 pada tahun 2009-2018. Hal ini didukung oleh tren nilai ekspor mobil Indonesia yang naik walaupun pada tahun 2013, 2016, dan 2018. Selain itu, Indonesia juga tidak pernah melakukan impor sehingga nilai ISP selalu stabil di angka 1 setiap tahunnya. Meskipun ISP Thailand sempat turun menjadi 0,9997 pada tahun 2016, tetapi ISP Thailand relatif stabil dengan nilai 1. Penurunan ISP Thailand pada tahun 2016 disebabkan oleh adanya kegiatan impor senilai USD 107.400 sementara pada tahun-tahun yang lain, Thailand tidak mengimpor mobil. Dengan rata-rata sebesar 1, baik Indonesia maupun Thailand sama - sama berada pada tahap kematangan dan dikategorikan sebagai negara *net exporter* atau keduanya sama-sama lebih unggul dalam perdagangan mobil (HS 8703) di Arab Saudi.

4.2 Analisis Revealed Comparative Advantage

Grafik 3 menunjukkan nilai *RCA* Indonesia dan Thailand selama periode 2009–2018 lebih dari 1. Karena itu komoditi ekspor mobil (HS 8703) Indonesia maupun Thailand ke Arab Saudi sama-sama memiliki daya saing yang kuat.

Grafik 2. Nilai RCA Ekspor Mobil (HS 8703) Indonesia dan Thailand ke Arab Saudi Tahun 2009 - 2018



Catatan: (1) Nilai *RCA* dihitung dari data ekspor mobil (HS 8703) Indonesia, Thailand dan dunia ke Arab Saudi serta data ekspor total Indonesia, Thailand dan dunia ke Arab Saudi yang diperoleh dari *UN Comtrade* (2019) (2) Data ekspor Thailand tahun 2017 bersumber dari *International Trade Center* (2019)

Grafik 3 juga menunjukkan, pada tahun 2009, *RCA* Thailand jauh lebih tinggi daripada *RCA* Indonesia, tetapi pada tahun 2018, *RCA* Indonesia menjadi lebih tinggi daripada *RCA* Thailand karena selama periode tersebut, *RCA* Thailand lebih berfluktuasi sedangkan tren peningkatan *RCA* Indonesia relatif lebih stabil. Selama periode 2009–2018 nilai *RCA* Indonesia mengalami tren yang meningkat dari tahun 2009 dengan nilai sebesar 1,39 hingga tahun 2018 dengan nilai sebesar 4,12 atau *RCA* Indonesia tumbuh 12,83% per tahun. Sedangkan *RCA* Thailand mengalami peningkatan tipis selama periode 2009–2018, yaitu dari 3,22 menjadi 3,36 atau *RCA* Thailand tumbuh 0,47% per tahun.

Hasil Uji menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan nilai RCA Indonesia dan Thailand (ditunjukkan dengan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0.069). Rata-rata ranking untuk Nilai RCA Indonesia sebesar 12,9 (diperoleh dari *Sum of Ranks* dibagi $N = 129 : 10 = 12,9$) dan rata-rata ranking untuk Nilai RCA Thailand sebesar 8,1 (diperoleh dari *Sum of Ranks* dibagi $N = 81 : 10 = 8,1$). Sehingga dapat disimpulkan kalau selama periode tersebut, rata-rata Nilai RCA Indonesia lebih tinggi daripada rata-rata RCA Thailand.

Tabel 1. Hasil Uji *Mann-Whitney* RCA Mobil (HS 8703) Indonesia dan Thailand



Tahun 2009-2018

Negara	N	Mean Rank	Sum Rank	Z
Indonesia	10	12.9	129	-1.816*
Thailand	10	8.1	81	(0.069)

Catatan: (1) Angka di dalam tanda kurang adalah nilai peluang dari statistik uji Z. (2) *, **, *** berturut-turut berarti signifikan pada $\alpha = 10\%$, 5% dan 1%.

Meskipun selama periode 2009–2018, rata-rata *RCA* Indonesia terbukti lebih tinggi daripada *RCA* Thailand atau *RCA* Thailand tumbuh jauh lebih lambat daripada *RCA* Indonesia, tetapi pertumbuhan *RCA* Thailand selama periode 2012–2018 (66,1% per tahun) lebih cepat dari pada Indonesia (4,14% per tahun). Selain itu, penurunan *RCA* Indonesia pada periode 2017-2018 juga lebih tajam (27,72%) dibandingkan dengan penurunan *RCA* Thailand (25,50%) (lihat Grafik 3). Hal ini patut diwaspadai karena merupakan indikasi adanya kebangkitan ekspor mobil (HS 8703) Thailand sejak tahun 2012 yang jika tidak diantisipasi dengan baik maka nilai *RCA* Indonesia dapat kembali kalah dari Thailand di masa depan.

4.3 Analisis Porter's Diamond Theory

Kondisi Faktor

Ada beberapa faktor yang menjadi penentu keunggulan kompetitif sebuah negara salah satunya adalah tersedianya infrastruktur. Saat ini pemerintah Indonesia sedang membangun infrastruktur seperti jalan tol, waduk, bandara, pelabuhan dan lain-lain sedang dilakukan secara masif. Pembangunan jalan tol diharapkan akan mampu untuk mendukung sektor otomotif seperti industri otomotif itu sendiri maupun industri komponen. Industri komponen yang tersebar di Indonesia akan terbantu dari sisi logistik sehingga distribusi komponen dapat berjalan lancar seiring pembangunan jalan tol dan diharapkan bisa untuk menekan biaya logistik. Hasil pembangunan tersebut juga dapat dilihat dari peningkatan indeks konektivitas jalan di Indonesia yang tumbuh 72,8% dari 34,6 pada tahun 2018 menjadi 59,8 pada tahun 2019 (Schwab, 2018, 2019). Peningkatan penjualan yang meluas di daerah Indonesia di bagian timur (Gaikindo, 2018; Mola, 2018) diharapkan bisa ikut memperkuat perkembangan sektor otomotif Indonesia, termasuk untuk ekspor ke luar negeri. Apalagi selama periode 2018–2019, indeks konektivitas jalan di Thailand hanya tumbuh 14% dari 70,2 pada tahun 2018 menjadi 80 pada tahun 2019 (Schwab, 2018, 2019). Selain itu, terdapat proyek pembangunan *Inland Waterways* Cikarang-Bekasi-

Laut (CBL) yang bertujuan untuk mengurangi arus logistik menuju pelabuhan Tanjung Priok sehingga mampu untuk menekan biaya logistik yang masih mahal (Asmara, 2019; KPPIP, 2019). Hal ini akan menjadi keuntungan bagi industri otomotif dalam melakukan ekspor, sehingga mampu menekan biaya produksi sehingga menciptakan harga yang lebih kompetitif.

Dari faktor sumber daya manusia (SDM), kualitas SDM yang ada di Indonesia pada saat ini tidak dapat dikatakan lebih unggul dibandingkan Thailand. Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Indonesia pada tahun 2018 adalah 0,707, hanya terpaut sedikit dengan IPM Thailand yang bernilai 0,765 (UNDP, 2019). Pada tahun 2018, proporsi angkatan kerja berpendidikan rendah di Indonesia, yaitu SD (62,82%) dan SMP (72,26%), sedikit lebih rendah dari Thailand (69,89% dan 72,29%). Namun, proporsi angkatan kerja berpendidikan tinggi di Indonesia (82,07%) juga kalah dibandingkan Thailand (83,81%) (World Bank, 2020). Beberapa indikator daya saing Indonesia dari *World Economic Forum (WEF)* untuk aspek kualitas tenaga kerja yang lain juga menunjukkan meskipun skor untuk Indonesia hanya sedikit lebih tinggi daripada Thailand dengan pertumbuhan nol atau negatif untuk Indonesia (Schwab, 2018, 2019). Misalnya skor kemudahan mendapat tenaga terampil di Indonesia tahun 2018–2019 turun dari 4,7 menjadi 4,6 (tumbuh –2,1%) sedangkan Thailand pada periode yang sama skornya naik dari 3,9 menjadi 4,0 (tumbuh 2,6%). Dalam hal kualitas pelatihan vokasi, skor Indonesia tahun 2018–2019 tidak berubah yaitu 4,6 (tumbuh 0%) sedangkan Thailand naik dari 4,0 menjadi 4,1 (2,5%). Pada periode yang sama, skor ketrampilan lulusan Indonesia juga turun lebih banyak daripada Thailand, yaitu dari 4,7 menjadi 4,5 (–4,3%) untuk Indonesia, sedangkan Thailand hanya turun dari 4,1 menjadi 4,0 (–2,4%). Dari sisi upah dan produktivitas, skor Indonesia tahun 2018–2019 juga turun dari 4,7 menjadi 4,6 (tumbuh –2,1%) sedangkan Thailand tumbuh dari 4,5 menjadi 4,6 (tumbuh 2,2%). Kondisi SDM Indonesia yang masih kalah unggul dibandingkan Thailand, jika tidak diantisipasi, dikhawatirkan dapat menyebabkan nilai *RCA* Indonesia di masa depan menjadi kalah dibandingkan dengan Thailand.

Pada era Revolusi Industri 4.0, para pekerja dituntut untuk menguasai teknologi. Kualitas SDM Indonesia yang kalah saing dibandingkan Thailand akan mengakibatkan industri manufaktur Indonesia menjadi lambat untuk berkembang karena tenaga kerja kesulitan menguasai teknologi. Skor daya saing dari *WEF* untuk periode 2018–2019 (Schwab, 2018, 2019) menunjukkan skor perusahaan yang inovatif di Thailand tidak berubah, yaitu 4,6 (tumbuh 0%) sedangkan skor untuk Indonesia turun dari 4,9 menjadi 4,8 (turun 2%).

Lebih lanjut, dari sisi pengembangan melalui riset dan pengembangan, meskipun skor daya saing dari *WEF* untuk periode 2018–2019 dalam hal kualitas lembaga penelitian, Thailand tidak berkembang yaitu 0,04 (tumbuh 0%) sedangkan Indonesia berubah dari 0,02 menjadi 0,04 (tumbuh 100%) (Schwab, 2018, 2019). Namun dari sisi jumlah peneliti, Indonesia kalah jauh dibandingkan Thailand, yaitu dari 199,16 orang per sejuta penduduk pada tahun 2001 menjadi 179,18 orang per sejuta penduduk pada tahun 2006 (tumbuh –10%) sedangkan pada periode yang sama, nilai Thailand berubah dari 278,71 orang per sejuta penduduk pada tahun 2001 menjadi 1.210,35 orang per sejuta penduduk pada tahun 2006 (World Bank, 2020). Nilai ekspor berbasis teknologi tinggi Indonesia juga kalah jauh dibandingkan Thailand, yaitu 7,07 miliar USD pada tahun 2018 menjadi 6,39 miliar USD pada tahun 2019 (tumbuh –9,6%) sedangkan pada periode yang sama Thailand berkembang dari 37,21 miliar USD menjadi 44,80 miliar USD (tumbuh 20,4%) (World Bank, 2020).

Kondisi Permintaan

Pada tahun 2015 nilai ekspor mobil Indonesia ke Arab Saudi mencapai nilai USD 873 juta. Nilai ini turun sejak tahun 2016, walaupun sempat naik sedikit pada tahun 2017, hingga menjadi USD 373 juta pada tahun 2018 (UN Comtrade, 2019). Sedangkan nilai ekspor Thailand mengalami kenaikan pada tahun 2010 dengan nilai USD 546,272,579 dibandingkan tahun 2009 dengan nilai sebesar sebesar USD 512,176,785. Walaupun sempat turun nilai ekspornya hingga tahun 2012 dengan nilai USD 42,140,265, namun secara beruntun terjadi kenaikan nilai ekspor sampai tahun 2016 dengan nilai USD 725,825,347, dan akhirnya turun lagi sampai tahun 2018 dengan nilai USD 382,674,779. Selain itu, Gaikindo (2020b) juga menyatakan bahwa total ekspor utuh kendaraan atau *completely build-up (CBU)* ke Arab Saudi pada periode Januari-Desember 2019 sebesar 32.733 unit. Jika dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2018, ekspor mobil Indonesia lebih sedikit yaitu sebesar 24.983 unit (Gaikindo, 2020b). Sedangkan Thailand hanya mampu mengekspor mobil sebesar 18.073 unit ke Arab Saudi. Kenaikan ini menjadi indikasi bahwa terdapat pengaruh dari kebijakan Arab Saudi yang memperbolehkan wanita untuk mengendarai mobil sendiri sehingga mengakibatkan permintaan mobil di Arab Saudi naik (Sudarwan, 2019).

Di sisi lain, permintaan kendaraan bermotor Indonesia masih didominasi oleh permintaan dalam negeri dan tidak diimbangi dengan usaha untuk meningkatkan ekspor ke luar negeri dalam

hal ini Arab Saudi. Permintaan dalam negeri yang tinggi didominasi oleh masyarakat kelas menengah. Hal ini didukung juga oleh pertumbuhan penduduk Indonesia pada kategori *middle class* tertinggi di ASEAN (Kemenperin, 2015b) serta kondisi geografis Indonesia yang mendorong masyarakat untuk memiliki mobilitas yang tinggi. Tetapi produksi mobil di Indonesia masih mengikuti permintaan dalam negeri yang tinggi dengan mobil berjenis *Multi Purpose Vehicle (MPV)*, sedangkan permintaan konsumen Arab Saudi lebih kepada jenis mobil *Sport Utility Vehicle (SUV)* (Kemenperin, 2015a). Sedangkan permintaan domestik mobil Thailand selama tahun 2015 sampai 2019 menunjukkan besaran unit yang selalu rendah jika dibandingkan dengan jumlah ekspor ke seluruh dunia (TAIA, 2019). Hal ini menjadi indikasi bahwa hasil produksi otomotif Thailand sesuai dengan permintaan otomotif dunia. Namun, rendahnya jumlah penduduk Thailand dibandingkan Indonesia menjadi indikasi dari permintaan otomotif domestik Thailand yang rendah dibandingkan ekspornya.

Industri Terkait dan Pendukung

Data tahun 2009–2018 menunjukkan bahwa posisi perdagangan komponen otomotif Indonesia (HS 8708) menunjukkan angka impor yang lebih besar dari pada ekspornya, baik secara nilai (USD) atau secara kuantitas (UN Comtrade, 2019). Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat permasalahan dari industri komponen dalam negeri dalam mencukupi kebutuhan industri otomotif Indonesia. Selain minimnya ketersediaan baja yang berkualitas sebagai bahan baku komponen (Arief, 2018), kualitas komponen dalam negeri dinilai masih belum memenuhi standar industri otomotif Indonesia (Arief, 2017). Dibandingkan dengan Thailand pada periode yang sama selalu mencatatkan angka ekspor yang lebih besar dari pada impornya untuk perdagangan komponen otomotif (UN Comtrade, 2019). Tingginya nilai ekspor komponen otomotif Thailand dibandingkan nilai impornya menjadi indikasi bahwa industri komponen Thailand lebih baik dari pada Indonesia.

Tahun 2016, PT. Krakatau Steel mendapatkan investasi dan teknologi dari Nippon Steel & Sumitomo Metal Corporation (NSSMC) sebesar Rp 5,3 triliun (Gaikindo, 2016a). Hal ini dapat membantu pemenuhan kebutuhan bahan baku otomotif Indonesia terutama baja yang dibutuhkan untuk membuat kerangka mobil dan masih bergantung pada baja impor. Selain itu, kebutuhan baja nasional tahun 2020 diprediksi akan mampu dipenuhi oleh produsen baja lokal sebesar 70%. Hal

ini diupayakan oleh pemerintah melalui penekanan struktur biaya produksi pada industri baja nasional (Prasetyo, 2020).

Pada tahun 2016, industri ban nasional memiliki fasilitas *proving ground* untuk riset dan pengembangan ban yang telah diproduksi sehingga mampu menambah keunggulan kompetitif dari ban yang diproduksi di dalam negeri (Gaikindo, 2016b). Industri ban merupakan salah satu industri yang terkait dengan industri otomotif. Kemajuan industri ini tidak luput dari kondisi hulu dari industri ban itu sendiri yaitu industri karet. Kemampuan produksi dan kualitas ban nasional juga dibuktikan pada produk ban itu sendiri sebagai produk yang berorientasi ekspor yang ditandai dengan nilai ekspor yang selalu lebih tinggi dari pada nilai impornya (UN Comtrade, 2019).

Sedangkan Thailand telah didukung oleh pusat riset dan pengembangan otomotif yang terletak di Thailand seperti Toyota Motor Asia Pacific Engineering and Manufacturing, Nissan Technical Center South East Asia, Isuzu Technical Center of Asia, dan Honda R&D Asia Pacific (TBOI, 2018). Hal ini semakin memperjelas indikasi bahwa dari sisi riset dan pengembangan otomotif Indonesia masih tertinggal dari Thailand.

Sejak dibentuk tahun 1969, Gaikindo mampu menjembatani hubungan antara pelaku industri otomotif dengan pemerintah maupun konsumen. Gaikindo juga melaksanakan berbagai kegiatan pameran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk-produk otomotif terutama mobil di berbagai daerah maupun negara. *Gaikindo Indonesia International Auto Show* (GIAS) telah terselenggara sebanyak 27 kali yang menampilkan produk – produk otomotif yang diproduksi di dalam negeri. Harapannya, konsumen mampu melihat secara langsung mobil – mobil yang dipamerkan serta fitur – fitur yang terdapat pada mobil-mobil tersebut. Selain itu, Gaikindo juga mengadakan kegiatan diskusi antara pelaku industri otomotif nasional, pemerintah Indonesia, dan akademisi sejak tahun 2005 dengan nama *Gaikindo International Automotive Conference* (GIAC). Selain itu, acara ini juga berguna sebagai wadah untuk bertukar informasi dan mencari solusi antara produsen dalam negeri dan produsen internasional (Gaikindo, 2019).

Dukungan organisasi Thailand juga didukung melalui *Thailand Automotive Institute* yang mampu memberikan *testing centre*, training, pengembangan produk, pengembangan sumber daya manusia bidang otomotif, analisis data yang berhubungan dengan industri otomotif. Selain itu otomotif Thailand juga didukung oleh *The Thailand Automotive Industry Association* (TAIA) dan mempunyai pergelaran yang sama dengan Indonesia dengan nama *Bangkok International Auto Show* (BIAS). Hal yang belum dimiliki Indonesia adalah organisasi pendukung untuk mewadahi

perkembangan kendaraan listrik sebagaimana Thailand yang memiliki *Electric Vehicle Association of Thailand* sebagai tempat untuk menaungi industri yang mengembangkan kendaraan listrik. Kemudian dari sisi industri komponen yang didukung oleh *Thai Autoparts Manufacturers Association* sebagai wadah untuk menaungi industri komponen Thailand.

Strategi, Struktur, dan Persaingan Perusahaan

Sejumlah 41 negara bersaing untuk memasarkan komoditas otomotif di Arab Saudi. Jepang menjadi negara pertama dengan nilai ekspor terbesar ke Arab Saudi tahun 2018 dengan nilai ekspor sebesar USD 2.012.338.543, sementara Thailand berada pada posisi 6 dengan nilai USD 382,674,779 dan Indonesia pada posisi 7 dengan nilai USD 373,446,050 (UN Comtrade, 2019). Banyaknya negara yang melakukan perdagangan dengan Arab Saudi menandakan bahwa telah terbentuk pasar persaingan sempurna. Selain itu, Untuk dapat bersaing dengan negara lain, pemerintah Thailand lebih menekankan pada riset dan pengembangan sehingga harapannya mampu untuk memunculkan inovasi produk otomotif. Hal ini didukung dengan meningkatnya Proporsi Pengeluaran Indonesia dan Thailand untuk Riset dan Pengembangan (% GDP) tiap tahunnya dan juga dukungan peneliti (World Bank, 2020) serta tersedianya pusat penelitian otomotif (TBOI, 2018). Munculnya kendaraan listrik menjadi salah satu indikasi bahwa perusahaan Thailand lebih inovatif dibandingkan kendaraan listrik Indonesia yang masih dalam tahap pengembangan (Kemenperin, 2019c).

Di Indonesia terdapat berbagai merek yang menjadi produsen otomotif. Merek-merek seperti Toyota, Daihatsu, Honda, Suzuki, Mitsubishi, Nissan, Hyundai, Chevrolet, Datsun, DFSK, Wuling, Mercedes-Benz, BMW, dan Mini telah mempunyai pabrik di Indonesia (Gaikindo, 2020c). Jika dilihat dari data hasil penjualan *wholesale* atau *retail sales* dan ekspor Gaikindo, struktur pasar otomotif di Indonesia cenderung mengarah pada struktur oligopoli. Hal ini dikarenakan hanya beberapa merek tertentu saja yang menguasai penjualan dengan nilai yang relatif tinggi dibandingkan dengan merek yang lainnya (Rachmawati & Rismayani, 2018). Merek-merek yang dimaksud adalah merek-merek yang berasal dari Jepang seperti Mitsubishi dan merek yang tergabung dalam Astra Group yaitu Toyota, Daihatsu, Honda, dan Suzuki. Lebih spesifik, merk yang telah menguasai ekspor ke Arab Saudi adalah Toyota (Gaikindo, 2020b). Hal ini menandakan bahwa struktur pasar mengarah ke struktur monopoli, karena hanya Toyota saja yang menguasai pasar Arab Saudi untuk Indonesia. Selain itu, melihat potensi ekspor mobil SUV

sebagai mobil yang diminati konsumen Arab Saudi (Kemenperin, 2015a), harusnya produsen otomotif yang mampu memproduksi SUV dan telah melakukan ekspor namun belum masuk ke pasar Arab Saudi bisa ikut bersaing seperti Nissan, Hyundai, Chevrolet, Datsun, DFSK, dan Wuling (Gaikindo, 2020a). Dengan masuknya merek yang diproduksi di Indonesia yang belum masuk di pasar Arab Saudi akan membuat persaingan menuju ke arah yang lebih baik sehingga memunculkan harga yang kompetitif. Namun, dilihat dari alasan Arab Saudi yang sangat memperhatikan kualitas dari mobil itu sendiri (Aprilianda, 2017), terdapat indikasi bahwa merek selain Toyota belum memenuhi standar kualitas untuk pasar Arab Saudi sehingga sulit untuk masuk ke pasar Arab Saudi.

Kesempatan

Pada tanggal 24 Juni 2018, Arab Saudi memperbolehkan para wanita untuk mengemudi kendaraan (Dewi, 2019). Dampak kebijakan ini mulai terlihat dengan meningkatnya penjualan mobil Indonesia di Arab Saudi (Sudarwan, 2019). Kebijakan ini tidak diikuti dengan tren kenaikan nilai ekspor mobil Thailand yang menunjukkan nilai yang naik turun selama bulan Juli-September 2018 dan akhirnya menunjukkan penurunan pada bulan Oktober-Desember 2018. Adanya kelonggaran kebijakan mengemudi bagi wanita di Arab Saudi, maka produk otomotif Indonesia harus berupaya memperluas kerjasama dengan *dealer* mobil di Arab Saudi. Salah satunya dengan menggelar pameran di Arab Saudi guna memperlihatkan produk-produk unggulan yang dimiliki oleh Indonesia memingat tren ekspor mobil Thailand ke Arab Saudi sedang menurun 3 tahun terakhir.

Pemerintah

Dalam mendukung kelancaran industri otomotif, pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan yang dapat bersinergi dengan industri otomotif. Dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Indonesia, pemerintah melalui Kementerian Perindustrian melaksanakan program pelatihan yang berbasis *3 in 1* (pelatihan, sertifikasi dan penempatan kerja) dan program pendidikan vokasi industri yang *link and match* antara Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dengan industri (Kemenperin, 2017). Hal ini bertujuan agar para siswa mampu memiliki keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan industri manufaktur terutama industri otomotif di

Indonesia. Untuk mendukung program ini, sebanyak 508 guru SMK telah menerima pelatihan dan program pemagangan guru SMK sebanyak 1.233 orang dari Kemenperin (Kemenperin, 2018). Hasil dari program tersebut telah menciptakan 4.997 perjanjian kerja sama yang melibatkan 855 industri dan 2.612 SMK (Kemenperin, 2018). Pendidikan vokasi untuk jenjang yang lebih tinggi juga dilakukan untuk perguruan tinggi. Hal ini dibuktikan dengan keseriusan Presiden Jokowi untuk membangun 500 politeknik yang *link and match* juga dengan industri (Kemenperin, 2019a). Namun perlu diwaspadai juga bahwa selama periode 2018-2019, nilai kualitas pendidikan vokasi Indonesia tidak mengalami pertumbuhan dan bertahan pada nilai 4,9 dibandingkan dengan Thailand pada periode yang sama justru mengalami pertumbuhan dari 4,0 pada tahun 2018 menjadi 4,1 (Schwab, 2018, 2019). Hal ini kemungkinan karena hasil dari upaya pengembangan pendidikan vokasi di Indonesia tidak langsung dapat dirasakan dalam jangka pendek.

Direktorat Jenderal Industri Logam, Mesin, Alat Transportasi dan Elektronika membuat sembilan kebijakan untuk mendukung industri otomotif Indonesia (Ditjen ILMATE, 2018), yaitu: (1) membuat rencana kerja untuk penguatan ekspor dan xEV (aneka kendaraan listrik), serta kapasitas penerapan; (2) menarik investasi bagi industri komponen otomotif; (3) menaikkan kemampuan R&D (*research and development*), kualitas dan produktivitas pemasok; (4) memperbaiki iklim usaha guna menarik investasi khususnya SME, lisensi ekspor dan visa pekerja; (5) penciptaan jalur industri otomotif di bagian utara Pulau Jawa; (6) pengembangan manajemen pabrik dan *skill* rekayasa produksi (kemampuan untuk meningkatkan desain, proses, dan sebagainya); (7) promosi investasi R&D&D (*research, development, and demonstration*) dan transfer kemampuan R&D&D ke lokal melalui mekanisme insentif; (8) kolaborasi antara universitas teknologi/politeknik dan industri otomotif dalam upaya pengembangan *skill* yang dibutuhkan; (9) dukungan ekspansi jasa pendukung D&D (*development and demonstration*) seperti CAE (*computer-aided engineering*) dan evaluasi bahan baku.

Selain itu, pemerintah melalui Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2015, menambahkan 16 sektor usaha baru dalam daftar penerima *tax allowance*, termasuk di dalamnya industri otomotif (Supriadi, 2015; Ditjen ILMATE, 2018). Kemudian Kementerian Keuangan melalui Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 150/Pmk.010/2018 menetapkan industri kendaraan bermotor dan komponen utamanya menjadi salah satu dari 18 sektor pelopor yang berhak mengajukan insentif *tax holiday* (Supriyanto, 2018; Ditjen ILMATE, 2018) dan melalui Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 160/Pmk.04/2018

memberikan KITE (Kemudahan Impor Tujuan Ekspor) yang dapat dimanfaatkan oleh industri otomotif (Gaikindo, 2019). Peraturan tersebut bertujuan agar bahan baku atau bahan pendukung yang tidak bisa diproduksi dan didapatkan di dalam negeri bisa mengimpor dari luar negeri dengan kebebasan bea masuk dengan syarat bahwa hasil akhir dari produksi harus diekspor. Hal ini akan memberikan sebuah kemudahan dalam mendukung produksi mobil dalam negeri yang sebagian besar komponennya masih berasal dari luar negeri.

Sama seperti Indonesia, Thailand juga menerapkan kebijakan agar perusahaan mendapatkan fasilitas impor dengan pembebasan pajak dengan syarat bahwa barang yang diimpor merupakan mesin atau bahan mentah yang nantinya digunakan untuk memproduksi barang yang di ekspor (TBOI, 2018). Selain itu pembebasan *Corporate Income Tax* untuk perusahaan yang berlaku sampai 8 tahun akan mendorong para perusahaan asing untuk berinvestasi ke Thailand (TBOI, 2018). Dari sisi non pajak, terdapat 3 kebijakan untuk mendorong perusahaan agar dapat mendirikan perusahaan di Thailand, yaitu: (a) izin untuk membawa pekerja yang terampil untuk bekerja dalam bidang yang diinvestasikan, (b) izin untuk memiliki lahan, dan (c) izin untuk mengirim keluar masuk mata uang asing tanpa batas (TBOI, 2018). Dukungan pemerintah untuk mengembangkan perdagangan melalui pembangunan infrastruktur sosial juga dapat dilihat dari skor daya saing *WEF* (Schwab, 2018, 2019). Misalnya dalam hal persentase biaya untuk memulai bisnis dari PDB per kapita, pemerintah telah mampu menurunkan nilai tersebut. Tetapi dalam nilai tersebut, Indonesia masih kalah efisien dibandingkan Thailand dan kalah cepat di dalam mengupayakan penurunan biaya. Pada tahun 2018–2019 persentase biaya untuk memulai bisnis dari PDB per kapita untuk Indonesia turun dari 10,9% menjadi 6,1% (tumbuh –44%) sedangkan Thailand turun dari 6,2% menjadi 3,1% (tumbuh –50%). Pemerintah Indonesia juga mampu pemangkasan birokrasi untuk mempersingkat waktu untuk memulai bisnis. Sayangnya waktu untuk memulai bisnis di Indonesia tetap masih jauh lebih tinggi dibandingkan Thailand. Pada periode 2018–2019 waktu memulai bisnis di Indonesia turun dari 23,1 hari menjadi 19,6 hari (tumbuh –15,2%) sedangkan Thailand tetap 4,5 hari (tumbuh 0%). Kekalahan lain Indonesia dari Thailand adalah meskipun pemerintah Indonesia sudah dapat menurunkan persentase tarif perdagangan dari pajak, namun nilai Indonesia dalam hal tersebut masih lebih tinggi daripada Thailand dan kemampuan Indonesia di dalam menurunkan nilai tersebut juga masih kalah dibandingkan Thailand. Selama 2018–2019 persentase tarif perdagangan dari pajak turun dari 6,01 menjadi 5,58 (tumbuh –7,2%) sedangkan Thailand turun dari 8,07 menjadi 7,46 (tumbuh –7,6%). Lebih lanjut, dalam periode 2018–2019, skor kompleksitas

penentuan tarif di Indonesia tidak berubah, yaitu 5,7 (tumbuh 0%), sementara di Thailand turun dari 4,2 menjadi 4,1 (tumbuh -2,4%).

