

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan Multinasional (MNC) merupakan salah satu aktor penting dalam area ekonomi politik global selain dari negara (nation-states). Keberadaan MNC berpengaruh besar dalam lingkup internasional, dimana dapat menghubungkan dua atau lebih negara. Pada umumnya MNC memiliki markas besar sebagai pusat di negara asal mereka yang kemudian diperluas ke negara lain dengan membangun atau membeli berbagai aset usaha atau membuka cabang di negara tuan rumah (Mas' oed, Mohtar. 1997).

Dalam ekonomi politik internasional, Multinasional Corporation (MNC) mempunyai peran yang penting dalam transaksi internasional. MNC tumbuh dengan cepat, tidak hanya dari negara maju saja, MNC dari negara berkembang pun, pada saat ini telah tumbuh dengan pesat. Dengan adanya MNC dapat memberi pengaruh yang besar dalam politik global, sehingga dengan adanya pengaruh ekonomi hal ini dapat menjadi sumber untuk menjalin relasi dengan masyarakat dan dapat melobi politik. Saat ini banyak perusahaan multinasional di berbagai negara yang mempunyai pendapatan yang sangat besar, bahkan dapat melebihi pendapat yang dimiliki oleh sebuah negara.

Adanya MNC juga dapat menjadi sebuah fenomena yang berpengaruh dalam perdagangan internasional, karena dapat mempengaruhi perkembangan ekonomi dan perdagangan global. Seperti di Indonesia yang mempunyai kekayaan alam yang melimpah tentu menjadi daya tarik yang luar biasa bagi para investor asing untuk berbisnis dan menanamkan

modal di Indonesia. Sebuah negara membutuhkan negara lain untuk membantu program kebijakan luar negeri suatu negara dalam rangka untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Bantuan tersebut bisa didapatkan dengan cara melukkan kerjasama dengan aktor nasional lainnya.

Seiring dengan tuntutan perkembangan ekonomi dan kemajuan teknologi, berbagai industri terus tumbuh dan berkembang. Oleh sebab itu, kedatangan para investor luar negeri sangat membantu pembangunan suatu negara. Salah satu negara home country yang sangat aktif dengan investasi asing di negara-negara berkembang ialah Jepang yang merupakan negara maju dan masih terus meningkatkan investasinya di negara-negara lain. Investasi asing atau penanaman modal asing merupakan suatu komponen modal yang masuk kedalam suatu daerah atau negara yang memiliki aliran modal yang relatif stabil dan juga mempunyai resiko yang lebih kecil dibandingkan aliran modal lainnya seperti utang luar negeri.

Investasi asing ini bermula pada saat perusahaan dari satu negara menanamkan modalnya ke suatu negara lainnya dengan mempunyai kelebihan yang bersifat permanen (jangka panjang), memberikan peran dalam teknologi, keterampilan manajemen maupun membuka lapangan kerja baru bagi suatu negara. Jika dilihat dari sistem ekonomi global, investasi asing ini sangat penting. Proses dari penanaman modal ini dilakukan dengan cara perusahaan di negara asal mengendalikan perusahaan yang berada di negara tujuan investasi, baik keseluruhan perusahaan maupun sebagian perusahaan saja. Cara melakukannya ialah dengan membeli perusahaan diluar negeri atau membangun perusahaan baru di luar negeri atau dengan membeli saham sekurang-kurangnya 10%. Selain itu dapat juga dilakukan dengan partisipasi dalam kepemilikan perusahaan melalui joint venture dengan investor maupun perusahaan lain (Hindrayani, 2010).

Untuk dapat menunjang perkembangan ekonomi di Indonesia, pemerintah berupaya untuk menarik lebih banyak investor asing untuk menanam modal di Indonesia. Berbagai cara yang dilakukan oleh pemerintah dari mulai pembangunan infrastruktur hingga fasilitas perizinan dibenahi agar semakin banyak pelaku bisnis dari luar negeri yang menanamkan modal di Indonesia. Dengan wilayah yang cukup luas, Indonesia membutuhkan banyak modal untuk memastikan seluruh pelosok mendapatkan pembangunan yang memadai. Indonesia yang berbentuk kepulauan sehingga pembangunan juga bisa saja terhambat karena alasan akses dan mobilitas. Kekayaan alam dan potensi Indonesia yang terbilang sangat tinggi, lokasi strategis juga menjadi keunggulan Indonesia di pasar internasional. Maka dari itu, pemerintah semakin menyadari bahwa pentingnya investasi asing dalam perkembangan Indonesia. Selain untuk memanfaatkan wilayah yang luas, investasi asing ini juga bisa mendatangkan banyak dampak positif bagi Indonesia.

Pada umumnya, penanaman modal asing di Indonesia terbagi menjadi beberapa sektor. Secara garis besar, investasi asing di Indonesia banyak berfokus pada sektor pembangunan, pariwisata, tambang, transportasi, dan produk. Banyaknya potensi yang dapat dilakukan di Indonesia menjadikan investor asing berlomba untuk menanam modal dengan cara mendirikan perusahaan dan pabrik di Indonesia. Namun, investasi asing di Indonesia harus dilakukan dengan tertib dan sesuai dengan undang-undang penanaman modal sehingga tidak merugikan bagi Indonesia di kemudian hari.

Salah satu alasan utama mengapa Indonesia membutuhkan investor asing adalah daya konsumsi masyarakat serta tren ekspor yang relatif masih rendah. Infrastruktur kawasan industri dan sektor penunjang ekonomi tentu saja bisa menghabiskan anggaran yang besar, sedangkan Indonesia belum memiliki tabungan yang cukup untuk mendanai pembangunan tersebut. Dengan

begitu, berbagai pembanguna termasuk pertumbuhan ekonomi tidak bisa bertumpu pada investasi dalam negeri saja. Investor asing yang menanamkan modal dengan cara membangun perusahaan atau pabrik di Indonesia diharapkan bisa menyerap tenaga kerja lokal dengan maksimal. Dengan mempekerjakan sumber daya manusia lokal, perusahaan asing yang beroperasi di Indonesia bisa mengedukasi pekerja mengenai kualitas produk, teknologi produksi, dan etos kerja yang baik. Jadi, investasi bukan hanya dilakukan untuk kepentingan ekonomi, tetapi juga membangun investasi intelektual bagi tenaga kerja. Penanaman modal asing secara otomatis akan meningkatkan jumlah ekspor terutama pada sektor produk.

Dalam melakukan, lokasi perusahaan yang strategis dan menguntungkan menjadi prioritas utama. Infrastruktur yang memadai juga menjadi salah satu faktor penunjang. Dengan lokasi dan infrastruktur yang baik, kegiatan bisnis perusahaan menjadi lebih efektif. Untuk menarik minat investor asing, pemerintah Indonesia juga mempersiapkan lokasi-lokasi dengan infrastruktur yang sesuai. Selain itu, pemerintah juga bersedia memberikan beberapa fasilitas fiskal dan kemudahan dalam perizinan yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan. Lokasi penempatan investor asing dibagi menjadi dua jenis, yaitu Kawasan Ekonomi Khusus, dan Kawasan Industri Terpadu. Dengan fungsi dan tujuan yang berbeda, kedua jenis Kawasan ekonomi ini tersebar di seluruh wilayah Indonesia.

Sebagai negara kepulauan terbesar, Indonesia mendapat sorotan dari dunia karena letaknya yang strategis. Namun, laju pembangunan cenderung lambat karena kurangnya modal dari investor dalam negeri. Maka dari itu, banyak investor asing yang ingin menanamkan modalnya di Indonesia dan banyak faktor yang membuat Indonesia menarik bagi para investor asing. Pertama, kekayaan sumber daya alam yang lengkap menjadi salah satu alasan utama Indonesia menarik bagi investor asing. Di sektor pariwisata, Indonesia memiliki alam yang indah

dan bahkan belum terjamah oleh tangan manusia. Di pertambangan, Indonesia menyimpan harta karun berupa mineral, batu bara, dan minyak bumi. Kedua, stabilitas politik yang baik yang mana sejak reformasi politik di tahun 1998 silam, Indonesia terus bangkit menuju kestabilan negara. Selama itu pula, Indonesia terus membenahi sistem demokrasi menuju pemerintahan yang sehat dan kondusif.

Ketiga, secara demografi kependudukan, Indonesia sedang mengalami pergeseran struktur yang menyebabkan lonjakan jumlah penduduk usia produktif. Di tahun 2025, jumlah penduduk Indonesia akan didominasi oleh tenaga kerja yang produktif, terampil, serta siap untuk bekerja. Keempat, iklim perekonomian dan investasi yang sehat. Setelah bertahan dari krisis ekonomi global, Indonesia terus berupaya untuk menciptakan iklim ekonomi dan investasi yang aman dan sehat. Bahkan, saat ini Indonesia dianggap sebagai salah satu penggerak perekonomian di Asia. Kelima, peran global Indonesia yang aktif membangun hubungan internasional dan bilateral antar negara dan Indonesia adalah satu-satunya negara Asia Tenggara yang aktif di perkumpulan negara-negara G-20. Oleh karena itu, Indonesia selalu berusaha untuk berperan dalam menyampaikan kepentingan negara-negara berkembang di mata dunia. Hal inilah yang dilihat dari negara Indonesia oleh perusahaan multinasional dari berbagai negara salah satunya ialah Toyota Motor Corporation, dan Indonesia juga melihat investasi asing ini dapat membantu pembangunan Indonesia seperti pertumbuhan ekonomi. Namun, banyak kontroversi mengenai langkah pemerintah dalam menggalakkan investasi asing. Ada beberapa yang beranggapan bahwa menyediakan lahan investasi asing sama dengan menjual negara Indonesia kepada negara lain. Faktanya, investasi asing di Indonesia sudah diatur sedemikian rupa agar tercipta investasi yang menguntungkan kedua belah pihak yaitu, bagi pihak investor dan Indonesia.

Dalam hal ini Indonesia juga membuka diri untuk melakukan kerjasama dengan asing untuk membangun pertumbuhan ekonomi di Indonesia, dengan menarik investor asing untuk berinvestasi atau menanamkan modalnya di Indonesia. Keberadaan investasi asing tersebut memunculkan beberapa industri baru, termasuk industri otomotif yang sudah memiliki merek-merek yang sudah dikenal dunia, kemudian masuk ke Indonesia dikarenakan tenaga kerja dan pasar yang menjanjikan, atau karena sumber daya produksi/bahan baku yang tersedia lebih murah dibandingkan dengan ekspor dari negara asal mereka. Beberapa perusahaan multinasional menggunakan Indonesia sebagai basis ekspor ke negara-negara sekitarnya. Kerjasama antara Jepang dan Indonesia bisa dikatakan dimulai pada saat menggandeng korporasi otomotif yang bernama Toyota. Dalam diplomasi ekonomi transnasional, kemitraan dengan suatu korporasi sangat membutuhkan dukungan yang kuat dari home country ke host country.

Kerjasama otomotif ini diawali dengan disepakatinya Toyota untuk menanamkan modalnya di Indonesia melalui PT. Astra Internasional Corporation sebagai distributornya. Dalam perkembangannya pemerintahan Indonesia tetap terus memperbaharui berbagai peraturan supaya lebih mendorong usaha yang lebih kondusif dan untuk menguatkan daya saing perekonomian nasional peraturan untuk lebih mendorong terciptanya iklim usaha yang lebih baik serta dapat meningkatkan penanaman modal (Hindrayani, 2010).

Mayoritas orang akan menyebutkan mobil-mobil Jepang pantas untuk dimiliki, produk dengan perawatan yang murah, nilai resalennya stabil dan dilengkapi dengan mesin yang bertenaga serta tahan lama. Ada beberapa nama perusahaan otomotif yang banyak dinikmati oleh masyarakat di Indonesia, seperti Toyota, Honda, Daihatsu, Suzuki dan Mitsubishi. Walaupun kelimanya mempunyai keunggulan masing-masing, tentunya setiap merek memiliki karakter yang menjadi ciri khas utamanya.

Dapat kita lihat dari perbandingan merk yang ditawarkan masing-masing perusahaan seperti Toyota, jika dibandingkan dengan keempat rivalnya, Toyota menawarkan varian yang paling banyak, untuk harganya pun semakin bervariasi mengingat masing-masing merk Toyota terdiri setidaknya dua sampai tiga tipe. Mobil dari Toyota itu sendiri tidak pernah absen dari semua segmen mobil yang ada, misalnya Hatchback, SUV, MPV dan lain sebagainya. Total varian yang ditawarkan oleh Toyota mencakup nama 18 merk mobil, diantaranya Avanza, Kijang Innova, Calya, Sienta, Agya, Rush, Fortuner, Alphard, Velvire, Veloz, Camry, Etios Falco, 86, Vios Corolla Altis, Yaris, Nav1 dan Land Cruiser. Kemudian perusahaan Honda, persebaran mobilnya memang sudah tidak perlu diragukan lagi di Indonesia, dimana mobil yang berinisial H ini juga sudah banyak dimiliki oleh masyarakat Indonesia. Untuk menyaingi perusahaan lain seperti Toyota, Honda juga memiliki beragam mobil hingga 12 merk, antara lain Accord, BR-V, Brio, City, Civic, CR-V, CR-Z, Freed, HR-V Jazz, Mobilio dan Odyssey (Wijaya, 2017).

Mitsubishi yang juga berada di industri otomotif, telah banyak mengeluarkan produk-produknya di pasaran mobil Indonesia, dimana produknya tidak hanya berjenis kendaraan pribadi tetapi juga kendaraan niaga yang berjenis truk atau kendaraan mobil pengangkat kendaraan. Hal ini yang dilakukan oleh Mitsubishi ditengah persaingan dengan para kompetitornya. Mitsubishi juga telah mengeluarkan sebanyak 13 merk yang telah menjadi andalan mereka didalam persaingan bisnis otomotif. Merek-merek tersebut antara lain Grandis, Lancer, Maven, Mirage, Outlander, Pajero, Delica, Strada, Colt L300, Colt 120SS, Colt Diesel, Fuso, dan Tractor Head. Kemudian Daihatsu yang dijuluki mobil sejuta umat, terlebih karena harganya yang cukup terjangkau dan bahkan paling murah diantar empat rivalnya. Oleh sebab itu juga menjadikan mobil dengan merk Daihatsu menjadi favorit di berbagai kalangan.

Daihatsu juga menawarkan 10 varian merek sebagai opsi yang patut diperhitungkan. Adapun merek-merek mobil karya Daihatsu antara lain Sigras, Xenia, Copen, Terios, Sirion, Ayla, Luxio, Taruna, Gran Max MB dan Gran Max PU. Dan yang terakhir ialah Suzuki, Bagi para penggemar otomotif Nusantara, tentu Suzuki adalah nama Tenar yang tak dapat dilupakan begitu saja. Mobil dengan merek Suzuki juga telah didistribusikan di seluruh Indonesia dengan berbagai segmen mobil. Tidak heran jika namanya kini bercokol di daftar pabrikan mobil terelit di Indonesia dengan eksistensi merek-mereknya. Lalu, apa sajakah merek-merek mobil Suzuki yang disuguhkan untuk kaula Indonesia. Kami telah menghimpun 8 merek mobil Suzuki yang begitu populer di Indonesia. Merek-merek mobil tersebut antara lain, Karimun Wagon R, Celerio, Swift, Ertiga, APV, Ciaz, SX S4 X-Cross dan Grand Vitara.

Dalam hal ini, dapat dilihat bahwa Toyota memiliki keunggulan dalam jumlah merek yang dikeluarkan, selain itu Toyota juga memiliki keunggulan lainnya dalam harga jual yang relative stabil bahkan hampir dari semua produknya. Tidak hanya itu, mobil Toyota juga dikenal dengan mobil yang bermesin begitu tangguh dan juga kuat, serta keuntungan lain yang didapat dari membeli mobil Toyota yaitu stok spare partnya memadai dan mencukupi, terlebih untuk beberapa tipe mesin lama, terdapat pula kesamaan komponen penyusun dengan mobil jepang merek lain, seperti tutup distributor yang dimiliki Toyota Kijang bermesin 1.500 cc ternyata digunakan juga untuk Suzuki Katana dengan mesinnya yang 1.000 cc.

Yang juga menarik perhatian tentu saja sektor performa. Meskipun kecepatan bukan karakter khas yang paling ditonjolkan Toyota, nyatanya ada beberapa tipe Toyota yang juga memiliki kecepatan tinggi. Misalnya saja Toyota Corolla dan Toyota Vios yang mana salah satu dari keduanya cukup mumpuni diadu dengan Mitsubishi atau Honda. Dan yang lebih menarik lagi ialah dalam perbandingan harga termurah, Toyota mencatatkan nama sebagai mobil terlaris

pada tahun 2016 dengan angka penjualan hingga menembus 90 ribu unit. Toyota mempunyai merek mobil andalan yang termurah yaitu mobil bermerk Agya seharga Rp 100.350.000 untuk tipe E dengan transmisi manual. Dengan harga tersebut, tentu saja mobil ini menjadi pilihan yang cocok untuk mobil dengan harga yang murah (Wijaya, 2017).

Hubungan kerjasama Perusahaan Multinasional Toyota Motor Corporation dengan perusahaan domestik Indonesia dimulai dengan adanya investasi asing antara Toyota Motor Corporation dengan PT. Astra Internasional. Dari hasil kerjasama tersebut, maka kedua perusahaan ini membangun PT. Toyota Astra Motor yang berperan penting sebagai distributor. Dalam meningkatkan kemampuan produksi dan kualitas produk otomotif, pada tahun 1998 perusahaan ini membangun pabrik dengan menggunakan teknologi yang ada di Indonesia. Pada 15 Juli 2003 PT. Toyota Astra Motor disrestrukturasi menjadi dua perusahaan, yaitu PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia dan PT. Toyota Astra Motor.

PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia adalah salah satu perusahaan otomotif terbesar di Indonesia dengan pemegang saham 95% dikuasai oleh Toyota Motor Corporation dan 5% dimiliki oleh PT. Astra Internasional. PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) merupakan perusahaan manufaktur dan eksportir produk Toyota. Bersama dengan PT Toyota Astra Motor (TAM) sebagai pemegang merek, importir serta distributor produk Toyota di Indonesia, TMMIN berkantor pusat di Jakarta yang tumbuh, beroperasi, dan berkontribusi pada pembangunan Indonesia ke arah yang lebih baik.

Salah satu segmen utama pasar sasaran TMMIN adalah Indonesia dengan pertumbuhan kebutuhan otomotif yang terus berkembang. Dengan teknologi tinggi dan berlandaskan pada konsep *built in quality* yang berarti memproduksi barang dengan tingkat presisi sempurna agar

hasilnya berkualitas tinggi (*zero defect*) dan *Just In Time* yang berarti untuk menjaga kepuasan konsumen, TMMIN selalu menjaga ketepatan waktu selesai produksi dengan tetap mengedepankan kualitas. Selain itu, TMMIN mengambil langkah awal yang kuat dan menyadari sepenuhnya bahwa industri manufaktur tidak terlepas dari keberlanjutan lingkungan, ekonomi, dan sosial. Hal ini tercermin dalam komitmen Toyota Indonesia untuk tumbuh bersama dengan lingkungan dan masyarakat. Untuk mewujudkan komitmen tersebut, Toyota Indonesia senantiasa berusaha untuk menyelaraskan strategi keberlanjutannya dengan semangat “Toyota Berbagi” (Bersama Membangun Indonesia) yang terdiri dari tiga pilar utama yaitu Pengembangan Produk dan Teknologi, Pengembangan Industri, dan Tanggung Jawab Sosial (TMMIN, Company Profile, 2017).

Oleh karena itu PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia menyadari bahwa arti penting dari keberadaannya di Indonesia ialah supaya dapat tumbuh dan berkembang bersama masyarakat serta dengan melakukan peningkatan pengembangan tata kelola pemerintahan yang baik dan meningkatkan kestabilan ekonominya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari paparan latar belakang yang telah saya jelaskan diatas maka rumusan masalahnya ialah **“Bagaimana Peran PT. ToyotaMotor Manufacturing Indonesia dalam Ekonomi Industri di Indonesia pada tahun 2018?”**

C. Kerangka Pemikiran

Untuk memudahkan penulis dalam menjelaskan analisis dari masalah yang benar untuk membuat argumen utama, maka penulis memerlukan kerangka berpikir, dalam hal ini penulis menggunakan:

Konsep Multinational Corporation (MNC)

Untuk membahas Multinational Corporation atau perusahaan multinasional, terdapat banyak definisi yang diajukan para ahli dalam menjelaskan konsep MNC beserta karakteristiknya. Dalam hal ini penulis menggunakan pengertian yang diajukan Joan Spero berikut ini:

“A Multinational Corporation is a firm with foreign subsidiaries that extend the firm’s production and marketing beyond the boundaries of any one country. Multinational Corporations are not simply large corporations that market their products abroad, they are firms that have sent abroad a package of capital, technology, managerial talent, and marketing skills to carry out productions in foreign countries. In many cases, the multinationals production is truly worldwide, with different stages of production carried out in different countries.” (Spero, 1985)

Dalam dinamika dunia yang kompleks seperti saat ini, perusahaan multinasional merupakan sebuah aktor yang unik. MNC memiliki tujuan untuk mencari keuntungan finansial. MNC adalah perusahaan yang melakukan Foreign Direct Investment (FDI) dan membangun perusahaan di berbagai negara ataupun lebih dari satu negara. FDI tersebut terjadi apabila sebuah perusahaan mengeluarkan pendanaan untuk melakukan aktivitas perusahaan yang mendukung dari suatu negara ke negara lainnya sesuai dengan kriteria dari MNC itu sendiri. Oleh sebab itu, jumlah FDI yang diterima oleh suatu negara dapat menjadi suatu indikator baik

buruknya perekonomian dari suatu negara yang kemudian akan berdampak pada reputasi negara tersebut. Selain itu juga terdapat berbagai ciri MNC, yaitu yang beroperasi di berbagai negara, memiliki anak perusahaan atau beberapa cabang, memiliki asset yang besar, melakukan berbagai aktivitas penjualan di negara lain, dan mempekerjakan orang dari banyak negara.

Joan Spero juga mengatakan bahwa pada banyak kasus dalam proses produksi sebuah MNC meningkat, beberapa tahapan produksi di berbagai negara memiliki system yang berbeda-beda pula, seperti tahap marketing yang sering berskala internasional. Barang-barang yang telah diproduksi di suatu negara atau lebih dapat dijual hingga ke seluruh dunia. Pada akhirnya sebuah MNC dapat memiliki cabang atau perwakilan perusahaan di banyak negara. Sebuah hal yang sangat berkaitan dengan MNC ialah Penanaman Modal Asing Langsung (PMA) atau Foreign Direct Investment (FDI). Pengertian FDI seperti yang diajukan oleh Stephen Cohen salah satunya adalah aktivitas finansial yang pada umumnya berupa aliran modal internasional dari negara asal perusahaan ke negara tuan rumah (negara penerima modal) dengan tujuan untuk memperoleh sebagian atau seluruh hak kepemilikan dari sebuah entitas bisnis yang nyata seperti fasilitas produksi bahan baku, pabrik, maupun keseluruhan sistem distribusi. Dalam pengertian ini istilah FDI akan sangat berdampak terhadap keseimbangan neraca pembayaran baik bagi negara asal perusahaan (home country) maupun negara tuan rumah (host country) (Cohen, 2007).

Dalam hal ini, Foreign Direct Investment (FDI) berbeda dari investasi portofolio meskipun keduanya sering dikatakan sebagai sebuah kesamaan. FDI merupakan investasi yang dilakukan perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh hak kepemilikan dan kendali atas perusahaan lain di luar negeri. Setidaknya investor tersebut mempunyai pengaruh besar dalam hal produksi, strategi pemasaran, anggaran, seleksi manajer, dan hal operasional lainnya dari perusahaan yang menerima investasi. Dengan melakukan FDI, perusahaan ataupun investor akan

memberikan sumberdaya produksi yang meliputi skill manajemen dan teknik produksi yang handal, serta teknologi dan sistem pemasaran yang maju. Oleh karena itu, adanya FDI akan meningkatkan lapangan pekerjaan dan nilai ekspor dari host country. Sebaliknya, Investasi portofolio terjadi ketika seseorang atau institusi finansial membeli sejumlah kecil saham perusahaan yang berlokasi di negara lain dengan harapan akan memperoleh keuntungan dari penjualan kembali saham itu di masa yang akan datang. Investor atau penanam modal tidak mempunyai hak untuk mempengaruhi keputusan sebuah manajemen perusahaan dan tidak mempunyai komitmen jangka panjang pada perusahaan tersebut melainkan hanya mengharapkan keuntungan dari naiknya harga saham dan pembagian laba perusahaan (Cohen, 2007).

Jika dilihat dari definisi perusahaan multinasional, maka hal inilah yang menjadi daya tarik setiap negara untuk berusaha menarik perusahaan asing agar melakukan investasi langsung di negerinya. Karena aktivitas investasi yang dilakukannya, maka MNC dipandang dapat memberikan dampak-dampak positif terhadap negara tuan rumah. Perusahaan Multinasional tersebut yang akan membawa teknologi, produk, kapital finansial, dan teknik manajemen canggih ke negara-negara yang tidak memilikinya. Dengan adanya sumberdaya ke negara-negara tuan rumah akan mendorong terciptanya lapangan pekerjaan dan peningkatan keahlian tenaga kerja ketika mereka memanfaatkan teknologi modern yang dibawa oleh perusahaan multinasional tersebut. MNC juga bisa membantu memperbaiki neraca pembayaran suatu negara. Karena dengan mendirikan cabang usaha baru atau membeli perusahaan yang sudah ada di suatu negara maka akan ada aliran kapital masuk ke dalam ekonomi negara tersebut.

Selain efek langsung tersebut MNC juga bisa menimbulkan efek positif tidak langsung berupa pelimpahan atau “spillover effect” ke ekonomi negara tuan rumah. Artinya dengan adanya MNC di suatu negara akan merangsang pertumbuhan usaha-usaha lain yang berkaitan

dalam memasok kebutuhan usaha MNC tersebut (Pribadi, 2013). Asumsinya sebuah MNC melakukan sebuah Penanaman Modal Asing Langsung atau Foreign Direct Investment dengan skala besar pada pasar yang besar seperti Indonesia, misalnya dengan membangun pabrik manufaktur.

Stephen D. Cohen menjelaskan dalam bukunya yang berjudul *Multinational Corporations and Foreign Direct Investment*, MNC akan melakukan FDI pada tempat yang dianggap memiliki pangsa pasar yang menguntungkan bagi perusahaannya. Hal ini sejalan dengan tujuan MNC demikian juga dengan Toyota Motor Corporation. Indonesia dipandang memiliki pangsa pasar yang menggiurkan. Jumlah penduduk cenderung berpotensi menjadi konsumen sekaligus tenaga kerja yang relative murah. Toyota Motor Corporation (TMC) berkantor pusat di Jepang dan membangun basis produksi di Indonesia dengan cara membangun anak perusahaan baru, yaitu PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia. Selain itu dengan cara menggunakan konsep Multinational Corporation (MNC) ini sebuah perusahaan seperti Toyota Motor Corporation dapat menjalankan proses produksi yang berstandar internasional dan memiliki jaringan penjualan yang sangat luas di berbagai negara.

Konsep Ekonomi Internasional

Ekonomi internasional adalah sebagai cabang dari ilmu ekonomi yang mempelajari dan menganalisis mengenai transaksi dan permasalahan ekonomi internasional (Eksport-Import) yang meliputi perdagangan dan keuangan atau moneter serta organisasi ekonomi swasta maupun pemerintah dan kerjasama ekonomi antar negara. Sebagai bagian dari ilmu ekonomi maka ekonomi internasional menghadapi permasalahan pokok yang dihadapi dalam ekonomi internasional sama dengan ilmu ekonomi yaitu masalah kelangkaan produk, dan masalah pilihan

produk, yang diartikan produk adalah barang dan jasa serta ide yang dibutuhkan dan dihasilkan oleh ekonomi.

Masalah kelangkaan dan pilihan produk barang dan jasa muncul karena adanya permintaan dan penawaran akan kebutuhan atau keinginan yang sifatnya tidak terbatas. Permasalahn ekonomi tersebut bersifat internasional karena adanya permintaan dan penawaran yang berasal dari dalam negri maupun dari luar negri. Tujuan dari ekonomi internasional yaitu sebagai usaha untuk mencapai taraf kemakmuran setinggi - tingginya untuk umat manusia. Tujuan itu diharapkan dapat tercapai dengan cara melakukan kegiatan - kegiatan perdagangan, pengangkutan, investasi, perkreditan, diplosiasi, perasuransian, dan lain sebagainya.

Adanya perdagangan antar dua atau lebih negara, tentunya berpengaruh terhadap perekonomian internasional dan negara-negara yang terlibat secara langsung. Hal ini terlihat dari keseimbangan ekonomi yang menjadi dinamis sebagai pengaruh bias keluar masuknya jaringan internasional dalam domestik negara. Dapat berdampak baik apabila persaingan di pasar internasional mampu membawa negara tersebut berpartisipasi sebagai pelaku yang tangguh dalam perdagangan internasional dengan menyediakan kebutuhan yang mampu bersaing dalam segala aspek. Namun sebaliknya, jika hanya membawa negara yang terlibat menjadi bersifat konsumtif tanpa diiringi peningkatan perekonomian dan pendapatan per kapita masyarakat Negara tersebut, cepat atau lambat akan terjadi keruntuhan ekonomi yang dimulai dari jatuhnya nilai mata uang Negara tersebut (Salvatore, 2007).

Jika pada dasarnya, suatu negara seperti Indonesia mampu memproduksi dan menyediakan kebutuhan yang memang dibutuhkan dan secara tetap bersaing dalam perdagangan internasional, maka dapat terlihat dalam keseimbangan supply & demand di indonesia. Jika

permintaan akan kebutuhan yang kita produksi semakin tinggi maka titik keseimbangan supply dan demand akan semakin bergeser ke tingkat yang lebih tinggi dan kemampuan aspek produksi akan meningkat seiring berjalannya perubahan tingkat permintaan akan kebutuhan tersebut. Begitu juga sebaliknya, apabila permintaan akan kebutuhan yang kita produksi semakin rendah, maka titik keseimbangan akan semakin bergeser ke tingkat yang rendah dan berpengaruh buruk pada aspek supply & demand negara. Kualitas, tingkat produksi, dan segala aspek dalam penyediaan kebutuhan tersebut menentukan akan dibawa ke dalam keadaan seperti apa supply & demand suatu negara.

Aspek internasional khususnya dalam kemampuan persaingan perdagangan internasional akan berpengaruh ke dalam supply & demand. Hal ini juga tentunya berdampak pada tingkat pendapatan nasional dimana kesuksesan dalam perdagangan internasional akan memberikan pengaruh terhadap pendapatan nasional baik itu buruk maupun baik. Peningkatan pendapatan nasional akan membantu pembangunan dan kemajuan negara dan taraf hidup masyarakat. Pendapatan per kapita pun meningkat dan kesejahteraan bukan lagi hal yang sulit dirasakan. Juga sebaliknya, penurunan tingkat pendapatan nasional akan membawa negara menjadi ketergantungan terhadap negara lain dan akan melemahkan perekonomian suatu negara.

Suatu perusahaan memegang peranan penting sebagai pelaku dalam perdagangan internasional. Hal ini tentunya membawa pengaruh terhadap perusahaan itu sendiri dikarenakan kualitas dan kuantitas kebutuhan yang diperdagangkan di pasar internasional tergantung pada perusahaan itu sendiri. Tingkat produksi, kualitas & kuantitas sumber daya, kemampuan bersaing, dan keadaan perekonomian serta segala aspek yang telah kita bahas di atas bisa menentukan semua hal yang berpengaruh pada aspek mikro perusahaan (Salvatore, 2007).

Perdagangan internasional juga bisa membawa suatu perusahaan yang berada di dalam suatu negara menjadi perusahaan multinasional yang memiliki jaringan perdagangan yang lebih luas karena adanya akses ke pasar luar negeri tempat dimana perusahaan itu berada. Adanya campur tangan pemerintah dan segala bentuk kebijakan perdagangan yang datang dari dalam atau luar negeri juga mampu membuka bahkan menutup kemampuan perusahaan dalam berperan serta di perdagangan internasional.

Ekonomi internasional adalah ilmu ekonomi yang membahas akibat saling ketergantungan antara negara-negara di dunia, baik dari segi perdagangan internasional maupun dari pasar kredit internasional. Misalnya, sumber energi Amerika Serikat yang bergantung pada produsen luar negeri dan Jepang mengimpor hampir setengah dari makanan yang di konsumsi oleh penduduknya. Sebaliknya, negara-negara berkembang sangat membutuhkan teknologi yang dikembangkan dan dihasilkan oleh negara-negara industri.

Dalam jangka panjang, pola perdagangan internasional ditentukan oleh prinsip-prinsip keunggulan komparatif, hal ini sejalan dengan negara Indonesia yang memiliki pengaruh perdagangan internasional terhadap perekonomian dalam negeri. Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang sangat memperhatikan kesejahteraan masyarakat maka, dari pada itu perdagangan internasional di bidang ekspor impor sangat berpengaruh dalam perekonomian. Pajak atau bea cukai dalam melakukan kegiatan transaksi ekspor impor juga cukup besar dibandingkan pendapatan negara lainnya, hal tersebut dapat menunjang kesejahteraan dalam negeri.

D. Hipotesa

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah serta kerangka teoritik yang dipakai penulis diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

“Peran PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia terhadap ekonomi industri Indonesia adalah dapat membuka lapangan kerja baru dan memperkuat daya saing internasional untuk ekspor.”

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan proposal skripsi ini adalah sebagai tindak lanjut dari rumusan masalah diatas. Penelitian dan penulisan skripsi ini juga bertujuan untuk mengetahui peran PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia dalam Ekonomi Industri di Indonesia pada tahun 2018.

F. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode penelitian kualitatif, dimana penelitian kualitatif merupakan sebuah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Landasan teori digunakan sebagai suatu pemandu agar fokus penelitian ini sesuai dengan fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena di studi Hubungan Internasional, agar dapat memberikan suatu manfaat atau suatu gambaran yang jelas dalam melihat suatu fenomena yang terjadi di berbagai negara. Disamping itu, agar mendapat data-data yang dibutuhkan, penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yang bersifat sekunder. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini menggunakan sumber yang sifatnya kepustakaan (*library research*) yang berbentuk data tertulis dan data digital. Sumber data tertulis

antara lainialah litarature, jurnal, dan surat kabar, sedangkan sumber data digital antar lain jurnal online, berita dan artikel yang valid.

G. Jangkauan Penelitian

Agar pembahasannya dalam penulisan tidak meluas, penulis akan membatasi pembahasan penulisan sesuai dengan tema dan permasalahan yang ada mengenai peran PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia dalam ekonomi industri di Indonesia, maka penulis menetapkan jangkauan penelitian yaitu pada tahun 2018. Dimana pada saat itu Indonesia mengalami perkembangan dalam Ekonomi Industri.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan, penelitian ini disusun dengan menggunakan sistematika sebagai berikut:

BAB I. Bab ini merupakan bab yang menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, kerangka pemikiran, hipotesa, metode penelitian, jangkauan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. Dalam bab ini penulis menguraikan mengenai PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia sebagai perusahaan yang dibangun dari investasi asing antara Toyota Motor Corporation dengan perusahaan Indonesia yang memiliki pengaruh bagi perekonomian industri di Indonesia

BAB III. Bab ini menjelaskan mengenai dinamika perkembangan ekonomi dalam sektor Industri otomotif Indonesia.

BAB IV. Dalam bab ini penulis menjawab pertanyaan penelitian mengenai kontribusi PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia dalam ekonomi Industri di Indonesia dan menguraikan hipotesis.

BAB V. Dalam bagian terakhir dari penulisan, penulis akan menguraikan kesimpulan dari diskusi di bab sebelumnya disertai dengan saran yang mungkin bermanfaat.