

Multinational Corporations Dalam Perekonomian Global

Aknolt Kristian Pakpahan*

Abstract

Multinational Corporations are key agents transforming the international political and economic landscape. Because they are highly visible organizations, with great power and mobility, they inspire both awe and fear.¹ It is the purpose of this paper to explain what MNCs are, what their motives to expand worldwide, what are the pros and cons, and the impact of their activities on both home a country and host country.

Key words: MNCs, factor permintaan, factor biaya, agen globalisasi.

Pendahuluan

Multinational Corporations (MNCs) atau sering disebut sebagai perusahaan multinasional tidak pelak dewasa ini memainkan peran yang penting dalam tata perekonomian global. Perubahan drastis dalam perekonomian global ditandai dengan adanya globalisasi ekonomi -- menurut Lairson dan Skidmore disebut sebagai era di mana sistem Bretton Woods dengan fixed exchange rate-nya tumbang dan juga jatuhnya kontrol atas produksi minyak dari negara-negara barat.² Lebih lanjut, Michael J. Carbaugh menyebutkan bahwa arus globalisasi ekonomi sudah terjadi sejak lama.

Pada tahun 1800-an, tenaga kerja dan modal dari Eropa (bersama-sama dengan tenaga kerja dari Afrika dan Asia) membanjiri Amerika Serikat dan mendorong proses pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut. Pada tahun 1960-an, Amerika Serikat menanamkan sejumlah besar dana investasi ke Kanada dan sejumlah wilayah di kawasan Eropa Barat. Di sisi lain, pada tahun 1980 sampai 1990-an, terjadi arus migrasi modal asing dari Jepang ke Amerika Serikat. Sementara apa yang terjadi saat ini adalah hijrahnya para pekerja dari kawasan selatan Eropa menuju kawasan utara Eropa yang dianggap lebih makmur dan menyediakan lapangan pekerjaan. Juga para pekerja Meksiko yang lari ke Amerika Serikat demi mendapatkan pekerjaan dan derajat kehidupan yang lebih baik.³

* Penulis adalah dosen tetap pada Jurusan Ilmu Hubungan Internasional FISIP Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

¹ David N. Balaam and Michael Vesseth. 2001. *Introduction to International Political Economy*. 2nd ed. New Jersey: Prentice Hall, p. 346.

² Thomas D. Lairson and David Skidmore. 1997. *International Political Economy: The Struggle for Power and Wealth*. 2nd ed. Fort Worth: Harcourt Brace College Publishers.

³ Michael J. Carbaugh. 2000. *International Economics*. 7th ed. Cincinnati: South-Western College Publishing.

Melihat terjadinya perubahan tata perekonomian global, MNCs sering sekali disebut sebagai agen globalisasi. Tidak dapat dipungkiri, terjadinya perpindahan barang dan jasa secara internasional melibatkan banyak sekali peran dari MNCs. Satu pihak mengatakan bahwa sejak krisis keuangan dan hutang yang melanda negara-negara dunia Ketiga pada tahun 1980-an, masuknya MNCs ke negara-negara dunia ketiga memang dianggap sebagai suatu monster. Di lain pihak, keberadaan MNCs memberikan kontribusi positif dalam proses pembangunan di negara-negara dunia Ketiga.⁴ Tulisan ini mencoba untuk melihat bagaimana MNCs memainkan peranan yang penting dalam tata perekonomian global.

Karakteristik MNCs

Buku-buku ekonomi internasional atau bahkan buku ekonomi politik sekalipun, tidak bisa memberikan definisi yang ajeg mengenai apa yang disebut sebagai MNCs. Hanya saja ada beberapa karakteristik yang ditunjukkan oleh MNCs. Michael J. Carbaugh menyebutkan sedikitnya ada tiga karakteristik dari MNCs. Pertama, MNCs disebutkan sebagai suatu perusahaan bisnis yang beroperasi di dua atau lebih negara tujuan (host country) dimana kantor pusat MNCs tadi berada di negara asal MNCs (home country). Kedua, MNCs seringkali melakukan kegiatan

research and development (penelitian dan pengembangan) di negara tujuan. Kegiatan ini biasanya dilakukan untuk menunjang aktivitas MNCs terutama dalam sektor manufaktur, pertambangan, eksplorasi minyak bumi, dan aktivitas bisnis jasa lainnya. Ketiga, sifat kegiatan operasional perusahaan tadi adalah lintas batas negara. Keempat, adanya pemindahan modal yang ditandai dengan arus investasi asing langsung (foreign direct investment) dari daerah-daerah yang sedikit memberikan keuntungan kepada MNCs ke daerah-daerah yang dianggap mampu memberikan kontribusi positif atas keberadaan MNCs.⁵

Pendapat yang sama diutarakan oleh Thomas Oatley, dimana Oatley menambahkan bahwa karakteristik dari MNCs adalah adanya managerial control lintas batas negara yang memberikan wewenang kepada MNCs tadi untuk mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang disesuaikan dengan kondisi ekonomi negara tujuan atau negara tempat beroperasinya MNCs tersebut.⁶ Spero dan Hart malah menambahkan karakteristik MNCs dengan menyebutkan bahwa MNCs biasanya memberikan share kepemilikan fasilitas produksinya (di negara lain) selain kepemilikan tunggal juga apa yang dikenal sebagai joint venture dengan perusahaan swasta maupun publik.

⁵ Carbaugh. Ibid.

⁶ Thomas Oatley. 2004. *International Political Economy: Interests and Institutions in the Global Economy*. New York: Pearson - Longman.

⁴ Joan E. Spero and Jeffrey A. Hart. 1997. *The Politics of International Economic Relations*. 5th ed. New York: Routledge.

Motif MNCs

Ada beberapa alasan (motif) mengapa MNCs melakukan ekspansi melintasi batas-batas negara dan juga melakukan investasi ke daerah-daerah baru. Secara sederhana, motif dari MNCs dapat dibagi menjadi dua faktor. Pertama adalah faktor permintaan (demand factor) dan kedua adalah faktor biaya (cost factor).⁷ Faktor permintaan biasanya didasarkan pada adanya tekanan kepada MNCs untuk mendapatkan keuntungan (profit). Bob S. Hadiwinata menyebutkan bahwa tujuan awal dibentuknya unit-unit bisnis adalah pertama, menguasai pangsa pasar atas produk-produk yang dihasilkan dan kedua, mengembangkan aktivitas bisnis guna memaksimalkan keuntungan (profit).⁸ Tekanan untuk mendapatkan keuntungan membuat MNCs harus mencari daerah-daerah baru yang dianggap mampu memberikan sumber-sumber produksi baru. MNCs yang bergerak dalam sektor pertambangan atau eksplorasi minyak bumi misalnya. Dikarenakan negara asal MNCs tadi (biasanya negara-negara maju) sangat kekurangan sumber-sumber daya alam, maka alternatif pencarian sumber-sumber daya alam harus digalakkan. Negara-negara sedang berkembang atau miskin (biasa terletak di daerah tropis) biasanya memiliki sejumlah besar cadangan sumber daya alam, mulai dari minyak

bumi atau minyak mentah, emas, tembaga, dll. Atau ketika berbicara mengenai MNCs yang bergerak dalam industri pertanian. Tidak dapat dipungkiri dengan kondisi iklim tropis, banyak MNCs-MNCs yang membuka fasilitas produksi di negara lain. Sebagai contoh, apa yang dilakukan oleh tiga perusahaan pertanian besar dari Amerika Serikat, yaitu: Dole Food Company, Fresh Del Monte Produce Inc., dan Chiquita Brands Inc., yang membuka plantasi penanaman pisang di wilayah Amerika Selatan dikarenakan kondisi dan cuaca yang mendukung proses tanam pisang. Dengan dukungan modal dan ketersediaan kondisi serta cuaca yang baik, plantasi pertanian pisang ini mampu memberikan keuntungan bagi tiga perusahaan besar tadi. Hal lain yang terkait dengan faktor permintaan adalah keuntungan akan adanya lokasi yang tepat.⁹ Dengan membuka fasilitas produksi di luar negeri, MNCs dapat mengakses informasi yang lebih detail mengenai selera konsumen yang dituju dan juga dapat merespons perubahan selera pasar tadi.

Faktor kedua adalah faktor biaya. Faktor biaya berbicara mengenai bagaimana MNCs tadi menurunkan (menekan) biaya produksi dengan tujuan untuk memaksimalkan profit dan juga menjaga daya saing internasional atas produk yang dihasilkan. Dibukanya fasilitas produksi di luar negeri jelas akan mengurangi biaya produksi suatu produk. Mulai dari

⁷ Carbaugh. *Op.Cit.* p.312-315.

⁸ Bob S. Hadiwinata. 2002. *Politik Bisnis Internasional*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

⁹ Balaam and Vesseth. *Op.Cit.*

tersedianya bahan baku mentah untuk produksi sampai dengan tersedianya tenaga kerja dengan upah buruh yang cukup rendah. Dengan dikurangnya biaya operasional tadi maka harga jual produk MNCs tadi akan bisa bersaing di pasar domestik atau global. Selain itu faktor kebijakan pemerintah negara tujuan juga menjadi salah satu alasan kehadiran MNCs. Biasanya perlakuan khusus untuk pajak investasi atau bahkan pemberian fasilitas pabrik gratis menjadi daya tarik masuknya investasi asing. Umumnya, kebijakan MNCs untuk berinvestasi keluar juga terkait masalah hambatan perdagangan terutama hambatan tarif. Pemerintah Brasil misalnya menerapkan tarif yang tinggi untuk masuknya produk-produk otomotif impor yang masuk ke negaranya. Cara para produsen mobil menyiasati kebijakan tersebut adalah dengan membangun fasilitas produksi di Brasil agar supaya tidak terkena kebijakan tarif impor yang cukup tinggi. Dengan demikian harga jual produk otomotif tadi tetap mampu bersaing di pasar lokal. Contoh lain adalah respons yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan Amerika Serikat dalam merespons pembentukan Uni Eropa. Uni Eropa menerapkan tarif impor yang cukup besar nilainya kepada produk-produk yang datang dari luar Uni Eropa sementara Uni Eropa malah mengurangi hambatan-hambatan perdagangan atas produk-produk yang datang dari negara-negara anggota Uni Eropa itu sendiri. Dengan adanya kebijakan tersebut, strategi yang dilakukan oleh perusahaan

Amerika Serikat tadi adalah dengan membangun fasilitas produksi di salah satu negara anggota Uni Eropa sehingga mereka dapat menghindari adanya pemberlakuan tarif impor atas produk yang dihasilkan.

Alasan lain adanya ekspansi bisnis ke luar negeri dapat dijelaskan dari kasus perusahaan otomotif Jepang.¹⁰ Delapan perusahaan otomotif Jepang yang memiliki fasilitas produksi di Amerika Serikat sekaligus melakukan joint venture adalah Honda of America Inc., Nissan Motor Manufacturing Corp., New United Motor Manufacturing Inc., (Toyota/General Motor), Mazda Motor Manufacturing USA Inc., Diamond-Star Motors Corp (Mitsubishi/Chrysler), Toyota Motor Manufacturing USA Inc., dan Ford Motor Co. (Nissan/Ford). Dengan membuka fasilitas produksi di Amerika Serikat, delapan perusahaan tadi mampu menghemat biaya produksi dan juga mendapatkan kesempatan-kesempatan seperti: membungkam kritik yang mengatakan bahwa produk otomotif yang dijual di Amerika Serikat haruslah diproduksi di Amerika Serikat, menghindari kebijakan pembatasan ekspor secara sukarela oleh pemerintah Jepang dan juga ancaman hambatan perdagangan oleh Amerika Serikat¹¹, memperluas akses pasar atas produk-produk buatan Jepang lainnya, dan

¹⁰ Carbaugh. Op. Cit.

¹¹ Penjelasan lebih lengkap dapat dilihat di Bob S. Hadiwinata. 2002. Politik Bisnis Internasional. Yogyakarta: Penerbit Kanisius hal. 67.

menjamin tidak terjadinya fluktuasi nilai tukar Yen Jepang terhadap dollar Amerika Serikat yang dikhawatirkan membuat daya saing produk Jepang menjadi lemah.

MNCs Sebagai Agen Globalisasi

Lairson dan Skidmore menyebutkan bahwa kombinasi antara jatuhnya sistem Bretton Woods dan juga menurunnya kontrol negara-negara Barat atas akses minyak dan sistem produksi membuat konsep globalisasi ekonomi semakin marak. Lairson dan Skidmore menyebutkan bahwa definisi globalisasi memiliki lima elemen.¹² Pertama, globalisasi dapat dipahami dengan melihat adanya pertumbuhan yang sangat cepat dalam transaksi pembayaran atau keuangan internasional. Kedua, adanya perumbuhan yang sangat cepat dalam transaksi perdagangan antar perusahaan. Ketiga, adanya perpindahan investasi asing (FDI) yang dilakukan terutama oleh MNCs. Keempat, munculnya pasar global dan juga sistem nilai jual (harga) produk secara global. Dan kelima, semakin meningkatnya penggunaan dan penemuan dalam bidang teknologi dan ide-ide lewat sistem komunikasi dan transportasi global. Kelima definisi ini kemudian diringkas menjadi dua bagian utama yakni globalisasi keuangan dan globalisasi produksi yang dilakukan oleh MNCs. Globalisasi keuangan dan globalisasi produksi yang dijalankan oleh suatu MNCs sebenarnya terkait dengan dua motif seperti sudah dijelaskan

sebelumnya (faktor permintaan dan faktor biaya). Dengan keunggulan teknologi dan modal serta keinginan untuk mendapatkan daerah-daerah baru yang lebih menguntungkan serta dekat dengan pangsa pasar yang dituju, MNCs telah melakukan dua jenis globalisasi tersebut.

MNCs sebagai agen globalisasi sebenarnya dapat dilihat dari tiga teori yang diutarakan oleh Spero dan Hart untuk melihat pertumbuhan yang sedemikian pesat dari aktivitas MNCs. Ketiga teori tersebut adalah teori internasionalisasi (internalization theory), teori daur hidup produk (product cycle theory), dan obsolescing bargain theory. Teori internasionalisasi menjelaskan bahwa MNCs melakukan ekspansi bisnis keluar dikarenakan keinginan untuk menginternasionalisasikan aktivitasnya dalam rangka mengisi ketidaksempurnaan pasar – situasi dimana mekanisme pasar tidak mampu menyediakan barang-barang sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan harga yang masuk akal dalam artian para konsumen tidak mendapatkan barang atau jasa dengan tingkat harga, kualitas, dan ketepatan waktu penyediaan seperti yang diinginkan.¹³ Hadiwinata lebih lanjut menjelaskan bahwa aktivitas internasionalisasi ini juga disebabkan adanya tekanan dari pemerintahan suatu negara yang membebankan terlalu banyak biaya-biaya sehingga diharapkan dengan memindahkan fasilitas produksinya ke luar negeri,

¹² Lairson and Skidmore. Op.Cit. p. 96

¹³ Hadiwinata. Ibid. hal. 136.

tingkat pemasukan perusahaan tidak terganggu lagi. Hanya saja, berpindahnya aktivitas MNCs ke luar negeri juga mensyaratkan beberapa hal. Dunning menyebutkan sedikitnya tiga persyaratan yang harus dipenuhi oleh MNCs sebelum memindahkan aktivitasnya ke luar negeri atau yang dikenal dengan OLI Model (yang berarti ownership, location, dan internalization).¹⁴ Pertama, MNCs tadi harus memiliki kekuatan pasar yang diperoleh dari kekuatan dan karakteristik khusus pemilik modal. Kedua, MNCs tadi haruslah mempertimbangkan keuntungan lokasi baru dibandingkan lokasi yang lama. Dan ketiga, arus perpindahan investasi asing (FDI) harus dijalankan sesuai dengan logika internasionalisasi aktivitas MNCs tadi.

Teori daur hidup produk menjelaskan bagaimana MNCs tadi harus bisa bertahan di tengah semakin ketatnya persaingan bisnis diantara MNCs. Dengan adanya kompetitor dalam pemasaran suatu produk, mau tidak mau untuk tetap menjaga daya saing produk MNCs tadi, penekanan akan biaya produksi menjadi suatu keharusan. Salah satu alternatif yang seringkali digunakan oleh MNCs adalah dengan merelokasi fasilitas produksinya demi mendapatkan keuntungan murahnya biaya produksi suatu produk. Sehingga dengan menekan biaya produksi, diharapkan produk yang dihasilkan tetap mampu memiliki daya saing

internasional dengan harga jual produk yang rendah. Selain itu, teori daur hidup produk juga menjelaskan alasan MNCs harus merelokasi aktivitasnya ke luar negeri adalah untuk memperpendek rantai distribusi antara produsen dan konsumen (pasar). Dikarenakan persaingan yang ketat dan langkanya informasi yang akurat akan kekuatan pasar di negara lain membuat MNCs melakukan terobosan dengan cara memperpendek rantai distribusi tadi.

Obsolescing bargain theory sebenarnya hampir mirip dengan teori daur hidup produk. Teori diawali dengan adanya tawar menawar konsesi kerjasama antara MNCs dan negara tujuan dikarenakan adanya keuntungan yang akan didapat oleh kedua belah pihak. Keuntungan dari kerjasama yang dilakukan pada akhirnya memberikan akses global yang baru bagi negara tujuan atas adanya konsesi kerjasama yang dilakukan. Contoh yang dikemukakan oleh Spero dan Hart menjelaskan teori ini. Pada tahun 1920-an, terbentuk suatu kerjasama awal antara MNCs Amerika Serikat yang bergerak dalam industri pengeboran dan eksplorasi minyak mentah dengan pemerintahan negara-negara di kawasan Timur Tengah untuk mendapatkan akses dan kontrol eksplorasi minyak mentah. Dengan keunggulan teknologi dan modal yang dimiliki MNCs tadi tentu saja posisi tawar yang lebih menguntungkan ada pada MNCs. Akan tetapi seiring dengan berjalannya program investasi tadi, secara perlahan-lahan, posisi tawar

¹⁴ John H. Dunning. 1992. *Multinational Enterprises and the Global Economy*. Massachusetts: Addison-Wesley

pemerintahan negara-negara Timur Tengah bertambah. Hal ini disebabkan oleh adanya adaptasi akan teknologi yang mereka dapatkan dari MNCs tadi dan juga negara-negara Timur tengah mendapatkan berkah atas semakin luasnya akses pada pasar dan modal global.¹⁵ Dengan adanya posisi tawar yang lebih menguntungkan, negara-negara Timur tengah (negara tujuan) dapat melakukan negosiasi yang lebih menguntungkan dengan MNCs. Pada posisi ini, akhirnya hubungan MNCs dan negara tujuan menjadi semakin dinamis dalam artian, masing-masing pihak mulai melihat adanya keuntungan yang dapat diperoleh dengan melakukan kerjasama-kerjasama investasi.

Hubungan Negara-MNCs

Berbicara mengenai hubungan negara tujuan dan MNCs tidak dapat dilepaskan dari isu saling ketergantungan. Disatu sisi, MNCs memiliki dua alasan mengapa harus mengembangkan bisnisnya.¹⁶ Pertama, akses kontrol untuk mendapatkan sumber-sumber bahan mentah. Dan kedua adalah tuntutan mobilitas untuk dapat menyalurkan produk-produknya ke berbagai belahan dunia. Mobilitas ini memberikan suatu keuntungan bagi MNCs dimana mereka dapat menentukan lokasi-lokasi mana yang paling menguntungkan terkait dengan dua motif yang sudah disebutkan diatas. Negara-negara tujuan saling berkompetisi satu sama

lain untuk dapat mengundang masuknya MNCs ke negara mereka. Hal ini yang kemudian dijadikan senjata oleh MNCs untuk menarik keuntungan dari negara-negara tujuan tadi. Kecenderungan MNCs untuk menerima insentif yang lebih terutama terkait pajak insentif dan aturan perburuhan yang longgar menjadi sesuatu yang umum. Apa yang terjadi di Perancis pada tahun 1992 adalah sebuah contoh bagaimana MNCs mampu memaksa pemerintahan suatu negara untuk menuruti kemauan MNCs. Hoover, sebuah MNCs Eropa yang dimiliki oleh perusahaan Amerika Serikat Maytag, adalah perusahaan yang memproduksi peralatan elektronik dan rumah tangga di Dijon, Perancis. Hoover, saat itu, sedang berupaya untuk menutup fasilitas produksi di Perancis dan memindahkan fasilitas produksinya ke Skotlandia dengan alasan mendapatkan biaya buruh yang lebih murah. Proses perpindahan ini memakan hilangnya pekerjaan bagi 600 orang di Perancis dan membuka lapangan kerja baru bagi 400 orang di Skotlandia. Guna memuluskan rencana Hoover, para pekerja di Skotlandia memutuskan untuk menerima aturan gaji dan ketenagakerjaan yang ditawarkan oleh Hoover demi mendapatkan pekerjaan tersebut.

Dari sisi negara tujuan, tawaran akan pendapatan sektor pajak atas masuknya MNCs dan juga tersedianya lapangan pekerjaan baru yang berarti mengurangi jumlah angka pengangguran membuat negara-negara berkompetisi satu

¹⁵ Spero and Hart. Op.Cit.

¹⁶ Balaam and Vesseth. Op.Cit. p. 361-362.

sama lain untuk menarik masuknya MNCs-MNCs ke negara mereka. Tawaran akan dikurangnya pajak insentif terhadap MNCs, pemberlakuan tax holiday, dan juga disediakan fasilitas produksi secara gratis adalah beberapa strategi yang dilakukan oleh negara-negara tujuan MNCs, bahkan negara bagian dari negara tujuan MNCs tadi. Contoh perusahaan Mercedes-Benz adalah salah satunya.¹⁷ Pada tahun 1993, perusahaan Mercedes-Benz yang memproduksi mobil mewah dan juga truk-truk mencoba untuk menginternasionalkan produknya. Alasan-alasan yang dikemukakan adalah: semakin tingginya upah buruh di Jerman, nilai tukar Deutschemark (DM) yang terlalu tinggi terhadap dollar Amerika Serikat yang kemudian menaikkan harga produk Mercedes-Benz di pasar internasional, dan munculnya dominasi produk otomotif mewah Jepang dengan model Lexus, Infinity, dan juga Acura yang dianggap menjadi ancaman produk-produk Mercedes-Benz. Sebuah tim eksekutif Mercedes-Benz kemudian mencoba mencari daerah-daerah baru sebagai pusat produksi guna menekan biaya produksi sehingga mampu menjaga daya saing produk Mercedes-Benz di pasar internasional. Pada saat itu, ditentukan tiga lokasi akhir yang memungkinkan Mercedes-Benz membuka fasilitas produksinya di Amerika Serikat, yakni di negara

bagian North Carolina, negara bagian South Carolina, dan negara bagian Alabama. Dengan tawaran yang lebih menarik, diantaranya program Saturday School yang dijalankan oleh Universitas Alabama bagi anak-anak para eksekutif Jerman, janji pemerintah lokal Alabama yang menjadikan Mercedes-Benz sebagai kendaraan dinas gubernur dan walikota, dan paket insentif senilai 253 juta dollar Amerika Serikat, negara bagian Alabama memenangkan persaingan dengan negara bagian North Carolina dan South Carolina. Tentu saja masuknya Mercedes-Benz ke Alabama perekonomian Alabama meningkat drastis ditandai dengan terbukanya 1500 lapangan pekerjaan baru yang menawarkan gaji yang relatif baik dan puluhan ribu lapangan pekerjaan terkait restoran, kafe, mal, dan perusahaan-perusahaan supplier barang lokal bagi Mercedes-Benz.

Tidak hanya itu saja, negara tujuan juga memiliki posisi tawar yang cukup kuat demi menarik masuknya MNCs ke negaranya. Kasus pemerintah Cina dan perusahaan raksasa penerbangan Boeing adalah contohnya.¹⁸ Cina, dengan populasi penduduk terbesar di dunia tentu saja menjadi salah satu pangsa pasar per u s a h a a n - p e r u s a h a a n penerbangan. Munculnya banyak industri penerbangan domestik Cina terkait dengan mobilitas dan jumlah penduduk yang sangat besar tentu saja membutuhkan banyak pesawat-

¹⁷ Disadur dari "Why Mercedes is Alabama Bound," *Business Week*, 11 Oktober 1993; "The Invaders Are Welcome," *The Economist*, 8 Januari 2004; "Alabama Steers Mercedes South," *ENR*, 11 Oktober 1993.

¹⁸ Dalam Robert Ropelewski, "Boeing Keeps Sharp Focus on China," *Interavia Business and Technology* (November 1995) p. 29.

pesawat terbang untuk melayani populasi Cina pada saat itu. Perusahaan penerbangan Boeing dan Airbus saling berkompetisi untuk dapat masuk ke Cina dan menjual pesawat-pesawatnya. Pemerintah Cina pada posisi ini memiliki posisi tawar yang cukup kuat. Ancaman pemerintah Cina untuk membeli pesawat buatan Airbus jika Boeing tidak membuka fasilitas produksi di Cina (share of production) dan transfer teknologi ke Cina membuat Boeing harus merelakan memindahkan fasilitas produksinya dari Wichita, Kansas ke Cina.

Hubungan antara MNCs dan negara tujuan tidak serta merta didasarkan pada masalah saling ketergantungan belaka. Perhatian dari negara tujuan untuk melindungi industri domestik sering kali membuat negara tujuan mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang mengatur aktivitas MNCs dan juga kebijakan proteksionisme. Alexander Hamilton menyatakan bahwa kebijakan proteksionisme harus dilakukan demi mengatasi berbagai hal yang mungkin muncul dikarenakan adanya aktivitas ekonomi internasional.¹⁹ Menurut Hamilton seharusnya pemerintahan suatu negara melakukan tiga hal terkait perlindungan terhadap industri domestik yakni diterapkannya tarif impor bagi produk-produk asing yang dianggap dapat mematikan industri lokal,

¹⁹ Penjelasan lebih lanjut lihat di Bob S. Hadiwinata. 2002. Politik Bisnis Internasional. Yogyakarta: Penerbit Kanisius hal. 58-63.

ditetapkannya pelarangan impor atas produk-produk yang bisa dihasilkan oleh industri lokal, dan penerapan peraturan hukum yang mengatur akan kualitas produk sebagai jaminan bagi konsumen. Salah satu cara yang digunakan oleh banyak negara tujuan adalah diwajibkannya MNCs membuka kepemilikan sahamnya kepada masyarakat lokal dan juga adanya aturan yang menyebutkan bahwa produk yang dihasilkan haruslah mengandung sekian persen kandungan lokal.²⁰ Contoh-contoh diatas hanya merupakan bagaimana hubungan antara MNCs dan negara tujuan saling mempengaruhi dan membutuhkan satu sama lain.

Pro dan Kontra Keberadaan MNCs

Saling ketergantungan antara MNCs dan negara tujuan ternyata memunculkan hal-hal positif dan negatif. Balaam dan Vesseth mengemukakan sedikitnya tiga alasan sisi positif dari keberadaan MNCs di negara tujuan.²¹ Pertama, hadirnya MNCs di suatu negara tentu saja akan membuka banyak lapangan pekerjaan baru dan juga mengurangi jumlah angka pengangguran. Dengan adanya fasilitas produksi yang baru proses transfer teknologi dan juga system manajemen baru diperkenalkan pada negara tujuan. Hasil dari proses ini adalah adanya

²⁰ Penjelasan lebih lanjut lihat di Thomas D. Lairson and David Skidmore. 1997. International Political Economy: The Struggle for Power and Wealth. 2nd ed. Fort Worth: Harcourt Brace College Publishers. p. 312-314.

²¹ Balaam and Vesseth. Op.Cit.

peringkatan skill para tenaga kerja atas masuknya teknologi modern ke negara tersebut. Hal lain yang menjadi keuntungan keberadaan MNCs adalah adanya efisiensi kerja yang dihasilkan. Masuknya Toyota yang menggantikan fasilitas produksi General Motor di California ternyata mampu meningkatkan produktivitas perusahaan tersebut sampai 50%.²² Kedua, keberadaan MNCs membuat semakin bergairahnya industri lokal terutama mereka yang memasok bahan-bahan mentah ke MNCs tadi. Itulah sebabnya banyak negara tujuan yang mengeluarkan kebijakan kandungan lokal atas suatu produk harus mencapai ukuran tertentu. Dengan adanya kebijakan seperti ini, industri-industri lokal akan tetap hidup dan yang paling penting adalah industri lokal tadi mampu menghidupi pekerja-pekerja lokal yang akan bermuara kepada pertumbuhan ekonomi domestik. Ketiga, keberadaan MNCs dianggap mampu meningkatkan pundi-pundi kas negara dengan adanya pajak insentif yang harus dibayarkan oleh MNCs tadi. Dengan adanya pemasukan dari sektor pajak, rencana pembangunan negara-negara tujuan akan dapat terealisasi.

Sayangnya, keberadaan MNCs juga sering memunculkan kontra. Carbaugh mengungkapkan tiga hal yang mendasari hal tersebut.²³ Pertama, dalam sektor lapangan pekerjaan. Dengan dibukanya atau dipindahkannya fasilitas produksi ke luar negeri,

negara asal MNCs tadi mengalami job loss. Masalah job loss tentu saja menjadi perhatian yang besar dari negara asal MNCs. Naiknya angka pengangguran bukan merupakan sinyal yang baik bagi pertumbuhan ekonomi negara asal MNCs tadi, belum lagi jika berbicara mengenai dampak sosial atas naiknya angka pengangguran. Masalah lain lapangan pekerjaan adalah pada negara tujuan. Tidak dapat dipungkiri, kepercayaan MNCs terhadap pekerja lokal sangatlah kecil. Contohnya adalah perusahaan-perusahaan minyak Amerika Serikat di Arab Saudi, dimana posisi top level management masih dipegang oleh ekspatriat-ekspatriat Amerika Serikat tanpa diberinya kesempatan tenaga kerja lokal untuk menduduki posisi puncak perusahaan. Hal lain yang seringkali menjadi sorotan pada masalah lapangan kerja di negara tujuan adalah adanya eksploitasi pekerja lokal oleh MNCs. Dengan dalih menekan biaya produksi dan tersedianya buruh dengan upah yang rendah, tentu saja ini menjadi komoditas MNCs dalam melakukan ekspansi bisnis. Tidak tertutup, kesempatan untuk mendapatkan buruh dengan upah yang murah dijadikan suatu bentuk eksploitasi atas para pekerja lokal. Contoh kampanye Boycott Nike adalah bentuk kritik yang dilakukan oleh para akademisi dan juga kaum pebisnis di Amerika Serikat atas eksploitasi buruh yang dilakukan oleh perusahaan Nike di beberapa fasilitas produksinya di negara-negara sedang berkembang. Masalah pemboikotan produk-produk Nike didasarkan pada

²² Ibid.

²³ Carbaugh. Op.Cit.

adanya penemuan fakta oleh David M. Boje, seorang profesor bidang manajemen pada New Mexico State University (Amerika Serikat) atas adanya eksploitasi buruh terutama buruh anak di beberapa fasilitas produksi Nike di Indonesia.²⁴ Masalahnya adalah upah yang diberikan kepada para buruh dianggap tidak layak bagi kebanyakan orang terutama jika dikaitkan dengan harga jual produk Nike yang relatif mahal. Kedua, masalah transfer teknologi. Dengan adanya transfer teknologi ke negara tujuan, kemungkinan pencurian ide dan/atau teknologi untuk menciptakan produk serupa menjadi tidak terelakkan. Bila hal ini terjadi, produk MNCs tadi akan sulit bersaing dengan produk sejenis yang dihasilkan oleh industri lokal di negara tujuan. Dengan adanya sharing pengetahuan teknis, potensi produk MNCs kehilangan daya saing kompetitif di pasar internasional dan lokal menjadi semakin nyata. Jika hal ini dilakukan terus menerus, ancaman ditutupnya MNCs tadi karena produknya tidak bisa bersaing di pasar internasional akan menghantui. Hal ini juga akan dibarengi dengan hilangnya lapangan pekerjaan di negara asal. Ketiga, masalah kedaulatan negara. MNCs sering kali dituding mengikis kedaulatan nasional negara tujuan. Secara ekonomi, sering kali MNCs menggunakan teknik-teknik

akuntansi yang menyebabkan hilangnya pendapatan dari sektor pajak. Untuk memaksimalkan profit, MNCs seringkali menghindari negara-negara yang memiliki sistem pajak yang cukup ketat. Cara yang dilakukan adalah tidak menjual produk mereka di negara-negara yang memiliki sistem perpajakan ketat walaupun MNCs tadi memiliki fasilitas produksi di negara tersebut. Akan tetapi, MNCs memindahkan produknya ke negara-negara lain yang longgar sistem perpajakannya dan membayar pajak di negara tersebut. Ini berarti hilangnya pendapatan dari sektor pajak negara dimana MNCs memiliki fasilitas produksi pertama. Secara tidak langsung, MNCs telah merusak tatanan kebijakan fiskal yang dibuat oleh pemerintah. Carbaugh juga mengutarakan kritik lain tentang aktivitas MNCs yang dianggap dapat mengganggu perekonomian domestik suatu negara. Ketika suatu negara mengalami krisis ekonomi, MNCs biasanya langsung memindahkan modal mereka secara besar-besaran demi mengurangi resiko kehilangan profit yang lebih banyak. Hal ini menurut Carbaugh jelas akan mengganggu stabilitas ekonomi negara yang sedang mengalami krisis dan juga akan meninggalkan masalah pengangguran yang dapat menggoyang stabilitas sosial-keamanan di negara tadi.²⁵ Secara politik, contoh yang dilakukan MNCs Amerika Serikat di Cili bisa dijadikan contoh. Ketakutan kalangan pebisnis

²⁴ wawancara penulis dengan Profesor David M. Boje di Las Cruces, NM-USA tahun 2000 pada saat penulis menyelesaikan program Master sekaligus menjadi Research Assistant pada Department of Economics NMSU.

²⁵ Carbaugh. Op.Cit.

Amerika Serikat jika kandidat Presiden Salvador Allende memenangkan kursi presidensial – Allende sempat melontarkan isu ekspropriasi terhadap perusahaan-perusahaan asing di Chili – menyebabkan mereka membayar sekelompok kalangan sipil untuk membuat kekacauan sehingga Allende jatuh dari kursi kepresidenan.

Penutup

Aktivitas MNCs tentu tidak bisa begitu saja dilepaskan dari masalah ketergantungan antara MNCs dengan negara tujuan. Peliknya, masalah saling ketergantungan ini sering kali menimbulkan gesekan antara MNCs dengan pemerintahan negara tujuan. Jangan dilupakan juga, dengan keunggulan teknologi dan modal yang mereka miliki, sering kali MNCs menabrak aturan main yang sudah ditetapkan oleh negara tujuan. Tidak dapat disangkal, MNCs memainkan peranan penting dalam aktivitas perekonomian global.

Daftar Pustaka

- Bob S. Hadiwinata.** 2002. Politik Bisnis Internasional. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- David N. Balaam and Michael Vesseth.** 2001. Introduction to International Political Economy. 2nd ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Joan E. Spero and Jeffrey A. Hart.** 1997. The Politics of International Economic Relations. 5th ed. New York: Routledge.
- John H. Dunning.** 1992. Multinational Enterprises and the Global Economy. Massachusetts: Addison-Wesley.
- Michael J. Carbaugh.** 2000. International Economics. 7th ed. Cincinnati: South-Western College Publishing.
- Thomas D. Lairson and David Skidmore.** 1997. International Political Economy: The Struggle for Power and Wealth. 2nd ed. Fort Worth: Harcourt Brace College Publishers.
- Thomas Oatley.** 2004. International Political Economy: Interests and Institutions in the Global Economy. New York: Pearson – Longman.

Artikel:

"Why Mercedes is Alabama Bound," Business Week, 11 Oktober 1993.

Robert Ropelewski, "Boeing Keeps Sharp Focus on China," Interavia Business and Technology (November 1995).

"The Invaders Are Welcome," The Economist, 8 Januari 2004.

"Alabama Steers Mercedes South," ENR, 11 Oktober 1993.