

**DAMPAK KEBIJAKAN SUGAR TARIFF MEKSIKO TAHUN 2014  
TERHADAP PERUSAHAAN COCA COLA ASAL AMERIKA SERIKAT**

**Oleh : Daniel Martua Siregar**  
**Pembimbing : Dr.M.Saeri,M.Hum**  
**Bibliography : 11 Jurnal, 10 Buku, 7 Website**

Jurusan Ilmu Hubungan Internasional–Prodi Hubungan Internasional  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. HR. Subrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28294 Telp/Fax.  
0761-63277

***Abstract***

*The purpose of this study is to figure out the effectivity of sugary tariff done by Mexico in 2014 on Coca Cola Company from the United States in case of the usage of High-Fructose Corn Syrup (HFCS) in Coca Cola soda that has increased mortality and obesity in Mexico, as the background of this writing. Sugary Tariff policy issued by the Mexican government in 2014 is a new policy to overcome the rate of circulation of soft drinks and to reduce the level of consumption as an attempt to avoid obesity.*

*This study uses an Economic approach known as Mercantilism. There are two well-known perspectives related in the study of International Political Economy: 1) the perspective of liberalism that offers free trade among countries in the world without any restriction in the form of tariff or non-tariff; and 2) the perspective of Mercantilism (economic nationalism) which is identical to protectionism.*

*Protection strategy is a policy that is often used by a country to protect the national interests especially by the affectuation of free market (Free Trade Area). Nowadays, Coca Cola has dominated 70% of the sales of soft drinks in Mexico and has affected Mexico's economic development. Hence, the enactment of sugary tariff in 2014 is a Mexican effort to protect the interests of the country and it also has impacted to the Coca Cola Company.*

***Kata Kunci :*** *sugary tariff, HFCS , Kebijakan, Obesitas, Konsumtif, National Ekonomi, Merkantilis, Free Trade Area.*

## **Pendahuluan**

Meksiko telah melanjutkan proses reformasi ekonomi yang dimulai pada pertengahan 1980-an. Keuntungan efisiensi yang dicapai sejak saat itu, keterbukaan yang lebih besar dari kerangka investasi dan integrasi lebih dekat dalam ekonomi dunia, bersama dengan dukungan dari komunitas keuangan internasional, telah membantu pemulihan dari resesi 1995. Modernisasi kerangka kelembagaan dan hukum terus berlanjut. Sementara liberalisasi perdagangan sepihak atas dasar MFN telah diteruskan, perubahan kebijakan perdagangan telah didominasi oleh liberalisasi regional di bawah NAFTA dan perjanjian lainnya, dan pangsa perdagangan barang Meksiko dengan Amerika Serikat – termasuk perdagangan maquiladora - naik dari 75 persen di 1992 hingga 80 persen pada tahun 1996. Beberapa elemen liberalisasi regional telah menguntungkan semua Anggota WTO, yang lainnya lebih jelas mendukung mitra regional. Selain itu, sisa-sisa kebijakan substitusi impor sebelumnya masih mempengaruhi industri otomotif, sementara kenaikan tarif selektif (dalam tingkat yang terikat) telah diperkenalkan untuk mendukung kegiatan lain. Penggunaan aktif langkah-langkah anti-dumping membuat mereka menjadi penghalang perdagangan potensial. Proses reformasi belum lengkap; kelanjutannya diperlukan bagi Meksiko untuk mencapai tingkat pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi dan berkelanjutan.

Sejak Tinjauan Kebijakan Perdagangan terakhir, Meksiko telah meningkatkan penggunaan langkah-langkah kontingensi, kebanyakan anti-dumping, meskipun jumlah inisiasi baru telah menurun setelah depresiasi mata uang dan booming ekspor. Namun demikian, dengan sekitar 90 langkah yang saat ini berlaku, Meksiko mengoperasikan salah satu sistem pertahanan perdagangan paling aktif di dunia. Oleh karena itu, tindakan

anti-dumping menjadi penghalang perdagangan yang signifikan, meskipun Meksiko menggunakan "klausul kepentingan umum". Langkah-langkah tersebut mengurangi liberalisasi umum yang dilakukan sejak pertengahan 1980-an, dan mengurangi efisiensi ekonomi, terutama karena mereka sering diarahkan pada barang-barang primer dan menengah.

## **Sejarah Antidumping Meksiko**

Kebijakan Sugary Tariff Meksiko memiliki sejarah yang panjang. Pada tahun 1997 Meksiko mulai memberlakukan kebijakan antidumping dimana Meksiko menganggap bahwa Amerika Serikat mengeksport gula dengan harga murah dan ini dianggap membahayakan produksi gula dalam negeri Meksiko. Kemudian dari permulaan kebijakan ini, timbul kebijakan-kebijakan baru selama periode dari tahun 1997 sampai 2014. Kebijakan Meksiko ini selain didasari pada terganggunya produksi gula dalam negeri, juga didasari atas dorongan memperbaiki taraf kesehatan warga Meksiko dimana budaya konsumtif minuman soda di Meksiko yang tinggi mengakibatkan meningkatnya diabetes dan penyakit lainnya. Awal kebijakan yang dikeluarkan Meksiko yaitu pada tahun 1997 menuai protes dari Amerika Serikat. Hal ini didasari pada isi perjanjian GATT yang menyatakan bahwa tidak ada produk anggota perdagangan yang dikenai pajak. Kemudian, pada tahun 2002, Meksiko kembali mengeluarkan pajak baru yang sebelumnya telah digugat oleh Amerika Serikat yang gugatan tersebut dikabulkan WTO. Pada tahun 2004, kebijakan Meksiko yang dikeluarkan pada tahun 2002 tersebut kembali digugat oleh Amerika Serikat<sup>1</sup>. Hasil gugatan kembali berpihak ke Amerika Serikat sehingga Meksiko kembali membatalkan peraturan tersebut. Pada tahun 2014, Meksiko kembali mengeluarkan peraturan baru terhadap produk minuman HFCS. Peraturan tersebut

---

<sup>1</sup> In Mexico, Sugar vs. US. Corn Syrup dari <https://nytimes.com/> diakses pada 16 April 2018

sampai saat ini masih berlaku. Untuk mengetahui sejarah panjang peraturan yang dikeluarkan Meksiko ini, akan dijabarkan pada penjelasan di bawah ini.

### **1. Kebijakan Antidumping Meksiko pada Tahun 1997**

Pada tahun 1970-an, Ekonomi Meksiko sangat terjaga. Pada tahun tersebut, 65% barang di struktur perpajakan Meksiko tercatat telah diwajibkan memiliki izin import. Dan pada tahun 1980-an 100% barang luar negeri harus memiliki izin import. Pada tahun 1985, Meksiko menandatangani perjanjian perdagangan GATT yang merubah pola perdagangan antara Meksiko dan negara lain. Tercatat hanya 1% barang yang dikenakan izin import ke Meksiko. Hal ini membawa dampak perubahan terhadap perusahaan asing untuk berekspansi ke Meksiko. Salah satu perusahaan internasional yang berekspansi ke Meksiko adalah perusahaan Coca Cola milik Amerika Serikat. Meksiko kemudian menjadi pasar terbesar nomor empat Coca Cola setelah Kanada, Australia dan Jepang.

Meskipun Coca Cola bukan menjadi produk minuman utama yang tersebar di Meksiko, namun Coca Cola sudah menjadi bagian dari budaya Meksiko itu sendiri. Untuk memenuhi permintaan pasar yang cukup tinggi, Coca Cola dan anak perusahaannya mengembangkan bisnis minuman di Meksiko. Sehingga Coca Cola berkembang menjadi salah satu perusahaan minuman terbesar di Meksiko.

Perkembangan yang sangat signifikan ini, memberikan dampak ekonomi yang luarbiasa terhadap Meksiko. Salah satu dampak yang dirasakan Meksiko adalah meningkatnya pertumbuhan industri minuman di Meksiko. Selain itu, banyaknya warga Meksiko yang menghabiskan uangnya hanya untuk mengikuti kebiasaan dalam menikmati minuman soda. Dampak terbesar yang dirasakan Meksiko adalah meningkatnya peredaran modal asing yang membuat devaluasi tajam peso. Peredaran modal

asing ini terjadi karena adanya liberalisasi ekonomi yang diikuti Meksiko atas prakarsa perdagangan NAFTA. Ditambah lagi adanya kesepakatan GATT yang ditandatangani Meksiko dengan negar-negara anggota GATT.

Selama tahun 1995, kegiatan ekonomi Meksiko menyusut sangat signifikan, dengan penurunan 6,9% PDB dibanding pada tahun 1993 dan 1994 yaitu diangka 2% dan 4,4%. Meksiko menganggap bahwa penurunan ekonomi tidak sejalan dengan perkembangan industri minuman di Meksiko. Industri minuman Meksiko pada tahun 1994 sudah sangat menyebar luas di Meksiko. Amerika Serikat adalah salah satu pemasok minuman soda ke Meksiko. Seiring berkembangnya industri minuman di Meksiko, terjadi beberapa pelanggaran peraturan dimana salah satu peraturan yang dilanggar adalah kandungan gula pada minuman soda yang salah satunya adalah minuman yang dipasok dari Amerika Serikat.

Untuk mengatasi penyebaran minuman tidak sehat yang tidak terkontrol, pemerintah Meksiko mengeluarkan pajak antidumping terhadap produk minuman soda yang bahan baku pemanisnya adalah HFCS (*High Fructose Corn Syrup*). Sehingga pada tahun 1997, badan pemerintah Meksiko untuk industri gula dan alkohol mengeluarkan petisi antidumping yang salah satu isinya adalah mensinyalir bahwa Amerika Serikat menjual minuman dan makanan dengan kadar gula yang melebihi batas normal. Namun hasil dari petisi antidumping ini adalah WTO sebagai mediator persengkataan memenangkan Amerika Serikat. Sehingga Meksiko tidak bisa melakukan kebijakan-kebijakan selanjutnya untuk mencegah peredaran *High Fructose Corn Syrup (HFCS)*.

Pada tahun 2000, Meksiko kembali melakukan investigasi antidumping terhadap produk minuman berbahan HFCS yang diekspor Amerika Serikat ke Meksiko. Namun investigasi ini, kembali

dinyatakan tidak konsisten terhadap kesepakatan yang dideklarasikan oleh organisasi perdagangan NAFTA yang salah satu anggotanya adalah Meksiko.<sup>2</sup>

## 2. Kebijakan Antidumping Meksiko pada Tahun 2002

Pada tahun 2000, Meksiko kembali mengeluarkan pajak antidumping yang tujuannya adalah untuk melindungi market Meksiko dari peredaran minuman berbahan dasar HFCS yang melewati ambang batas normal. Produksi sirup jagung fruktosa tinggi (HFCS) menyumbang penggunaan terbesar kedua dari semua jagung yang digunakan untuk produk makanan dan produk minuman di Amerika Serikat. Pembuatan HFCS digunakan lebih dari 20 persen dari semua gantang jagung yang dikonsumsi di Amerika Serikat.

Konsumsi HFCS AS telah meledak dalam dua puluh tahun terakhir. Pada tahun 1975, rata-rata konsumen AS mengkonsumsi 3,5 ton HFCS setiap tahun; pada tahun 2004 angka ini tumbuh hampir 250 persen menjadi 42,3 ton per tahun. Industri penggilingan jagung secara keseluruhan tumbuh lebih dari 50 persen antara tahun 1987 dan 1995, memperluas pengiriman dari 4,8 miliar dollar Amerika Serikat menjadi 7,5 miliar dollar Amerika Serikat. Antara tahun 1993 dan 1998, produsen HFCS Amerika Serikat mengekspor antara 1,5 dan 4,2 persen dari total produksi dalam negeri. Selama periode ini, Meksiko adalah tujuan utama dari ekspor HFCS Amerika Serikat, diikuti oleh negara-negara seperti Kanada dan Jepang. Selain itu, ekspor HFCS ke Meksiko, didorong oleh pengurangan tarif yang dikemukakan pada perjanjian NAFTA, sehingga kegiatan ekspor HFCS tumbuh dengan cepat. Antara 1991 dan 1994, ekspor HFCS-42 Amerika Serikat ke Meksiko tumbuh lebih dari 300 persen menjadi 21 ribu metrik ton (MT), sedangkan ekspor dari HFCS-55 tumbuh

178 persen menjadi 45.200 MT. Meskipun ekspor turun sedikit pada tahun 1995, antara tahun 1996 dan 1997 mulai tumbuh dengan cepat sekali. Meksiko menyumbang hampir 60 persen dari Ekspor HFCS-42 Amerika Serikat dan hampir 90 persen dari ekspor HFCS-55 Amerika Serikat pada tahun 1996.

Para ahli memperkirakan bahwa produksi HFCS tahunan di Amerika Serikat tumbuh sebesar 3,5 juta ton antara tahun 1994 dan 1997. Meskipun konsumsi di Amerika Serikat telah meningkat, hal itu belum sejalan dengan peningkatan kapasitas, sehingga mengakibatkan industri *overcapacity* terutama karena ekspor ke Meksiko telah hampir dieliminasi sejak tahun 2002. Asal-usul sengketa HFCS tidak diragukan lagi terkait dengan sengketa antara Meksiko dan Amerika Serikat atas ketentuan gula NAFTA. Perjanjian NAFTA menyatakan bahwa Meksiko diperbolehkan untuk mengekspor seluruh kelebihan produksi gula ke Amerika Serikat. Perjanjian tersebut menetapkan bahwa antara tahun 1994 dan 1999 sebanyak 25.000 metrik ton bahan mentah bisa dikirim bebas pajak; pada tahun 2000 jumlah ini meningkat menjadi 150.000 metrik ton bahan mentah, dan terus meningkat 10 persen setiap tahunnya. Maksimal ini bisa terlampaui jika Meksiko mencapai produksi gula dalam dua tahun berturut-turut. Dengan kata lain, jika Meksiko memproduksi gula secara meningkat di dua tahun berturut-turut berdasarkan perjanjian NAFTA memungkinkan untuk mengekspor semua gula ke Amerika Serikat mulai tahun 2000. Namun, perjanjian yang telah disepakati pada NAFTA mulai adanya perubahan persepsi. Amerika Serikat mengklaim bahwa di bawah perjanjian NAFTA, produksi gula Meksiko harus melebihi konsumsi gula dan HFCS untuk dianggap sebagai produsen gula dengan kategori

---

<sup>2</sup>High Fructose Corn Syrup. Pada [www.auapps.american.edu/casestudies/hfcs.html](http://www.auapps.american.edu/casestudies/hfcs.html) diakses pada 22 April 2018

surplus dan berhak memperoleh perlakuan khusus yaitu bebas pajak, sehingga kecil kemungkinan bahwa Meksiko akan memenuhi syarat untuk status bebas pajak tersebut. Selain itu, Amerika Serikat membatasi jumlah ekspor gula Meksiko ke pasar Amerika Serikat hanya sebesar 250.000 metrik ton untuk tahun 2001 sampai 2007. Di sisi yang lain, Meksiko mengklaim telah memiliki hak untuk ekspor gula secara bebas pajak sejak tahun 2000. Meskipun Meksiko meminta pembentukan sebuah panel penyelesaian sengketa NAFTA untuk menyelesaikan perselisihan pada bulan Agustus 2000, Amerika Serikat tidak kooperatif dalam menanggapi pembentukan panel tersebut. Amerika Serikat menyatakan bahwa tuduhan Meksiko dibawah asosiasi SECOFI tidak beralasan. Pengajuan Amerika Serikat ke WTO berpendapat, antara lain, bahwa permohonan antidumping yang diajukan oleh Asosiasi Gula Meksiko tidak mengandung cukup bukti dari ancaman cedera materi terutama anggapan perusakan pasar gula Meksiko. Selain itu, SECOFI gagal mengkonfirmasi bahwa Meksiko tidak memiliki industri HFCS selama periode penyelidikan, yang merupakan elemen kunci determinasi bahwa Pabrik HFCS harus berdiri di Meksiko untuk mengajukan permohonan antidumping di Meksiko. Amerika Serikat juga memberikan pernyataan bahwa SECOFI dalam penentuan ancaman cedera materi tidak memerlukan penilaian terhadap kemungkinan dampak dari impor HFCS di Meksiko dan faktor ekonomi lainnya yang relevan. Amerika Serikat juga berpendapat bahwa SECOFI harus mempertimbangkan perjanjian antara industri gula dan produsen minuman ringan ketika menilai kemungkinan terjadinya lonjakan impor HFCS di masa mendatang.

Pada tanggal 24 Februari 2000, WTO memutuskan bahwa antidumping Meksiko pada HFCS Amerika Serikat tidak sesuai dengan Perjanjian Antidumping WTO. Meskipun WTO menemukan bahwa

inisiasi permohonan dibenarkan, penentuan resiko rusaknya harga gula tidak sesuai dengan aturan WTO. Secara khusus, panel menemukan bahwa SECOFI tidak mempertimbangkan semua faktor ekonomi yang mempengaruhi industri gula Meksiko yang berhubungan dengan keputusan ancaman cedera materi. SECOFI juga gagal memperhitungkan kesepakatan antara produsen gula Meksiko dan produsen minuman ringan.

Meksiko memutuskan pada tanggal 20 September 2000 untuk menegakkan peraturan yang pernah dikeluarkan pada tahun 1997. Penentuan antidumping berdasarkan analisis baru yang memperhitungkan banyak faktor tambahan yang dikemukakan WTO. Namun, pada tanggal 12 Oktober 2000, Amerika Serikat meminta agar masalah tersebut dikaji ulang oleh panel dalam penyelesaian sengketa yang sama untuk menentukan apakah Meksiko telah menerapkan dengan benar rekomendasi WTO. Pada bulan Juni 2001, panel menemukan bahwa Meksiko telah gagal melaksanakan rekomendasi WTO khususnya Meksiko tidak cukup mempertimbangkan dampak dari impor HFCS di dalam industri dalam negeri dan dampak dari perjanjian antara produsen gula dan produsen minuman ringan. Meskipun Meksiko mengajukan banding atas putusan tersebut, badan

banding menguatkan keputusan pada 21 November 2001. Selain masalah yang diangkat dalam proses WTO, Asosiasi Pabrik Gula Jagung Amerika Serikat meminta agar panel NAFTA juga mempertimbangkan fakta bahwa SECOFI keliru mengambil langkah antidumping yang dikenakan pada semua perusahaan impor. Pada tanggal 3 Agustus 2001, panel NAFTA juga menemukan bahwa SECOFI telah gagal untuk membuktikan keberadaan ancaman gula dalam negeri sama seperti yang dikemukakan melalui panel WTO. Meskipun Meksiko mengajukan banding atas putusan itu, panel NAFTA

memerintahkan bahwa Meksiko memiliki waktu 30 hari untuk menghapuskan kebijakan antidumping.

Pada tanggal 18 April 2002, Meksiko mengeluarkan antidumping baru menggantikan tugas antidumping dengan kuota tarif rasio (TRQ). Di bawah TRQ, Meksiko menyatakan bahwa sebanyak 148.000 ton HFCS Amerika Serikat dapat diekspor bebas pajak ke Meksiko, tetapi jika melebihi kuota tersebut, maka kelebihan kuota dibebankan pajak sebesar 210%.

Meskipun TRQ masih jalan di tempat, eksportir AS belum mampu memanfaatkan seluruh kuota yang ada. Pada waktu yang bersamaan dengan diberlakukannya TRQ, pemerintah Meksiko memberlakukan pajak 20 persen terhadap minuman ringan dan minuman lain yang menggunakan pemanis selain gula tebu, termasuk HFCS.

Atas diberlakukannya pajak 20 persen untuk minuman soda dan minuman lain yang menggunakan pemanis buatan termasuk HFCS selain gula tebu, Amerika Serikat kembali membawa kasus tersebut ke panel WTO. Dan pada akhirnya, meskipun keputusan belum dikeluarkan pihak WTO, Meksiko menyadari bahwa keputusannya dimasa yang akan datang hanya akan merugikan Meksiko. Namun, tarif 210 persen jika ekspor Amerika Serikat melebihi kuota yang ditentukan Meksiko, menjadi keputusan yang berhak untuk diambil oleh pemerintah Meksiko. Pada akhirnya, pajak 20 persen untuk minuman yang mengandung HFCS dihapuskan namun tarif 210 persen kelebihan kuota tetap diberlakukan.

### **Political Will Pemerintah Meksiko**

Kebijakan Meksiko pada tahun 2014 pada intinya memiliki landasan dan latar belakang yang sedikit berbeda dari kebijakan-kebijakan sebelumnya. Kebijakan Meksiko pada tahun 2014 dilandaskan lebih kepada bentuk

kepedulian pemerintah Meksiko terhadap warganya (political will). Kepedulian pemerintah Meksiko terhadap warganya bermula dari analisa obesitas dan kesehatan warga Meksiko yang semakin lama semakin memperhatikan.

### **1. Peningkatan angka obesitas pada masyarakat Meksiko di tahun 2000-2012**

Pada tahun 2002, secara resmi pemerintah Meksiko tidak mengenakan pajak atas HFCS kecuali pajak over kuota. Dengan adanya liberalisasi perdagangan ini, semakin memberikan peluang industri minuman soda untuk berkembang pesat di Meksiko. Sehingga warga Meksiko kembali menjadi konsumen terbesar dunia dalam mengkonsumsi minuman soda. Dalam perkembangannya, minuman soda menjadi trend dan menjadi bagian kehidupan warga Meksiko.

Atas fenomena tersebut, Meksiko mengalami penurunan taraf kesehatan masyarakat. Beberapa penyakit akibat minuman manis atau minuman soda telah menyebar di seluruh Meksiko. Obesitas, Jantung Koroner dan penyakit lainnya merupakan dampak dari tingginya konsumsi minuman soda berisi pemanis buatan.

WHO merilis hasil penelitian tingkat obesitas di Meksiko periode tahun 2006 sampai dengan 2012 yang menyatakan bahwa dari 38.208 responden acak diketahui sebanyak 71,3% dari responden mengalami kelebihan berat badan dan obesitas. Selama kurun waktu 2000 sampai 2006, peningkatan obesitas warga Meksiko sebesar 1% tiap tahunnya dan pada tahun 2006 sampai 2012 sebesar 0,3%. Terlepas dari penurunan prevalensi tingkat obesitas warga Meksiko, tidak ada bukti dan dasar bahwa penurunan akan terjadi di tahun-tahun berikutnya. Maka dari kesimpulan tersebut, Meksiko diharuskan membuat

kebijakan untuk menekan tingkat obesitas warganya<sup>3</sup>.

Secara spesifik dijelaskan bahwa pada tahun 2010-2011, sensus kelebihan berat badan untuk anak usia 6 sampai dengan 12 tahun ditemukan sebanyak 43% anak laki-laki dan 37% anak perempuan mengalami kelebihan berat badan. Meskipun kelebihan berat badan yang dialami anak-anak Meksiko ini tidak sepenuhnya dikarenakan minuman soda, namun sedikit banyaknya minuman soda telah mempengaruhi kelebihan berat badan mereka. Sehingga langkah yang harus dilakukan oleh pemerintah Meksiko adalah salah satunya menekan peredaran minuman soda. Sehingga dari penelitian tersebut, menjadi landasan kuat pemerintah Meksiko untuk mengeluarkan kebijakan yang melindungi warganya terhadap kelebihan badan.

Dari pertimbangan tersebut serta situasi politik di Meksiko pada tahun 2013 yang menguntungkan untuk adopsi sistem pajak SSB (Sugar Sweetened Beverage) Presiden Meksiko yang baru terpilih, mengadopsi perjanjian “Pakta Meksiko” (yaitu, perjanjian usaha antara partai-partai politik untuk bekerja sama), dan reformasi pajak telah mengumumkan untuk memungkinkan investasi yang lebih besar dalam pelayanan kesehatan dan sosial. Pada Oktober 2012 dari Aliansi dan koalisi dari 22 badan non-pemerintah dan jaringan yang mewakili sekitar 650 organisasi non-profit mulai menekan pemerintah untuk memungut pajak SSB. Sehingga pada tahun 2014, Meksiko memberlakukan pajak atas produk yang mengandung pemanis buatan terutama HFCS, Meksiko memutuskan tarif 1 peso per liter minuman berbahan dasar gula.

## **2. Dominasi Produk Coca Cola di Meksiko Menghambat Pertumbuhan Minuman Soda Dalam Negeri**

Coca-Cola tidak memiliki jumlah persaingan yang signifikan dari minuman berkarbonasi di Meksiko. Pada tahun 2003, Coca Cola mendominasi pasaran sebesar 70% , Pepsi memiliki sekitar 15% dari pasar, meninggalkan sedikit ruang untuk perusahaan minuman kecil untuk bersaing di Meksiko. Sama seperti Industri Minuman Coca-Cola yang sangat kuat di Mexico, industri pembotolan Meksiko juga kuat di Dunia. Pada tahun 1970-an, banyak pengecer yang menjual Coca-Cola, seperti makanan cepat saji. Untuk memasok pelanggan jenis baru, Coca-Cola Company menginvestasikan dalam beberapa konsolidasi dari pembotolan kecil dan menengah dari produk Coca-Cola.

Sejarah Coca-Cola di Meksiko mengalami titik puncak ketika sebuah pembotolan lokal mencapai puncak kekuasaan Coca-Cola global. Pembotolan Coca-Cola Meksiko FEMSA mendominasi pembotolan global sebagai pembotolan terbesar minuman merek dagang Coca-Cola di Dunia. Hal ini mengakibatkan dari penggabungan dua pembotolan terbesar dari Coca-Cola pada tahun 2003. Coca-Cola FEMSA, perusahaan Meksiko, mengakuisisi Panamerican (Panamco) dari Panama sebesar \$ 2,7 miliar. Coca-Cola FEMSA terus memperoleh pembotolan tambahan baik di Meksiko dan luar negeri. Pada tahun 2003, Coca Cola Bottling mengakuisisi sebuah pembotolan Brasil. Coca-Cola FEMSA sekarang memproduksi dan mendistribusikan minuman dari Coca-Cola Company untuk wilayah di Meksiko, Nikaragua, Kosta Rika, Panama, Filipina, dan Venezuela, sebagian besar Kolombia, dan sebagian besar dari Brazil, Argentina, dan Guatemala.

## **Penetapan Keputusan Sugary Tariff Meksiko Tahun 2014**

Pada awal pemerintahan Presiden Felipe Calderon (2006-2012), Sekretariat Kesehatan mengakui kelebihan berat badan

<sup>3</sup> Prevalensi of obesity in Mexican adults 2000-2012 diakses dari <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed.html> pada 4 Mei 2018

dan obesitas sebagai salah satu faktor risiko utama yang dihadapi oleh penduduk Meksiko dan sistem kesehatan Meksiko. Sampai saat itu, kelompok masyarakat sipil telah mempromosikan diskusi tentang epidemi kelebihan berat badan dan obesitas di negara ini serta gagasan tentang pajak pada SSB. Pada tahun 2006, Institut Kesehatan Masyarakat Nasional Meksiko menerbitkan survei yaitu Survei Kesehatan dan Gizi Nasional tahun 2006, yang mengungkapkan beban kelebihan berat badan dan obesitas di negara tersebut dan meningkatnya risiko di kelompok sosio-ekonomi dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.

Antara tahun 2007 dan 2009, Sekretariat Kesehatan mulai merangsang produksi pengetahuan tentang masalah, untuk mendiskusikan perubahan pola makan di makanan sekolah, untuk mempromosikan regulasi industri pada iklan dan untuk mengkoordinasikan proyek pencegahan obesitas bersama dengan unit pemerintah lainnya. Pada tahun 2010, upaya awal ini mengarah ke inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan upaya koordinasi di antara sektor publik dan swasta untuk melaksanakan tindakan-tindakan kunci untuk mengurangi pertumbuhan epidemi obesitas.

Pada bulan Desember 2012, Enrique Peña Nieto menjadi Presiden Meksiko menjanjikan reformasi fiskal besar-besaran yang akan menghasilkan pendapatan pajak baru. Pada hari setelah ia mengambil alih kekuasaan, Presiden menerima dukungan dari tiga partai politik utama negara itu. Partai-partai tersebut telah membentuk sebuah pakta yang disebut “*Pacto Por México*”, yang tujuannya adalah untuk mendukung Presiden dalam meloloskan reformasi. Di antara 95 inisiatif yang disepakati pada perjanjian itu adalah pajak SSB. Hanya beberapa hari setelah Presiden mengambil alih kekuasaan, proposal utama yang dibuat oleh kelompok masyarakat sipil dan lembaga akademis dipresentasikan oleh Senator Marcela Torres Peimbert, yang peka terhadap masalah ini, berkat

pekerjaan sebelumnya di sektor kesehatan publik. Proposal itu termasuk pajak 20 persen (*ad valorem*) pada soda. Proposal itu akhirnya disahkan dari Rancangan Reformasi Anggaran awal 2013. Tetapi pada bulan Mei 2013, rencana pembangunan nasional (*Plan Nacional de Desarrollo*) dipresentasikan kepada Kongres dan di dalamnya dikutip sebuah buku yang diterbitkan oleh perwakilan lembaga medis akademis. Buku berjudul ‘Obesitas di Meksiko: rekomendasi untuk kebijakan Pemerintah (*Obesidad en México: recomendaciones para una política de Estado*)’ menyoroti data 2004 yang menunjukkan bahwa 75 persen dari semua kematiandi negara itu karena penyakit kronis non-infeksi yang terkait dengan masalah gizi, dengan faktor risiko utama adalah obesitas dan asupan gula yang tinggi. Mengutip survei kesehatan nasional 2012 (*ENSANUT 2012*), buku ini menunjukkan bagaimana epidemi berkembang di negara ini, terutama di kalangan anak-anak dan orang miskin. Hal tersebut menyerukan peraturan pemerintah, undang-undang, dan langkah-langkah fiskal untuk segera dilakukan. Ini juga menyerukan penciptaan norma-norma sosial di sekitar peningkatan gizi dan peningkatan aktivitas fisik yang harus dicapai melalui kampanye peningkatan kesadaran masyarakat serta penyampaian informasi berdasarkan landasan ilmiah.

Selama 2013, peningkatan pajak pada minuman manis menghasilkan diskusi aktif di forum dan acara dengan partisipasi anggota legislatif, organisasi masyarakat sipil (seperti *Contra PESO* dan *Alianza por La Salud Alimentaria*), Institut Kesehatan Masyarakat Nasional dan organisasi multilateral seperti WHO dan mitra regionalnya PAHO. Pada bulan September 2013, Presiden Peña Nieto memperkenalkan kebijakan Anggaran tahunan terutama untuk menanggulangi epidemi obesitas dengan mengeluarkan peraturan pajak 1-peso per liter pada setiap minuman yang mengandung pemanis buatan dengan tujuan spesifik untuk

mengurangi tingkat obesitas dan diabetes yang melonjak, terutama di kalangan anak-anak. Kebijakan 1 peso per liter tersebut kemudian diajukan menjadi 2 peso untuk setiap liter SSB pada saat pembahasan penetapan pajak pada sidang pleno, tetapi akhirnya ditolak. Secara bersamaan, anggota Senat dari *Partido de la Revolución*, PRD, mengusulkan tambahan pajak 20 persen untuk makanan padat energi. Akhirnya, Senat menyetujui pajak 8 persen pada makanan berkalori tinggi. Ini tidak termasuk beberapa makanan yang tidak diolah dan itu termasuk berbagai jenis makanan ringan, coklat, es krim, kue, sereal manis, dll. Kedua pajak yaitu 1-peso per liter untuk minuman soda dan 8% untuk makanan ringan berenergi rendah disetujui pada 29 Oktober dan mulai berlaku pada tanggal 1 Januari 2014.

### **Dampak Sugary Tariff Terhadap Perusahaan Coca Cola Amerika Serikat**

#### **1. Sugary Tariff Meksiko Mempengaruhi Pertumbuhan Perusahaan Coca Cola di Meksiko**

Perusahaan raksasa AS Coca-Cola dan Pepsi tengah mengalami penurunan penjualan di Meksiko. Ketatnya kriteria untuk minuman botol, Coca Cola menyatakan kekecewaannya atas keputusan Meksiko. Menurut Coca Cola, keputusan itu diambil berdasarkan informasi yang tidak akurat. Coca Cola sendiri menyatakan produknya sangat aman dan sama sekali tidak ada alasan untuk menjauhkannya dari konsumen. Meski demikian, Persepsi konsumen telah berubah selama beberapa dekade sejak adanya pajak SSB<sup>4</sup>, dengan preferensi bergerak menjauh dari minuman ringan bergula ke pilihan sehat yang dirasakan seperti jus, teh,

minuman energi dan air. Beberapa opsi ini mengandung jumlah gula yang sama, tetapi konsumen melihatnya sebagai alternatif yang lebih sehat. Dari 2013 hingga 2014, volume penjualan minuman ringan bersoda turun 0,9%, tetapi volume unit secara keseluruhan untuk semua minuman dan air meningkat 1,7%. Namun demikian pada intinya pertumbuhan perusahaan minuman Coca Cola Soda mengalami penurunan. Tercatat peningkatan pertumbuhan penjualan Minuman Coca Cola di tahun 2008 sampai 2010 diangka 9,95% , Kemudian pertumbuhan penjualan di tahun 2010 sampai 2012 diangka 36,7% namun pertumbuhannya menurun dari tahun 2012 sampai 2014 sebesar -4,2% dan terus menurun dari 2014 sampai 2016 sebesar -9%.

**Tabel**  
**Penjualan Coca Cola tahun 2008-2016<sup>5</sup>**

No	Tahun	Penjualan Bersih (Dalam Miliar Dollar AS)	Growth (%)
1	2008	31,94	-
2	2010	35,12	9,95%
3	2012	48,02	36,7%
4	2014	46	(4,2%)
5	2016	41,86	(9%)

Bahkan penurunan terjadi semakin mendalam untuk beberapa kuartal terakhir. Dilansir BBC, laba Coca-Cola dilaporkan anjlok 28% hanya untuk hitungan kuartal dan jika dikonversi ke mata uang, penurunannya mencapai US\$1,05 miliar atau Rp13,65 triliun pada kuartal tiga. Pendapatan Coca-Cola terus mengalami penurunan berturut-turut selama enam kuartal terakhir.

<sup>4</sup><https://www.investopedia.com/articles/market/12/14/15/how-soda-taxes-will-affect-pepsico-and-cocacola-ko-pep> diakses pada 15 April 2018

<sup>5</sup>The Coca Cola Company Net Operation Revenues 2007 to 2017 dalam [www.statistica.com/statistica/233371/net-operating-revenues-of-the-coca-cola-company-worldwide/](http://www.statistica.com/statistica/233371/net-operating-revenues-of-the-coca-cola-company-worldwide/) diakses pada 24 april 2018

Penurunan ini lebih disebabkan karena divestasi pembotolan dan pengenaan pajak 1 peso per satu liter soda. Ini adalah penurunan penjualan pertama produk minuman ringan berkarbonasi sejak tahun 1999 yang tentunya menunjukkan besarnya kesulitan yang dihadapi perusahaan dalam mencari pertumbuhan baru.

Coca Cola sendiri sejauh ini mengandalkan 70 persen pendapatan dari penjualan global dari merek minuman soda yang juga mencakup Sprite dan Fanta. Tapi penjualan minuman mereka terus jatuh di beberapa pasar terbesar, karena lebih banyak konsumen yang khawatir tentang isu-isu kesehatan terutama produk SSB yang selalu dikampanyekan pemerintah Meksiko dan terus munculnya produk minuman lain. Volume penjualan Coca Cola telah jatuh di Meksiko, yaitu pasar terbesar ke tiga perusahaan. Volume penjualan minuman soda juga turun dengan persentase dua digit. Namun, pertumbuhan volume penjualan yang kuat dari minuman noncarbonasi dan rebound di pasar berkembang utama sudah membantu perusahaan untuk mengirim kenaikan penjualan sebesar 2 persen secara global. Volume penjualan dari minuman noncarbonasi naik 8 persen. Coca Cola sendiri memiliki 11 merek minuman noncarbonasi yang masing-masing menghasilkan pendapatan setidaknya USD 1 miliar dalam penjualan ritel tahunan, termasuk jus Minute Maid dan minuman olahraga Powerade. Volume penjualan minuman naik 12 persen, naik dari 5 persen pada kuartal keempat tahun lalu. Volume penjualan non soda dan non SSB tumbuh masing-masing 6 persen dan naik 4 persen. Penjualan merek minuman Coke juga stabil di Amerika Utara terutama Meksiko, sementara volume penjualan juga naik 4 persen di Eropa. Laba bersih Coca Cola turun 7,4 persen menjadi USD 1,62 miliar pada kuartal pertama dari USD 1,75 miliar di tahun sebelumnya akibat melemahnya mata uang asing dan pemangkas laba

operasional sebesar 10 persen untuk pajak 1 peso setiap 1 liter soda. Pendapatan Coca Cola turun 4,2 persen menjadi USD 10,58 miliar dari USD 11,04 miliar setelah perusahaan melakukan divestasi diri dari operasi pembotolan. Bila tidak mengalami fluktuasi mata uang, divestasi pembotolan, serta pajak SSB, pendapatan Coca Cola naik 2 persen dan laba usaha tumbuh 7 persen. Laba per saham Coca Cola juga akan menjadi sebesar 44 sen. Penurunan volume soda membuat sulit bagi perusahaan untuk memenuhi target jangka panjang dari pertumbuhan volume minuman 3% sampai 4% dan 5% sampai 6% pertumbuhan pendapatan per tahun – target perusahaan gagal mencapai tahun 2013 untuk pertama kalinya dalam beberapa tahun. Namun Coca Cola tetap yakin perusahaan dapat mencatat pertumbuhan bisnis tahun 2017 dan penjualan minuman soda akan berubah positif lagi. CocaCola mengatakan akan meningkatkan anggaran iklan sebesar USD 1 miliar selama tiga tahun ke depan, dari USD 3,3 miliar pada tahun 2013.

## **2. Tindakan Coca Cola terhadap Kebijakan Sugary Tariff Meksiko Tahun 2014**

Tindakan Coca Cola untuk menghadapi peraturan Sugary tarif yang dikeluarkan Meksiko adalah dengan mengangkat kasus tersebut ke panel WTO. Persoalan utama yang melatarbelakangi peraturan tarif gula adalah tindakan antidumping yang dikeluarkan Meksiko kepada Amerika Serikat akibat jumlah ekspor HFCS yang melebihi ambang batas mengancam peredaran gula dalam negeri di pasaran.

Namun pajak baru yang dikeluarkan Meksiko murni bukan atas dasar antidumping yang selama ini menjadi dasar pengenaan pajak atas produk minuman soda berbahan dasar HFCS dan SSB. Sehingga dari analisa bisnis Coca Cola, tidak lagi dapat menyuarakan aspirasinya ke panel WTO. Oleh karena itu Coca Cola

melakukan beberapa penyelesaian yang titik beratnya ada pada internal Coca Cola.

Pasar minuman ringan bersoda memang sempat lesu, bahkan menunjukkan tren penurunan dalam beberapa tahun terakhir. Kesadaran masyarakat akan bahaya kandungan gula dalam minuman ini serta gempuran minuman aneka teh dan buah menjadi salah satu penyebab pasar minuman berkarbonasi sepi. Data dari *Beverages Digest* tahun 2014 menunjukkan bahwa di dunia minuman soda seperti Coca Cola, terus menurun dalam 13 tahun terakhir. Pada tahun 2011, penjualan minuman ini menurun 1 %, dan terus merosot hingga 2014 menjadi 3 %. Buramnya prospek industri minuman bersoda tentu membuat Coca Cola ketertir. Tak heran, ini karena 75 % penjualan Coca Cola Company berasal dari minuman soda. Berbagai strategi pun akhirnya diluncurkan guna merebut kembali pasarnya. Produsen minuman soda paling senior di dunia ini telah meluncurkan beberapa kampanye guna terus menjaga awareness pasar. Salah satunya adalah 'Share Your Coke' yang diwujudkan dalam rangkaian kampanye "Rayakan Namamu". Kampanye ini dilakukan dengan menggunakan kaleng dan botol Coca Cola sebagai media. Mereka mencetak nama-nama orang yang banyak ditemukan di berbagai belahan daerah di Meksiko. Selain itu beberapa strategi yang dilakukan Coca Cola antara lain dijabarkan di bawah ini.

#### **A. Diversifikasi Produk**

Coca-Cola dan Pepsi Co memiliki program model bisnis yang berbeda, dan pajak atas soda tidak akan mempengaruhi Coca Cola dengan cara yang sama. PepsiCo mendapat lebih dari setengah pendapatan globalnya dari makanan ringan dan makanan, sementara Coca-Cola menghasilkan semua pendapatannya dari minuman.

Kedua perusahaan telah berusaha melakukan diversifikasi lini produk mereka untuk menghindari biaya produksi yang tinggi serta memenuhi selera konsumen yang mulai berubah<sup>6</sup>.

Perolehan pertama Coca-Cola adalah Minute Maid. Ini terbukti menjadi aset yang sangat berharga, membawa Coca-Cola lebih dari \$ 13 miliar dalam pendapatan global dari produk jus tahun lalu. Pada tahun 2007, perusahaan mengakuisisi Vitamin Water, yang telah disebut – sebut sebagai salah satu pembelian terbaiknya. FUZE teh bergabung dengan jajaran perusahaan pada tahun 2000 dan telah melihat tingkat pertumbuhan tahunan gabungan 30% (CAGR) sejak saat itu. Coca-Cola sekarang menawarkan FUZE di lebih dari 30 varietas yang berbeda. Perusahaan menandatangani kesepakatan 2015 dengan Monster Beverages untuk meningkatkan pendapatan di segmen minuman energi yang meluas.

#### **B. Iklan dan Pemasaran**

Untuk mengurangi resiko penuruna penjualan yang semakin menurun, Coca Cola Company melakukan promosi branding. Hal ini bertujuan menarik kembali pelanggan setia coca cola. Coca Cola sendiri mengatakan akan meningkatkan anggaran iklan sebesar USD 1 miliar selama tiga tahun ke depan, dari USD 3,3 miliar pada tahun 2013. Sebagian besar uang tersebut mengalir ke produk minuman soda dan sponsor Coke. Bagaimanapun pajak soda mempengaruhi kedua perusahaan tergantung pada ukuran dan ruang lingkup. Seperti yang terlihat di Meksiko dan Denmark, pajak secara langsung memengaruhi konsumsi.

<sup>6</sup><https://www.investopedia.com/articles/market/121415/how-soda-taxes-will-affect-pepsico->

and-cocacola-ko-pep diakses pada 15 April 2018

Pajak atas semua minuman manis dapat memengaruhi banyak produk lain, seperti minuman energi dan teh. Ini akan secara signifikan mempengaruhi margin untuk Coca-Cola dan PepsiCo. Jika pajak dibatasi untuk minuman berkarbonasi, kedua perusahaan memiliki diversifikasi yang cukup untuk menawarkan opsi lain kepada konsumen.

### **3. Perubahan Coca Cola sebagai Akibat Kebijakan Sugary Tariff Meksiko**

Coca-Cola adalah minuman ringan berkarbonasi yang dijual di toko, restoran, dan mesin penjual di lebih dari 200 negara dan terbesar di Meksiko. Minuman ini diproduksi oleh The Coca-Cola Company asal Atlanta, Georgia, dan sering disebut Coke saja (merek dagang terdaftar The Coca-Cola Company di Amerika Serikat sejak 27 Maret 1944)..Dewasa ini penjualan coca-cola cenderung tidak ada peningkatan (stabil). Di karenakan: (a) Adanya pesaing-pesaing baru. Untuk saat ini banyak sekali bermunculan produk-produk baru yang dikeluarkan oleh pesaing. Hal tersebut membuat konsumen / pelanggan coca-cola beralih produk pesaing. Salah satunya adalah harga coca-cola yang tergolong cukup tinggi/ mahal di banding dengan produk pesaing, 1 peso per liter merupakan angka pasti yang harus dikeluarkan Coca Cola jika ingin mengekspor Coca Cola ke Meksiko. Bahkan produksi dalam negeri Meksiko untuk Coca Cola dan minuman lainnya yang berbahan SSB dan HFCS juga dikenakan pajak ini.

Perubahan srategi yang diterapkan oleh perusahaan Coca-cola berdasarkan hasil analisis Coca Cola yang telah dilakukan adalah sebagai berikut: (1) Meningkatkan jumlah produk dan didistribusikan ke banyak daerah, (2) Memperbanyak iklan dari situs web untuk memperkenalkan jenis produk baru, (3) Memproduksi jenis produk makanan,

(4) Mulai melayani daerah-daerah yang kiranya kurang mendapat pendistribusian dari produk, (5) Meningkatkan kerjasama dengan market place untuk meningkatkan pendistribusian produknya, (6) Meningkatkan distribusi produk ke banyak daerah, (7) Meningkatkan jumlah penjualan di daerah yang tidak ditentang, (8) Mencari pemasok yang menawarkan harga terendah untuk bahan mentah, (9) Memperbaiki sistem kinerja manajemen dan karyawan di perusahaan, (10) Memperluas segmenpasar pada konsumenyang tidak anti-Amerika, (11) Memperbanya produk minuman yang tidak berkarbonasi dan mengandung pemanis buatan SSB dan HFCS berlebih. (12) Melakukan pemangkasan karyawan untuk mengurangi biaya operasional perusahaan

#### **Pemangkasan karyawan**

Perusahaan Coca Cola mengatakan bahwa secara global penjualan perusahaan turun 1% pada kuartal pertama 2017. Tak hanya Coca-Cola, rivalnya PepsiCo juga mengalami tekanan serupa karena banyaknya konsumen yang meninggalkan minuman bergula tinggi. Pemangkasan pekerja akan dimulai pada paruh kedua 2017 dan akan berlanjut pada 2018. Perusahaan telah melakukan target penghematan tahunan dan melakukan pemangkasan biaya senilai US\$800 juta, dan pada 2019 perusahaan berharap penghematan bisa mencapai US\$3,8 miliar. Coca Cola sendiri mengatakan bahwa sebagian besar biaya penghematan berasal dari pemangkasan pekerja. Penghematan juga dilakukan melalui rantai pasokan perusahaan, pemasaran dan perubahan pada model operasi. Perusahaan minuman asal Amerika

Serikat ini memiliki lebih dari 100.000 pekerja di seluruh dunia<sup>7</sup>.

Pada 2016 silam, perusahaan melaporkan penurunan penjualan selama enam kuartal berturut turut sebesar 7% atau US\$10,6 miliar. Perusahaan juga membukukan penurunan laba bersih sebesar 28 % menjadi US\$ 1,05 miliar di kuartal ini. Sementara, Coca-Cola Zero Sugar, yang menggantikan Coca-Cola Zero mengalami pertumbuhan double-digit yang kuat. Strategi baru perusahaan yang disebut "One Brand" tersebut memberikan Coca Cola, Coke Zoke Zero, Diet Coke dan Coca Cola identitas visual dalam kehidupan dan kini telah dipasarkan ke 12 pasar utama ke negara lain.

### **Kesimpulan**

Tindakan proteksionisme Meksiko dalam melindungi warganya terhadap perdagangan tidak sehat telah dilakukan Meksiko sejak tahun 1997. Salah satu tindakan proteksionisme Meksiko adalah mengeluarkan bea antidumping yang bertujuan menghentikan laju import HFCS Amerika Serikat ke Meksiko. Tindakan proteksionisme Meksiko bermula dari anggapan Meksiko bahwa Amerika Serikat mengeksport HFCS diluar batas normal. Sehingga perlu dilakukan kaji ulang.

Dalam perjalanannya, Meksiko dalam mengeluarkan bea anti dumping menuai banyak sorotan terutama sorotan muncul dari partner bisnisnya yaitu Amerika Serikat. Antidumping gula pertama kali dikeluarkan Meksiko adalah pada tahun 1997 dan menuai banyak sorotan. Amerika Serikat sebagai pihak yang merasa dirugikan mengangkat kasus tersebut ke panel WTO. Dan dalam proses persengketaan tersebut, Meksiko dianggap tidak memenuhi peraturan NAFTA dan WTO menolak keputusan Meksiko dalam

mengeluarkan peraturan antidumping tersebut. Dan Meksiko menarik kembali peraturan yang dikeluarkan pada tahun 1997 tersebut.

Kemudian, pada tahun 2000, Meksiko kembali mengeluarkan antidumping yang isinya memberikan tarif pajak hingga 210% jika nilai ekspor milik Amerika Serikat atau negara lain mengalami kelebihan kuota. Selain itu, Meksiko juga mengeluarkan pajak atas HFCS sebesar 20% serta pajak 20% lainnya bagi distributor minuman mengandung HFCS. Kebijakan Meksiko ini pun menuai protes dari Amerika Serikat. Masalah ini kembali diangkat pada panel WTO serta Amerika Serikat meminta asosiasi NAFTA menginvestigasi keputusan Meksiko ini. Pada akhirnya Meksiko menghentikan investigasi antidumping dan menarik kembali pajak yang dikenakan Meksiko tersebut.

Pada tahun 2014, dengan latar yang 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.

Perubahan yang jelas dirasakan adalah penurunan penjualan dari tahun ke tahun hingga 2018 ini. Selain dari pada penurunan penjualan, perubahan selanjutnya adalah perubahan pada variant produk. Coca Cola mulai meningkatkan penjualan non soda yang lebih aman dan terlepas dari pajak Meksiko. Selain itu, pengurangan karyawan mau tidak mau harus dilakukan Coca Cola untuk mengurangi biaya operasional perusahaan. Perubahan lainnya adalah peningkatan biaya untuk penyebaran iklan dan promosi.

---

<sup>7</sup>Penjualan terus anjlok, Coca Cola akan Pangkas 1.200 karyawan pada

<https://m.wartaekonomi.co.id/berita170787/citi-indonesia-tangani-manajemen-kas-coca-colaamatil-indonesia.html>) diakses pada 16 April 2018

Hal ini dilakukan untuk kembali menarik minat pelanggan untuk membeli produk Coca Cola<sup>8</sup>.

e\_Settlement\_Listings/asset\_upload\_file565\_6449.pdf) pada 14 Maret 2017

## Daftar Pustaka

### Jurnal:

Kornis, Magda. *U.S Corn Sweeteners and Mexican Sugar: Agreement at Last!*, diakses dari Journal of International Commerce and Economic: ([https://www.usitc.gov/publications/332/journals/corn\\_sweeteners.pdf](https://www.usitc.gov/publications/332/journals/corn_sweeteners.pdf)), pada 30 Maret 2017

Larios, Patricia. 2005. *the Fight at the Soda Machine: Analyzing the Sweetener Trade Dispute Between the United States and Mexico Before the World Trade Organization*, diakses dari: (<http://digitalcommons.wcl.american.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1142&context=auilr>), pada 30 Maret 2017

Nestle, Marion. *Soda Wars: Sugar Tax: US, Mexico, the Whole World is Watching*, diakses dari Website Resmi World Nutrition Volume 6: (<http://www.foodpolitics.com/wp-content/uploads/WN-2015-06-11-12-811-832-Marion-Nestle-Tina-Rosenberg-Soda-wars.pdf>), pada 14 Maret 2017

*Mexican Sugar Tax - Evidence of Impact*, diakses dari Website Resmi Minister of Health Meksiko: (<https://www.health.govt.nz>), pada 04 April 2014

*Mexico - Tax Measures on Soft Drinks and Other Beverages*, diakses dari Website Resmi USTR: ([https://ustr.gov/archive/assets/Trade\\_Agreements/Monitoring\\_Enforcement/Dispute\\_Settlement/WTO/Disput](https://ustr.gov/archive/assets/Trade_Agreements/Monitoring_Enforcement/Dispute_Settlement/WTO/Disput)

*Mexico - Tax Measures on Soft Drinks and Other Beverages: Report of the Panel*, diakses dari Website Resmi WTO: ([http://www.wto.org/english/tratop\\_e/dispu\\_e/308r-0\\_e.pdf](http://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/308r-0_e.pdf)), pada 04 April 2017

*Mexico - Tax Measures on Soft Drinks and Other Beverages*, diakses dari: ([https://www.wto.org/english/tratop\\_e/dispu\\_e/cases\\_e/ds308\\_e.htm](https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/cases_e/ds308_e.htm)), pada 04 April 2017

*Putting Taxes into the Diet Equation*, diakses dari Website Resmi WHO: (<http://www.who.int/bulletin/volumes/94/4/16-020416.pdf>), 14 Maret 2017

*Strategi*. Diakses dari: [http://digilib.petra.ac.id/jiunkpe/s1/em-an/2009/jikunkpe-as-s1-2009-31403115-11805-ubur\\_ubur\\_chapter2.pdf](http://digilib.petra.ac.id/jiunkpe/s1/em-an/2009/jikunkpe-as-s1-2009-31403115-11805-ubur_ubur_chapter2.pdf), pada 06 Desember 2013.

WHO, *Taxes on Sugary Drinks: Why do it?*, diakses dari: (<http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/250303/1/WHO-NMH-PND-16.5-eng.pdf>), pada 13 Maret 2017

World Trade Review. 2009. Mexico – Tax Measures on Soft Drinks and Other Beverages (DS308).

### Buku:

Balaam, David N, dan Michael Veseth. 1996. *Introduction to International*

<sup>8</sup>Penjualan Coca Cola Menurun di Kuartal Pertama pada [www.bincangbisnisindonesia.com](http://www.bincangbisnisindonesia.com)

coca-cola menurun.html diakses pada 15 April 2018

- Political Economy*. Prentice – Hall: New Jersey.
- Chaedar, Alwasilah, A. 2006. *Pokoknya Kualitatif; Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. PT Pustaka Jaya: Jakarta.
- Gilpin, Robert. 1987. *The Political Economy of International Relation*. (Princeton: Princeton University Press.
- Gilpin, Robert. 2002. *Tantangan Kapitalisme Global: Ekonomi Dunia Abad ke-21*, Murai Kencana: Jakarta
- Ikbar, Yanuar. 1995. *Ekonomi Politik Internasional*, Bandung: Penerbit Angkasa Bandung
- Mas' oed, Mohtar. 1990. *Ilmu Hubungan Internasional Disiplin dan Metodologi*, LP3S: Jakarta.
- Mas' oed Mohtar. 2003. *Ekonomi Politik Internasional dan Pembangunan*, Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Nucterlain, Donald E. 1979. *National Interest: A New Approach*. Orbis.
- Spero, Joan dan Jeffrey Hart. 2010. *The Politics of International Economic Relation 7<sup>th</sup> Edition*. Wadsworth: California
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Efendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*, LP3ES: Jakarta.
- Website:**
- Burden of Type 2 Diabetes in Mexico: Past, Current and Future Prevalence and Incidence Rates dalam <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4679631/> diakses pada 6 Januari 2018
- Kilpatrick, Kate. *Taxing Soda, Saving Lives: Mexico Surcharge on Sugary is the Real Thing*, diakses dari Website Resmi Aljazeera America: (<http://projects.aljazeera.com/2015/08/mexico-obesity/soda-tax.html>), pada 13 Maret 2017
- Mexico – Tax Measures on Soft Drinks and Other Beverages*, diakses dari: ([https://www.wto.org/english/tratop\\_e/dispu\\_e/cases\\_e/ds308\\_e.htm](https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/cases_e/ds308_e.htm)), pada 30 Maret 2017
- Magda Kornis, *U.S Corn Sweeteners and Mexican Sugar: Agreement at Last!*, diakses dari Journal of International Commerce and Economic: ([https://www.usitc.gov/publications/332/journals/corn\\_sweeteners.pdf](https://www.usitc.gov/publications/332/journals/corn_sweeteners.pdf)), pada 30 Maret 2017
- Non-Alcoholic Beverages*, diakses dari: (<https://www.slideshare.net/pranshubajpai/non-alcoholic-beverages-34247528>), pada 30 Maret 2017
- Rethink on sugary drink*, diakses dari: (<http://www.rethinksugarydrink.org.au/facts>), pada 30 Maret 2017
- Type 2*, diakses dari: (<http://www.diabetes.org/diabetes-basics/type-2/>), pada 30 Maret 2017
- U.S Request WTO Panel Against Mexico Over Beverage Taxes*, diakses dari Website Resm USTR: ([https://ustr.gov/archive/Document\\_Library/Press\\_Releases/2004/June/US\\_Requests\\_WTO\\_Panel\\_Against\\_Mexico\\_Over\\_Beverage\\_Taxes.html](https://ustr.gov/archive/Document_Library/Press_Releases/2004/June/US_Requests_WTO_Panel_Against_Mexico_Over_Beverage_Taxes.html)), pada 13 Maret 2017