



Analisis Pengaruh *Host Country* terhadap Perusahaan Multinasional: Skandal “Dieselgate” Volkswagen Group di Amerika Serikat

Yoga Alghazi Ahmad

Departemen Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro

Jalan Prof. H. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang, Kode Pos 1269

Website: <http://www.fisip.undip.ac.id> Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

Bargaining position is an important part in the dynamics of relations between actors in international relations. Bargaining position can be regarded as a connecting bridge for a party to show leverage and to reach the intended outcome or interest. In the case of the “*dieselgate*” scandal in the United States, it appears the nuances of the more dominant leverage of the United States as Host Country against the Volkswagen Group as a multinational corporation (MNC) in settling the case. The United States is a home and host for several multinational corporations (MNCs) that are engaged in the automotive industry. The big names like General Motors and Ford became representations of the power of the automotive industry in the United States. The position of the United States as a country with mature political and economic conditions, is a distinct advantage for the United States. Coupled with the conditions as mentioned, it certainly creates a special attraction for several Multinational Corporations (MNCs) in this industry to develop their business activities in the United States, not least for the Volkswagen Group.

Keywords: host country, MNC, United States, Volkswagen Group, bargaining position, *dieselgate*, automotive industry

Pendahuluan

Industri otomotif dunia mendapatkan kejutan besar dengan munculnya sebuah skandal yang menimpa salah satu perusahaan multinasional (MNC) otomotif terbesar di dunia yaitu Volkswagen Group. Skandal yang dilabeli dengan sebutan “Dieselgate” ini muncul bermula dari temuan Environmental Protection Agency (EPA) yaitu Badan Perlindungan Lingkungan milik pemerintah Amerika Serikat, terkait dengan tindakan manipulatif yang dilakukan oleh Volkswagen Group pada bulan September 2015. Perusahaan produsen mobil asal Jerman tersebut, diketahui menggunakan sebuah perangkat lunak atau dikenal dengan sebutan “defeat device” pada mesin mobil produksinya khususnya yang berjenis diesel (Hotten, 2015).

Dalam kasus ini Volkswagen Group dianggap melanggar beberapa regulasi atau aturan yang berlaku di Amerika Serikat yaitu seperti; Pasal 203 (a)(3)(b) dalam Undang-undang Clean Air Act (CAA), 42 U.S.C. 7522 (a)(3)(b), terkait dengan pemasangan alat atau apapun yang dapat melanggar standar pengujian emisi EPA, kemudian Pasal 203 (a)(1) yang melarang penjualan kendaraan bermotor atau mesin yang tidak tercakup oleh sertifikat kesesuaian yang sah, ditambah Volkswagen Group juga melanggar Code of Federal Regulations, yaitu 40 CFR Bagian 86, Pasal 86.1803-01 dan Pasal 86.1809-12 menetapkan pelarangan terhadap perangkat kekalahan (*defeat device*). Tidak berhenti sampai disitu, dalam penanganan kasus tersebut EPA memiliki wewenang berdasarkan Pasal 207 (c)(1) dan Pasal 203 (a)(4)(B) dalam CAA terkait dengan kewajiban produsen untuk melakukan penarikan kembali (*recall*) jika EPA menentukan bahwa terdapat

kendaraan yang tidak sesuai dengan peraturan. Ditambah lagi dengan aturan 40 CFR Bagian 85 (40 CFR 85.1801-85.1808) berkenaan dengan persyaratan penarikan untuk kendaraan ringan (EPA.gov, 2016).

Pada medio 2016, Pemerintah Federal Amerika Serikat, Negara Bagian California, dan Komisi Perdagangan Federal AS (FTC), menuntut perusahaan mobil asal Jerman Volkswagen Group dan entitas terkait untuk bertanggung jawab atas kasus tersebut, dan menyepakati untuk membayar sejumlah dana yang mencapai nilai US\$ 14,7 miliar atau sekitar Rp 200 triliun. Dana tersebut digunakan untuk menyelesaikan kasus tindakan manipulatif dalam uji emisi yang dianggap telah menipu pelanggan di Amerika Serikat. Pihak VW Group menawarkan konsumen di Amerika Serikat untuk membeli kembali (buyback) unit mereka, dan penghentian sewa pada kurang lebih 500 ribu unit yang telah terjual pada periode tahun 2009-2015 untuk kendaraan berjenis diesel dengan kapasitas mesin 2.0 liter atau sekitar 2000cc. VW Group juga mengeluarkan dana hingga US\$ 10,03 miliar atau setara dengan kurang lebih Rp 140 triliun, yang nantinya digunakan untuk mengkompensasi konsumen di Amerika Serikat. Selain itu, VW juga menghabiskan US\$ 4,7 miliar untuk program pengurangan polusi dari mobil-mobil produksinya dan berinvestasi pada pengembangan teknologi kendaraan ramah lingkungan (EPA.gov, 2016).

Tidak seperti di kawasan lainnya di mana Volkswagen Group enggan untuk membayar denda atau kompensasi yang diminta oleh pihak-pihak yang dirugikan seperti misalnya di wilayah Eropa dan Australia, sedangkan misalnya saja di Eropa juga terdapat aturan atau landasan hukum dari Uni Eropa yang sesuai dengan penanganan kasus tersebut yaitu seperti; Pasal 13 Peraturan Komisi Eropa (EC) 715/2007, terkait dengan pengujian emisi dan pelarangan penggunaan defeat device. Ditambah dengan Pasal 46 dari Directive 2007/46 terkait dengan perlindungan konsumen. Pihak Volkswagen beralih bahwa pembayaran denda dan pemberian kompensasi bukanlah hal yang harus dipenuhi karena adanya perbedaan situasi, yang mana akan berbeda pula solusi dalam penanganannya (Schmitt, 2016). Di Amerika Serikat Volkswagen Group justru menunjukkan sikap yang berbeda dengan bersedia memenuhi permintaan otoritas Amerika Serikat dalam penyelesaian kasus tersebut. Tidak berhenti sampai disitu, pada tahun 2017 otoritas Amerika Serikat meminta Volkswagen untuk membeli kembali (buyback) dengan biaya sekitar US\$ 3 juta. Jika ditotal secara keseluruhan, dana yang dikeluarkan oleh Volkswagen Group di Amerika Serikat untuk menyelesaikan kasus “Dieselgate” ini diperkirakan mencapai angka kurang lebih US\$ 30 miliar. (Riley, 2017).

Berdasarkan dari penjelasan diatas, hal yang menjadi sorotan dalam penelitian ini adalah terkait dengan kemampuan Amerika Serikat dalam mendorong bahkan menekan kesediaan Volkswagen Group untuk menerima sanksi atau bertanggung jawab terhadap Amerika Serikat khususnya dalam hal pembayaran pinalti/denda dan pemberian kompensasi terhadap konsumen di Amerika Serikat. Penelitian ini mengacu pada teori *obsolescing bargain* Raymond Vernon (1971), Maka dalam tulisan ini dibahas mengenai “Analisis Pengaruh Host Country terhadap Perusahaan Multinasional (MNC) dalam Kasus Skandal “Dieselgate” Volkswagen Group di Amerika Serikat”. Dengan demikian, penelitian ini, akan berupaya mengkaji dan menganalisis adanya pengaruh yang dilakukan dan dimiliki oleh Amerika Serikat dalam menangani dan menyelesaikan kasus “dieselgate” tersebut.

Pembahasan

Permasalahan yang diangkat oleh penulis dalam penelitian ini adalah mempertanyakan kesediaan Volkswagen Group dalam hal menerima sanksi dan memberikan pertanggungjawaban berupa pembayaran denda atau kompensasi dalam penyelesaian kasus “Dieselgate” di Amerika Serikat. Untuk menganalisis dan menjawab permasalahan tersebut, penulis menggunakan teori *Obsolescing Bargain*. Latar belakang

penulis menggunakan teori *obsolescing bargain* ini adalah karena teori ini dapat menjelaskan fenomena maupun menganalisis suatu permasalahan yang berkaitan dengan segala bentuk dinamika yang terjadi antara negara, dalam hal ini *Host Country* yaitu Amerika Serikat dan MNC yang mana dalam hal ini adalah Volkswagen Group.

Di dalam teori tersebut, dijelaskan bahwa untuk mencapai suatu kepentingan yang diinginkan entah itu saling menguntungkan kedua pihak atau hanya menguntungkan satu pihak saja. Diperlukan upaya untuk mengerahkan dan mengolah seluruh variabel-variabel pendukung yang dimiliki seperti tujuan (*goals*), keunggulan relatif (*relative advantage*), dan hambatan atau kendala (*constraint*), yang digunakan untuk menentukan posisi tawar (*bargaining position*).

Posisi tawar tersebut nantinya berguna sebagai media untuk merepresentasikan perolehan *outcome*, yang mana bentuk dari *outcome* tersebut dapat berupa pengaruh (*leverage*) atau tercapainya kepentingan yang dituju oleh masing-masing pihak. Pada teori ini juga dijelaskan tentang kondisi yang disebut dengan *hostage* atau “sandera” dimana salah satu pihak biasanya dalam hal ini adalah pihak MNC, mengalami penurunan *bargaining position* akibat meningkatnya *bargaining position* negara tuan rumah dikarenakan adanya perpindahan atau perubahan variabel pendukung seperti *goals*, *relative advantage*, dan *constraints* yang dimiliki oleh perusahaan multinasional sehingga tidak mudah bagi suatu perusahaan untuk meninggalkan atau melepas kegiatan bisnis dan investasi yang telah ditanamkan di suatu negara (Cohn, 2005).

Kesediaan sebuah negara menerima investasi atau segala bentuk kegiatan perusahaan asing (MNC) tentu terdapat tujuan (*goals*) atau motif-motif tertentu dibelakangnya. Amerika Serikat sebagai sebuah negara tuan rumah (*host country*), tentu tujuan menerima investasi atau perusahaan asing adalah memperoleh manfaat atau keuntungan khususnya yang berifat ekonomis yang mana hal tersebut berguna sebagai instrumen pertumbuhan dan pembangunan negara.

Kearney Analysis (2013) menambahkan bahwa, berkembangnya industri otomotif di suatu negara dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ekonomi, seperti: meningkatkan pemasukan negara, menciptakan geliat pertumbuhan perekonomian negara atau masuknya penanaman modal asing, hingga pengoptimalan penyerapan tenaga kerja. Menurut data Center for Automotive Research dalam Autoalliance (2016), lebih dari US\$ 205 miliar dalam pendapatan federal dan negara dihasilkan setiap tahun oleh pembuatan, penjualan dan pemeliharaan mobil. Pada 2013, industri otomotif menghasilkan setidaknya US\$ 95,5 miliar pendapatan pajak federal, termasuk US\$ 60,2 miliar dalam pajak penghasilan dan \$ 35,3 miliar dari pajak bahan bakar federal.

Kemudian di pihak MNC, secara garis besar kita tahu bahwa, tujuan atau motif utama sebuah perusahaan tidak terkecuali dengan Volkswagen Group adalah tercapainya target-target kuantitatif yang menguntungkan secara maksimal. Untuk tercapainya target secara maksimal tentu sebuah perusahaan perlu mengembangkan kegiatan bisnis keluar dari batas teritorial negara asal perusahaan tersebut. Sebagaimana yang telah dinyatakan oleh Dunning (1993), bahwa ada beberapa motif mengapa sebuah perusahaan mengembangkan kegiatan bisnisnya hingga ke seluruh dunia, yang pertama adalah pencarian pasar (*market seeking*), kemudian yang kedua adalah pencarian sumber daya (*resource seeking*), dan yang terakhir adalah pencarian efisiensi atau pencarian aset strategis (*efficiency seeking or strategic asset seeking*). Terlebih Amerika Serikat memiliki keunggulan-keunggulan relatif yang dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi perusahaan asing yang ingin beroperasi di sana.

Sejak tahun 2010 penjualan mobil di Amerika Serikat selalu mengalami tren yang baik, dimana setiap tahunnya selalu terjadi peningkatan pada penjualan itu sendiri. Mencapai angka penjualan lebih dari 11 juta unit di tahun 2010 dan angka terus tumbuh

tiap tahunnya hingga pada tahun 2015, penjualan mobil di Amerika Serikat mencapai angka lebih dari 17 juta unit. Angka tersebut sudah mencakup lebih dari 20% dari total penjualan mobil di seluruh dunia (Autoalliance, 2016). Tidak hanya penjualan mobil secara umum, pada segmentasi penjualan mobil mewah pasar Amerika Serikat juga terbilang menggiurkan brand-brand besar yang berasal dari perusahaan asing yang beroperasi di Amerika Serikat seperti Mercedes-Benz, Lexus (Toyota), BMW, hingga Audi (Volkswagen Group), tiap brand-brand tersebut rata-rata mampu meraup pangsa pasar mobil mewah di Amerika Serikat hingga lebih dari 10%-15%. Hal ini membuktikan bahwa pasar Amerika Serikat begitu strategis bagi perusahaan-perusahaan otomotif asing (Edmunds-Bloomberg dalam Statista, 2018).

Di sektor perdagangan otomotif, Amerika Serikat tercatat menempati posisi teratas sebagai importir dan posisi ketiga sebagai eksportir produk otomotif terbesar di dunia per tahun 2017. Nilai impor produk otomotif tersebut mencapai angka US\$ 179.6 miliar atau sekitar Rp 2500 triliun, sedangkan nilai ekspornya sendiri mencapai angka \$53.6 billion atau sekitar Rp 700 triliun (Worldstopexports, 2018). Amerika Serikat juga memiliki akses yang besar terhadap pasar khususnya di kawasan Amerika Utara, berdasarkan data International Trade Administration-ITA (2015) dari Departemen Perdagangan Amerika Serikat, pada tahun 2014 Kanada dan Meksiko menempati posisi pertama dan ketiga sebagai tujuan ekspor otomotif dari Amerika Serikat dengan jumlah hampir 900.000 unit mobil dan kurang lebih 150.000 unit mobil.

Tidak hanya itu Amerika Serikat juga identik dengan julukan sebagai negara adidaya atau mercusuar ekonomi dunia, karena hampir semua kegiatan transaksi keuangan dan perdagangan internasional berpusat disana. Menurut data United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) dalam SelectUSA.gov (2016), Amerika Serikat merupakan negara dengan jumlah aliran Penanaman Modal Asing (FDI) ke dalam terbesar di dunia. Jumlah aliran FDI yang masuk ke Amerika Serikat dari tahun 2006 hingga tahun 2016 telah mencapai angka lebih dari US\$ 3 triliun atau sekitar Rp 42.000 triliun, angka tersebut naik di tahun 2017 menjadi sekitar US\$ 4 triliun.

Di sektor sumber daya manusia Amerika Serikat juga terbilang memiliki prospek yang menjajikan. Menurut data OECD (2017), Amerika Serikat merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar ketiga di dunia dengan jumlah kurang lebih 300 juta penduduk yang mana sekitar 70% dari total penduduk Amerika Serikat merupakan penduduk usia produktif yaitu pada usia 15-64, dan sekitar 50% dari total penduduk merupakan penduduk usia muda dalam kategori usia produktif yaitu pada usia sekitar 15-24.

Kondisi-kondisi yang telah disebutkan yang hingga kini dialami dan bisa dikatakan sebagai keunggulan relatif yang dimiliki oleh Amerika Serikat, tidak lain karena mulai berkembang industry ini sejak akhir abad ke-19, dimana hal tersebut telah melahirkan perusahaan-perusahaan otomotif berskala internasional seperti General Motors, Ford, dan Fiat-Chrysler. Keberadaan perusahaan-perusahaan tersebut memberikan *multiplier effect* yang kemudian berimplikasi pada kematangan infrastruktur pendukung dalam industri, sehingga hal tersebut menarik perusahaan otomotif asing untuk mau masuk ke dalam konstelasi industri otomotif di Amerika Serikat.

Sedangkan dalam kegiatan operasionalnya di Amerika Serikat, keunggulan relatif yang dibawa oleh Volkswagen Group tidak lain adalah hal-hal seperti aliran investasi dana yang direalisasikan dalam berbagai bentuk kegiatan bisnis itu sendiri yang mana hal tersebut tentu menarik *host country* untuk bersedia menerima investasi tersebut, karena sangat jelas akan adanya potensi pemasukan bagi *host country* itu sendiri, dan juga ditambah dengan penyediaan lapangan kerja bagi tenaga domestik asal Amerika Serikat. Menurut autoalliance (n.d), Volkswagen Group di Amerika Serikat mampu menyerap sekitar 8.000 tenaga kerja. Volkswagen Group sebagai perusahaan induk yang membawahi

beberapa brand-brand atau merek dari perusahaan-perusahaan otomotif kenamaan dunia bahkan beberapa diantaranya merupakan brand-brand yang memiliki prestise di pasar mobil mewah.

Hadirnya merek-merek prestise besar seperti Audi, Porsche, Lamborghini, Bentley hingga Bugatti yang dimiliki oleh Volkswagen Group, memberikan nilai tambah tersendiri terhadap keunggulan relatif yang dimiliki oleh Volkswagen Group. Terlebih produk-produk yang dijual oleh merek-merek *supercar-ultra luxury car* milik Volkswagen Group seperti Bentley, Porsche, dan Lamborghini memiliki angka penjualan yang terbilang bagus di pasar Amerika Serikat. Dimana misalnya pada tahun 2013 saja, merek seperti Bentley, Porsche, dan Lamborghini dapat menjual rata-rata sekitar 25%-30% dari total penjualan seluruh dunia di pasar Amerika Serikat (ECNS.cn, 2014). Bahkan tidak hanya itu, salah satu merek mobil mewah lain milik Volkswagen Group yaitu Audi, pada tahun 2017 masuk kedalam tiga besar pemimpin pasar merk mobil mewah di Amerika Serikat (Statista, 2018).

Pada variabel kendala (*constraint*), yang mana biasanya dapat mempengaruhi tingkat *bargaining position* itu sendiri. Semakin besar kendala yang dihadapi oleh suatu pihak maka semakin kecil atau rendah *bargaining position* pihak tersebut. Dalam teori dijelaskan pula bahwa *constraints* yang dihadapi oleh *host country* biasanya berhubungan dengan masalah eksternal seperti adanya kesepakatan atau perjanjian berskala internasional dan krisis pada pasar atau perdagangan internasional, serta adanya masalah internal seperti legitimasi pemerintah atau kondisi stabilitas ekonomi, sosial dan politik dalam negeri. Jika mengacu pada penjelasan tersebut maka penulis menilai bahwa Amerika Serikat dapat dianggap hampir tidak memiliki kendala yang berarti dalam hubungan atau interaksinya dengan perusahaan asing yang beroperasi disana.

Potensi pasar dan segala fasilitas atau keunggulan yang dimiliki oleh Amerika Serikat tentu menjadi daya tarik tersendiri bagi sebuah perusahaan multinasional asing untuk berinvestasi atau mengembangkan bisnisnya disana. Amerika Serikat adalah rumah dan tujuan dari berbagai macam bentuk kegiatan perekonomian mulai dari keuangan, perdagangan, hingga industri manufaktur. Akan tetapi dibalik itu semua, dengan segala bentuk hingar-bingar yang dimiliki, Amerika Serikat tentu tidak akan membiarkan kemudahan-kemudahan yang disediakan berjalan tanpa aturan. Amerika Serikat dalam hal ini Pemerintah Amerika Serikat sudah pasti menyiapkan berbagai macam bentuk aturan atau regulasi yang disesuaikan dengan permasalahan yang ada. Seperti yang dijelaskan pada teori *obsolescing bargain*, bahwa aturan atau regulasi yang dimiliki oleh negara tuan rumah (*host country*) merupakan kendala atau hambatan (*constrain*) bagi perusahaan multinasional asing yang beroperasi di negara tersebut.

Regulasi atau aturan dalam industri otomotif di Amerika Serikat bisa dibilang sangat “ketat” ketika dihadapkan pada pelanggaran yang dilakukan perusahaan itu sendiri. Dalam kasus “dieselgate” di Amerika Serikat, Volkswagen Group dihadapkan pada regulasi terkait dengan masalah pelanggaran emisi dan pemasangan alat ilegal yang tertera pada U.S. Code of Federal Regulations (CFR) Title 40 dan Undang-undang Clean Air Act (CAA) 42 U.S.C 7521-7554. Regulasi tersebut tidak hanya menjerat Volkswagen Group pada kasus “dieselgate” saja, ada beberapa kasus pada periode tahun 2012-2017 dilakukan oleh perusahaan otomotif besar yang beroperasi di Amerika Serikat seperti Suzuki, Hyundai, Kia dan terjerat dengan regulasi tersebut.

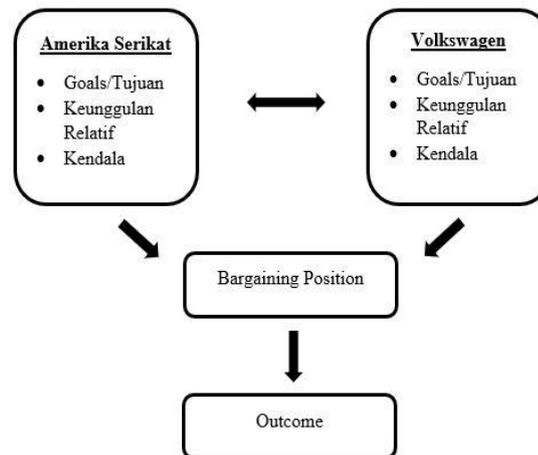
Tidak hanya itu, ketatnya peraturan terkait dengan industri otomotif di Amerika Serikat juga tergambarkan pada Undang-undang Consumer Assistance to Recycle and Save Act of 2009 (CARS Act) 49 USC 30101-33118, dan U.S. Code of Federal Regulations (CFR) Title 49. Dalam peraturan-peraturan tersebut, tidak kurang ada 44 kasus yang terjadi sejak 2013-2017 terkait dengan berbagai macam permasalahan produk

transportasi. Peraturan-peraturan tersebut tidak hanya menjerat perusahaan otomotif asing tetapi perusahaan asli Amerika Serikat seperti General Motors, Fiat-Chrysler dan Ford juga pernah terjerat peraturan tersebut. Ketatnya aturan yang ditegakan oleh Pemerintah Amerika Serikat, tidak lain karena pemerintah ingin mengintervensi industri otomotif secara lebih komprehensif agar tercipta tujuan pembangunan yang berkelanjutan.

Ditambah lagi, kendala yang dihadapi perusahaan-perusahaan otomotif asing yang beroperasi di Amerika Serikat termasuk dalam hal ini adalah Volkswagen Group adalah dibangunnya sentimen terhadap produk-produk otomotif yang bukan berasal dari Amerika Serikat sendiri. Sentimen terhadap produk otomotif sebenarnya sudah muncul pada tahun 1980an ketika impor produk otomotif asing telah mencapai angka kurang lebih empat juta unit. Hal ini tentu mengejutkan bagi berbagai pihak, khususnya bagi perusahaan asli Amerika Serikat itu sendiri. Sehingga muncul istilah "Buy American" di antara konsumen AS dan pemimpin politik (Arnholt & Keenan, 1996). Namun, di masa sekarang nampaknya sentimen tersebut akan muncul kembali ketika Donald Trump berhasil terpilih sebagai presiden Amerika Serikat dan terus mendengungkan tagline "*Make America Great Again*", dimana tagline tersebut mengedepankan dorongan yang maksimal terhadap kepentingan nasional termasuk dalam hal ini industri otomotif itu sendiri (Hindustan Times, 2017).

Dalam interaksi atau hubungan antara host country dan MNC, pengerahan variabel-variabel pendukung adalah sebuah keharusan dalam kontestasi untuk menentukan pihak mana yang memiliki bargaining position lebih kuat. Teori obsolescing bargain ini secara jelas menggaris bawahi bahwa pihak yang memiliki *bargaining position* lebih kuat akan memiliki kesempatan lebih besar untuk mencapai atau mempengaruhi hasil (*outcome*) yang dituju. Namun hal tersebut juga tidak menutup kemungkinan bahwa pihak-pihak tersebut juga mampu mencapai hasil yang bersifat "*positive sum game*" tergantung bagaimana dinamika dari hubungan kedua belah pihak itu berjalan.

Bagan 1. Hubungan Amerika Serikat dengan Volkswagen Group



Maka jawaban atau tesis yang penulis kemukakan ditinjau dari apa yang telah disajikan yaitu terkait dengan hasil (*outcome*) yaitu kesediaan Volkswagen Group menerima sanksi dari Amerika Serikat adalah karena lemahnya *bargaining position* yang dimiliki oleh Volkswagen Group terhadap Amerika Serikat sehingga Volkswagen Group bersedia mengeluarkan dana yang sangat besar hamper mencapai US\$ 30 miliar yang digunakan untuk pembayaran denda untuk penyelesaian kasus tersebut dan pertanggung jawaban kepada konsumen Amerika Serikat berupa pembayaran kompensasi.

Tabel 1. Variabel Pendukung Amerika Serikat dan Vokswagen Group berdasarkan Teori Obsolescing Bargain

| | GOALS/TUJUAN | REALTIVE ADVANTAGES/KEUNGGULAN RELATIF | CONSTRAINTS/KENDALA |
|------------------|--|---|--|
| Amerika Serikat | <ul style="list-style-type: none"> • Penanaman Modal Asing • Pengoptimalan Penyerapan Tenaga Kerja • Pemasukan Negara | <ul style="list-style-type: none"> • Potensi Pasar • Lokasi Geografis • Pusat Perekonomian Global • Kematangan Fasilitas dan Infrastruktur Pendukung • Penduduk Usia Produktif | <ul style="list-style-type: none"> • n/a |
| Volkswagen Group | <ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan Pasar • Pemanfaatan Sumber Daya Pendukung • Efisiensi | <ul style="list-style-type: none"> • Penyediaan Lapangan Kerja • Aliran Investasi • Brand Image | <ul style="list-style-type: none"> • Regulasi • Intervensi Pemerintah dalam Industri Otomotif • Sentimen terhadap produk otomotif asing |

Secara garis besar ada beberapa faktor, mengapa penulis menyatakan bahwa dalam hal ini Volkswagen Group dinilai memiliki bargaining position yang lebih lemah ketimbang Amerika Serikat dalam penyelesaian kasus “Dieselgate” di Amerika Serikat, yaitu: (1) Yurisdiksi dari kasus tersebut, Seperti yang telah dijelaskan sejak awal, bahwa lokasi atau temuan awal kasus ini adalah berada di Amerika Serikat, dimana dalam hal ini otoritas Amerika Serikat yaitu EPA secara langsung mendapati temuan pelanggaran tersebut dan kemudian mengumumkan ke publik. Sehingga secara de facto maupun de jure kasus ini bermula di Amerika Serikat dan akan dituntaskan pula secara hukum menurut regulasi yang terkait di Amerika Serikat. (2) Landasan regulasi di Amerika Serikat, regulasi atau aturan terkait dengan dunia industri otomotif di Amerika Serikat boleh dibilang sangat ketat. Pemerintah Amerikat Serikat sangat concern terhadap perlindungan konsumen dan perlindungan lingkungan hingga pembangunan berkelanjutan dalam industri ini. Dimana pada penegakan aturan di Amerika Serikat, mampu menjerat beberapa perusahaan besar di dunia otomotif bahkan aturan tersebut juga menjerat perusahaan asli asal Amerika Serikat. (3) Kuatnya Legitimasi Pemerintah, posisi Amerika Serikat sebagai negara adidaya khususnya di bidang ekonomi dan politik dunia tentu memberikan nuansa tersendiri bagi perusahaan yang ingin berinvestasi dan mengembangkan bisnis disana. Bayang-bayang sebagai hegemon dunia secara tidak langsung memberikan pengaruh terhadap kepatuhan suatu entitas dalam hal ini perusahaan asing akan aturan yang berlaku. Terlebih penegakan hukum terkait dengan industri otomotif di Amerika Serikat dikenal tidak tebang-pilih. Hal ini bisa dibuktikan dengan adanya intervensi yang kuat dalam perkembangan industri ini termasuk dalam penanganan beberapa kasus yang bisa menjerat perusahaan asal Amerika Serikat sendiri. Tidak hanya itu adanya sentimen terhadap produk-produk otomotif asing, secara tidak langsung juga menguatkan legitimasi pemerintah dalam urusan industri otomotif ini. (4) Dependensi Volkswagen Group terhadap pasar Amerika Serikat, meskipun Volkswagen Group di Amerika Serikat memiliki pangsa pasar terbilang kecil, hanya berkisar rata-rata 3% per tahun. Keberanian membangun pabrik kembali pada tahun 2011 setelah tutup pada tahun 1988 hal tersebut tentu bukan hitung-hitungan bisnis yang salah. Terlebih Volkswagen Group telah memiliki merek-merek ternama dunia seperti Audi, Porsche, Lamborghini, dan Bentley yang bahkan menjadi mampu mejadi salah satu “market leader” di pasar mobil mewah di Amerika Serikat.

Sehingga jelas bahwa berdasarkan dengan tesis atau jawaban yang dikemukakan oleh penulis, menunjukkan bahwasanya kesediaan Volkswagen Group menerima sanksi yang begitu besar dan bersedia bertanggung jawab atas kasu tersebut, adalah karena

adanya pengaruh (*leverage*) yang begitu kuat yang dimiliki oleh Amerika Serikat dalam penyelesaian kasus tersebut. Seandainya, dalam hal ini Volkswagen Group enggan bertanggung jawab dan menghindari dari penyelesaian kasus tersebut dengan cara هنگكang atau menghentikan segala bentuk kegiatan bisnis yang di Amerika Serikat tentu hal ini akan sangat sulit mengingat dalam setiap bentuk investasi atau kerjasama bisnis tentu terdapat perjanjian yang mengikat, entah itu bersifat business to business maupun business to government. Terlebih Volkswagen Group juga memiliki beberapa aset perusahaan di Amerika Serikat yang justru akan menambah kerugian yang lebih besar jika ditinggalkan. Jika pada teori obsolescing bargain terdapat istilah “hostage” atau sandera untuk menggambarkan posisi perusahaan yang sulit untuk keluar dari host country karena investasi yang telah ditanamkan. Maka dalam posisi yang seperti itu, Volkswagen Group sudah bisa dikatakan sebagai *hostage* atau “sandera”, sehingga mau tidak mau harus bertanggung jawab atas penyelesaian kasus tersebut.

Kesimpulan

Dalam penjelasan tersebut, akan selalu ada kontestasi antara *Host Country* dan MNC dimana terjadi dinamika dalam mengolah variabel-variabel pendukung tujuan (*goals*), keunggulan relatif (*relative advantage*), dan hambatan atau kendala (*constraint*), yang digunakan untuk menentukan posisi tawar (*bargaining position*). Dalam kasus ini bisa dikatakan bahwa variabel-variabel pendukung yang dimiliki oleh Amerika Serikat lebih *settle* ketimbang milik Volkswagen Group sebagai MNC. Jika MNC diposisikan memiliki keunggulan relatif berupa teknologi, modal, potensi ekspor, dsb. Amerika Serikat tentu lebih memiliki apa yang dimiliki Volkswagen, apalagi fasilitas-fasilitas pendukung berjalannya kegiatan bisnis, hampir disediakan semua oleh Amerika Serikat. Oleh karena itu, Penulis menilai bahwa nuansa pengaruh (*leverage*) yang dimiliki oleh Host Country dimana dalam hal ini adalah Amerika Serikat terasa lebih dominan ketimbang milik MNC dimana dalam hal ini adalah Volkswagen Group. Sehingga dalam penyelesaian kasus “dieselgate”, Amerika Serikat mempunyai *bargaining position* untuk menekan Volkswagen Group bersedia menerima sanksi dan melakukan pertanggung jawaban.

Referensi

- Arnholt, M., & Keenan, T. 1996. Foreign invasion: imports, transplants change auto industry forever. 1 Mei. Diakses 12 Juli 2018. <https://www.wardsauto.com/news-analysis/foreign-invasion-imports-transplants-change-auto-industry-forever>
- A.T. Kearney. 2013. The Contribution of the Automobile Industry to Technology and Value Creation: How can the auto industry in India build momentum for growth?. AT.Kearney. Chicago.
- Auto Alliance. 2016. Cars Move America: State of the Auto Industry. Auto Alliance. Washington DC.
- Auto Alliance. n.d. Volkswagen Group of America. Auto Alliance. Diakses 21 Juli 2018. <https://autoalliance.org/companies/volkswagen/>
- CENS. 2016. Global New-car Sales Up 2.3% to 88 M. in 2015. 27 April. Diakses 21 Juli 2018. https://www.cens.com/cens/html/en/news/news_inner_49057.html
- Cohn, T.H. 2005. *Global Political Economy Theory and Practice*. Pearson. Indiana.
- Dunning, J.H. 1993. *Multinational Enterprises and the Global Economy*. Addison-Wesley. Wokingham.
- ECNS. 2014. Decelerating sales don't faze ultra-luxury sports car makers. Diakses 28 Agustus 2018. <http://www.ecns.cn/business/2014/04-22/110547.shtml>

- EPA. 2016. Laws and Regulations related to Volkswagen Violations. 13 Desember. Diakses 14 September 2017. <https://www.epa.gov/vw/laws-and-regulations-related-volkswagen-violations>
- EPA. 2016. Volkswagen to Spend Up to \$14.7 Billion to Settle Allegations of Cheating Emissions Tests and Deceiving Customers on 2.0 Liter Diesel Vehicles (Press Release). 28 Juni. Diakses 14 September 2017. <https://www.epa.gov/newsreleases/volkswagen-spend-147-billion-settle-allegations-cheating-emissions-tests-and-deceiving>
- Hindustan Times. 2017. Twists and trumps: When POTUS bullied automakers to ‘make America great again’. Diakses 28 Agustus 2018. <https://www.hindustantimes.com/autos/trump-and-automakers-when-potus-tried-to-bully-american-carmakers/story-DZ3tJpMq6qGJepUknj92TJ.html>
- Hotten, R. 2015. Volkswagen: The scandal explained. 10 Desember. Diakses 14 September 2017. <http://www.bbc.com/news/business-34324772>
- ITA. 2015. Trends in U.S. Vehicle Exports U.S. Department of Commerce Office of Transportation and Machinery. ITA. Washington
- Newton, B. 2016. Dieselgate: No compo for Aussies. 8 April. Diakses 11 November 2017. <https://www.motoring.com.au/dieselgate-no-compo-for-aussies-101976/>
- OECD. 2017. Employment rate by age group. Diakses 21 Juli 2018. <https://data.oecd.org/emp/employment-rate-by-age-group.htm#indicator-chart>
- Riley, C. 2017. Volkswagen's diesel scandal costs hit \$30 billion. 29 September. Diakses 11 November 2017. <https://money.cnn.com/2017/09/29/investing/volkswagen-diesel-cost-30-billion/index.html>
- Schmitt, B. 2016. Dieselgate: EU Takes Legal Action Against Member States Who Fail to Enforce Auto Emissions Standards. 8 Desember. Diakses 11 November 2017. <https://www.forbes.com/sites/bertelschmitt/2016/12/08/dieselgate-eu-takes-legal-action-against-overly-accomodating-member-states/>
- Selectusa. 2016. Automotive Spotlight: The Automotive Industry in the United States. Diakses 21 Juli 2018. <https://www.selectusa.gov/automotive-industry-united-states>
- Select USA. 2016. Foreign Direct Investment (FDI): United State (Fact Sheet). Select USA. Washington DC.
- Statista. 2018. Leading luxury car brands in the U.S. in 2017, based on unit sales (in 1,000s). Diakses 28 Agustus 2018. <https://www.statista.com/statistics/681399/luxury-vehicles-united-states-premium-vehicle-market-unit-sales/>
- Statista. 2018. U.S. luxury car market share in 2017, by brand. Diakses 28 Agustus 2018. <https://www.statista.com/statistics/287620/luxury-vehicles-united-states-premium-vehicle-market-share/>
- Vernon, R. 1971. *Sovereignty at Bay: The Multinational Spread of US Enterprises*. Basic Books. New York.
- World Top Exports. 2018. Car Imports by Country. Diakses 21 Juli 2018. <http://www.worldstopexports.com/cars-imports-by-country>