

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Perang dagang dimulai oleh Presiden Amerika Serikat, Donald Trump, bertujuan untuk melindungi industri dalam negeri dan mengurangi defisit perdagangan Amerika Serikat. Mengurangi defisit merupakan salah satu strategi Trump untuk menciptakan lebih banyak lapangan kerja. Defisit ini disebabkan oleh konsumsi produk konsumen impor, televisi, pakaian, dan barang-barang rumah tangga lainnya, bahkan mobil dan juga suku cadang. Defisit perdagangan dapat terjadi ketika ekspor lebih kecil dibandingkan impor. Pada 2017, Amerika Serikat mengekspor sekitar \$130 miliar ke China, dengan kategori terbesar adalah pesawat, kedelai, dan mobil (Amandeo, Trade Wars and their Effect on the Economy and You, 2020). Sedangkan impor Amerika Serikat dari China diketahui sebesar \$505 miliar, yang sebagian besar adalah elektronik, pakaian, dan mesin (Amandeo, Trade Wars and their Effect on the Economy and You, 2020).

China merupakan negara eksportir nomor satu di dunia dengan keunggulan komparatif yang dapat memproduksi barang-barang konsumen dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan negara lain (Amandeo, Trade Wars and their Effect on the Economy and You, 2020). China memiliki standar hidup yang lebih rendah sehingga memungkinkan perusahaan untuk membayar upah pegawai dengan lebih rendah, dan perusahaan Amerika Serikat tidak dapat bersaing dengan biaya yang rendah tersebut sehingga kehilangan pekerjaan manufaktur. Sebagian orang Amerika Serikat tentunya menginginkan barang dengan harga yang lebih rendah

dibandingkan harus membayar lebih untuk *'made in america'* (Amandeo, Trade Wars and their Effect on the Economy and You, 2020).

Presiden Amerika Serikat, Donald Trump, melihat China sebagai musuh ekonomi utama Amerika Serikat. Presiden Amerika Serikat itu menyatakan bahwa China telah melakukan pencurian dan memanfaatkan Amerika Serikat. Oleh karena itu, Strategi Keamanan Nasional Trump tahun 2017 mengkritik China sebagai negara yang menentang kekuatan, pengaruh, dan berusaha mengikis keamanan dan kemakmuran Amerika Serikat (Mildner & Schmucker, 2019).

Perang dagang 2018 antar dua negara dengan ekonomi terbesar dunia ini dimulai oleh Amerika Serikat yang menerapkan tarif 25% pada barang yang diimpor dari China, dan kemudian langsung dibalas negara tirai bambu tersebut dengan pula menerapkan tarif tambahan pada barang yang diimpor dari Amerika Serikat (Qiu, Zhan, & Wei, 2019).

Pada awal 2018, Trump memprakarsai tiga; tarif global untuk baja, tarif untuk mobil Eropa, dan tarif impor China (Amandeo, Trade Wars and their Effect on the Economy and You, 2020). Dengan keluarnya pengumuman tersebut, membuat pasar saham global turun drastis lantaran takut dengan perang dagang antara tiga perekonomian terbesar dunia, yaitu Amerika, Eropa, dan China.

Perang antar dua negara ini lantas tidak berhenti pada putaran pertama dan berlanjut ke putaran kedua dan belum terlihat tanda-tanda akan berakhir hingga awal 2020. Perang dagang yang terjadi menjadi suatu peristiwa yang fenomenal dan terbesar dalam pasar global dalam beberapa abad terakhir, sehingga cukup memberikan dampak negatif untuk beberapa sektor dagang secara internasional dan dikatakan dapat menyebabkan penurunan ekonomi secara global jika dibiarkan terus berlanjut.

Pada Agustus 2019, Presiden Trump mengeluarkan peringatan kepada perusahaan-perusahaan AS yang berinvestasi di China untuk segera hengkang atau menarik diri jika tidak ingin terkena imbas dari perang dagang (Aipassa, 2019). Presiden Amerika Serikat tersebut bahkan membuat cuitan di *twitter* yang mengatakan bahwa Amerika Serikat tidak membutuhkan China, justru akan lebih baik tanpa China. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang berinvestasi di China saat itu panik, mengkhawatirkan nasib pabrik mereka di China dan juga pemasaran mereka. Perusahaan yang menjadi sasaran empuk adalah *Apple*, *Nike*, *Starbucks*, dan *KFC* (Tamny, 2018). Bukan hanya panik karena pemasaran mereka, tetapi juga karena China merupakan pasar terbesar, bahkan perusahaan cabang yang ada di negara tirai bambu tersebut lebih banyak dibandingkan yang ada di negara asal, Amerika Serikat. Peringatan dari Trump tersebut dikatakan dapat menghambat ekspansi atau investasi perusahaan-perusahaan asal Amerika Serikat ke China, terutama perusahaan ritel seperti Starbucks dan KFC.

Banyak perusahaan yang kemudian memindahkan produksi mereka keluar China untuk menghindari kebijakan Trump terkait tarif. Ada sekitar 50 perusahaan, dari *Apple*, *Nintendo*, dan *Dell*, mengalihkan manufaktur dari China (Li Y. , 2019). Alih-alih memindahkan produksi kembali ke negara asal, perusahaan-perusahaan tersebut justru memindahkan ke negara-negara lain yang tidak termasuk dalam kebijakan tariff.

Melihat bahwa banyak perusahaan yang hengkang dari China atau yang lebih tepatnya memindahkan produksi mereka keluar dari China, hal tersebut justru tidak terjadi pada Starbucks. Sebagai salah satu perusahaan asal Amerika Serikat yang cukup mengantongi kesuksesan di China sejak pertama kali memperluas pasarnya. Pada tahun 2018, tepatnya saat perang dagang mulai terjadi, Starbucks justru berhasil mengoperasikan sekitar 3.300 toko di 141 kota di China, mempekerjakan sekitar 45.000 karyawan, dan membuka toko baru setiap 15 jam

(Starbucks, 2018). Data tersebut membuktikan bahwa Starbucks mengalami pertumbuhan yang disiplin dan menguntungkan. Pada 2019, Starbucks bahkan berhasil membuka 698 toko baru di China (Ma, 2020).

Dari data singkat tentang pertumbuhan Starbucks dia atas kemudian menjadi landasan atas permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini terkait mengapa perusahaan multinasional tersebut bisa ekspansi meski di tengah situasi perang dagang. Mengingat bahwa, kebijakan tarif yang diberlakukan cukup memberi pengaruh bagi banyak perusahaan Amerika Serikat yang beroperasi di China dan justru menarik diri dan memindahkan operasi mereka dari China untuk menghindari tarif tersebut.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

“Mengapa Starbucks dapat bertahan di China di tengah situasi perang dagang?”

## **C. KERANGKA KONSEPTUAL**

Adapun kerangka teori dan konsep yang akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

### **1. Konsep Perang Dagang**

Perang Dagang adalah suatu kondisi di mana suatu negara memberlakukan tarif atau kuota impor dan negara asing membalas dengan bentuk proteksionisme perdagangan yang serupa (Amandeo, Trade Wars and their Effect on the Economy and You, 2020). Kondisi ini dimulai ketika suatu negara berusaha untuk melindungi industri dalam negeri

dan berusaha untuk menciptakan lapangan pekerjaan (Amandeo, Trade Wars and their Effect on the Economy and You, 2020).

Proteksionisme perdagangan ini merupakan kebijakan dalam negeri dari persaingan tidak sehat dengan industri asing dengan menggunakan 4 alat utama, yaitu subsidi, kuota, tarif, dan manipulasi mata uang (Amandeo, Trade Protectionism Methods With Examples, Pros, and Cons, 2020). Proteksionisme perdagangan bisa dikatakan sebagai tindakan defensif yang mengarah pada motif politik. Dalam jangka pendek mungkin dapat berhasil, akan tetapi jika dilihat dalam jangka panjang, proteksionisme justru akan merugikan ekonomi karena membuat negara dan industrinya menjadi kurang kompetitif (Amandeo, Trade Protectionism Methods With Examples, Pros, and Cons, 2020).

Perang dagang bisa terjadi karena disebabkan oleh tindakan negara dalam bentuk perlindungan ekonomi domestik dengan mengurangi impor dan meningkatkan ekspor, merupakan bentuk dari neo-merkantilisme. Hal tersebut dapat dicapai dengan dibelakukannya kebijakan proteksionisme, seperti tarif atau kuota, untuk mengurangi impor (Bondarenko, Beggar-thy-neighbor policy, 2019). Kebijakan proteksionisme inilah yang digunakan Trump sebagai bentuk “*make America great again*”, yang pula disebut sebagai kebijakan egoisme nasional dalam kerangka konsep ekonomi patriotism, bahkan teroris ekonomi (Kapustina, Lipková, Silin, & Drevalev, 2020).

Banyak para ekonom mengatakan bahwa kebijakan ini justru akan berdampak buruk, karena keuntungan jangka panjang perdagangan bebas akan lebih baik dibandingkan dengan keuntungan jangka pendek dari kebijakan proteksionisme yang dianjurkan oleh merkantilis (Bondarenko, Beggar-thy-neighbor policy, 2019). Di mana

negara akan saling membalas satu sama lain dengan terus menaikkan tarif pada masing-masing produk.

Perang tarif antar negara-negara yang terlibat bisa mencakup beberapa industri, yaitu sektor energi, sektor automobil, bahan makanan dan agribisnis, hingga sektor teknologi (Morris, 2020). Berbagai jenis perusahaan multinasional baik yang di Amerika Serikat maupun di China mengeluarkan keluhan akibat kebijakan tarif yang diberlakukan. Terkhususnya kepada perusahaan manufaktur yang berinvestasi di China terpaksa harus memindahkan produksi mereka dari China agar tidak terkena dampak perang tarif, meski dikatakan bahwa China merupakan pasar terbesar dengan harga produksi yang terbilang efisien dan lebih rendah dibandingkan di negara asal.

Tidak seluruh jenis perusahaan yang kemudian dapat terpengaruh dengan perang tarif ini, seperti contohnya Starbucks, merupakan perusahaan ritel asal Amerika Serikat yang justru tetap bisa ekspansi dan membuka banyak toko baru di China meski di tengah situasi perang dagang. Artinya, tidak semua komoditas yang termasuk dalam agenda sengketa perang dagang. Mengingat bahwa komoditas utama yang sangat terpengaruh adalah manufaktur, dan Starbucks bukan perusahaan manufaktur.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini jelas sangat berkaitan. Tujuan dari perang dagang sendiri adalah untuk proteksionisme. Akan tetapi, proteksionisme yang berlaku dalam kebijakan perang dagang tidak menyangkut seluruh komoditas dagang. Artinya bahwa, ada komoditas dagang yang tidak tersentuh. Dalam hal ini adalah salah satu perusahaan Amerika Serikat yang tidak terganggu meskipun adanya ketegangan antara Amerika Serikat dan China.

## 2. Konsep MNC (*Multinational Corporations*)

Perusahaan multinasional merupakan entitas yang memiliki wujud, juga memiliki dampak terhadap Negara asal dan Negara tuan rumah atau dapat dikatakan sebagai negara penerima investasi (Cohen S. D., 2007). Akan tetapi dalam buku Stephen Cohen tersebut mengatakan bahwa definisi dari MNC tidak menetap, selalu berubah-ubah seiring dengan berjalannya waktu dan berkembangnya globalisasi. Seperti halnya yang terjadi pada era sekarang terkait dengan bagaimana perang dagang dapat mempengaruhi ekspansi MNC. Sehingga, dalam penelitian ini konsep MNC akan menjelaskan secara rinci terkait peran MNC dalam politik serta sikap dan perilaku MNC dalam mengambil keputusan investasi.

Seiring dengan berjalannya waktu, peradaban dunia mengalami globalisasi, bagi MNC globalisasi cukup memberi dampak baik, terutama untuk terus berkembang. Globalisasi memungkinkan untuk membawa MNC memasuki pasar yang lebih luas dan baru, mengakses ratusan juta pelanggan baru yang berpotensi, meningkatkan jumlah bisnis internasional di berbagai negara, melakukan kerja sama dan dapat terlibat secara mendalam dengan ekonomi dari *host-country*, yaitu rumah atau negara di mana MNC beroperasi (Detomasi, 2013). Dengan globalisasi yang kian berkembang, aktor internasional kemudian tidak hanya negara, tetapi MNC dan organisasi non-pemerintah juga telah menjadi peran penting. Sehingga dalam hal tersebut, banyak negara cenderung menyerahkan sepenuhnya kepada pasar yang disebut memiliki tangan-tangan tak kasat mata untuk mengatur ekonomi negara, yaitu negara-negara yang menganut sistem liberalisasi ekonomi.

Tidak hanya sebagai pelaku ekonomi, MNC dapat berperan sebagai aktor politik dengan setidaknya memainkan tiga peran penting dalam proses perpolitikan dunia. Pertama, peran secara langsung dalam *Private Foreign Policy*. Di mana perusahaan dapat menggunakan cara-cara ekonomi dalam tawar-menawar langsung dengan pemerintah *host-country* untuk kebijakan yang menguntungkan, baik dalam bentuk bujukan seperti janji investasi dan ancaman seperti perampasan atau penarikan diri (Nye Jr., 1974). Kedua, peran langsung yang tidak disengaja dalam *Instruments of Influence*. Terlepas dari inisiatif politik mereka sendiri, keberadaan perusahaan dengan domain keputusan yang melintasi berbagai batas negara memberikan instrumen tambahan yang dapat digunakan pemerintah dalam hubungan mereka satu sama lain dan perusahaan juga dapat melakukan *lobbying* atau manipulasi sebagai instrumen bagi negara asal atau *home-country* (Nye Jr., 1974). Ketiga, peran tidak langsung dalam *Setting the Agenda*. Dalam hal ini MNC memiliki peran baik secara tidak disengaja maupun disengaja dalam mengatur agenda politik antarnegara, melakukan lobi untuk tindakan tertentu seperti mendorong kelompok-kelompok tertentu untuk menekan kebijakan pemerintah (Nye Jr., 1974). Di samping tiga peran penting tersebut, untuk bagian mereka MNC kemudian mengambil keuntungan dari pendekatan politik dengan menjadi selektif dalam pengambilan keputusan investasi dan tawar-menawar (Detomasi, 2013).

Perusahaan Multinasional atau MNC sesungguhnya memiliki motif berbeda untuk berpartisipasi dalam tata kelola. Pertama, mengikuti keinginan para pemangku kepentingan; Kedua, memiliki motivasi yang bersifat fungsional di mana MNC melihat perlu adanya regulasi yang lebih besar dan memilih untuk menyediakannya, karena negara tidak dapat melakukannya sendiri; Ketiga, keinginan untuk meraup keuntungan



kompetitif dengan membantu mengisi kesenjangan dalam tata kelola, dengan tujuan bahwa standar tata kelola yang tinggi akan pula menghasilkan keuntungan yang kompetitif (Detomasi, 2013).

Ada pula kemudian tantangan yang dihadapi MNC dalam situasi menciptakan mekanisme tata kelola yang baik, dikatakan dapat menimbulkan risiko di beberapa titik. Pertama, upaya semacam itu akan dianggap sah secara luas apabila didukung oleh pemerintah asal maupun pemerintah tuan rumah dan para pemangku kepentingan (Detomasi, 2013). Kedua, upaya tata kelola tersebut harus efektif di mana dapat meningkatkan regulasi dan makroekonomi, sosial, dan struktur kelembagaan negara tempat mereka berinvestasi (Detomasi, 2013). Ketiga, mekanisme tata kelola tersebut haruslah mampu menahan terhad perubahan-perubahan yang terus terjadi seiring berjalannya waktu (Detomasi, 2013).

Telah dijelaskan terkait MNC sebagai aktor internasional yang dapat memainkan peran politik. Tentunya dalam memainkan peran tersebut, MNC mengambil keputusan yang telah dipertimbangkan secara selektif untuk investasi mereka. Dalam hal tersebut ada beberapa sifat dan perilaku MNC tergantung dari tujuan investasi dan jenis perusahaan.

Sifat dan perilaku MNC dalam buku Stephen Cohen lebih dijelaskan dalam bentuk FDI (*Foreign Direct Investment*), yaitu alat yang digunakan oleh MNC dalam bentuk modal asing untuk mendirikan perusahaan di negara lain. Ada banyak identifikasi dan klasifikasi dari berbagai bentuk FDI, akan tetapi untuk mengaitkan masalah dalam penelitian ini hanya akan menjelaskan *tujuan* atau *dorongan* sebuah perusahaan untuk

mendirikan anak perusahaan di negara asing. Sehingga penjelasan tersebut dapat mengarah pada perilaku dan sifat MNC.

Tujuan dan dorongan MNC dalam melakukan investasi terdiri dari 4 faktor, hal itu berbeda karena berdasarkan dari sifat masing-masing perusahaan, dan faktor-faktor tersebut cenderung menunjukkan karakteristik dari MNC dan efek yang berbeda pula. Pertama, FDI dengan tujuan untuk mencari sumber daya. Perusahaan yang memiliki tujuan ini biasanya adalah perusahaan yang berasal dari sektor primer, mencari sumber daya alam seperti mengekstraksi mineral, logam, minyak, emas, tembaga, dan sumber daya alam lainnya dengan mempertimbangkan kondisi iklim, kualitas infrastruktur transportasi, aksesibilitas bahan baku, dan sejauh mana pejabat politik mengakomodasi perusahaan asing dengan memberikan tata kelola yang baik, pajak yang menguntungkan, dan kebijakan peraturan serta aturan hukum (Cohen S. D., 2007). Kedua, FDI dengan tujuan untuk mencari pasar. Perusahaan yang memiliki tujuan ini biasanya untuk memperluas pasar mereka dengan memiliki fasilitas produksi secara fisik daripada mengekspor dari ribuan mil jauhnya, biasanya perusahaan yang berada di sektor manufaktur (Cohen S. D., 2007). Ketiga, FDI dengan tujuan mencari efisiensi. Masih berkaitan dengan tujuan sebelumnya, cenderung banyak perusahaan berinvestasi di luar negeri berupaya dalam mengurangi biaya produksi dengan mencari negara padat karya dengan upah yang rendah (Cohen S. D., 2007). Keempat, FDI dengan tujuan mencari aset strategis. Tujuan ini dilakukan perusahaan bukan untuk mengurangi biaya atau melindungi pasar, tetapi memperoleh aset yang dirancang untuk memperkuat posisi kompetitif perusahaan yang mengakuisisi atau melemahkan pesaing (Cohen S. D., 2007).

Berdasarkan penjelasan secara rinci konsep-konsep di atas, akan digunakan sebagai landasan untuk menjawab masalah atas penelitian ini. Di mana peran politik MNC sebagai aktor internasional dengan mempertimbangkan perilaku dan karakteristiknya menjadi landasan untuk menjawab mengapa MNC Starbucks dapat bertahan di China di tengah situasi perang dagang Amerika Serikat dan China.

#### **D. HIPOTESA**

Dengan mengambil rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya dan berdasarkan kerangka pemikiran untuk menganalisa masalah tersebut, penulis mengambil jawaban sementara sebagai berikut :

Pertama, Perang dagang tidak mempengaruhi perusahaan Starbucks di China karena Starbucks sebagai salah satu entitas global yang mampu memerankan peran penting dalam dunia politik, melakukan lobi-lobi politik dan *bargaining* dengan pemerintah negara tuan rumah, yaitu China. Kedua, berdasarkan karakteristik MNC, Starbucks mampu bertahan di China di tengah perang dagang karena tujuannya mencari mencari pasar dan mencari efisiensi, sekaligus menyatakan bahwa komoditas Starbucks bukan yang termasuk dalam sengketa perang dagang dikarenakan Starbucks tidak melakukan proses ekspor dan impor.

#### **E. METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode dalam penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian : Penelitian yang ditulis adalah bersifat Kualitatif atau Eksplanatif. Penulis akan memberikan gambaran secara eksplanatif terkait permasalahan yang akan dibahas.
2. Jenis Data : Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat sekunder, diperoleh melalui studi kepustakaan yang bersumber dari buku, jurnal, artikel, surat kabar, dan maupun sumber-sumber daring pendukung lainnya yang menyangkut tentang permasalahan yang dibahas.
3. Teknik Analisis : Menjelaskan permasalahan secara jelas dan teratur serta sistematis dengan menggunakan konsep, teori dan pandangan dari para ahli sebagai sumber menganalisis. Sedangkan kasus berperan sebagai pengaplikasian teori, konsep dan pandangan yang di dapat dalam data-data yang telah dikumpulkan.

## **F. TUJUAN PENELITIAN**

1. Mengetahui pengaruh dari Perang Dagang antara Amerika Serikat dan China terhadap Perusahaan Multinasional Starbucks.
2. Menunjukkan bahwa Perang Dagang tidak mempengaruhi seluruh mata aspek Dagang.
3. Membuktikan hipotesa dalam penelitian.

## **G. JANGKAUAN PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, jangkauan penelitian sangat penting untuk diperhatikan mengingat pentingnya batasan yang harus dipahami dalam mengkaji permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti dibatasi oleh kondisi Ekonomi dan Politik yang terjadi antara Amerika Serikat dan China selama perang dagang. Meskipun demikian, tidak dipungkiri bila adanya kemungkinan penulis untuk mengaitkan hal-hal yang di luar batasa-batasan yang ada guna memperjelas penelitian sehingga penjelasan bisa lebih sistematis dan konferhensif.

## **H. SISTEMATIKA PENELITIAN**

Rencana penelitian ini akan ditulis dalam empat bab, yang terdiri dari :

### **1. BAB I : Pendahuluan**

Pada bab ini adalah paparan singkat mengenai pemilihan judul; latar belakang, pecahnya perang dagang yang memberi dampak langsung bagi perusahaan multinasional milik Amerika serikat yang beroperasi di China, rumusan masalah, teori, hipotesa, metode penelitian, tujuan penelitian, jangkauan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **2. BAB II : Pembahasan**

Pada bagian ini, penulis akan membagi menjadi tiga sub-bab:

- A. Perang Dagang
- B. Starbucks di China
- C. Implikasi Perang Dagang

### **3. BAB III : Kesimpulan**

Bagian ini berisi kesimpulan dari pembahasan yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya, terutama dalam merangkum analisis yang ditujukan untuk menjawab rumusan masalah.