

PUBLICIO JURNAL ILMIAH POLITIK, KEBIJAKAN DAN SOSIAL

E-ISSN : 2656-0305

DOI : <https://doi.org/10.51747/751kkm89>

KEBIJAKAN AMERIKA SERIKAT DALAM MENJAGA EKSISTENSI PASAR GLOBAL MELALUI PERUSAHAAN COCA COLA

Resitaka Aulia Nurmamurti¹, Shendy Friska Navila², Ema Sulistyaning Budi³, Anggie Chyntia Amanda
P⁴, Diah Siti Kholifah⁵

Fakultas Bisnis Humaniora, Universitas Teknologi Yogyakarta ¹⁻⁻⁵

email korespondensi: resitaka@uty.ac.id

ABSTRAK

Perekonomian internasional tentu tidak terlepas dari perekonomian Amerika Serikat. Amerika Serikat merupakan negara dengan perekonomian terbesar di dunia. Dalam kerangka Neoliberalisme, ekonomi tidak bisa lepas dari intervensi negara. Negara dapat melakukan berbagai kebijakan dengan tujuan dapat mencapai kepentingan nasional dan keuntungan semaksimal mungkin. Tulisan ini dimaksudkan untuk memperoleh upaya Amerika Serikat membangun Coca Colonization dalam sudut pandang paradigma ekonomi kapitalisme dan neoliberalisme. Coca-Cola sendiri merupakan minuman yang berasal dari Amerika di mana sudah ada sejak tahun 1886 dan menjadi minuman bersoda nomor satu di dunia. Eksistensi Coca-Cola sendiri sudah ada pada saat masa Perang Dunia, dimana Coca-Cola ini datang bersama dengan kehadiran pasukan Amerika Serikat dan sudah ada 60 pabrik bottling Coca-Cola di seluruh dunia yang mulai dibangun pada saat ada operasi militer Amerika. Coca-Cola dianggap sebagai budaya Amerika dan menjadi duta tidak resmi gaya hidup masyarakat Amerika sendiri. Menggunakan studi kepustakaan melalui beragam berita, dokumentasi, jurnal ilmiah maka penelitian ini menghasilkan upaya Amerika Serikat meliputi membangun nation branding. Nation branding ini sangat kuat sehingga produk lokal sulit untuk lepas dari pengaruh kolonialisme produk yang ditanamkan oleh Amerika Serikat secara global.

Keywords: Amerika Serikat, Coca Colonization, Nation branding, Coca-Cola.

1. PENDAHULUAN

Membahas mengenai perekonomian internasional tentu tidak terlepas dari perekonomian Amerika Serikat (Paspro News, 2021). Amerika Serikat merupakan negara dengan perekonomian terbesar di dunia. Dalam kerangka Neoliberalisme, ekonomi tidak bisa lepas dari intervensi negara. Negara dapat melakukan berbagai kebijakan dengan tujuan dapat mencapai kepentingan nasional dan keuntungan semaksimal mungkin. Terdapat tiga jenis kebijakan ekonomi, antara lain kebijakan moneter, kebijakan fiskal dan kebijakan non fiskal (kebijakan perdagangan). Kebijakan fiskal berkaitan dengan kebijakan pemerintah

yang fokus untuk menangani permasalahan alokasi anggaran pemerintahan dalam hal pembelanjaan, penerimaan dan defisit. Kemudian ada kebijakan moneter yang dibuat oleh Federal Reserve Board (the fed) atau bisa disebut sebagai Bank Sentral. Bank sentral ini tidak berhubungan langsung dengan konsumen atau produsen dan hanya dikhususkan pada manajerial perbankan. Terakhir adalah kebijakan perdagangan, dimana kebijakan ini lebih berfokus pada perdagangan internasional.

Tulisan ini menggunakan studi kasus Coca-Cola. Coca-Cola menjadi wujud atau contoh nyata dari simbol kapitalis Amerika Serikat. Coca-Cola sendiri merupakan minuman yang berasal dari Amerika di mana sudah ada sejak tahun 1886. Awal mula adanya Coca-Cola ini akibat dari rasa penasaran seorang apoteker dari Atlanta John Pemberton yang mengaduk karamel cair dengan air berkarbonasi lalu dibawa ke apotek dan diberikan pada pelanggan apotek pada saat itu untuk dicoba, kemudian dijual seharga lima sen per gelas dan membagikan ribuan kupon terhadap pelanggan untuk mencicipi satu minuman secara cuma-cuma.

Coca-Cola menyebar di Asia dan Eropa pada awal 1900-an dan 60 lebih pabrik pembotolan militer untuk Coca-Cola di seluruh dunia pada masa Perang Dunia. Coca-Cola sendiri sering dihubungkan dengan budaya Amerika yang kental oleh masyarakat Eropa pada masa perang dingin, tidak hanya itu Coca-Cola sendiri merupakan bentuk dari invasi terhadap identitas nasionalistik negara-negara Eropa. Akibatnya banyak negara-negara Eropa yang menolak kehadiran Coca-Cola pada masa itu, salah satunya yaitu Prancis yang terganggu dengan adanya ekspansi Coca-Cola dan melakukan penyerangan terhadap truk-truk Coca-Cola yang melintas di jalanan Paris pada tahun 1950-an dan memunculkan istilah Coca Colonialism. Namun pada saat ini Coca-Cola menjadi salah satu soft drink dengan sebaran luas mencapai 200 negara yang ada di dunia.

Jumlah pendapatan tahunan Coca-Cola pada tahun 2011 hingga 2020 terjadinya fluktuasi, dimana ada kenaikan pada tahun 2012 cuma pendapatan Coca-Cola mencapai US\$ 48.017 dari yang sebelumnya pada tahun 2011 hanya US\$ 46.542. Tahun 2013 hingga tahun 2018 terus terjadinya penurunan pendapatan tahunan Coca-Cola hingga mencapai US\$ 34.300 pada tahun 2018. Kemudian terjadinya kenaikan kembali pada pendapatan tahun 2019 mencapai US\$ 37.266. Namun The Coca-Cola Company juga terlibat perseteruan dengan otoritas pajak Amerika Serikat (AS) Internal Revenue Service (IRS) yang bermula kurangnya pembayaran pajak pada September 2015 sebesar US\$3,3 miliar untuk periode 2007, 2008 dan 2009. IRS sendiri berpendapat bahwa hutang Coca-Cola seharusnya senilai US\$9,4 miliar yang belum dibayarkan dalam waktu tersebut. Tulisan ini bermaksud untuk membangun penjelasan tentang upaya Amerika Serikat dalam memelihara eksistensi pengaruh dalam pasar global dengan industri global Coca-Cola.

2. METODE

Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif dalam penelitian yang kami gunakan. Pendekatan ini digunakan untuk memudahkan memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan se jelas mungkin tentang suatu keadaan secara objektif. Untuk menjawab pertanyaan penelitian, tulisan ini menggunakan seluruh data sekunder sebagai data utama. Disamping itu tulisan ini juga mengumpulkan data dari sejumlah publikasi ilmiah, buku dan publikasi lainnya dari internet. Analisis data dilakukan secara kualitatif yang memungkinkan interpretasi dilakukan terhadap sejumlah data yang berhasil dikumpulkan.

3. TINJAUAN LITERATUR

3.1. Ekonomi Kapitalis Amerika Serikat

Amerika yang menganut sistem ekonomi liberal-kapitalis memberikan kebebasan pada setiap pihak untuk melakukan kegiatan ekonomi yang berorientasi pada keuntungan. Sistem ekonomi ini mementingkan perluasan usaha guna mencapai keuntungan sebesar-besarnya. Perusahaan Coca-Cola menjadi simbol sistem kapitalis ekonomi AS, perusahaan yang mengejar kelas internasional agar dapat mendominasi perekonomian di negara lain, perusahaan Coca-Cola berupaya memperluas usahanya agar mendapat peluang investasi lebih besar di negara lain.

Pada sistem ekonomi kapitalis menurut Karl Marx, sistem kapitalisme merupakan sistem ekonomi melalui adanya proses produksi yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yaitu memiliki kebebasan untuk melakukan kegiatan ekonomi yang bertujuan memperoleh keuntungan. Ciri utama dalam sistem ekonomi kapitalis adalah kepemilikan faktor produksi dan distribusi secara individu yang digunakan untuk memperoleh laba sebanyak-banyaknya. Dalam sistem ekonomi ini, peran pemerintah pun akan dibatasi agar tidak terlalu mendominasi. Sedangkan menurut Adam Smith melalui bukunya yang berjudul "Wealth of Nation", dikatakan bahwa setiap individu harus diberi kebebasan untuk melakukan kegiatan ekonomi dengan persaingan sempurna dan tanpa intervensi pemerintah.

Max Weber mengatakan jika sistem ekonomi ini dirancang memang untuk kepentingan pasar dalam mencari keuntungan dengan melakukan pertukaran di pasar tersebut. Artinya jika suatu negara menganut sistem ekonomi ini, maka negara tersebut dalam sektor ekonomi akan dikendalikan oleh individu atau pelaku swasta dengan mengutamakan kepentingan mereka yang mereka ingin capai dan perusahaan Coca-Cola menjadi salah satu bukti nyata dari kapitalis Amerika sebagai pihak swasta pelaku kegiatan ekonomi yang mempengaruhi negara asal dan negara tujuan dalam pasar yang telah ditentukan.

3.2. Liberalisme

Terdapat beberapa pendapat menurut ahli terkait sistem ekonomi neoliberalis, yang pertama menurut Friedrich August Von Hay yang berpendapat bahwa ketika manusia memiliki kebebasan untuk melakukan usaha sehingga mampu untuk berkembang, manusia berusaha mencapai keuntungan untuk dirinya, karena menganggap kekayaan merupakan tolak ukur kesejahteraan masyarakat. Sedangkan menurut Mazhab Freiburg, liberalis adalah politik dan ekonomi merupakan satu-kesatuan yang tidak bisa dipisahkan, karena ketika pemikiran politik berlangsung baik maka hal tersebut akan berpengaruh pada sektor perekonomian. Pendapat yang ketiga yaitu dari Schumpeter menyatakan bahwa sistem ekonomi Neoliberal adalah ketika di suatu lingkungan sosial terdapat perubahan makna secara spontan masyarakat melakukan pembangunan ekonomi dari inisiatif para individu. Sistem perekonomian neoliberalisme berfokus pada pertumbuhan ekonomi dengan berupaya melahirkan pasar bebas, perdagangan bebas yang akan semakin memperkuat ekonomi pasar, negara penganut neoliberal kecilnya intervensi pemerintah terhadap perekonomian, Coca-Cola telah menyiapkan tenaga kerja yang dinamis, handal serta penuh dedikasi, hal tersebut menjadi suatu yang harus diperhatikan, Coca-Cola harus mampu memberikan layanan yang terbaik, pelayanan prima serta memuaskan untuk konsumen, mengambil peluang yang ada dengan memberikan layanan yang terbaik dengan membekali para pekerja Coca-Cola untuk memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai. Coca-Cola terus melakukan upaya pelatihan serta peningkatan SDMnya agar mampu memenuhi tuntutan pasar.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Keberadaan pasar global membuat berbagai negara terus berpartisipasi aktif di dalamnya. Tak terkecuali negara Amerika yang terkenal sebagai negara pedagang. Melalui produk Coca-Cola, Amerika berhasil menembus pasar global bahkan menjadi produk minuman nomor satu di dunia. Keberhasilan perusahaan Coca-Cola tersebut tentu didukung oleh peran negara sebagai pembuat kebijakan. Partisipasi aktif Amerika menjadi cermin dari sistem ekonomi yang dianut yaitu liberal-kapitalis. Ciri utama dari sistem ekonomi ini adalah kepemilikan faktor produksi oleh individu ataupun swasta yang digunakan untuk memperoleh laba semaksimal mungkin dengan peran pemerintah yang tidak dominan. Dalam buku "Wealth of ratio" milik Adam Smith justru mengatakan jika pemerintah tidak melakukan Intervensi pada persaingan sempurna yang terjadi pada sistem. Namun, apakah sistem ekonomi yang dianut oleh Amerika akan tetap relevan jika dikaitkan dengan bagaimana Coca-Cola melakukan perluasan distribusinya?

Coca-Cola menjadi perusahaan dengan penjualan di lebih 200 negara di dunia. Penyebaran the Coca-Cola Company ini telah mencapai kawasan Afrika, Asia Timur, Tenggara dan Pasifik dengan bukti kesuksesan yaitu penjualan Coca-Cola, terjualnya ratusan ribu produk Coca-Cola Zero di Australia dan Thailand pada 2006. Selain itu pesatnya penjualan di kawasan Uni Eropa karena Coca-Cola mampu melakukan inovasi dan kolaborasi dengan konsumen. Di kawasan Amerika Latin terdapat terdapat 3 kawasan dengan penjualan terbesar yaitu United State, Brazil dan Meksiko. Coca-Cola juga berhasil merambah ke kawasan Amerika Utara dan pasar Asia Utara, Eurasia dan Timur Tengah. Di Indonesia khususnya, Coca-Cola Amatil telah berdiri sejak tahun 1992 dan telah mendistribusikan lebih dari 400.000 outlet melalui 120 pusat penjualan. Penyebaran ini dilakukan Coca-Cola untuk mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin, sesuai dengan tujuan dari sistem ekonomi kapitalis. Namun apakah masih relevan jika pemerintah Amerika tidak terlihat dalam kegiatan ini?

Pemerintah turut dalam kegiatan perdagangan internasional sebagai pengawas dan pembuat kebijakan. Kebijakan perdagangan yang dibuat pemerintah Amerika untuk mendukung kegiatan ekonomi swasta untuk mencapai laba semaksimal mungkin adalah dengan mengeluarkan kebijakan perdagangan. Kebijakan perdagangan adalah kebijakan yang mengatur tentang kegiatan perdagangan internasional agar tetap terus mampu menjadi bagian penting dalam perekonomian dunia. Menurut U.S Trade Representative (USTR) yang menjadi dasar dalam Amerika dalam melakukan negosiasi perdagangan dan koordinasi kebijakan perdagangan mengandung beberapa komponen yaitu liberalisasi dan penegakan peraturan perdagangan promosi dan pengawasan ekspor kepada pemulihan perdagangan dan penyesuaian perdagangan alternatif perdagangan serta investasi. Sedangkan dalam penyebaran Coca-Cola ini, komponen kebijakan yang berkaitan adalah adanya investasi langsung atau Foreign Direct Investment (FDI) dan ekspor. Salah satu contoh dari kebijakan pemerintah Amerika untuk swasta adalah mempermudah dan mendukung kegiatan investasi yang terjadi di Indonesia yang pabriknya telah berdiri sejak tahun 1992. Coca-Cola berkembang pesat di Indonesia hingga jumlah pabrik pembotolannya ada di sepuluh titik wilayah yaitu Jakarta (1971), Medan (1973), Surabaya (1976), Semarang (1976), Ujung Pandang (1981), Bandung (1983), Padang (1985), Bali (1985), Manado (1985), dan Banjarmasin (1981). Dengan banyaknya pabrik pembotolan Coca-Cola di Indonesia membuat minuman limau asli Indonesia tergeserkan, dan mendominasi penjualan minuman berkarbonasi di Indonesia hal tersebut juga secara tidak langsung menjadi bukti keberhasilan ekspansionisme Coca-Cola di Indonesia.

Jauh sebelum membuka pabrik di Indonesia, ternyata Coca-Cola juga melakukan investasi dengan membuka pabrik pembotolan di Meksiko sekitar tahun 1921 dengan Grup Tampico. Dimana kebijakan

perdagangan ini bertambah dengan dikeluarkannya kebijakan impor Coca-Cola versi produksi Meksiko ke Amerika untuk menjualnya kepada imigran dengan tujuan Meksiko melakukan kebijakan proteksionisme dari kapitalisasi Amerika Serikat yang diberlakukan sejak tahun 1997. Hal ini dilakukan dengan cara mengeluarkan pajak Anti Dumping untuk menghentikan ekspor pemanis buatan bahan baku Cola dari Amerika Serikat ke Meksiko. Tindakan proteksionisme Meksiko bermula dari anggapan Meksiko bahwa Amerika Serikat mengekspor HFCS diluar batas normal. Sehingga perlu dilakukan kaji ulang. Amerika yang merasa dirugikan akibat pembatasan tersebut sempat mengangkat kasus ini ke WTO sampai beberapa kali Mexico menarik kemudian mengikat kembali aturan Anti Dumping tersebut dengan sedikit berbeda dari peraturan sebelumnya, mengeluarkan pajak baru untuk minuman berbahan baku HFCS dan SSB. Peraturan Meksiko ini tidak mampu dibendung oleh Amerika Serikat. Sehingga peraturan tersebut berjalan tanpa adanya perlawanan signifikan dari Amerika Serikat. Sehingga sejak dikeluarkannya peraturan tersebut, Coca-Cola milik Amerika Serikat mengalami perubahan terutama pada penjualan dan strategi.

Negara lain yang juga menjadi tempat ekspansi atau persebaran distribusi Coca-Cola adalah India. Perusahaan Coca-Cola masuk ke India pada tahun 1993. Masuknya Coca-Cola company India menerapkan berbagai sistem perekonomian baru demi menghindari keterpurukan dengan usaha mencapai perekonomian yang lebih stabil. India mulai menerapkan sistem ekonomi campuran dimana pemerintah lebih menyadari pentingnya investasi asing dan kerjasama dengan pihak swasta dalam mengelola perekonomian India. Sebagai negara berkembang, India yang sebelumnya menganut paham negara sentris dimana pemerintah memegang kekuasaan tertinggi akhirnya mengikuti perubahan politik global yang mana secara khusus lebih berkomitmen kepada pasar bebas kapitalisme. Mengapa Coca-Cola bisa menjadi begitu besar dan berhasil memperluas pasarnya hingga ke berbagai belahan dunia? seperti yang kami jelaskan di atas kebijakan ekonomi pemerintah Amerika Serikat sangat mempengaruhi Menurut penulis buku *A History of the World in Six Glasses*, Tom Standage, masuknya Coca-Cola ke dalam sebuah negara mengirimkan sebuah simbol yang kuat tentang hubungan Amerika Serikat dengan negara-negara "Saat Coca-Cola mulai pengiriman ke sebuah negara adalah saat Anda bisa mengatakan mungkin ada perubahan nyata terjadi di sana (negara itu)," katanya. "Coca-Cola adalah kapitalisme dalam botol." Seperti contoh pada saat masa pemerintahan Trump beliau menaikkan tarif pajak impor aluminium sebesar 10% hal tersebut berdampak pada penjualan Coca-Cola itu sendiri dikarenakan bahan baku kemasan Coca-Cola menggunakan bahan aluminium, akibatnya perusahaan harus menaikkan harga jual sebagai bentuk kompensasi kenaikan bahan baku kaleng soda. Kecenderungan lain yang mempengaruhi Coca-Cola adalah kekuatan relatif dari dolar Amerika meskipun perusahaan yang berbasis di Amerika the Coca-Cola company berasal sekitar 76% pendapatan usaha dari luar Amerika Serikat. Karena itu, perusahaan sangat sensitif terhadap kekuatan dolar. Hal itulah mengapa Coca-Cola dianggap sebagai bentuk kapitalisme Amerika dalam botol, karena setiap kebijakan perdagangan yang Amerika terapkan akan berdampak pada Coca Cola itu sendiri beserta pengaruhnya di negara dimana mereka melakukan ekspansi.

4.1. Peran Coca-Cola dalam Menjaga Eksistensi Amerika Serikat dalam Pasar Global

Arus globalisasi yang merupakan hasil pemikiran Barat yang terus mengalami perkembangan sehingga berdampak pada salah satunya adalah sektor ekonomi. Hal ini terlihat dengan banyaknya produk lokal yang mengglobal. Aktivitas jual beli lintas batas atau biasa disebut ekspor impor inilah yang menciptakan adanya pasar global. Pasar global menjadi tempat terjadinya transaksi jual beli lintas batas atau lintas negara dengan pemasaran dilakukan antar negara satu dengan negara lainnya. Salah satu faktor yang mempengaruhi adanya transaksi ini adalah kebutuhan negara yang tidak bisa dipenuhi sendiri

sedangkan sumber daya suatu negara tersebut terbatas.

Marzha Freire mengatakan bahwa liberalis adalah politik dan ekonomi yang satu-kesatunya tidak dapat dipisahkan, karena pemikiran politik yang ada akan digunakan untuk menentukan sikap dalam melakukan perekonomian. Dalam hal ini, upaya Amerika menjaga eksistensinya dalam pasar global tentu tidak terlepas dari pemikiran politik. Pemikiran politik ini diwujudkan dalam suatu kebijakan bernama kebijakan perdagangan. Mengapa kebijakan perdagangan? Tentu karena kebijakan tersebut akan mengatur tentang perdagangan dan semacamnya seperti aktivitas jual beli, ekspor impor hingga investasi. Selain itu, neoliberalis juga berfokus pada pertumbuhan ekonomi dengan upaya melahirkan pasar bebas. Semakin kuat perdagangan bebas maka pasar yang terbentuk juga akan semakin kuat terlebih peran pemerintah di situ juga sangatlah minim.

Coca-Cola sebagai sektor swasta yang bergerak dalam perekonomian tentu memiliki hasrat untuk terus mengembangkan produknya untuk laba yang semaksimal mungkin. Lalu, bagaimana Amerika akan dapat menjaga eksistensinya dalam pasar global melalui Coca-Cola? Meskipun peran pemerintah dikatakan sangat minim, namun nyatanya pemerintah memiliki peran besar dalam keberlangsungan kegiatan perekonomian mulai dari pengaturan investasi, kebijakan ekspansionisme, jual beli dan ekspor impor. Sebagai nation branding, Amerika menaruh harapan besar salah satunya kepada Coca-Cola agar dapat menjaga eksistensi Amerika di Pasar Global. Beberapa upaya yang dilakukan Amerika untuk mencapai tujuan tersebut adalah sebagai berikut :

4.2. National Branding

Sebuah negara juga membutuhkan sebuah citra dan reputasi agar keberadaannya di kalangan internasional tetap terjaga dan diakui. Untuk meningkatkan reputasi sebuah negara maka dibutuhkan adanya identitas yang kuat. Identitas inilah yang nantinya akan menjadi jati diri suatu bangsa dengan keunikan, ciri khas dan pembeda. Inilah yang disebut dengan nation branding atau dalam bahasa Indonesia sebagai merek negara. Anholt menyatakan bahwa the reputations of countries function like the brand images of companies and that they are equally critical to the progress and prosperity of those countries. Hal ini dengan tujuan untuk membangun dan mengukur seberapa kuat reputasi negara. Dalam pemasaran nation branding, akan diterapkan teknik dan cara bagaimana suatu negara melalui perusahaan-perusahaan melakukan pemasaran ke negara-negara lain yang tujuannya adalah untuk meningkatkan reputasi negara.

Amerika yang terkenal sebagai negara pedagang melakukan nation branding salah satunya menggunakan barang yang mereka produksi. Dimana ternyata nation branding erat kaitannya dengan kebijakan perdagangan Amerika. Ia melakukan nation branding dengan cara melakukan ekspor barang yang diproduksi dan melakukan investasi asing ke negara lain. Salah satu produk yang diproduksi Amerika adalah Coca-Cola. Coca-Cola telah menjadi ciri khas dari negara Amerika terlebih Coca-Cola telah diproduksi dan didistribusikan ke banyak negara puluhan tahun lalu. Masih menurut Aam Bastaman, national branding ini dapat mendorong kemajuan ekonomi, inovasi dan meningkatkan produktivitas lainnya.

Korelasi yang terbentuk antara perusahaan Coca-Cola dengan upaya pemerintah Amerika dalam menjaga eksistensi Amerika dalam pasar global adalah dimana upaya pemerintah dilaksanakan dengan kebijakan bernama investasi. Dengan adanya investasi di suatu negara, hal tersebut memiliki arti bahwa perusahaan tersebut akan terus beroperasi. Dengan terus beroperasinya pabrik dalam memproduksi maka akan terjadi kegiatan transaksi atau jual beli yang dimana dalam hal ini berstandar pasar internasional. Perusahaan di sini adalah Coca-Cola dan Coca-Cola sukses menjadi nation branding dari Amerika. Dengan

kata lain, suatu negara akan terus terlihat dalam kegiatan pasar selama masih ada produksi dan perusahaan Coca-Cola terus memperluas investasinya. Semakin banyak produk Coca-Cola diproduksi dan dipasarkan berarti semakin sering pula transaksi atas Coca-Cola dilakukan, semakin besar pula nama Amerika tempat Coca-Cola berasal. Amerika tentu akan dapat menjaga eksistensinya di pasar global selama Coca-Cola ataupun perusahaan yang lain terus melakukan aktivitas perdagangan di pasar global.

4.3. Pengaruh Kapitalisme Sebagai Munculnya Coca Colonization

Kapitalisme pada dasarnya merupakan sistem perekonomian yang menekankan peranan modal (modal) dengan segala jenisnya, termasuk barang-barang yang digunakan dalam aktivitas untuk menghasilkan barang lainnya. Ebenstein menyebut kapitalisme sebagai sistem sosial yang menyeluruh dan lebih luas dari sekedar sistem perekonomian. Kapitalisme bergerak sesuai dengan perkembangan nilai-nilai individualisme. Amerika Serikat merupakan negara kapitalis terbesar di dunia, Amerika Serikat menganut sistem ekonomi kapitalis yang memberikan kebebasan seluas-luasnya bagi pihak swasta untuk melakukan usaha. Ekonomi Amerika Serikat menjadi yang terbesar di dunia mulai dari tahun 1870-an dengan faktor pendukung utama kekayaan sumber daya alam. Sebagai negara yang memiliki perekonomian terbesar di dunia, pengaruh Amerika Serikat sangat kuat terhadap perekonomian negara lain. Hal ini dapat dilihat ketika terjadi krisis ekonomi di Amerika Serikat pada tahun 2008 yang memberikan pengaruh sangat kuat terhadap banyak negara di dunia.

Melalui perusahaan Coca-Cola yang merupakan salah satu perusahaan multinasional asal Amerika Serikat sejak 27 Maret 1944 dan termasuk salah satu perusahaan berbasis minuman terbesar di dunia yang mendominasi pasar global. Pada konsep marxisme, Coca-Cola merupakan perusahaan multinasional merepresentasikan bentuk terkini dari eksploitasi kapitalis yang menggunakan otoritasnya sebagai perjuangan kelas internasional oleh negara borjuis untuk mendominasi dan mengeksploitasi ekonomi di negara kelas bawah dan menengah.

Perusahaan besar seperti Coca-Cola yang berasal dari sistem kapitalis Amerika Serikat mementingkan perluasan usahanya keluar negeri dan mencari pasar baru sehingga bisa mendapatkan peluang investasi yang lebih besar. Kebijakan Amerika Serikat mencerminkan kepentingan ekspansionis dari kelas kapitalis dominan yang ada dengan kepentingan utamanya yaitu menghilangkan hambatan dengan cara memperluas ekspansi dan meningkatkan penghasilan di negara-negara yang kurang berkembang.

Coca-Cola tidak hanya menjadi simbol kapitalisme AS, namun juga kolonialisme pada tahun 1949. Dimana Partai Komunis Perancis merasa terganggu dengan adanya ekspansi Coca-Cola memunculkan istilah Coca Colonialism dengan meluasnya produksi dan penyebaran pabrik Coca-Cola secara global telah menyebabkan dan melahirkan istilah Coca Colonization yang merupakan gabungan nama perusahaan minuman ringan multinasional Coca-Cola dan kata kolonisasi sebagai importasi atau penyebaran produk barat (Amerika Serikat) dengan adanya percampuran nilai budaya barat yang bersaing dengan kebudayaan setempat. Dalam artian luas Coca Colonization terkait dengan visi kehadiran Amerika sebagai negara besar yang berhasil melakukan penyebaran barang, komoditas, dan cara hidup Amerika sebagai bentuk kolonisasi baru. Hal ini justru malah mendapat dukungan dari masyarakat Amerika, dimana simbolisme konsumsi dipandang sebagai bentuk kekuasaan. Dalam dunia komunikasi global, kekuatan simbolik yang terkait dengan konsumsi menjadi sasaran bentrokan, tidak hanya di masyarakat Eropa, tetapi juga di masyarakat Amerika Latin dan Timur. Dalam konteks ini gerakan pemuda dan organisasi perlawanan budaya bersesuaian dengan perspektif konsumsi sebagai wilayah simbolis konfrontasi dan artikulasi

politik.

Proses keberhasilan perusahaan Coca-Cola tentu memerlukan waktu yang tidak lama, saat ini Coca-Cola menjadi minuman paling terkenal dalam sejarah Amerika. Coca-Cola memiliki logo merah dan putih yang ikonik dan dikenal di seluruh dunia. Keberhasilan dalam menaikkan branding berasal dari upaya pemasaran luar biasa yang telah terjadi selama 125 tahun terakhir. Melalui penggunaan slogan, branding dan menciptakan hype yang baik maka Coca-Cola mampu memposisikan dirinya sebagai penjual minuman ringan nomor satu di dunia. Kesuksesan Coca-Cola dalam branding dapat dilihat upaya yang dilakukan yaitu sebagai sponsor dalam acara besar Piala Dunia bersama dengan FIFA sebagai partnership sejak tahun 1978 hingga tahun 2022. Sebagai perusahaan besar yang mengikuti kegiatan akbar empat tahunan dapat dilihat sebagai sebuah peluang dalam meningkatkan revenue perusahaan dan juga penguatan merek.

Sebagai perusahaan yang sukses, Coca-Cola memiliki 2 hal penting sebagai penunjang atau kekuatan brand dari Coca-Cola yang mengedepankan promise dan value. Dalam hal promise, Coca-Cola menaruh produk berkualitas dan menjawab kebutuhan konsumen yang berbeda pada setiap waktu. Maka tidak heran jika ada beberapa varian Coca-Cola cocok buat dikonsumsi pada waktu tertentu dan beberapa varian lain pas buat dikonsumsi pada waktu yang berbeda. Sementara berdasarkan segi value, Coca-Cola senantiasa berkomitmen dalam membentuk nilai-nilai positif dan memposisikan diri menjadi produk yg menaruh refreshment. Refresh tidak hanya berfokus pada hal-hal terkait konsumsi, bisa berkaitan dengan nilai-nilai, seperti misalnya menyegarkan nilai sebagai individu agar bisa memberikan kontribusi pada masyarakat beyond words.

Dalam grafik diatas diketahui bahwa pada tahun laba Coca-Cola mengalami penurunan 11% dibandingkan tahun sebelumnya (year-on-year). Menurut lembaga survei Macrotrends, pendapatan (revenue) perusahaan minuman berkarbonasi pada tahun 2020 mendapat nilai terkecil dalam 10 tahun terakhir yaitu sebesar US\$ 33.014 atau sekitar Rp 475,56 juta pada 2020.

Menurut Financial Times, pendapatan Coca-Cola mengalami penurunan di tahun lalu akibat peraturan penutupan kegiatan di restoran, bar, dan tempat komersial lainnya selama pandemi Covid-19. Sebelum pandemi, tempat tersebut biasanya menyumbang sekitar setengah dari penjualan tahunan Coca-Cola. Sebelumnya pada tahun 2019 revenue perusahaan multinasional asal Amerika Serikat ini mencapai US\$ 37.266. Dan pada tahun 2018, 2017 masing-masing sebesar US\$ 34.300 dan US\$ 36.212. Selama satu dekade terakhir, revenue tertinggi perusahaan minuman berkarbonasi ini tercatat pada 2012 yakni sebesar US\$ 48.017 dan pada tahun 2013 sebesar US\$ 46.854. Saham Coca-Cola sempat mengalami penurunan menjadi US\$ 55,22 per saham dari sebelumnya US\$ 56,1 per saham akibat aksi bintang sepak bola Cristiano Ronaldo. Dimana pesepak bola asal Portugal itu menyingkirkan dua botol minuman soda itu dari meja konferensi pada Senin, 14 Juni 2021 lalu dengan alasan lebih memilih air putih untuk kesehatan tubuh.

Dalam penguatan branding yang dilakukan oleh perusahaan Coca-Cola asal Amerika Serikat juga menjadi tujuan negara dalam meningkatkan posisi negara mereka dalam kancah internasional. Hal ini dikarenakan citra dan reputasi suatu negara memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu terdapat upaya upaya yang dilakukan oleh Amerika Serikat dalam menaikkan merek bangsanya, termasuk melakukan ekspor, investasi asing langsung, maupun pariwisata. Hadirnya Coca-Cola menjadi bukti nyata sebagai minuman terkenal di dunia dan banyak peminatnya. Branding Coca Cola sendiri sejauh ini lebih berfokus pada target segmen remaja khususnya remaja muda yang lebih aktif, dinamis dan kreatif. Hal ini dikarenakan anak muda merupakan kelompok konsumen yang tidak boleh dibiarkan

begitu saja. Artinya, Coca-Cola menganggap anak remaja merupakan tujuan pasar utama dalam mencapai national branding. Selain itu, Coca-Cola juga memiliki strategi yang dicapai dalam mempertahankan konsumen agar tetap melakukan pembelian produk Coca Cola dengan cara menginformasikan produknya secara above the line dan dengan cara below the line yang unik dan kreatif untuk menjaga komunikasi dengan konsumen untuk tetap mempertahankan branding.

5. KESIMPULAN

Coca Colonization merupakan salah satu wujud nyata dari sistem ekonomi kapitalis AS. Perluasan perusahaan coca cola mengejar keuntungan sebesar-besarnya dengan mendominasi perekonomian negara lain. Coca cola menjadi produk besar akibat beberapa faktor pendorong salah satunya adalah faktor politik dan pemerintahan Amerika. Dalam menjaga eksistensinya Coca-Cola melakukan inovasi terus menerus dengan mencari keinginan konsumen dan kebutuhan konsumen salah satunya meninjau ulang komposisi dari coca cola untuk mengurangi kandungan gula di dalamnya. Tidak hanya itu, dalam menjaga eksistensinya coca cola juga memberikan kontribusi dalam kegiatan masyarakat dan berupaya untuk menjawab masalah yang relevan di masing-masing negara perusahaan beroperasi. Istilah Coca Colonization sendiri ada akibat keresahan Partai Komunis Prancis yang merasa terganggu oleh ekspansi Coca colonialism dengan meluasnya produksi dan penyebaran pabrik coca cola secara global. Coca Colonization juga terkait dengan visi Amerika sebagai negara besar yang berhasil melakukan penyebaran barang, komoditas, dan cara hidup masyarakat Amerika sebagai bentuk kolonisasi baru. Sebagai perusahaan besar coca cola sendiri memiliki dua hal penting sebagai penunjang atau kekuatan brand yaitu mengedepankan promise dan value. Dari segi promise Coca-Cola sendiri menaruh produk berkualitas menjawab kebutuhan konsumen yang berbeda pada setiap waktu. Dari segi value Coca-Cola senantiasa berkomitmen dalam membentuk nilai-nilai positif dan memposisikan diri menjadi produk yg menaruh refreshment.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

7. KONTRIBUSI PENULIS

8. KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis menyatakan tidak terdapat konflik kepentingan dalam penelitian maupun publikasi artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

1. Cindy Mutia, "Pendapatan Coca-Cola 2020 Terendah dalam Satu Dekade Terakhir", diakses pada 18 Juni 2021 melalui <https://databoks.katadata.co.id/tags/revenue>
2. Coca Cola Journey, "Intip Strategi Coca-Cola Menjadi Brand Kuat yang Bertahan Lebih dari Satu Abad" diakses pada 0 Januari 2021 melalui <https://www.cocacola.co.id/cerita/intip-strategi-coca-cola-menjadi-brand-kuat-yang-bertahan-lebih-dari-satu-abadath>

3. Daniel Thomas Cook, J. Michael Ryan, The Wiley Blackwell Encyclopedia of Consumption and Consumer Studie, (John Wiley Sons : 2015), hlm.89.
4. Dien Nur, Mohamad Rosyidin, “Ketidakberdayaan Pemerintah India Terhadap Isu Privatisasi Air Oleh Coca-Cola Tahun 1993-2004”, Journal of International Relations, Coume 7 Nomor 1, Semarang, hlm. 49-56.
5. Fransisca Wijayanti Kusuma Wardani (2010) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Obligasi Amerika
6. Lorens Bagus, Kamus Filsafat (Jakarta: Gramedia, 1996), hlm.67. Nur Sayyid Santoso Kristeva, Sejarah Ideologi Dunia (Yogyakarta: Lentera Kreasindo, 2015), hlm.13.
7. Serikat oleh Cina Pada Tahun 2008-2009. Skripsi thesis, Universitas Indonesia.
8. “Langkah ke Depan Coca-Cola : Strategi Bisnis Baru yang Berfokus pada Pilihan, Kemudahan dan Konsumen”, diakses melalui <https://www.cocacola.co.id/cerita/langkah-ke-depan-coca-cola-strategi-bisnis-baru-yang-berfokus-pada-pilihan-kemudahan-dan-konsumen> pada 5 Desember 2021.
9. Coca-Cola, Kapitalisme dalam Botol, dan Coca Colonization, diakses melalui [https://jernih.co/veritas/coca-cola-kapitalisme-dalam-botol-dan-Coca Colonization/?amp=1](https://jernih.co/veritas/coca-cola-kapitalisme-dalam-botol-dan-Coca-Colonization/?amp=1) pada 7 Desember 2021.
10. Merek Coca-Cola Berkembang di Dunia, Masuk Indonesia dan Maju Pesat dengan Dukungan Orba, diakses melalui <https://voi.id/amp/59703/merek-coca-cola-berkembang-di-dunia-masuk-indonesia-dan-maju-pesat-dengan-dukungan-orba> pada 6 Desember 2021.
11. Pedagang Tamil Nadu Memboikat Coca-Cola dan Pepsi, diakses melalui <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-39126148.amp> pada 7 Desember 2021.
12. Teguh Setiawan, “Coca Cola, Kapitalisme, dalam Botol, dan Coca Colonization”, diakses pada tahun 2019 melalui [https://jernih-co.cdn.ampproject.org/v/s/jernih.co/veritas/coca-cola-kapitalisme-dalam-botol-dan-Coca Colonization/?amp=1&gsa=1&pgsjsv=a6usqp=mq331AQKKAFQArABIACAw](https://jernih-co.cdn.ampproject.org/v/s/jernih.co/veritas/coca-cola-kapitalisme-dalam-botol-dan-Coca-Colonization/?amp=1&gsa=1&pgsjsv=a6usqp=mq331AQKKAFQArABIACAw)
12. Tempo.co 2012 "negara ini menolak jualan coca cola" <https://dunia.tempo.co/amp/428951/negara-ini-menolak-untuk-jualan-coca-cola> diakses pada 6 Desember 2021.
13. We Are Coca-Cola Europacific Partners, diakses melalui <https://www.ccamatil.com/id-id/Home> pada 6 Desember 2021.