

BAB II

BRITISH PETROLEUM SEBAGAI MULTINATIONAL CORPORATIONS (MNCs)

Perusahaan multinasional (*multinational corporation*) dewasa ini memainkan peran penting dalam tata perekonomian global. Perubahan dalam perekonomian global ditandai dengan adanya globalisasi ekonomi. Melihat terjadinya perubahan tata perekonomian global, MNCs (perusahaan multinasional) sering disebut sebagai agen globalisasi. Tidak dapat dipungkiri, terjadinya perpindahan barang dan jasa secara internasional melibatkan banyak peran dari MNCs.

Menurut Mohtar Mas'ood, perusahaan multinasional adalah organisasi ekonomi yang melibatkan diri dalam kegiatan produktif di dua atau lebih negara. Umumnya markas besar perusahaan multinasional berada di negara asal dan memperluas usaha keluar negeri dengan membangun atau membeli fasilitas usaha keluar negeri atau membuka cabang di negara lain (negara "tuan rumah"). Perluasan usaha semacam ini disebut penanaman modal (PMA langsung) karena kegiatan ini berujud keterlibatan dalam kegiatan produktif di luar negeri.¹ Namun, MNCs tidak selalu berasal dari negara maju. The United Nation Center for Transnational Corporations (UNCTC) memperkirakan bahwa negara-negara ekonomi maju bukan hanya asal (sumber) dari 95% arus PMA-Langsung akhir-akhir ini, tetapi juga "tuan rumah" (penerima) lebih dari 80% PMA itu. Bahkan,

¹ Mohtar Mas'ood, *Perusahaan Multinasional dalam Ekonomi Politik Internasional*, diktat kuliah tidak diterbitkan, Yogyakarta, FISIPOL HI UGM, 1997, hal. 5

pada tahun 1985, lima negara kaya (AS, Inggris, Jepang, Jerman, dan Perancis) merupakan negara asal kelahiran dan hampir 70% perusahaan multinasional dan sekaligus menjadi negara tuan rumah dari 75% dari PMA-Langsung.²

Table 1. Beberapa Nama MNCs di Amerika Serikat

No.	Nama MNCs	No.	Nama MNCs
1.	AT&T	16.	Honda
2.	Google	17.	Hyundai
3.	IBM	18.	Toyota
4.	Microsoft	19.	Nissan
5.	Yahoo!	20.	Opel
6.	Apple Computer	21.	Mercedez Benz
7.	Dell	22.	BMW
8.	LG Electronic	23.	Fiat
9.	Nokia	24.	British Petroleum
10.	Sony	25.	Shell
11.	Toshiba	26.	Exxon
12.	Adidas	27.	Chevron Corporation
13.	Nike, Inc.	28.	Petrobras
14.	Puma	29.	Wal-Mart Stores, Inc.
15.	General Electric	30.	Philips

Mohtar Mas'ued juga menuliskan dalam diktat perkuliahan "Perusahaan Multinasional dalam Ekonomi Politik Internasional" terdapat sekitar 37.000 perusahaan multinasional dengan sekitar 170.000 cabang diseluruh dunia.³

A. Karakteristik MNCs

Michael J. Cargough menyebutkan sedikitnya ada 3 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 penelitian dan pengembangan (*research and development*) 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.⁴

Pendapat yang sama juga diutarakan oleh Thomas Oatley. Oatley menambahkan bahwa karakteristik dari MNCs lainnya adalah adanya *managerial control* lintas batas negara yang memberikan wewenang kepada MNCs tadi untuk mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang disesuaikan

³ Mohtar Mas'ued. Ibid

⁴ Aknolt Kristian Pakpahan. "Multinational Corporation Dalam Perekonomian Global" September, 2005," Jurnal ilmiah Hubungan Internasional Vol.1 No.3 (2005): 235.

dengan kondisi ekonomi negara tujuan atau negara tempat beroperasinya MNCs tersebut.⁵

Spero dan Hart juga menambahkan karakteristik MNCs yaitu biasanya MNCs memberikan *share* kepemilikan fasilitas produksinya (di negara lain) sebagai kepemilikan tunggal juga ada yang dikenal sebagai *joint venture* dengan perusahaan swasta maupun publik.⁶

B. Motif MNCs di Luar Negeri

Ada beberapa motif mengapa MNCs melakukan ekspansi melintas batas-batas negara dan juga melakukan investasi ke daerah baru. Pertama, faktor permintaan. Permintaan biasanya didasarkan pada adanya tekanan kepada MNCs untuk mendapatkan keuntungan. 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.⁷ Tekanan untuk menghasilkan keuntungan membuat MNCs harus mencari daerah-daerah baru yang dianggap memberikan sumber-sumber produksi baru. MNCs yang bergerak dibidang pertambangan dan eksplorasi minyak bumi misalnya. British Petroleum sebagai MNCs yang bergerak dalam bidang pertambangan mengharuskannya untuk selalu memproduksi minyak bumi sehingga BP memiliki kilang-kilang minyak di lebih dari 80 negara di seluruh dunia. Kedua, faktor biaya. Faktor biaya adalah mengenai bagaimana

⁵ Aknolt Kristian Pakpahan. Ibid.

⁶ Aknolt Kristian Pakpahan. Ibid.

⁷ Aknolt Kristian Pakpahan. Ibid.

MNCs tersebut dapat 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. Bisnis untuk mengejar keuntungan, ini berarti mendapatkan uang sebanyak-banyaknya adalah prioritas utama dari perusahaan multinasional.⁸

Alasan lain adanya ekspansi bisnis ke luar negeri dapat dijelaskan dari kasus perusahaan otomotif Jepang. Ada sekitar delapan perusahaan otomotif Jepang yang memiliki fasilitas produksi sekaligus melakukan *joint venture* dengan Amerika Serikat. Perusahaan tersebut adalah Honda of America Inc.; Nissan Motor Manufacturing Corp.; New United Motor Manufacturing Inc.; (Toyota/General Motor) Mazda Motor Manufacturing USA Inc.; Diamond-Star Motor Corp (Mitsubishi/Chrysler); Toyota Motor Manufacturing USA Inc.; dan Ford Motor Co. (Nissan/Ford).⁹

Dengan dibukanya fasilitas produksi perusahaan otomotif Jepang di Amerika Serikat, perusahaan otomotif tersebut dapat menghemat biaya produksi. Keuntungan lain dari dibukanya perusahaan otomotif Jepang di Amerika Serikat antara lain menghindari kebijakan pembatasan ekspor secara sukarela oleh pemerintah Jepang dan juga ancaman hambatan perdagangan oleh Amerika Serikat. Juga dapat memperluas akses pasar atas produk-produk buatan Jepang lainnya dan menjamin tidak terjadinya fluktuasi nilai

⁸ Joseph E Stiglitz, *Making Globalization Work*, New York, Norton, 2007, hal. 188

⁹ Aknolt Kristian Pakpahan, Op. Cit. hal. 237.

tukar Yen Jepang terhadap dollar Amerika Serikat yang dikhawatirkan membuat daya saing produk Jepang menjadi lemah.

Dengan masuknya Toyota yang menggantikan fasilitas produksi General Motor di California ternyata mampu meningkatkan produktivitas perusahaan tersebut sampai 50%. Toyota yang merupakan produsen mobil terbesar dunia ini memiliki 3 pabrik Toyota di Amerika. Dari tiga pabrik tersebut dapat menyerap pekerja sampai sebanyak 28.000 pegawai.¹⁰

Namun, Toyota tidak selamanya akan terus mendapatkan keuntungan. Keuntungan Toyota pada triwulan terakhir tahun 2010 mengalami penurunan yang drastis, yaitu mencapai 39 persen. Selama periode Oktober-Desember 2010, keuntungan bersih Toyota tercatat 93,6 miliar yen (atau sekitar 1,1 miliar dolar AS). Sedangkan periode yang sama pada tahun sebelumnya, Toyota mendapat keuntungan 153,2 milyar Yen. Hal ini bisa terjadi karena penjualan Toyota di negeri asalnya (Jepang) melemah dan karena kurs mata uang Yen yang menguat.¹¹

Selain itu pada awal tahun 2010, Toyota di Amerika Serikat harus bermasalah dengan penjualan mobil mereka. Mobil yang mereka produksi mengalami masalah pada pedal gasnya sehingga mobil melesat tidak terkendali. Oleh karena itu, Toyota Amerika Serikat harus menarik 2,3 juta

¹⁰ "Pedal Gas di Amerika Aman", diakses pada 8 Maret 2011 melalui <http://indonews.org/pedal-gas-toyota-di-amerika-aman-2/>.

¹¹ "Keuntungan Toyota Anjlok Drastis", diakses pada 8 Maret 2011 melalui <http://jabar.tribunnews.com/read/artikel/41232>.

unit mobil.¹² Jepang yang merupakan *home country* dari Toyota harus menghentikan penjualan delapan modelnya ke Amerika Serikat.

Setelah Toyota Motor Corp. (TMC) mengirim komponen untuk memperbaiki pedal gas yang bermasalah, *dealer* Toyota di Amerika Serikat mulai melakukan perbaikan terhadap mobil yang bermasalah dan *dealer* pun telah dapat menjual kembali mobil yang sebelumnya dilarang untuk dipasarkan apabila mobil tersebut telah diperbaiki.¹³

Sebuah korporasi multinasional di negara tujuan tentunya harus selalu berhubungan dengan korporasi negara asal. Dalam kasus Toyota di Amerika Serikat ini contohnya. Masalah yang terjadi di negara asal korporasi juga dapat memberikan dampak terhadap korporasi yang ada di negara tujuan begitupun sebaliknya.

C. Keuntungan MNCs

Kehadiran MNCs saat ini sudah menjadi hubungan saling ketergantungan antara negara dengan MNCs. Balaam dan Vesseth mengemukakan sedikitnya ada 3 alasan saling ketergantungan antara negara dengan MNCs. Pertama hadirnya MNCs akan membuka lapangan pekerjaan baru dan mengurangi angka pengangguran. Transfer teknologi dan sistem manajemen baru akan diperkenalkan kepada negara tujuan dan hasilnya

¹² "Toyota hentikan Sementara Penjualan Produk di Amerika Serikat", diakses pada 8 Maret 2011. melalui http://www.tempointeraktif.com/hg/modifikasi/2010/01/27/brk.20100127-221672_id.html

¹³ "Komponen Dikirim, Bengkel Toyoya di Amerika Serikat Lakukan Perbaikan", diakses pada 8 Maret 2011 melalui <http://otomotif.kompas.com/read/2010/02/08/1028556/Komponen.Dikirim..Bengkel.Toyota.di.Am>

adalah peningkatan keterampilan dan teknologi dari para tenaga kerja. Kedua, MNCs di sebuah negara dianggap mampu menambah pundi-pundi penghasilan negara dengan adanya pajak insentif yang harus dibayar oleh MNCs tersebut. Ketiga, hadirnya MNCs di negara tujuan mampu meningkatkan industri lokal, terutama mereka yang memasok industri mentah ke MNCs tersebut.¹⁴

Perusahaan Multinasional tidak berarti tanpa keuntungan, baik untuk pemerintah, ekonomi, kebanyakan orang maupun untuk perusahaan multinasional itu sendiri. Cole (1996) menyatakan bahwa ukuran dari MNCs sangat besar, banyak dari mereka memiliki total penjualan melebihi GNP dari banyak negara di dunia. Cole juga menjelaskan data statistik Bank Dunia menunjukkan bahwa perbandingan antara total penjualan MNCs melebihi GNP nasional suatu negara. Sebagai contoh perusahaan minyak seperti Exxonmobil dan Shell yang besar dalam sektor ekonomi memiliki total penjualan lebih besar dari GDP Yunani, Bulgaria, dan Mesir. Pada tahun 2004, penghasilan General Motor adalah 191,4 milyar dollar AS atau lebih besar dari GDP 148 negara. Pada akhir tahun pembukuan 2005, penghasilan Wal-Mart adalah 285,2 milyar dollar AS lebih besar bila dibandingkan dengan GDP negara Sub-Sahara Afrika bila digabungkan.¹⁵

¹⁴ "Korporasi Multinasional (MNC) dan Pembangunan: Sebuah Kontradiksi?" diakses pada 16 Maret 2011 melalui <http://frenndw.wordpress.com/2010/06/26/korporasi-multinasional-mnc-dan->

Tabel 2. Perbandingan Penjualan MNC-MNC dengan GDP beberapa NSB

Perusahaan	Asal	Industri	Penjualan (milyar \$)	GNP (milyar \$)	Negara
Exxon	USA	Minyak	73,6	83,2	Korea Selatan
Royal Dutch/Shell	Belanda/Inggris	Minyak	72,6	80,6	Indonesia
General Motors	USA	Mobil	64,4	76,2	Argentina
British Petroleum	Inggris	Minyak	44,1	73,5	Nigeria
Mobil Oil	USA	Minyak	43,0	50,7	Aljazair
Ford	USA	Mobil	40,2	47,5	Venezuela
Texaco	USA	Minyak	36,3	47,5	Turki
IBM	USA	Alat Kantor	35,2	42,0	Thailand
du Pont	USA	Kimia dan Energi	27,6	34,4	Colombia
General Electrics	USA	Elektronika	21,4	32,8	Filipina
Chevron	USA	Minyak	21,4	30,6	Hongkong
Amoco Atlantic	USA	Minyak	20,7	30,6	Libya
Richfield	USA	Minyak	18,9	30,1	Mesir
Toyota	Jepang	Mobil	18,2	29,3	Malaysia
EN I	Italia	Kimia dan Energi	17,9	27,7	Pakistan
Unilever	Belanda/Inggris	Makanan	16,2	19,8	Chili
Chrysler	USA	Mobil	15,0	18,8	Peru
Elf	Perancis	Minyak	14,7	18,2	Singapura
BAT Industry	Inggris	Tembakau	14,7	15,9	Suriah
Hitachi	Jepang	Elektronika	13,4	13,3	Maroko

Catatan : 6 LDC (Cina Brazil, Meksiko, Iran , India, dan Saudi Arabia) mempunyai GDP di atas \$100 milyar pada tahun 1984

Perusahaan multinasional besar lainnya seperti General Motor, British Petroleum, Ford, dan International Business Machine (IBM) memiliki keuntungan antara lain: selalu ada investasi modal yang besar dalam aktivitas ekonomi, negara tujuan menyukai berbagai macam produk yang mereka buat, pelayanan dan fasilitas dari MNCs banyak disukai oleh masyarakat dimana MNCs tersebut beresak, ada banyak pekerjaan yang terbuka untuk penduduk setempat, pekerja yang memiliki keterampilan dapat dipekerjakan secara efektif dan efisien, adanya peningkatan teknologi, permintaan untuk pelatihan dan peningkatan pendidikan seseorang menjadi penting, standar hidup meningkat, kedekatan antara negara dalam perdagangan, keseimbangan pembayaran negara dalam perdagangan meningkat.¹⁶

Davies (1989) mengatakan keuntungan yang diperoleh MNCs antara lain adanya suntikan dana kedalam ekonomi lokal, pemanfaatan yang baik dari sumberdaya alam suatu negara, membantu menguatkan persaingan domestik, sumber yang baik dari ahli-ahli teknologi, ekspansi pasar di negara tujuan.¹⁷

Arus globalisasi ekonomi di Amerika Serikat sudah terjadi sejak lama. Pada tahun 1960-an, Amerika Serikat menanamkan sejumlah besar dana investasi ke Kanada dan sejumlah wilayah di kawasan Eropa Barat. Di

¹⁶ "Benefits and Challenges of Multinational Companies (MNCs)", diakses pada 8 Maret 2011 melalui <http://ezinearticles.com/?Benefits-and-Challenges-of-Multinational-Companies->

sisi lain, pada tahun 1980 sampai 1990-an, terjadi arus migrasi modal asing dari Jepang ke Amerika Serikat. Tenaga kerja dan modal dari Eropa (bersama dengan tenaga kerja dari Afrika dan Asia) membanjiri Amerika Serikat dan mendorong proses pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut.¹⁸

Banyak aliran investasi dari Jepang, Jerman, dan banyak negara Eropa kaya lain mengarah ke AS, yang pada pertengahan 1980-an menjadi sasaran paling populer di kalangan perusahaan multinasional; negara itu menerima 40% sampai 50% dari total PMA-Langsung di dunia. Pada awal 1970-an, hanya 7,2% dari aliran PMA ke AS.¹⁹ Meningkatnya aktivitas dari perusahaan multinasional ini dikarenakan pada awalnya, orang-orang Eropa khawatir bahwa AS akan mendominasi Eropa dengan serbuan perusahaan multinasional AS ke negara Eropa. Tetapi pada 1990-an, keadaan berbalik dan orang-orang Amerikalah yang sekarang takut akan invasi Jepang ke AS.²⁰ Sebagai contoh lembaga terkenal AS Columbia Pictures yang dibeli oleh Jepang, dan permainan eksklusif AS seperti baseball dimasuki oleh modal asing, serta Nintendo, produsen video game asal Jepang, membeli mayoritas saham tim Mariners dari Seattle, Washington. MNCs di Amerika Serikat tersebar di seluruh negara bagian di antaranya Washington (Microsoft), California (AMD, Apple, dan HP), New York (IBM), Texas (Dell), Illinois

D. Tanggung Jawab MNCs terhadap Lingkungan

Dalam perkembangannya, perusahaan multinasional di Amerika Serikat terus mendapatkan tekanan dari pemerintah dan masyarakat untuk menerapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau “Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”.²¹ Pemerintah dan masyarakat mendesak perusahaan multinasional agar memperhatikan terbentuknya keseimbangan antara orientasi bisnis mereka dengan kepedulian atas kondisi sosial dan lingkungan. Tanggung jawab sosial yang diinginkan oleh pemerintah dan masyarakat Amerika Serikat tersebut, tidak lepas dari keberadaan perusahaan-perusahaan multinasional yang tidak akan pernah dapat melepaskan diri dari lingkungan sekitarnya, baik lingkungan sosial masyarakat lokal maupun lingkungan alamnya. Dengan rusaknya kehidupan sosial masyarakat dan lingkungan tersebut, dapat dipastikan akan mengganggu bahkan menghentikan proses produksi perusahaan, dan pada akhirnya akan mengurangi nilai keuntungan bagi para pemegang saham perusahaan itu sendiri.

CSR dapat diartikan sebagai “Pengambilan keputusan bisnis yang dikaitkan secara langsung dengan nilai-nilai etis, kepatuhan terhadap hukum dan peraturan perundang-undangan, serta penghargaan atas keberadaan dan peranan tenaga kerja, masyarakat, dan lingkungan”. Selain itu, Holmes dan Watts mengartikan CSR sebagai suatu “Komitmen perusahaan yang

²¹ “Tanggung Jawab Perusahaan dalam Mewujudkan Kesejahteraan Ekonomi Rakyat” diakses pada 16 Maret 2011 melalui http://www.arthagrahapeduli.org/index.php?option=com_content&view=article&id=669%3Atanggung-jawab-sosial-perusahaan&catid=40%3Aumum&Itemid=54&lang=in.

berkelanjutan untuk selalu bertindak etis dan memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup para karyawan dan keluarganya, komunitas lokal maupun masyarakat luas”.²²

Dari dua definisi diatas, pada dasarnya tujuan utama suatu perusahaan yang selama ini diyakini dapat meningkatkan nilai keuntungan pemegang saham tidak lagi sepenuhnya dapat dibenarkan. Sebab tujuan utama tersebut dapat berakibat pada pengabaian eksistensi para pemegang kepentingan (*stakeholders*) lain terutama karyawan, masyarakat lokal, dan lingkungan dimana perusahaan multinasional tersebut beroperasi.

Kegagalan perusahaan untuk menjalankan tanggung jawab sosialnya dapat pula diartikan sebagai kegagalan dalam mencapai keuntungan ekonomi perusahaan yang maksimal bagi pemegang saham, negara, dan masyarakat luas. Manfaat ekonomi dari keberadaan suatu perusahaan hanya akan berlangsung sesaat dan dirasakan secara sempit hanya oleh pemegang saham, sementara akibat negatif dari keberadaan perusahaan terhadap alam, lingkungan, masyarakat dan negara akan berlangsung sangat lama dan luas.

Kasus yang dialami oleh British Petroleum dapat dijadikan sebagai contoh bagaimana sebuah perusahaan multinasional tidak menerapkan CSR. BP menerapkan standar minimal untuk melakukan penambangan di kilang minyak Deepwater Horizon (lihat Lampiran 5.). Kurangnya disiplin manajemen dan keahlian dari para pekerja, serta pembagian kerja yang tidak jelas menjadi penyebab awal terjadinya kebocoran di Teluk Meksiko.

Kebocoran tersebut telah menyebabkan rusaknya lingkungan alam sekitar teluk dan menyebabkan kerugian yang besar tidak hanya bagi masyarakat sekitar tetapi juga bagi masyarakat luas dan BP itu sendiri.

Perusahaan multinasional saat ini sesungguhnya merupakan suatu kebutuhan bukan hanya bagi masyarakat tetapi juga bagi pemerintah itu sendiri. Perusahaan multinasional sudah menjadi bagian hidup masyarakat di setiap negara. Pemerintah pun merasakan manfaat dari hadirnya MNCs di negaranya. Dengan adanya perusahaan multinasional di negara tamu, maka produk dari perusahaan multinasional tersebut dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat dimana perusahaan multinasional tersebut berada. Dari mulai kebutuhan pokok (primer) sampai kebutuhan tersier semuanya telah disediakan oleh perusahaan multinasional dan masyarakat hanya tinggal memilih mana yang mereka suka. Dengan begitu, keberadaan perusahaan multinasional dapat memberikan manfaat bagi hajat hidup orang banyak. Namun, perusahaan multinasional juga tidak boleh melupakan tanggung jawabnya terhadap lingkungan sosial dimana MNCs itu