

**ANALISIS *GLOBAL PRODUCTION NETWORK* (GPN) TERHADAP
STRATEGI WULING DALAM MEMILIH INDONESIA SEBAGAI
NEGARA PENERIMA INVESTASI INDUSTRI MOBIL LISTRIK TAHUN
2017-2022**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA**

Oleh:

ZSAVIERY RAIHAN WAKHYUDHY

20323305

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2026

**ANALISIS BAGAIMANA *GLOBAL PRODUCTION NETWORK* (GPN)
TERHADAP STRATEGI WULING DALAM INVESTASI INDUSTRI
MOBIL LISTRIK DI INDONESIA TAHUN 2017-2022**

Diajukan kepada Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi sebagian dari syarat guna memperoleh
Derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional



Oleh:

ZSAVIERY RAIHAN WAKHYUDHY

20323305

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2026

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS *GLOBAL PRODUCTION NETWORK* (GPN) TERHADAP

STRATEGI WULING DALAM INDUSTRI MOBIL LISTRIK DI

INDONESIA TAHUN 2017-2022

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Prodi Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat dalam memperoleh
derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional

Pada Tanggal

23 Juli 2026

Mengesahkan
Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Ketua Program Studi

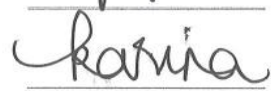



Karina Utami Dewi, S.I.P., M.A.

Dewan Penguji

Tanda Tangan

- 1 Dewi Masitoh, S.Hub.Int., M.Sos.
- 2 Karina Utami Dewi, S.I.P., M.A.
- 3 Enggar Furi Herdianto, S. I. P., M. A.

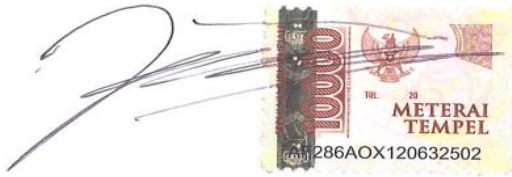

PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya ilmiah independen saya sendiri, dan bahwa semua materi dari karya orang lain (dalam buku, artikel, esai, disertasi, dan di internet) telah dinyatakan, serta kutipan dan parafrase diindikasikan dengan jelas.

Tidak ada materi selain yang digunakan selain yang termuat. Saya telah membaca dan memahami peraturan dan prosedur universitas terkait plagiarisme.

Memberikan pernyataan yang tidak benar dianggap sebagai pelanggaran integritas akademik.

23 Juli 2022

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 2000 Rupiah postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL' and '286AOX120632502'.

Zsaviery Raihan Wakhyudhy

DAFTAR ISI

SKRIPSI	1
HALAMAN PENGESAHAN	3
PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK	4
DAFTAR ISI	5
DAFTAR TABEL	7
DAFTAR GRAFIK	8
ABSTRAK	9
BAB 1	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Cakupan penelitian	7
1.5 Tinjauan Pustaka	7
1.6 Kerangka Pemikiran	9
1.7 Argumen Sementara	12
1.8 Metode Penelitian	14
1.8.1 Jenis Penelitian	14
1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian	14
1.8.3 Metode Pengumpulan Data	14
1.8.4 Proses Penelitian	14
1.9 Sistematika Pembahasan	15
BAB 2	16
2.1 Prioritas Indonesia Mobil Listrik Tahun 2017-2022 melalui Wuling	17
2.2 Kategori dalam Kerangka <i>Global Production Network: Value, Power, dan Embeddedness</i>	24
BAB 3	29
3.1. Dimensi <i>Agents</i> and <i>Structures</i> serta <i>Configuration and Coordination</i> dalam Kerangka GPN	30
3.1.1. <i>Agents</i> dalam Kerangka GPN: <i>Firms dan Institutions</i>	31
3.1.2. <i>Structures</i> dalam Kerangka GPN: <i>Networks dan Sectors</i>	32
3.1.3. Interaksi <i>Agents</i> dan <i>Structures: Configuration</i>	33
3.1.4. <i>Coordination</i> dan <i>Development</i>	33
3.2. Value (Nilai)	34

3.2.1. <i>Value Creation</i> (Penciptaan Nilai): Membangun Basis Perakitan untuk <i>Micro EV</i>	36
3.2.2. <i>Value Enhancement</i> (Peningkatan Nilai): Memperdalam, Bukan Memindahkan, Basis Produksi	38
3.2.3. <i>Value Capture</i> (Penangkapan Nilai): Menangkap Insentif Institusional	40
3.3. <i>Power</i> (Kekuasaan)	42
3.3.1. <i>Corporate Power</i> : Relasi dan Keterkaitan Antar-Korporasi dalam Aliansi SGMW	43
3.3.2. <i>Collective Power</i> : Kelompok Penekan dalam Ekosistem Kendaraan Listrik	45
3.4. <i>Embeddedness</i> (Keterikatan)	47
3.4.1. <i>Territorial Embeddedness</i>	48
3.4.2. <i>Network Embeddedness</i>	50
3.4.3. <i>Societal Embeddedness</i>	51
Tabel 1 Hasil Analisis Teori GPN terhadap Alasan kerjasama Wuling dengan Indonesia Tahun 2017-2022	54
BAB 4	61
4.1. Kesimpulan	61
4.2. Saran	65

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Hasil Analisis Teori GPN terhadap Alasan Wuling memilih Indonesia sebagai tuan rumah pembTahun 2017-2022	59
--	----

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. Perkiraan & Realisasi Investasi Wuling di Indonesia dalam Mobil Listrik Tahun 2017-2022	24
---	----

ABSTRAK

Perkembangan industri mobil listrik merupakan bagian dari transformasi industri otomotif global dan transisi energi berkelanjutan. Di Indonesia, salah satu aktor yang berperan dalam perkembangan ini adalah Wuling Motors melalui kerja sama Indonesia dan Tiongkok pada periode 2017-2022. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya tren kendaraan listrik, dukungan kebijakan pemerintah Indonesia, potensi pasar otomotif domestik, serta ketersediaan sumber daya strategis seperti nikel. Rumusan masalah penelitian ini adalah mengapa Wuling memilih Indonesia dalam melakukan investasi melalui mobil listrik pada periode tersebut. Penelitian ini menggunakan kerangka *Global Production Network* (GPN) dari Henderson dkk. (2002) yang menghubungkan dimensi *Agents dan Structures* dengan tiga kategori *value*, *power*, dan *embeddedness* melalui proses *Configuration and Coordination*. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan data sekunder dari jurnal ilmiah, dokumen kebijakan, laporan industri, berita, dan sumber relevan lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan Wuling memilih Indonesia dipengaruhi oleh peran Wuling sebagai Firms dalam aliansi SAIC-GM-Wuling (SGMW) yang beradaptasi dengan Networks dan Sectors kendaraan listrik di Indonesia, serta oleh peluang penciptaan nilai melalui pasar kendaraan listrik yang sedang berkembang, efisiensi produksi lokal, dan dukungan regulasi pemerintah sebagai Institutions. Konfigurasi lokasi produksi di Cikarang serta koordinasi standar kualitas dan insentif fiskal turut mempercepat keputusan tersebut. Wuling juga membangun keterikatan dengan Indonesia melalui investasi pabrik, penggunaan tenaga kerja lokal, jaringan pemasok dan dealer, serta penyesuaian produk dengan kebutuhan konsumen domestik. Meskipun investasi ini mendorong penguatan kapasitas produksi dan pasar kendaraan listrik di Indonesia, penguasaan teknologi inti dan keputusan strategis masih didominasi oleh perusahaan induk di Tiongkok dalam struktur jaringan produksi global.

Kata kunci: Wuling Motors, Mobil Listrik, Indonesia–Tiongkok, *Global Production Network*, *Agents and Structures*, Industri Otomotif

ABSTRACT

The development of the electric vehicle industry is part of the global transformation of the automotive sector and the transition toward sustainable energy. In Indonesia, one of the key actors contributing to this development is Wuling Motors through investment during the 2017–2022 period. This research is motivated by the growing trend of electric vehicles, supportive government policies, and Indonesia's potential as a large market and a provider of strategic resources such as nickel. The research question examines why Wuling chose Indonesia as a partner for electric vehicle cooperation during this period. This study applies Henderson et al.'s (2002) Global Production Network (GPN) framework, which links the Agents and Structures dimensions to the three categories of value, power, and embeddedness through the process of Configuration and Coordination. The method used is qualitative descriptive, based on secondary data from academic journals, policy documents, industry reports, and other relevant sources. The findings show that Wuling's decision to choose Indonesia was driven by its role as a Firm within the SAIC-GM-Wuling (SGMW) alliance adapting to the Networks and Sectors of Indonesia's electric vehicle industry, combined with market value creation and capture opportunities, corporate capital strength through direct investment and production facility development, and supportive regulations from Indonesian Institutions. The Configuration of production in Cikarang and the Coordination of supplier quality standards and fiscal incentives further accelerated this decision. The study also finds that although Indonesia has experienced growth in production capacity and market development, core technology control and strategic decision-making remain dominated by the parent company in China within the global production network structure.

Keywords: *Wuling Motors, Electric Vehicles, Indonesia–China Cooperation, Global Production Network, Automotive Industry.*

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan kendaraan listrik sangat dinamis di seluruh dunia. Hal ini karena karakteristik kendaraan listrik, seperti didukung oleh energi hijau, tidak menimbulkan polusi, dan lebih nyaman dalam berkendara. Namun, stok kendaraan listrik masih relatif kecil, yaitu hanya sekitar satu persen dari total kendaraan di dunia. Oleh karena itu, perlu untuk terus merangsang pengembangan kendaraan listrik dan meningkatkan kepemilikannya. Seperti Indonesia, Indonesia saat ini sedang gencar-gencarnya dalam mengembangkan mobil bertenaga listrik pada negaranya. Rencana Indonesia dalam mewujudkan negaranya untuk mengembangkan kendaraan mobil bertenaga listrik ini ditandai dengan banyaknya pembangunan pabrik baterai kendaraan listrik serta banyaknya mobil listrik yang diproduksi di Indonesia (GAIKINDO 2025).

Perkembangan mobil listrik di seluruh dunia ditandai dengan banyak bermunculannya produk-produk mobil listrik seperti *Tesla*, *Hyundai*, *LEXUS*, dan tidak terkecuali Wuling. Wuling Motors merupakan sebuah merek kendaraan bermotor yang berasal Liuzhou, Guangxi, Tiongkok. Wuling Motors ini dioperasikan oleh perusahaan *Liuzhou Wuling Automobile Industry Co.* Wuling Motors saat ini banyak memproduksi kendaraan bermotor dengan tipe mpv, suku cadang kendaraan, dan mesin kendaraan bermotor. Selanjutnya Wuling Motors melakukan patungan bersama *Shanghai Automotive Industry Corporation (SAIC)* dan *General Motor (GM)* kemudian membentuk SAIC-GM-Wuling Automobile (SGMW) pada tanggal 11 November 1982. Hingga tahun 2016 SAIC-GM-Wuling

Automobile berhasil mendapatkan pengakuan global dengan menjual produknya hingga 2,13 juta unit. PT SGMW Motor Indonesia (Wuling) telah menandatangani nota kesepahaman (MoU) dengan PT Gotion Green Energy Solutions Indonesia (Gotion High-Tech) untuk mengembangkan ekosistem kendaraan listrik berbasis baterai di Indonesia. Melalui kemitraan ini, Wuling dan Gotion memiliki tujuan jangka panjang untuk berinovasi dan mengembangkan baterai kendaraan listrik untuk pasar otomotif Indonesia (Wuling 2022).

Pemerintah Indonesia khususnya Presiden Jokowi selaku pemimpin negara Indonesia memulai bekerja sama dengan produsen elektronik asal Tiongkok yaitu *Wuling Motors*. Pada tahun 2015 *Wuling Motors* bersamaan dengan dua mitra lokal, *SAIC Motor Corporation Limited* dan *General Motors* (GM) secara resmi mewujudkan keinginan besarnya untuk memasuki pasar otomotif di Indonesia dengan melakukan pembangunan pabrik perakitan produk Wuling pada *Greenland International Industrial Center*, Desa Sukamahi, Kecamatan Cikarang Pusat, kawasan industri kota Deltamas, Jawa Barat dengan luas lahan 600.000 meter persegi. *Wuling Motors* sendiri tidak segan-segan untuk menginvestasikan dananya ke Indonesia sebagai bentuk keseriusannya dalam membangun produknya, dana yang diinvestasikan sebesar \$700 juta AS (10 Triliun) dan berkapasitas untuk memproduksi sekitar 120 ribu produk Wuling setiap tahunnya. PT Wuling Motors memiliki lima produk yang ditawarkan di pasar Indonesia, yaitu *Confero*, *Cortez*, *Almaz*, *Formo*, dan *Smart Technology for Smart Indonesian* (STSI). (Wuling 2015).

Terdapat beberapa faktor strategis yang mendasari keputusan Wuling untuk berinvestasi dalam perakitan mobil listrik di Indonesia, bukan sekadar

melakukan importasi utuh (*Completely Built Up/CBU*). Pertama, besarnya potensi pasar otomotif domestik serta posisi Indonesia sebagai pintu masuk strategis menuju pasar ASEAN menjadikan Indonesia lokasi ideal untuk membangun basis produksi dan distribusi regional (Siwi 2015). Kedua, Indonesia memiliki cadangan nikel terbesar di dunia sebagai bahan baku utama baterai kendaraan listrik, sehingga produksi lokal memungkinkan Wuling memangkas biaya logistik dan rantai pasok baterai (Ali, Saputra, and Mahaputra 2023). Ketiga, dan yang paling menentukan, pemerintah Indonesia melalui Peraturan Presiden Nomor 55 Tahun 2019 (kemudian direvisi melalui Perpres 79/2023) memberikan paket insentif fiskal berupa pembebasan bea masuk, Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), serta diskon Pajak Pertambahan Nilai (PPN) khusus bagi produsen yang berkomitmen melakukan perakitan lokal dengan Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) minimal 40 persen. Pada periode awal kebijakan ini diberlakukan, Wuling bersama Hyundai menjadi satu-satunya dua merek yang berhasil memenuhi syarat tersebut, sehingga konsumen *Air EV* hanya dikenakan PPN sebesar 1 persen dari tarif normal (CNN Indonesia 2024). Insentif eksklusif inilah yang mempercepat keputusan Wuling untuk mengalihkan basis produksinya ke Indonesia, menjadikannya salah satu dari sedikit produsen mobil listrik yang benar-benar terintegrasi dalam rantai produksi domestik, bukan sekadar importir kendaraan jadi.

Wuling memang bukanlah merek otomotif paling terkenal di Indonesia secara umum, mengingat Toyota, Daihatsu, dan Honda masih mendominasi penjualan mobil nasional secara keseluruhan, sedangkan Wuling baru masuk ke Indonesia pada tahun 2017 (GAIKINDO 2023). Wuling juga bukan merek mobil

listrik pertama yang masuk pasar Indonesia, karena Hyundai (Kona Electric, Ioniq Electric) dan Nissan (Leaf) telah lebih dahulu hadir sejak 2019-2020 (Gridoto 2022). Akan tetapi, sejak diluncurkan Agustus 2022, Wuling Air ev dengan cepat menjadi mobil listrik terlaris di Indonesia: dari total penjualan *wholesale* mobil listrik nasional sebesar 10.327 unit sepanjang 2022, Air ev menyumbang 8.053 unit atau sekitar 68,7 persen pangsa pasar, jauh melampaui Hyundai IONIQ 5 di posisi kedua (Databoks 2023; Kompas.com 2023).

Dominasi tersebut tentu sangat dipengaruhi oleh harga jual yang jauh lebih terjangkau. Pada tahun 2022, Wuling Air ev dibanderol Rp230-295 juta, sedangkan Hyundai IONIQ 5 mencapai Rp748-859 juta, Hyundai KONA Electric Rp742 juta, Nissan Leaf Rp679-728 juta, dan MINI Electric Rp1,05-1,1 miliar (Gridoto 2022; Mobil123 2022). Selisih harga dua hingga empat kali lipat ini menjadikan Air ev satu-satunya mobil listrik yang terjangkau bagi kelas menengah Indonesia, sejalan dengan data Kementerian Perhubungan yang mencatat populasi kendaraan listrik nasional mencapai 28.188 unit per Oktober 2022 dengan Air ev sebagai kontributor terbesarnya (Gridoto 2022). Dengan demikian, pemilihan Wuling sebagai objek penelitian ini didasarkan pada posisi dominannya sebagai pemimpin pasar mobil listrik terjangkau Indonesia tahun 2017-2022, bukan pada klaim sebagai merek paling terkenal atau pelopor pertama secara mutlak.

Konsistensi Wuling dalam menanamkan investasi di Indonesia turut menjadi indikator penting mengapa Wuling relevan dijadikan objek penelitian ini. Diawali dengan pembangunan pabrik perakitan di Cikarang, Jawa Barat pada

tahun 2017 senilai 700 juta dolar AS dan peluncuran produk pertamanya, Conifero, nilai investasi Wuling di Indonesia terus meningkat dari sekitar 100 juta dolar AS pada tahun 2017 hingga mencapai lebih dari 1 miliar dolar AS pada tahun 2022 (Wuling 2017; Wuling 2022). Rangkaian investasi tersebut mencapai puncaknya pada peluncuran Wuling Air ev di bulan Agustus 2022, yaitu mobil listrik pertama yang diproduksi secara lokal oleh Wuling di Indonesia.

Investasi Wuling dengan Indonesia melalui mobil listrik ini terbukti memberikan banyak manfaat bagi kedua belah pihak. Bagi Indonesia sendiri, hadirnya Wuling terbukti membantu dalam meningkatkan perekonomian negara, mendorong pertumbuhan industri otomotif nasional, menciptakan lapangan tenaga kerja baru hingga 3.000 tenaga kerja. Sedangkan, bagi Wuling memberikan investasi kepada Indonesia dapat memungkinkan produk Wuling untuk terus mengembangkan pasar otomotif di Indonesia dan memperluas jaringan bisnisnya pada kawasan Asia Tenggara. Dengan investasinya Tiongkok di Indonesia, Tiongkok diharapkan mampu untuk mengakses pasar ASEAN yang potensial dan menjadikan Tiongkok sebagai basis produk otomotif untuk pasar regional. Selain itu, Wuling berinvestasi dengan Indonesia melalui mobil listrik juga berambisi untuk menggunakan bahan baku dalam pembuatan baterai untuk mobil listrik, hal ini dikarenakan Indonesia memiliki sumber daya nikel terbesar di dunia. Selain itu, Tiongkok memilih Indonesia dalam menginvestasikan produknya dikarenakan Tiongkok melihat bahwasannya pasar otomotif di Indonesia masih terbilang sedikit peminatnya dalam hal mobil listrik dan keinginan besar dari pemerintah Indonesia untuk mengembangkan peminatnya dalam mobil bertenaga listrik serta

kurangnya pemahaman yang didapatkan oleh pemerintah Indonesia mengenai mobil listrik (Eno 2024).

Oleh karena itu, Wuling ingin memperluas pasar otomotif nya dalam produk mobil listrik melalui Indonesia serta ingin membantu Indonesia untuk memperluas wawasannya dalam pengembangan mobil bertenaga listrik, terlebih regulasi yang mendukung pengembangan industri otomotif tersebut membuat pengembangan mobil listrik di Indonesia yang semakin menjanjikan (Simbolon, Rusli 2022). *Wuling Motors* melihat kesempatan yang besar untuk mengembangkan produknya di Indonesia dan menjadikan Indonesia sebagai pusat distribusi dan produksi untuk pasar ASEAN (Siwi 2015).

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi Wuling memutuskan memilih Indonesia sebagai negara penerima investasi melalui mobil listrik tahun 2017-2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Riset ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong Wuling memilih Indonesia sebagai tuan rumah sarana pembuatan industri mobil listrik.
2. Untuk mengetahui bagaimana proses antara Wuling dengan Indonesia dalam pembuatan dan pengembangan industri pabrik mobil listrik.

1.4 Cakupan penelitian

Fokus penelitian ini adalah tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Wuling untuk memilih Indonesia sebagai tuan rumah untuk membangun pabrik mobil listrik dari tahun 2017 hingga 2022. Penulis memilih tahun 2017 karena Wuling pertama kali memutuskan untuk melakukan berinvestasi dengan Indonesia dalam pembuatan industri mobil. Pada tahun 2018-2019 Wuling terus berkomitmen untuk meningkatkan penggunaan komponen lokal dalam produksi mobilnya. Pada tahun 2020 Wuling melakukan peningkatan digitalisasi dengan memberikan informasi yang jauh lebih lengkap dan interaktif kepada konsumen pada *website* Wuling. Pada 2021, perusahaan *Contemporary Amperex Technology Co. Limited* (CATL) yang merupakan salah satu produsen baterai mobil listrik terbesar di dunia menandatangani kesepakatan untuk pertama kalinya dengan Indonesia untuk membangun pabrik baterai kendaraan listrik di Indonesia. Pada tahun 2022, pengadaan mobil listrik untuk pertama kalinya bagi Wuling dalam menciptakan kendaraan bermotor listrik berbasis baterai.

1.5 Tinjauan Pustaka

Dewa Gede Sudika Mangku, Marta Cristina, dan Ni Putu Rai Yulianti (Mangku, Cristina, and Yulianti 2022) membahas terkait manakah yang lebih besar untung atau ruginya kerja sama Indonesia dengan Tiongkok. Penelitian ini menganalisis besarnya keuntungan dan kerugian dari kerja sama yang dilakukan oleh Indonesia dengan Tiongkok. Hasil yang didapat adalah Indonesia dan Tiongkok saling berkomitmen untuk memajukan perekonomian antara kedua

negara. Salah satu contohnya adalah pengusaha asal Tiongkok dapat berinvestasi di sektor infrastruktur yang ada di Indonesia. Seperti bandara, pelabuhan, dan pembangkit listrik. Hal tersebut nantinya dapat memberikan manfaat bagi perdamaian, stabilitas, dan kesejahteraan kedua negara yang didasarkan kepada hukum dan norma-norma internasional. Selain itu, Indonesia juga bisa meningkatkan produksi ekspor ke Tiongkok. Kedua negara saling bergantung baik dari segi ekonomi, politik, sosial, budaya, transportasi, telekomunikasi, dan lain-lain. Selanjutnya dapat disimpulkan bahwa Indonesia dan Tiongkok sama-sama bisa untung dan bisa sama-sama rugi. Namun, dalam penelitian ini kurang membahas mengenai kerja sama Indonesia Wuling melalui mobil listrik, sehingga penelitian ini akan melengkapi penelitian sebelumnya dengan lebih memfokuskan dalam membahas kerjasama antara Indonesia dengan Wuling (Mangku, Cristina, and Yulianti 2022).

Hapzi Ali, Farhan Saputra, dan Muhammad Rizky Mahaputra membahas mengenai penerapan *Green Economy*. Penelitian ini menganalisis penerapan ekonomi hijau dilandasi dengan adanya perubahan iklim global yang semakin tidak bisa diprediksi oleh manusia. Dengan terjadinya perubahan iklim global yang semakin tidak menentu ini tentunya sangat merugikan bagi umat manusia, oleh karena itu negara-negara dari seluruh dunia sedang berupaya untuk beralih menggunakan ekonomi hijau, yang pada sebelumnya menggunakan energi fosil seperti batu bara. Penelitian ini menggunakan Metode Kualitatif Deskriptif untuk mengkaji data yang relevan dengan penelitian ini. Namun penelitian ini kurang membahas mengenai kerja sama Indonesia dengan Tiongkok melalui mobil listrik (Ali, Saputra, and Mahaputra 2023).

Jeffrey Shan Budiono, dan Yugih Setyanto membahas mengenai untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Wuling Motors Indonesia dalam bersaing di Industri otomotif Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bagaimana Wuling melakukan pemasaran produknya dengan Indonesia dalam industri otomotif, Wuling melakukan strategi *Marketing Communication* dalam strategi pemasarannya. Namun dalam penelitian ini kurang membahas mengenai bagaimana Tiongkok melakukan kerja sama dengan Indonesia melalui mobil listrik (Budiono and Setyanto 2022).

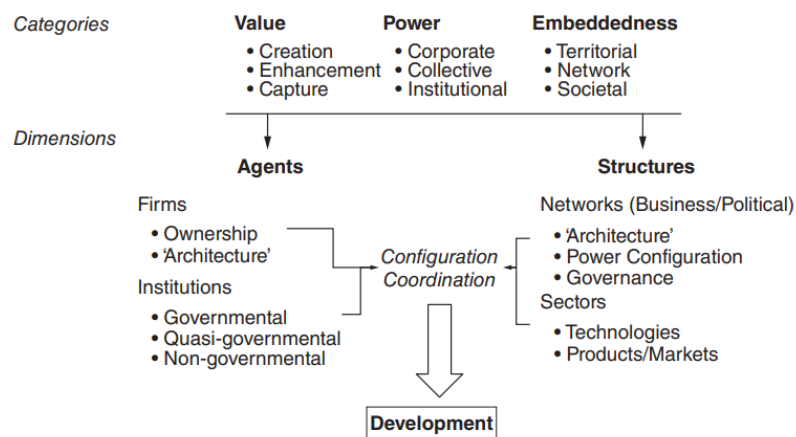
Berdasarkan ketiga penelitian sebelumnya terdapat beberapa kekurangan, ketiga penelitian tersebut masih kurang dalam membahas mengenai mengapa Wuling memilih Indonesia sebagai mitra dalam menjalin kerja sama melalui mobil listrik. Maka dari itu, penelitian ini akan menyempurnakan penelitian sebelumnya dengan lebih memfokuskan kepada alasan mengapa Wuling memilih Indonesia sebagai tuan rumah untuk melakukan kerja sama melalui mobil listrik.

1.6 Kerangka Pemikiran

Dalam jurnalnya yang terkenal "*Global Production Networks and the Analysis of Economic Development*", Henderson memberikan penjelasan yang sangat mendalam tentang konsep *Global Production Network* (GPN) dan bagaimana perubahan dalam ekonomi dunia yang terlihat melalui jaringan produksi global ini. Dalam konteks Jurnal *Global Shift*, Henderson mengembangkan konsep *Global Production Network* (GPN) untuk menggambarkan jaringan yang kompleks dari aliran barang, jasa, modal, informasi, dan teknologi yang melibatkan berbagai aktor global. GPN lebih luas daripada *global supply chain* (rantai pasokan global) karena tidak hanya

mencakup aliran barang, tetapi juga interaksi antara *Multinational Corporations* (MNCs), negara, dan komunitas lokal. Henderson kemudian memperkenalkan *Global Production Network* (GPN) sebagai alat untuk memahami perubahan dalam ekonomi dunia yang semakin terhubung. GPN menggambarkan bagaimana berbagai aktor termasuk perusahaan, negara, dan sektor industri saling berinteraksi dalam jaringan produksi yang kompleks dan dinamis yang melintasi batas-batas negara. Henderson menggarisbawahi pentingnya spesialisasi geografis, teknologi, dan kekuasaan korporasi dalam GPN, serta ketidaksetaraan yang ditimbulkannya. Melalui GPN, penulis dapat melihat pergeseran ekonomi global dan bagaimana negara-negara serta perusahaan-perusahaan terlibat dalam produksi dan distribusi barang dan jasa di tingkat global (Henderson dkk., 2002, 438). Henderson menjelaskan *Global Production Network* ini melalui gambar berikut:

Gambar 1. Skema Teori *Global Production Network* (GPN) dari Henderson



(Sumber: Henderson dkk., 2002, 448).

Pada gambar di atas diambil dari jurnal yang berjudul "*Global Production Networks and the Analysis of Economic Development*" yang dicetuskan oleh

Henderson, Henderson ingin menjelaskan konsepnya mengenai konsep-konsep yang terdapat dalam teori, konsep-konsep tersebut antara lain:

1. *Value* (Nilai)

Pada konsep ini Henderson berfokus pada bagaimana sebuah nilai (*value*) dapat diciptakan dan dikembangkan oleh pemilik perusahaan. Pada aspek ini terbagi menjadi 3, antara lain:

- *Creation*: Sebuah penciptaan nilai yang baru melalui beberapa inovasi.
- *Enhancement*: Sebuah peningkatan dari nilai yang didapatkan pada produk atau jasa.
- *Capture*: Sebuah penangkapan nilai melalui mekanisme pasar atau kontrol atas sumber daya.

2. *Power* (Kekuasaan)

Pada konsep ini Henderson ingin menjelaskan bagaimana kekuasaan dapat terdistribusi dan digunakan oleh pemilik perusahaan. Pada aspek ini terbagi menjadi 3, antara lain:

- *Corporate*: Kekuasaan di level perusahaan (misalnya korporasi multinasional).
- *Collective*: Kekuasaan melalui aksi kolektif (seperti asosiasi industri atau pemerintahan).
- *Institutional*: Kekuasaan melalui institusi formal (seperti WTO, IMF).

3. *Embeddedness* (Keterikatan)

Pada konsep ini Henderson ingin melihat sejauh mana aktivitas ekonomi

berakar dalam konteks sosial dan tempat, aspek ini terbagi menjadi 3, antara lain:

- *Territorial*: Sebuah ikatan dengan lokasi geografis yang strategis.
- *Network*: Sebuah hubungan dalam jaringan bisnis atau politik.
- *Societal*: Sebuah hubungan yang terjalin dengan norma dan nilai sosial masyarakat.

Ketiga konsep tersebut kemudian menghasilkan sebuah dimensi yang berupa *Agents & Structures*, kedua aspek tersebut hanya memperjelas bagaimana konsep *Value*, *Power*, dan *Embeddedness* saling bekerja dan kemudian kedua aspek tersebut menghasilkan *Configuration & Coordination* yang menjelaskan mengenai bagaimana kerjasama tersebut dapat terlaksana dan terkoordinasi dengan baik, setelah semua sudah terlaksana dan terkoordinasi dengan baik maka akan mendapatkan hasil berupa *Development* (Henderson dkk., 2002, 438-458). Namun pada penelitian ini penulis tidak menggunakan point *Institutional Power* dikarenakan kurangnya data yang didapatkan.

1.7 Argumen Sementara

Berdasarkan analisis teori *Global Production Network*, oleh Henderson, Wuling memutuskan untuk memilih Indonesia sebagai tuan rumah tempat pembuatan industri mobil listrik yang disebabkan dalam berbagai faktor:

Pertama dalam salah satu faktor *Value* yaitu Wuling melihat bahwa Indonesia merupakan pasar industri teknologi yang kompeten dalam pasar internasional, hal ini dikarenakan Indonesia belum memiliki daya saing dalam industri kendaraan listrik yang cukup besar dalam wilayah Asia, kebutuhan

Indonesia bersama Wuling melakukan perkembangan teknologi dengan mengganti kendaraan konvensional dengan kendaraan yang ramah lingkungan. Saat ini Indonesia perlahan-lahan merubah gaya hidup masyarakatnya yang menggunakan kendaraan berbahan bakar minyak beralih ke kendaraan berbasis listrik. Dengan perpindahan dari energi kotor menjadi energi bersih Indonesia juga berupaya membuat regulasi terkait penggunaan mobil listrik dan perlindungan terhadap pengelolaan lingkungan hidup. Dalam mewujudkan visi ini Wuling juga berusaha untuk membangun dan mengembangkan teknologi seperti pembuatan pabrik, kendaraan. Dalam rencananya untuk meningkatkan kualitas hidup dan memajukan ekonomi sebagai bagian dari kerja sama ini terdapat pembatasan dalam penggunaan sumber daya alam berbasis fosil, sehingga diharapkan masyarakat bisa lebih hemat dalam pengeluaran bahan bakar.

Kedua dalam faktor *Power* kekuasaan yang dimiliki oleh korporasi yang besar untuk mengontrol dan menentukan aspek-aspek penting dalam produksi global. Dalam hal ini, modal menjadi elemen utama kekuasaan korporasi, karena perusahaan memiliki kemampuan untuk memindahkan, mengalokasikan, dan menginvestasikan modal di berbagai lokasi untuk mencapai tujuan produksi dan pasar yang optimal.

Ketiga dalam faktor *Embeddedness*, faktor *Embeddedness* ini menolak anggapan bahwa perusahaan global dapat dengan mudah memindahkan operasi tanpa konsekuensi. Ketika perusahaan memasuki suatu negara, mereka harus berhadapan dengan regulasi lokal, pasar tenaga kerja, budaya produksi, jaringan pemasok, kebijakan industri, serta preferensi konsumen. Faktor-faktor tersebut memengaruhi strategi investasi dan produksi, sehingga *embeddedness* menjadi

fondasi yang memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dan berkembang tanpa kehilangan efisiensi global

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif dan lebih cenderung pada analisis. Alasan penulis memilih metode kualitatif karena rumusan masalah pada penulisan ini sesuai dengan pembahasan yang akan dipecahkan melalui pengkajian dari berbagai sumber dan literatur.

1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini merupakan Wuling dan objek dari penelitian ini adalah alasan Wuling terkait pengembangan industri mobil listrik dengan pemerintah Indonesia.

1.8.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan data sekunder yang diambil dari berbagai macam situs seperti jurnal, Jurnal, paper, media massa dan lain sebagainya. Contohnya seperti berita, MoU kerjasama, jurnal internasional, berita, Jurnal *Global Production Networks and the Analysis of Economic Development*, dan lain sebagainya.

1.8.4 Proses Penelitian

Proses penelitian ini pada awalnya dilakukan dengan cara mengumpulkan, membaca, dan menganalisis berbagai data dari sumber literatur seperti buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian terdahulu, dan dokumen relevan, kemudian menjelaskan dari latar belakang dengan tujuan menjawab rumusan masalah.

Setelah itu dikaji dengan pembahasan dan dikaitkan dengan teori, serta hasilnya menjadi kesimpulan dan saran.

1.9 Sistematika Pembahasan

Bab 1 membahas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, cakupan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, argumen sementara serta metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab 2 membahas konteks perkembangan kendaraan listrik di Indonesia, awal mula kerjasama dan Investasi Wuling dengan Indonesia dalam Mobil Listrik Tahun 2017-2022.

Bab 3 membahas alasan mengenai mengapa Wuling memutuskan untuk memilih Indonesia dalam melakukan investasi melalui mobil listrik tahun 2017-2022 dengan menggunakan teori *Global Production Network* yang dicetuskan oleh Henderson yang akan dianalisis melalui tiga faktor *Value, Power, & Embeddedness*.

Bab 4 merupakan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah didapat dan rekomendasi bagi penelitian selanjutnya.

BAB 2

DINAMIKA INDONESIA DALAM PENGEMBANGAN MOBIL LISTRIK

Terjadinya pemanasan global dan perubahan iklim yang terus terjadi secara global mengakibatkan perubahan suhu dan cuaca yang sangat ekstrem dan sulit diprediksi. Dengan adanya perubahan iklim akibat pemanasan global yang ekstrem, mengakibatkan kegiatan ekonomi seperti perdagangan antar negara cukup terganggu. Pemanasan global bukan hanya disebabkan oleh suatu negara atau wilayah, namun terjadinya pemanasan global serta perubahan iklim dapat disebabkan dari kegiatan industri di seluruh dunia. Tiongkok sebagai negara eksportir terbesar di dunia, tentu memiliki industri manufaktur yang sangat besar, dan apabila Tiongkok melakukan penanganan mengenai gas emisi tidak dilakukan dengan baik, akan menimbulkan perubahan iklim. Perubahan iklim tersebut akan mengakibatkan perubahan cuaca yang sulit ditebak sehingga berakibat terganggunya pangan serta rantai pasok pasar (Ali, Saputra, and Mahaputra 2023).

Kehadiran mobil listrik semakin mendapatkan perhatian lebih oleh dunia internasional setelah para pembuat kebijakan menyadari bahwa masalah emisi berbasis karbon dan gas rumah kaca semakin mengkhawatirkan. Maka tidak heran, mobil listrik saat ini telah menjadi tren atau isu global. Presiden Indonesia yaitu Jokowi telah menegaskan, dalam beberapa waktu terakhir banyak negara mengadopsi mobil listrik, tren dunia semakin jelas bahwa dunia telah beralih ke mobil listrik jika dilihat dari sisi penjualan dari tahun 2010 hingga 2017, total mobil listrik yang sudah terjual di seluruh dunia (semua merek) mencapai 3.000.000 unit (Nugroho 2018).

2.1 Prioritas Indonesia Mobil Listrik Tahun 2017-2022 melalui Wuling

Pada tahun 2017, Wuling menargetkan memiliki 35 dealer yang tersebar di berbagai kota di Indonesia. Hal ini bertujuan untuk memastikan ketersediaan produk dan layanan jual beli yang mudah diakses oleh konsumen. Wuling berkomitmen untuk meningkatkan penggunaan komponen lokal dalam produksi mobilnya. Hal ini tidak hanya mendukung industri komponen dalam negeri, tetapi juga membantu mengurangi biaya produksi. Hal ini akan menjadi salah satu yang terbesar di kawasan ASEAN karena memiliki basis produksi atau fasilitas manufaktur penuh, seperti stamping dan komponen rantai pasokan (GAIKINDO 2017).

Sementara itu, di Indonesia sendiri, mobil listrik sudah menarik perhatian sejak tahun 2012 ditandatangani oleh pakar muda Indonesia di bidang kelistrikan, Ricky Elson. Ia sukses membuat mobil listrik dengan nama Selo yang digagas oleh Menteri Negara BUMN Petahana, Dahlan Iskan bersama tim Putra Petir. Pada tahun 2018, Presiden Joko Widodo mengatakan dan mengingatkan bahwa tren dunia saat ini telah beralih ke mobil listrik

“Kita tahu 60 persen mobil listrik kuncinya ada di baterai dan bahan untuk membuat baterai, seperti kobalt dan mangan, yang ada di negara kita sehingga strategi bisnis negara ini bisa dirancang agar kita bisa mendahului membangun industri mobil listrik yang murah dan kompetitif” (Nugroho 2018).

Pernyataan ini khususnya, tidak hanya cocok untuk Indonesia tetapi juga menandai Indonesia untuk menyambut tren dan untuk mempersiapkan diri menjadi pemain global dimulai dengan pengaturan regulasi penjualan, produksi mobil listrik dan sebagainya. Indonesia telah menyatakan bahwa negaranya telah siap untuk masuk ke era kendaraan bermotor listrik.

“Industri kendaraan bermotor roda dua dan roda empat atau lebih dan industri komponen kendaraan bermotor yang telah memiliki izin usaha industri dan fasilitas manufaktur dan perakitan dapat mengikuti program percepatan Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai untuk transportasi jalan” (Nugroho 2018).

Pernyataan tersebut ditunjukkan sebagai peresmian Regulasi Presiden No 55 Tahun 2019 mengenai dimajukannya Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (*Battery Electric Vehicle*) untuk mobilitas kegiatan masyarakat sehari-hari. Rencana Pengembangan Industri Nasional (RPIN) memprioritaskan percepatan dalam pengembangan industri otomotif terkait mobil listrik pada periode 2020 hingga 2025 (Aziz 2020).

Berdasarkan Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 27 Tahun 2020 mengenai Spesifikasi Teknis, Roadmap EV (*Electric Vehicle*) serta Perhitungan Tingkat Kandungan Lokal Dalam Negeri (TKDN), Pemerintah Indonesia sudah menetapkan *roadmap* untuk melakukan pengembangan terhadap industri Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (KBLBB) dan regulasi ini berperan penting sebagai petunjuk arah untuk melakukan *stakeholder* di bidang otomotif mengenai strategi dan kebijakan sehubungan dengan tujuan Indonesia menjadi landasan produksi dan ekspor kendaraan berbasis baterai. (Aziz 2020).

Melihat hal tersebut, pabrikan otomotif dari berbagai negara berlomba-lomba untuk mengikuti tren mobil listrik sebagai solusi atas permasalahan yang disebutkan, termasuk Wuling. Pabrikan otomotif asal Tiongkok itu melihat tren mobil listrik memiliki proyeksi bisnis yang positif ke depan. Hal itu dibuktikan dengan keseriusan Wuling pada tahun 2017 yang

merupakan langkah awal Wuling membangun investasi besarnya di Indonesia dengan melakukan pembangunan pabrik di Cikarang, Jawa Barat. Investasi besar-besaran ini menunjukkan komitmen jangka panjang Wuling untuk pasar Indonesia. Pabrik ini tidak hanya memproduksi mobil, tetapi juga menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Bersamaan dengan peresmian pabrik, Wuling juga meluncurkan produk pertamanya di Indonesia, yaitu *Confero*. Mobil ini dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan konsumen Indonesia, terutama di segmen *Low MPV*. Peluncuran *Confero* menandai awal mula persaingan yang lebih ketat di segmen ini (Wuling 2017).

Pada tahun 2018 hingga 2019 Wuling memperluas jaringan dealernya. Hal ini Wuling lakukan untuk mendekatkan produk dan layanan Wuling kepada konsumen di berbagai daerah di Indonesia. Dengan semakin banyaknya dealer, konsumen dapat dengan mudah mengakses layanan servis dan suku cadang Wuling. Selain memperluas jaringan dealer, Wuling juga meluncurkan beberapa model baru seperti *Cortez*. Model ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang menginginkan mobil keluarga dengan kapasitas yang lebih besar dan fitur yang lebih lengkap. Wuling juga menjalin kerjasama dengan beberapa perusahaan rental mobil. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan produk Wuling kepada masyarakat yang lebih luas, terutama bagi mereka yang membutuhkan mobil untuk jangka waktu tertentu (Wuling 2019).

Wuling aktif berpartisipasi dalam berbagai pameran otomotif di Indonesia. Hal ini Wuling lakukan untuk meningkatkan *brand awareness* dan memperkenalkan produk-produk terbaru mereka kepada masyarakat. Wuling terus

berkomitmen untuk meningkatkan penggunaan komponen lokal dalam produksi mobilnya. Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah pada tahun 2019, pemerintah Indonesia mulai menyusun regulasi yang mendukung perkembangan kendaraan listrik melalui Peraturan Presiden (Perpres) No. 55/2019 tentang Percepatan Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai untuk Transportasi Jalan. Salah satu tujuannya adalah untuk mengurangi ketergantungan pada energi fosil dan mendukung transisi energi yang lebih bersih (Peraturan BPK 2019). Secara keseluruhan, persiapan kerjasama dimulai pada tahun 2019, kerja sama yang lebih konkret antara perusahaan Tiongkok dan Indonesia dalam sektor mobil listrik berkembang pesat pada 2020, dengan berbagai proyek dan investasi yang mulai terlaksana (BKPM 2024).

Salah satu fokus utama Wuling pada tahun 2020 adalah digitalisasi. Pandemi mendorong masyarakat untuk lebih banyak beraktivitas secara online, termasuk dalam mencari informasi dan membeli produk. Namun, perusahaan tetap berupaya beradaptasi dengan kondisi pasar. Wuling terus berinovasi dengan meluncurkan model-model baru dan fitur-fitur canggih pada model-model yang ada. Dengan hadirnya pandemi ini mendorong masyarakat untuk lebih banyak beraktivitas secara *online*, termasuk dalam mencari informasi dan membeli produk. Menanggapi hal tersebut, Wuling memperkuat kehadiran digitalnya melalui peningkatan pada *website* resminya untuk memberikan informasi yang lebih terhadap produk mereka dan dapat lebih interaktif kepada konsumen. Wuling berinovasi untuk tetap bisa memberikan pengalaman *test drive* yang aman di tengah pandemi kepada para pelanggan mereka, Wuling menawarkan layanan *virtual test drive*. Konsumen dapat merasakan sensasi berkendara Wuling secara

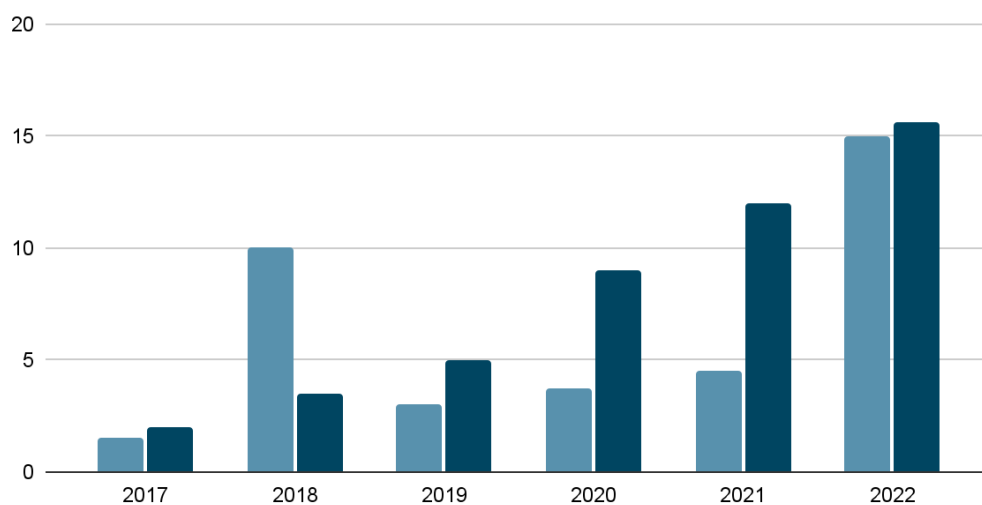
virtual. Wuling juga terus menambahkan fitur-fitur canggih pada produknya, seperti sistem infotainment yang terhubung dengan smartphone dan fitur keselamatan yang lebih lengkap. Wuling juga mulai memperkenalkan kendaraan listrik sebagai bagian dari komitmennya terhadap kendaraan ramah lingkungan. Serta terdapat beberapa perusahaan otomotif Tiongkok mulai melakukan investasi besar di Indonesia. Salah satu contoh yang paling menonjol adalah kerja sama antara perusahaan otomotif Tiongkok, seperti *BYD dan Great Wall Motors*, dengan perusahaan Indonesia untuk memproduksi kendaraan listrik di dalam negeri (Wuling 2020).

Pada 2021, perusahaan *Contemporary Amperex Technology Co. Limited* (CATL), yang merupakan salah satu produsen baterai mobil listrik terbesar di dunia, juga menandatangani kesepakatan dengan Indonesia untuk membangun pabrik baterai kendaraan listrik di Indonesia. Proyek ini didorong oleh kebutuhan akan bahan baku baterai yang mendukung produksi mobil listrik, hal ini disebabkan karena Indonesia merupakan negara yang cadangan nikel yang sangat besar yang digunakan sebagai bahan baku utama untuk baterai lithium-ion, dan hal ini menjadi salah satu alasan Wuling berinvestasi di Indonesia.

Pada tahun 2022 merupakan tahun yang cukup signifikan bagi Wuling Motors Indonesia. Di tengah tantangan pandemi yang masih berlangsung, Wuling terus menunjukkan komitmennya terhadap pasar Indonesia dengan berbagai inisiatif dan kerjasama. Salah satu fokus utama Wuling pada tahun 2022 adalah elektrifikasi. Sejalan dengan tren global menuju kendaraan listrik, Wuling memperkenalkan beberapa model kendaraan listrik (EV) yang ramah lingkungan.

Langkah ini menunjukkan komitmen Wuling untuk mendukung program pemerintah dalam mengurangi emisi gas buang. Wuling terus memperkuat jaringan dealernya di seluruh Indonesia. Hal ini dilakukan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen, termasuk layanan purna jual dan ketersediaan suku cadang. Perluasan jaringan dealer juga menandakan optimisme Wuling terhadap pertumbuhan pasar otomotif di Indonesia. Wuling menjalin kerjasama yang erat dengan pemerintah dalam berbagai program, seperti program kendaraan listrik nasional. Investasi ini bertujuan untuk mendukung pengembangan industri otomotif dalam negeri dan mencapai target pemerintah dalam mengurangi emisi gas.

Grafik 1. Perkiraan & Realisasi Investasi Wuling di Indonesia dalam Mobil Listrik Tahun 2017-2022



Sumber: Wuling (2024).

Pada tahun 2017 Wuling menanamkan modal kepada Indonesia sebesar 100 Juta USD atau sekitar 1,5 triliun Rupiah untuk melakukan penandatanganan perjanjian investasi dengan pemerintah Indonesia. Persiapan awal untuk pembangunan pabrik dan penyelesaian izin untuk beroperasi (Wuling 2017).

Pada tahun 2018 Wuling memberikan modal kepada Indonesia sebesar 700 Juta USD atau sekitar 10 triliun Rupiah untuk pembangunan pabrik perakitan di Cikarang, Jawa Barat. Investasi ini mencakup pembangunan fasilitas produksi, fasilitas perakitan, dan infrastruktur pendukung (Wuling 2018).

Pada tahun 2019 Wuling memberikan modal kepada Indonesia sebesar 200 Juta USD atau sekitar 3 triliun Rupiah untuk penyelesaian pabrik dan peluncuran mobil pertama, *Wuling Conifero*. Investasi ini juga meliputi pengembangan jaringan distribusi dan pemasaran di Indonesia. (Wuling 2019).

Pada tahun 2020 Wuling memberikan modal kepada Indonesia sebesar 250 Juta USD atau sekitar 3,75 triliun Rupiah untuk kegiatan peningkatan kapasitas produksi di pabrik Cikarang dan peluncuran produk baru. Investasi ini juga mencakup pengembangan fasilitas pendukung dan distribusi (Wuling 2020).

Pada tahun 2021 Wuling memberikan modal kepada Indonesia sebesar 300 Juta USD atau sekitar 4,5 triliun Rupiah untuk melakukan kegiatan peluncuran mobil listrik pertama, *Wuling Air EV*. Investasi ini termasuk dalam riset dan pengembangan (R&D) teknologi kendaraan listrik serta peningkatan fasilitas produksi (Wuling 2021).

Pada tahun 2022 Wuling menanamkan modal yang besar kepada Indonesia yaitu sebesar 1 miliar USD atau sekitar 15 triliun Rupiah untuk melakukan ekspansi besar-besaran dalam R&D, pembangunan fasilitas baru untuk mendukung produksi mobil listrik, dan pengembangan jaringan distribusi serta layanan jual beli (Wuling 2022).

BAB 3

ANALISIS *GLOBAL PRODUCTION NETWORK* (GPN) TERHADAP STRATEGI WULING DALAM INDUSTRI MOBIL LISTRIK DI INDONESIA TAHUN 2017-2022

Dalam jurnalnya Henderson yang berjudul *Global Production Networks and the Analysis of Economic Development*, Henderson ingin menjelaskan bahwa dalam membahas dinamika ekonomi global dengan pendekatan yang menekankan pada hubungan antara ruang (*spatial*), kekuasaan (*power*), dan proses ekonomi. Salah satu inti analisisnya terletak pada pemahaman tentang bagaimana nilai (*value*) diciptakan dan didistribusikan, bagaimana kekuasaan (*power*) memainkan peran dalam jaringan produksi global, dan bagaimana aktor-aktor ekonomi tertanam secara sosial, politik, dan teritorial melalui konsep *embeddedness*. Ketiga konsep *value*, *power*, dan *embeddedness* merupakan faktor penting dalam memahami bagaimana ekonomi global bekerja dalam konteks kapitalisme kontemporer (Henderson dkk., 2002). Berikut merupakan penjelasan mengenai kategori *value*, *power*, dan *embeddedness*:

3.1 Kategori dalam Kerangka *Global Production Network*: *Value*, *Power*, dan *Embeddedness*

Dalam jurnalnya yang berjudul “*Global Production Networks and the Analysis of Economic Development*”, Henderson menjelaskan bahwa dinamika ekonomi global perlu dipahami melalui pendekatan yang menekankan hubungan antara ruang (*spatial*), kekuasaan (*power*), dan proses ekonomi. Inti dari analisis mereka terletak pada tiga hal, yaitu bagaimana nilai (*value*) diciptakan dan

didistribusikan, bagaimana kekuasaan (*power*) berperan dalam jaringan produksi global, dan bagaimana aktor-aktor ekonomi tertanam secara sosial, politik, maupun teritorial melalui konsep *embeddedness*. Ketiga konsep ini, *value*, *power*, dan *embeddedness*, merupakan kategori analitis (*analytical categories*) yang digunakan Henderson dkk. untuk membedah bagaimana ekonomi global bekerja dalam konteks kapitalisme kontemporer (Henderson dkk., 2002, 438-458).

Ketiga kategori tersebut tidak dapat berdiri sendiri, melainkan saling berkaitan erat satu sama lain. Nilai (*value*) tidak dapat dipisahkan dari kekuasaan (*power*), sebab aktor yang memiliki kekuasaan besar cenderung menentukan bagaimana nilai dibagi di sepanjang jaringan produksi. Kekuasaan itu sendiri sering dijalankan melalui *embeddedness*, yaitu keterikatan sosial, institusional, dan teritorial yang memengaruhi kemampuan sebuah aktor untuk bernegosiasi maupun mengambil keputusan strategis, dan pada gilirannya, *embeddedness* dapat memfasilitasi atau justru menghambat proses penciptaan nilai serta penggunaan kekuasaan tersebut (Henderson dkk., 2002, 439-457). Sebagai contoh, perusahaan yang memiliki keterikatan kuat dengan pemerintah lokal (*territorial embeddedness*) berpeluang memperoleh insentif atau akses pasar yang lebih baik (*power*), yang pada akhirnya membantu perusahaan tersebut menciptakan dan mempertahankan nilai yang lebih besar (*value*).

Oleh karena itu, sebelum ketiga kategori ini digunakan untuk menganalisis strategi Wuling dalam mengembangkan mobil listrik di Indonesia pada Bab 3, perlu dijelaskan terlebih dahulu kategori-kategori yang menyusun masing-masing kategori tersebut.

Value (Nilai) merupakan kategori pertama yang menjelaskan bagaimana nilai ekonomi diciptakan, ditingkatkan, dan diperoleh di sepanjang jaringan produksi global. Henderson dkk. (2002) membagi kategori ini ke dalam tiga dimensi. Pertama, *value creation* (penciptaan nilai), yaitu proses lahirnya nilai ekonomi baru melalui inovasi produk, teknologi, maupun proses produksi yang sebelumnya belum ada dalam suatu jaringan. Kedua, *value enhancement* (peningkatan nilai), yaitu proses memperdalam atau meningkatkan nilai yang sudah ada, misalnya melalui peningkatan kapasitas produksi, transfer pengetahuan, maupun perluasan keterampilan tenaga kerja lokal. Ketiga, *value capture* (penangkapan nilai), yaitu proses perolehan nilai oleh aktor tertentu dalam jaringan, baik melalui mekanisme pasar, kepemilikan aset, maupun insentif kelembagaan seperti subsidi dan keringanan pajak (Henderson dkk., 2002, 441-444). Ketiga dimensi ini menunjukkan bahwa *value* bukan sekadar hasil akhir dari aktivitas ekonomi, melainkan sebuah proses berlapis yang melibatkan penciptaan, peningkatan, sekaligus perebutan nilai antar-aktor dalam jaringan produksi.

Power (Kekuasaan) merupakan kategori kedua yang menjelaskan kekuatan yang menentukan konfigurasi dan koordinasi jaringan produksi. Henderson dkk. (2002) mengidentifikasi tiga bentuk kekuasaan. Pertama, *corporate power*, yaitu kekuasaan yang dimiliki oleh perusahaan, terutama korporasi multinasional, dalam menentukan arah investasi, teknologi, maupun lokasi produksi. Kedua, *institutional power*, yaitu kekuasaan yang dijalankan oleh lembaga formal seperti pemerintah, organisasi internasional (WTO, IMF), maupun kerangka regulasi kawasan (AFTA), yang menetapkan aturan main bagi aktor-aktor ekonomi.

Ketiga, *collective power*, yaitu kekuasaan yang muncul dari aksi kolektif, seperti asosiasi industri, serikat pekerja, atau kelompok penekan (*pressure group*) yang memengaruhi kebijakan maupun praktik bisnis (Henderson dkk., 2002, 444-447). Ketiga bentuk kekuasaan ini saling berinteraksi dan menentukan pihak mana yang memiliki kendali lebih besar atas arah serta hasil dari jaringan produksi global.

Embeddedness (Keterikatan) merupakan kategori ketiga yang menjelaskan sejauh mana aktivitas ekonomi tertanam dalam konteks sosial, institusional, dan geografis tertentu. Henderson dkk. (2002) membagi kategori ini menjadi dua dimensi. Pertama, *territorial embeddedness*, yaitu keterikatan aktor ekonomi pada suatu wilayah atau lokasi tertentu, misalnya karena akses terhadap sumber daya, infrastruktur, maupun kedekatan dengan pasar. Kedua, *network embeddedness*, yaitu keterikatan aktor dalam jaringan hubungan bisnis dan sosial, seperti relasi dengan pemasok, mitra usaha, maupun aktor politik dalam suatu rantai produksi (Henderson dkk., 2002, 448-451). Kedua dimensi ini menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi tidak dapat dilepaskan dari konteks tempat ia berlangsung, sebab keterikatan tersebut dapat memfasilitasi maupun membatasi ruang gerak aktor dalam menciptakan nilai dan menjalankan kekuasaannya.

Henderson tidak melihat ketiga konsep ini sebagai faktor yang berdiri sendiri, melainkan sebagai faktor yang saling terkait erat. Nilai (*value*) tidak dapat dipisahkan dari kekuasaan (*power*); Henderson melihat aktor yang memiliki kekuasaan akan menentukan bagaimana nilai dibagi dalam jaringan. Kekuasaan itu sendiri sering dijalankan melalui *embeddedness*, hubungan sosial, institusional, dan teritorial yang mempengaruhi kemampuan seorang aktor untuk melakukan

negosiasi maupun diplomasi bisnis. Pada gilirannya, *embeddedness* dapat memfasilitasi atau menghambat penciptaan dan ekstraksi nilai serta penggunaan kekuasaan (Henderson dkk., 2002).

Uraian di atas menegaskan bahwa dimensi *creation*, *enhancement*, dan *capture* pada dasarnya merupakan penjabaran atau turunan langsung dari kategori *Value*; dimensi *corporate*, *institutional*, dan *collective* merupakan penjabaran dari kategori *Power*, sedangkan dimensi *territorial* dan *network* merupakan penjabaran dari kategori *Embeddedness*. Dengan kata lain, ketujuh dimensi tersebut bukan konsep yang dapat berdiri sendiri di luar ketiga kategori utama, melainkan alat operasional yang digunakan Henderson untuk melihat bagaimana masing-masing kategori tersebut dapat bekerja secara lebih signifikan. Meski demikian, Henderson menegaskan bahwa ketiga kategori *Value*, *Power*, dan *Embeddedness* ketiganya baru dapat dipahami secara utuh apabila dikaitkan dengan dua dimensi analitis yang lebih luas, yaitu *Agents* (aktor) dan *Structures* (struktur), yang melalui interaksi keduanya menghasilkan *Configuration and Coordination*, sebelum pada akhirnya menghasilkan *Development* (Henderson dkk., 2002, 439-457). Kerangka *Agents*, *Structures*, *Configuration*, *Coordination*, *Development* inilah yang akan dijelaskan secara lebih rinci pada sub-bab 3.1, sebagai jembatan analitis sebelum kategori *Value*, *Power*, dan *Embeddedness* digunakan untuk membedah strategi Wuling dalam mengembangkan industri mobil listrik di Indonesia pada sub-bab 3.2 hingga 3.4.

Pada sub-bab 3.1 telah dijelaskan secara menyeluruh mengenai tiga kategori utama dalam kerangka *Global Production Network*, yaitu *Value*, *Power*,

dan *Embeddedness*, beserta dimensi-dimensi yang menyusun masing-masing kategori tersebut. Telah dijelaskan pula bahwa ketiga kategori ini pada akhirnya terhubung dengan dua dimensi analitis yang lebih luas, yaitu *Agents* dan *Structures*, yang melalui interaksinya menghasilkan *Configuration and Coordination*, hingga pada akhirnya menghasilkan *Development* (Henderson dkk., 2002). Sub-bab berikut ini akan menjabarkan secara rinci bagaimana dimensi *Agents* dan *Structures* tersebut sebagai kerangka analitis yang menghubungkan ketiga kategori *Value*, *Power*, dan *Embeddedness* dengan studi kasus strategi Wuling dalam mengembangkan industri mobil listrik di Indonesia pada tahun 2017-2022.

Pada penelitian ini penulis akan kategori *Value*, *Value Enhancement*, *Value Capture*, *Power*, *Corporate Power*, *Collective Power*, *Embeddedness*, *Territorial Embeddedness*, *Network Embeddedness*, *Societal Embeddedness*. Pada penulisan ini penulis tidak akan menggunakan kategori *Institutional Power* dikarenakan kurangnta data yang memadai dan implementasi nya ke dalam penulisan ini.

3.2. Dimensi *Agents and Structures* serta *Configuration and Coordination* dalam Kerangka GPN

Sebagaimana telah disebutkan pada bagian sebelumnya, ketiga kategori *Value*, *Power*, dan *Embeddedness* dalam skema teori *Global Production Network* yang dikemukakan oleh Henderson tidak dapat berdiri sendiri. Ketiganya bekerja melalui dua dimensi analitis yang lebih luas, yaitu dimensi *Agents* (aktor) dan dimensi *Structures* (struktur), yang kemudian saling berinteraksi dan

menghasilkan *Configuration and Coordination*, sebelum pada akhirnya seluruh proses tersebut menghasilkan *Development*.

3.2.1. *Agents* dalam Kerangka GPN: *Firms* dan *Institutions*

Dimensi *Agents* dalam kerangka Henderson merujuk pada aktor-aktor yang secara aktif menggerakkan dan mengambil keputusan di dalam jaringan produksi global. Henderson menegaskan bahwa *Agents* bukanlah seseorang, melainkan terdiri dari dua kelompok aktor yang memiliki kepentingan yang berbeda, yaitu *Firms* (perusahaan) dan *Institutions* (lembaga) (Henderson dkk., 2002, 442-443).

Firms merupakan kelompok aktor yang direpresentasikan melalui dua unsur, yaitu kepemilikan (*ownership*) dan arsitektur organisasi perusahaan (*“architecture”*). *Ownership* menjelaskan struktur kepemilikan sebuah perusahaan, baik dimiliki penuh, melalui usaha patungan (*joint venture*), maupun melalui aliansi strategis lintas negara, sedangkan *architecture* menjelaskan bagaimana perusahaan mengorganisasikan hubungan internal maupun eksternalnya, termasuk relasinya dengan pemasok dan mitra bisnis (Henderson dkk., 2002, 442-443). Dalam konteks penelitian ini, *Firms* diperankan oleh Wuling Motors dalam struktur kepemilikan gabungan SAIC-GM-Wuling (SGMW), yaitu entitas yang menentukan bagaimana modal, teknologi, dan keputusan produksi dialokasikan melalui lintas negara.

Institutions merupakan kelompok aktor kedua yang mencakup lembaga pemerintah (*governmental*), lembaga semi-pemerintah (*quasi-governmental*), serta lembaga non-pemerintah (*non-governmental*). Ketiga jenis lembaga ini berperan

menetapkan aturan main, regulasi, maupun insentif yang membentuk ruang gerak bagi *Firms* dalam jaringan produksi (Henderson dkk., 2002, 443). Dalam konteks penelitian ini, kelompok *Institutions* diwakili oleh pemerintah Indonesia melalui regulasi kendaraan listrik, asosiasi industri seperti GAIKINDO dan PERIKLINDO, serta kerangka perdagangan internasional seperti WTO dan AFTA.

3.2.2. *Structures* dalam Kerangka GPN: *Networks* dan *Sectors*

Jika *Agents* menjelaskan siapa yang bertindak, dimensi *Structures* dalam kerangka Henderson menjelaskan bahwa ruang atau konteks tempat tindakan tersebut berlangsung. *Structures* terdiri dari dua unsur, yaitu *Networks* (jaringan) dan *Sectors* (sektor), yang keduanya membentuk lanskap tempat *Firms* dan *Institutions* saling berinteraksi (Henderson dkk., 2002, 443-444).

Networks merujuk pada jaringan bisnis maupun politik yang memiliki arsitektur, konfigurasi kekuasaan, dan tata kelola (*governance*) tersendiri. Sebuah jaringan menunjukkan bagaimana aktor-aktor yang berbeda saling terhubung dan bagaimana kekuasaan didistribusikan di antara mereka (Henderson dkk., 2002, 444). Dalam kasus Wuling, jaringan bisnis tercermin dari relasi dengan pemasok domestik, dealer, dan mitra pembiayaan, sedangkan jaringan politik tercermin dari relasi dengan pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.

Sectors merujuk pada karakteristik teknologi serta orientasi produk/pasar yang menaungi aktivitas produksi tertentu. Setiap sektor memiliki logika teknologi dan struktur pasarnya masing-masing, yang pada gilirannya

memengaruhi bagaimana *Firms* dan *Institutions* dapat bertindak di dalamnya (Henderson dkk., 2002, 444-445). Sektor kendaraan listrik sendiri dapat dilihat sebagai teknologi baterai dan motor listrik yang relatif baru bagi pasar Indonesia, serta oleh segmen pasar *micro/city car* yang pada awal periode penelitian (2017) masih relatif kosong di Indonesia.

3.2.3. Interaksi *Agents* dan *Structures*: *Configuration*

Interaksi antara *Agents* (*Firms* dan *Institutions*) dengan *Structures* (*Networks* dan *Sectors*) inilah yang kemudian membentuk *Configuration*, yaitu bagaimana aktivitas produksi diatur dan ditempatkan, baik secara geografis maupun organisasional (Henderson dkk., 2002, 445-446). Dalam kasus Wuling, *Configuration* tercermin dari keputusan menjadikan Cikarang sebagai basis perakitan (*assembly hub*), sementara riset dan komponen inti tetap berada di Tiongkok. Susunan ini menunjukkan bagaimana keputusan *Firms* (Wuling Motors dalam aliansi SGMW) beradaptasi dengan *Networks* dan *Sectors* yang tersedia di Indonesia, sekaligus dibatasi dan difasilitasi oleh *Institutions* seperti regulasi pemerintah dan kerangka investasi asing.

3.2.4. *Coordination* dan *Development*

Selain membentuk *Configuration*, interaksi antara *Agents* dan *Structures* juga menghasilkan *Coordination*, yaitu bagaimana keterkaitan antar-aktor lintas batas ini dikelola agar tetap berjalan efisien (Henderson dkk., 2002, 446-447). Dalam kasus Wuling, *Coordination* tercermin dari standar kualitas yang

ditetapkan bagi pemasok lokal, skema insentif fiskal dari pemerintah, maupun perjanjian kemitraan di dalam aliansi SGMW.

Konfigurasi dan koordinasi tersebut pada akhirnya menghasilkan *Development*, yang dalam konteks penelitian ini tercermin dari berkembangnya kapasitas produksi kendaraan listrik nasional, terciptanya lapangan kerja, serta terbentuknya ekosistem industri EV di Indonesia, meskipun pembangunan tersebut belum sepenuhnya merata karena aktivitas bernilai tambah tinggi seperti riset, desain, dan pengembangan teknologi tetap terpusat di Tiongkok (Henderson dkk., 2002, 447-448). Dengan kerangka *Agents, Structures, Configuration. Coordination, Development* inilah, pembahasan pada sub-bab selanjutnya akan menunjukkan bagaimana ketiga kategori *Value, Power, dan Embeddedness* yang telah dijelaskan pada sub-bab 2.2 saling berjalan beriringan dalam strategi Wuling mengembangkan industri mobil listrik di Indonesia.

3.3. Value (Nilai)

Henderson menekankan bahwa ekonomi global modern bukan hanya tentang pertukaran barang, tetapi tentang penciptaan dan distribusi nilai. Nilai dalam konteks ini merujuk pada nilai tambah ekonomi yang dihasilkan dalam setiap tahap produksi dan distribusi dalam sistem kapitalisme global, yang diciptakan melalui serangkaian aktivitas yang melibatkan input (bahan baku, tenaga kerja, teknologi) yang kemudian diubah menjadi produk atau jasa akhir dengan nilai lebih tinggi (Henderson dkk., 2002, 439). Merujuk pada dimensi *Agents and Structures* yang telah dijelaskan pada sub-bab 3.1, ketiga tahap nilai *creation, enhancement, dan capture*. Pada dasarnya adalah wujud konkret dari

bagaimana *Firms* (Wuling) memanfaatkan *Sectors* (segmen micro EV) dan *Institutions* (regulasi pemerintah) untuk menghasilkan *Development* bagi kedua belah pihak.

Dari sudut pandang GPN, nilai tidak hanya tergantung pada proses produksi itu sendiri, tetapi juga lokasi geografis, akses terhadap pasar, regulasi negara, dan kapasitas teknologi lokal. Oleh karena itu, negara-negara dan wilayah berbeda memperoleh manfaat yang sangat bervariasi dari keterlibatan mereka dalam GPN. Negara-negara berkembang seringkali terjebak dalam bagian jaringan yang memiliki nilai tambah rendah, seperti produksi bahan mentah atau manufaktur murah, sementara negara maju mendominasi aktivitas bernilai tambah tinggi seperti *research and development* (R&D), desain, dan pemasaran (Henderson dkk., 2002, 439).

Dalam menganalisis strategi investasi *Wuling Motors* ke Indonesia, penting menggunakan pendekatan struktural global yang ditawarkan oleh Henderson dalam Jurnalnya *Global Production Networks and the Analysis of Economic Development*. Salah satu aspek fundamental dalam model tersebut adalah konsep *Value* (nilai) yang terbagi menjadi tiga tahap: *creation*, *enhancement*, dan *capture*. (Henderson dkk., 2002, 441-444) Masing-masing tahap menjelaskan bagaimana perusahaan global menciptakan nilai baru, meningkatkan nilai tersebut, dan akhirnya menangkap nilai dalam bentuk keuntungan ekonomi yang berkelanjutan. Melalui penulisan ini, penulis dapat memahami secara mendalam mengapa Wuling memilih Indonesia sebagai salah satu pusat investasinya di Indonesia.

3.3.1. Value Creation (Penciptaan Nilai): Membangun Basis Perakitan untuk Micro EV

Henderson melalui Jurnalnya *Global Production Networks and the Analysis of Economic Development*, konsep *value creation* dipahami sebagai proses penciptaan nilai ekonomi yang berlangsung dalam kerangka jaringan produksi global (*Global Production Networks*). Henderson menolak pandangan tradisional yang melihat penciptaan nilai sebagai aktivitas linear dan terpusat dalam satu perusahaan atau satu negara. Sebaliknya, ia menegaskan bahwa dalam era globalisasi kontemporer, proses produksi telah terfragmentasi secara geografis dan terorganisasi melalui jaringan lintas batas negara yang kompleks (Henderson dkk., 2002, 447).

Value creation Wuling secara umum pada pembangunan pabrik, bagian ini menegaskan bahwa penciptaan nilai yang paling menentukan dari investasi Wuling bukan sekadar berdirinya fasilitas produksi, melainkan lebih spesifik pada penciptaan Indonesia sebagai basis perakitan (*assembly hub*) untuk segmen kendaraan listrik mikro atau perkotaan (*micro EV*), sebuah segmen yang pada periode 2017-2022 masih relatif kosong di pasar otomotif Indonesia. Dalam kerangka *Agents and Structures*, penciptaan nilai ini merupakan hasil dari keputusan *Firms* (Wuling/SGMW) untuk menempatkan aktivitas produksinya pada *Sectors* yang secara teknologi maupun pasar belum banyak digarap pesaing di Indonesia (Henderson dkk., 2002, 447).

Pada tahap awal, terdapat beberapa faktor yang mendorong munculnya peluang penciptaan nilai ini: pertama, perpindahan penduduk desa ke kota yang

pesat di Indonesia mendorong kebutuhan akan kendaraan kecil yang lincah di tengah kepadatan perkotaan; kedua, kebutuhan akan efisiensi bahan bakar; dan ketiga, prioritas pemerintah Indonesia terhadap isu ramah lingkungan yang mendorong adopsi kendaraan listrik sebagai bagian dari strategi nasional pengurangan emisi karbon. Wuling memanfaatkan momentum ini dengan memperkenalkan Wuling Air EV, sebuah mobil listrik kecil yang dirancang khusus untuk mobilitas perkotaan, sekaligus mengisi kekosongan pasar EV yang ekonomis di Indonesia.

Keseriusan Wuling dalam membangun basis perakitan ini dibuktikan melalui investasi sebesar 700 juta USD pada 2017 (setara Rp10 triliun) untuk membangun pabrik di Cikarang Pusat dengan kapasitas produksi 120.000 unit per tahun. Fasilitas ini dirancang bukan sekadar sebagai lini perakitan kendaraan konvensional, melainkan sebagai fondasi yang kemudian dikembangkan menjadi basis perakitan kendaraan listrik mikro, yang puncaknya terwujud melalui peluncuran Wuling Air EV pada Agustus 2022. Pembangunan basis perakitan ini memungkinkan Wuling menekan biaya produksi dan logistik sehingga harga jual menjadi lebih kompetitif di pasar Indonesia, mempercepat penyesuaian produk terhadap permintaan konsumen domestik, serta menyerap ribuan tenaga kerja lokal yang menciptakan *income value* melalui gaji dan tunjangan yang kemudian berputar di ekonomi lokal (GAIKINDO 2017).

Wuling juga melihat Indonesia sebagai pasar otomotif terbesar di Asia Tenggara, dengan kapasitas penjualan kendaraan yang konsisten di atas satu juta unit per tahun, ditopang oleh demografi usia muda produktif dan pertumbuhan kelas menengah. Kombinasi antara kekosongan segmen *micro EV* dan besarnya

potensi pasar inilah yang menjadikan Indonesia bukan sekadar lokasi produksi tambahan, melainkan simpul penciptaan nilai (*value creation node*) yang strategis dalam jaringan produksi global Wuling (GAIKINDO 2017).

3.3.2. *Value Enhancement* (Peningkatan Nilai): Memperdalam, Bukan Memindahkan, Basis Produksi

Dalam kerangka analisis yang dikembangkan oleh Henderson dalam *Global Production Networks and the Analysis of Economic Development*, *value enhancement* merujuk pada proses peningkatan nilai tambah (*value added*) dalam suatu jaringan produksi global (*Global Production Networks*). Jika *value creation* berkaitan dengan proses penciptaan nilai melalui serangkaian aktivitas produksi lintas negara, maka *value enhancement* menekankan pada bagaimana nilai tersebut dapat ditingkatkan melalui berbagai inovasi (Henderson dkk., 2002, 449).

Jika *value creation* berkaitan dengan penciptaan nilai melalui pendirian basis perakitan, maka *value enhancement* menekankan pada bagaimana nilai tersebut ditingkatkan melalui berbagai inovasi lanjutan (Henderson dkk., 2002, 449). Poin penting yang perlu digarisbawahi dalam kasus Wuling adalah bahwa peningkatan nilai ini tidak dilakukan dengan memindahkan basis produksi ke negara lain yang berpotensi menawarkan biaya lebih rendah, melainkan dengan terus memperdalam (*deepening*) investasi yang telah ditanamkan di Indonesia.

Bukti paling nyata dari strategi *enhancement* ini terlihat dari tren investasi Wuling yang terus meningkat dari tahun ke tahun alih-alih dialihkan ke lokasi lain: dimulai dari sekitar 100 juta USD pada 2017 untuk persiapan awal pabrik, kemudian melonjak menjadi 700 juta USD pada 2018 untuk pembangunan

fasilitas perakitan di Cikarang, 200 juta USD pada 2019 untuk penyelesaian pabrik dan peluncuran Confero, 250 juta USD pada 2020 untuk peningkatan kapasitas produksi, 300 juta USD pada 2021 untuk riset dan pengembangan (R&D) teknologi kendaraan listrik menjelang peluncuran Air EV, hingga mencapai 1 miliar USD pada 2022 untuk ekspansi besar-besaran fasilitas produksi EV dan jaringan distribusi (Wuling 2017).

Pola reinvestasi berkelanjutan ini menunjukkan bahwa *enhancement* nilai bagi Wuling justru dilakukan dengan cara memperkuat fasilitas yang sudah ada di Indonesia, bukan dengan mencari lokasi produksi baru. Hal ini juga tercermin dari adaptasi fitur produk terhadap kebutuhan konsumen lokal, misalnya teknologi *voice command* berbahasa Indonesia ("WIND" *Wuling Indonesian Command*) pada Wuling Almaz, perluasan jaringan dealer dan bengkel resmi secara cepat dan merata, pemberian garansi mesin dan transmisi hingga lima tahun, serta garansi khusus komponen inti EV (*power battery system assembly, drive motor, dan motor controller*) hingga delapan tahun atau 120.000 kilometer (Wuling 2024).

Keputusan untuk terus memperdalam investasi alih-alih merelokasi produksi ini berkaitan erat dengan besarnya biaya yang telah tertanam (*sunk cost*) pada fasilitas dan tenaga kerja di Indonesia, sebuah kondisi yang akan dijelaskan lebih rinci pada pembahasan *Territorial Embeddedness*. Dengan demikian, *value enhancement* Wuling di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari keterikatan (*embeddedness*) yang telah terbentuk sejak tahap *value creation*.

3.3.3. *Value Capture* (Penangkapan Nilai): Menangkap Insentif Institusional

Pada tahap terakhir dalam kerangka *Value* adalah *capture*, dalam kerangka analisis ekonomi global yang dikemukakan oleh Henderson dalam *Global Production Networks and the Analysis of Economic Development*, *value capture* merujuk pada kemampuan aktor, baik perusahaan, wilayah, maupun negara, untuk memperoleh dan mempertahankan bagian nilai ekonomi yang dihasilkan dalam jaringan produksi global (*Global Production Networks*). Jika *value creation* berfokus pada proses penciptaan nilai dan *value enhancement* pada peningkatan nilai tambah, maka *value capture* berkaitan adalah hasil daripada *value creation* dan *value enhancement*, kerangka ini menjelaskan bagaimana perusahaan Wuling dapat mengoptimalkan keuntungan atas nilai yang telah diciptakan dan ditingkatkan (Henderson dkk., 2002, 449).

Berbeda dari pembahasan sebelumnya, *value capture* Wuling di Indonesia paling signifikan terwujud melalui kemampuan perusahaan menangkap manfaat dari kebijakan insentif yang diterbitkan oleh *Institutions*, dalam hal ini pemerintah Indonesia sehingga bagian ini sekaligus menyerap data yang sebelumnya dibahas dalam kerangka *institutional power*, karena secara konseptual regulasi negara di sini lebih tepat dipahami sebagai sesuatu yang nilainya ditangkap oleh Wuling, sebagai bentuk kekuasaan yang dijalankan negara secara independen terhadap perusahaan.

Regulasi pemerintah Indonesia sebagai aktor negara memainkan peran kunci dalam membentuk ekosistem industri kendaraan listrik termasuk bagi Wuling. Peraturan Presiden Nomor 55 Tahun 2019 dan Peraturan Presiden Nomor

79 Tahun 2023 menjadi dasar hukum yang mendukung ekspansi industri EV di Indonesia. Kedua regulasi ini memberikan insentif fiskal dan kewajiban Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) yang mengarahkan investor untuk berkontribusi pada industrialisasi lokal, sekaligus memperkuat daya tarik investasi asing (Peraturan BPK, 2019, 2023). Peraturan Presiden Nomor 55 Tahun 2019:

1. Pasal 3 ayat (1) berbunyi:

“Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah memberikan insentif untuk mempercepat Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai.”
(Peraturan BPK 2019).

2. Pasal 8 ayat (2) berbunyi:

“Produsen Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai wajib memenuhi ketentuan Tingkat Komponen Dalam Negeri.” (Peraturan BPK 2019).

3. Pasal 20 berbunyi:

“Produsen Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai wajib memenuhi ketentuan Tingkat Komponen Dalam Negeri.” (Peraturan BPK 2019).

Peraturan Presiden Nomor 79 Tahun 2023 terkait Penguatan Insentif EV pada pasal (Peraturan BPK 2023):

1. Pasal 1 ayat (1) yang berbunyi:

“Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah memberikan insentif untuk mempercepat Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai untuk Transportasi Jalan.” (Peraturan BPK 2023).

2. Pasal 4 ayat (1) yang berbunyi:

“Insentif diberikan dalam bentuk insentif fiskal dan/atau non fiskal sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.” (Peraturan BPK 2023).

Implementasi regulasi tersebut dapat dilihat melalui berbagai kebijakan seperti pemberian insentif fiskal bagi kendaraan listrik, pengurangan pajak kendaraan listrik serta kewajiban pemenuhan TKDN bagi produsen yang beroperasi di Indonesia. Bagi perusahaan seperti Wuling, kebijakan ini mendorong pembangunan fasilitas manufaktur lokal serta integrasi pemasok domestik dalam rantai pasok kendaraan listrik di Indonesia. Dengan demikian, kebijakan pemerintah tidak hanya berfungsi sebagai pedoman administratif tetapi juga membentuk struktur industri kendaraan listrik dan mempengaruhi strategi investasi perusahaan otomotif global.

Insentif tersebut secara konkret berupa pembebasan bea masuk, Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) 0 persen, serta pembebasan Pajak Penghasilan (PPh) untuk impor komponen kendaraan listrik. Berkat pemenuhan syarat TKDN, Wuling bersama Hyundai menjadi satu dari sedikit produsen yang berhasil memenuhi syarat tersebut pada periode awal kebijakan, sehingga konsumen Air EV hanya dikenakan PPN sebesar 1 persen dari tarif normal (CNN Indonesia 2024). Wuling juga menangkap nilai melalui produksi lokal yang memberi akses pada biaya tenaga kerja yang lebih murah dibandingkan Tiongkok atau negara maju lainnya, penghindaran bea masuk impor produk jadi, serta potensi ekspor ke negara ASEAN lain seperti Filipina, Thailand, dan Vietnam

melalui kerangka *ASEAN Free Trade Area* (AFTA) tanpa tarif atau dengan tarif preferensial (Wuling 2024).

Merujuk kembali pada kerangka *Agents and Structures* pada sub-bab 3.1, *value capture* ini menegaskan keterkaitan langsung antara *Firms* dan *Institutions*: pemerintah (*Institutions*) menetapkan insentif fiskal, Wuling (*Firms*) menangkap nilainya melalui kepatuhan terhadap TKDN, sementara pemasok domestik dan dealer (*Networks*) turut menerima limpahan nilai (*spillover value*) melalui meningkatnya permintaan akibat harga jual yang lebih kompetitif. Dengan demikian, *value capture* tidak berdiri sendiri sebagai keuntungan sepihak perusahaan, melainkan hasil dari konfigurasi hubungan antara *Firms*, *Institutions*, dan *Networks* yang telah dijelaskan sebelumnya.

Melalui ketiga tahap *Value* di atas, dapat dipahami bahwa keputusan Wuling berinvestasi di Indonesia bukanlah keputusan impulsif, melainkan hasil perencanaan strategis yang berkesinambungan: pada tahap *creation*, Wuling menciptakan basis perakitan untuk segmen micro EV yang masih kosong; pada tahap *enhancement*, Wuling memperdalam investasinya alih-alih memindahkannya; dan pada tahap *capture*, Wuling mengoptimalkan keuntungan melalui insentif institusional, efisiensi biaya produksi, dan potensi ekspor regional.

3.4. Power (Kekuasaan)

Dalam konteks ekonomi global, *power* dipahami sebagai kemampuan aktor tertentu untuk mempengaruhi, mengendalikan, atau menentukan keputusan dan alokasi sumber daya dalam jaringan produksi (Henderson dkk., 2002, 438).

Pada bagian ini, pembahasan difokuskan pada dua bentuk kekuasaan yang paling didukung oleh data yang tersedia, yaitu *corporate power* dan *collective power*. Adapun *institutional power* tidak dibahas sebagai kategori tersendiri, karena data terkait regulasi pemerintah pada dasarnya lebih tepat dipahami sebagai instrumen yang nilainya ditangkap oleh Wuling, sebagaimana telah dijelaskan pada sub-bab 3.2.3 (*Value Capture*) sebagai bentuk kekuasaan independen yang dijalankan negara terhadap perusahaan.

3.4.1. *Corporate Power*: Relasi dan Keterkaitan Antar-Korporasi dalam Aliansi SGMW

Corporate Power (Kekuasaan Korporasi Dari Sisi Wuling). *Corporate power* merujuk pada kekuasaan yang dimiliki oleh korporasi besar untuk mengontrol dan menentukan aspek-aspek penting dalam produksi global. Dalam hal ini, modal menjadi elemen utama kekuasaan korporasi, karena perusahaan memiliki kemampuan untuk memindahkan, mengalokasikan, dan menginvestasikan modal di berbagai lokasi untuk mencapai tujuan produksi dan pasar yang optimal. Kekuasaan ini termasuk kemampuan untuk menentukan lokasi produksi, memilih mitra, mengatur standar kualitas, serta mengontrol akses terhadap teknologi dan pasar (Henderson dkk., 2002, 444-445).

Berbeda dari pemahaman yang menempatkan *corporate power* semata sebagai kemampuan Wuling secara sepihak menentukan lokasi produksi, bagian ini menekankan bahwa kekuasaan korporasi Wuling sesungguhnya bersumber dari keterkaitan dan relasi antar-perusahaan di dalam aliansi SAIC-GM-Wuling (SGMW), bukan dari otonomi perusahaan yang berdiri sendiri. Dengan kata lain, *corporate power* Wuling bersifat relasional: ia lahir dari posisi Wuling di dalam

jaringan kepemilikan dan kerja sama dengan mitra strategisnya (Henderson dkk., 2002, 445).

SAIC Motor Corporation Limited berperan penting dalam relasi ini sebagai pemegang saham mayoritas yang menyediakan kapasitas manufaktur berskala besar dan efisien. Kapasitas produksi massal milik SAIC inilah yang memungkinkan Wuling memproduksi kendaraan dengan biaya rendah dan skala besar, sehingga mampu menawarkan harga yang lebih kompetitif dibandingkan produsen Jepang yang lebih dahulu menguasai pasar Indonesia (SAIC Motor 2023). Efisiensi produksi ini menjadi dasar kekuasaan korporasi Wuling atas struktur biaya, namun kekuasaan tersebut tidak dapat dilepaskan dari ketergantungan Wuling terhadap kapasitas SAIC sebagai mitra dalam aliansi.

Selain SAIC, *General Motors* (GM) turut menjadi bahan pertimbangan penting dalam *corporate power* Wuling melalui penyediaan akses teknologi otomotif mutakhir, termasuk platform kendaraan listrik, sistem baterai, dan fitur keselamatan. Akses teknologi dari GM ini memungkinkan Wuling memproduksi EV seperti Wuling Air EV dengan standar global tanpa harus melakukan riset dari nol, sekaligus mempercepat industrialisasi Wuling di Indonesia (Wuling 2024). Dengan demikian, kekuasaan korporasi Wuling di Indonesia bukanlah kekuasaan tunggal milik satu perusahaan, melainkan kekuasaan gabungan (*combined corporate power*) yang terbentuk dari integrasi teknologi GM, efisiensi produksi SAIC, dan strategi pemasaran Wuling itu sendiri.

Keterkaitan relasional ini juga tercermin dalam bagaimana Wuling menetapkan standar teknis dan kualitas yang harus dipatuhi oleh lebih dari 50

pemasok lokal, seperti Nexteer Automotive Indonesia, DHL Supply Chain Indonesia, dan PT Gajah Tunggal Tbk, sehingga menciptakan relasi yang tidak sepenuhnya seimbang antara Wuling dan para pemasoknya (Jagani, Marsillac, and Hong 2024). Namun demikian, kemampuan Wuling menetapkan standar tersebut pada dasarnya juga bersumber dari standar global yang diwariskan melalui aliansi SGMW, bukan semata dari kekuatan internal Wuling di Indonesia. Dengan kata lain, posisi Wuling dalam mengendalikan lokasi produksi, alur produksi, dan distribusi nilai tambah dalam jaringan produksinya merupakan hasil dari kekuatan koordinatif aliansi SGMW secara keseluruhan, bukan kekuasaan Wuling sebagai entitas tunggal (SAIC Motor 2023).

3.4.2. *Collective Power*: Kelompok Penekan dalam Ekosistem Kendaraan Listrik

Collective power merujuk pada kekuasaan yang dimiliki oleh lembaga atau entitas internasional yang memiliki kapasitas untuk mengarahkan kerja sama antara negara dan perusahaan dalam berbagai proyek global. Kerjasama dengan perusahaan internasional menjadi contoh utama dari kekuasaan ini. Dalam hal ini, lembaga dan perusahaan dapat saling memperkuat posisi mereka melalui kolaborasi internasional yang menghasilkan sinergi dalam pengembangan teknologi, standar industri dan kebijakan produksi (Henderson dkk., 2002,446-447).

Dalam kerangka GPN, *collective power* tidak merujuk pada kekuasaan yang dijalankan negara, melainkan pada kekuasaan yang muncul dari aksi kolektif kelompok-kelompok non-korporasi dan non-negara yang mampu menekan, baik

aktor korporasi maupun aktor institusional, pada level domestik maupun internasional, misalnya kelompok pemerhati lingkungan, asosiasi pekerja, maupun asosiasi industri (Henderson dkk., 2002, 446-447).

GAIKINDO dan PERIKLINDO merupakan aktor yang paling relevan dikategorikan sebagai *collective power* dalam kasus ini. Meskipun keduanya kerap berhubungan erat dengan pembentukan kebijakan formal pemerintah, sifat keanggotaan dan cara kerja kedua asosiasi ini yaitu mewakili kepentingan bersama para pelaku industri otomotif melalui advokasi dan tekanan kolektif, bukan otoritas regulatif formal negara menjadikan keduanya lebih tepat dipahami sebagai bentuk *collective power* ketimbang *institutional power*. GAIKINDO, sebagai asosiasi industri otomotif, berperan aktif merespons kebijakan dan menciptakan iklim pasar yang kondusif, salah satunya melalui dukungannya terhadap insentif PPnBM untuk mobil listrik yang menjadikan EV lebih terjangkau (Andi 2025). Data penjualan yang dihimpun GAIKINDO turut memperkuat posisi Wuling, yang tercatat mendominasi penjualan EV pada 2022, sehingga mempercepat normalisasi kendaraan listrik di pasar Indonesia (GAIKINDO, n.d.).

PERIKLINDO, sebagai asosiasi kendaraan listrik, turut memainkan peran advokasi kebijakan pro-EV, terutama terkait keberlanjutan insentif fiskal dan perluasan insentif non-fiskal. Dorongan PERIKLINDO untuk memperpanjang dan memperluas insentif menunjukkan bagaimana tekanan kolektif dapat mengurangi ketidakpastian kebijakan dan mendukung stabilitas investasi di sektor EV (Anshori 2025). Tekanan kolektif semacam ini membantu menciptakan iklim

pasar yang lebih ramah EV dan memberi sinyal positif bagi perusahaan seperti Wuling untuk terus memperdalam investasinya.

Perlu diketahui bahwa penelitian ini tidak menemukan data yang memadai mengenai terdapat adanya tekanan dari kelompok non-industri, seperti organisasi non-pemerintah di bidang lingkungan atau serikat pekerja, terhadap strategi investasi Wuling secara spesifik. Dengan demikian, *collective power* dalam kasus ini lebih dominan terwujud melalui asosiasi industri seperti GAIKINDO dan PERIKLINDO, ketimbang melalui kelompok masyarakat sipil lainnya.

3.5. *Embeddedness* (Keterikatan)

Dalam kerangka *Global Production Networks* (GPN), perusahaan transnasional (TNC) tidak beroperasi sebagai entitas global yang sepenuhnya otonom, tetapi selalu tertanam dalam konteks sosial, ekonomi, politik, dan institusional negara tempat mereka beroperasi *Embeddedness* menunjukkan bahwa strategi perusahaan dibentuk dan dibatasi oleh struktur lokal sehingga keputusan bisnis tidak dapat dilepaskan dari lingkungan nasional tempat operasi berlangsung (Henderson dkk., 2002, 439).

Konsep ini menolak anggapan bahwa perusahaan global dapat dengan mudah memindahkan operasi tanpa konsekuensi. Ketika perusahaan memasuki suatu negara, mereka harus berhadapan dengan regulasi lokal, pasar tenaga kerja, budaya produksi, jaringan pemasok, kebijakan industri, serta preferensi konsumen. Faktor-faktor tersebut memengaruhi strategi investasi dan produksi, sehingga *embeddedness* menjadi fondasi yang memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dan berkembang tanpa kehilangan efisiensi global. Dalam kasus Wuling, *embeddedness* bersifat dua arah yaitu: Perusahaan membentuk dinamika

ekonomi lokal melalui investasi, teknologi, dan jaringan produksi. Namun, di salah satu sisi, perusahaan Wuling juga dibentuk oleh regulasi pemerintah Indonesia, ketersediaan infrastruktur logistik, kapasitas pemasok lokal, dan preferensi konsumen domestik.

Embeddedness menunjukkan bahwa strategi perusahaan dibentuk dan dibatasi oleh struktur lokal, sehingga keputusan bisnis tidak dapat dilepaskan dari lingkungan nasional tempat operasi berlangsung (Henderson dkk., 2002, 439). Dalam kasus Wuling, *embeddedness* bersifat dua arah: perusahaan membentuk dinamika ekonomi lokal melalui investasi, teknologi, dan jaringan produksi, namun perusahaan juga dibentuk oleh regulasi pemerintah, ketersediaan infrastruktur, kapasitas pemasok lokal, dan preferensi konsumen domestik.

Hubungan dua arah tersebut tidak berdiri secara terpisah, melainkan berkembang secara berkesinambungan dalam berbagai dimensi keterikatan. *Embeddedness* Wuling di Indonesia pertama-tama terbentuk melalui keterikatan spasial dan institusional terhadap wilayah operasinya (*territorial embeddedness*), yang kemudian diperluas melalui jaringan hubungan produksi dan distribusi (*network embeddedness*), serta diperkuat oleh adaptasi terhadap nilai dan praktik sosial lokal (*societal embeddedness*). Dengan demikian, ketiga dimensi *embeddedness* ini saling melengkapi dalam membentuk keterikatan perusahaan terhadap konteks Indonesia sebagai negara tuan rumah. Hal ini memperlihatkan bahwa operasi Wuling di Indonesia tidak hanya bergantung pada kekuatan korporasi, tetapi juga pada kemampuan perusahaan menavigasi struktur lokal yang menjadi kerangka operasionalnya.

3.5.1. *Territorial Embeddedness*

Territorial embeddedness menurut Henderson merujuk pada sejauh mana perusahaan transnasional (TNC) tertanam dalam suatu wilayah melalui keterkaitannya dengan kondisi ekonomi, institusi, serta sumber daya lokal di tempat perusahaan tersebut beroperasi (Henderson dkk., 2002, 448-449). Konsep ini menekankan bagaimana aktivitas produksi perusahaan terhubung dengan karakteristik wilayah tertentu terutama melalui infrastruktur dan kondisi geografis yang membentuk lingkungan operasional perusahaan. Keterkaitan ini tidak hanya berkaitan dengan aspek produksi tetapi juga mencerminkan upaya perusahaan untuk berintegrasi dengan konteks lokal sehingga tidak semata dipersepsikan sebagai entitas asing melainkan sebagai bagian dari ekosistem industri domestik. Tingkat *embeddedness* ini menunjukkan apakah perusahaan memiliki komitmen jangka panjang terhadap wilayah tersebut atau hanya menjalankan operasi yang bersifat sementara.

Salah satu contoh yang dapat digunakan dalam teori GPN adalah *sunk cost*. *sunk cost* dapat didefinisikan sebagai biaya investasi yang telah dikeluarkan perusahaan dan tidak dapat dipulihkan apabila perusahaan meninggalkan suatu lokasi. Investasi Wuling yang mencapai lebih dari Rp9,3 triliun pada fasilitas manufaktur di Cikarang menunjukkan tingkat keterikatan yang tinggi terhadap lokasi produksi di Indonesia, mengingat infrastruktur manufaktur dan mesin produksi bersifat tidak mudah dipindahkan (Katadata 2025).

Selain investasi fisik, keterikatan teritorial Wuling juga terbentuk melalui investasi pada keterampilan tenaga kerja Indonesia. Pabrik SAIC-GM-Wuling yang mulai beroperasi pada 2017 diperkirakan menyerap sekitar 3.000 tenaga kerja dalam keseluruhan rantai industrinya, dengan mayoritas berasal dari

Indonesia yang telah melalui pelatihan teknis khusus, terutama terkait teknologi EV (DetikOto 2017). Pelatihan bertahun-tahun ini menciptakan modal manusia lokal (*local human capital*) yang menjadi bentuk keterikatan tersendiri, terpisah dari investasi fisik pabrik: apabila Wuling memutuskan memindahkan produksinya ke negara lain, perusahaan harus melatih kembali tenaga kerja baru dari nol, sementara keahlian yang telah dibangun pada pekerja Indonesia akan hilang begitu saja. Kondisi ini memperkuat *locational stickiness* Wuling terhadap Indonesia (Wuling 2024).

Wuling juga terintegrasi dengan infrastruktur logistik nasional, seperti Pelabuhan Tanjung Priok, jaringan jalan tol Trans-Jawa, dan sistem logistik domestik, yang mencerminkan penyesuaian perusahaan terhadap karakteristik Indonesia sebagai negara kepulauan (VOI 2024). Selain itu, Wuling terikat pada berbagai kebijakan industri seperti TKDN, insentif fiskal kendaraan listrik, dan regulasi investasi, sehingga kepatuhan terhadap kebijakan tersebut turut membentuk konteks operasional yang menyesuaikan strategi produksi Wuling dengan prioritas industrialisasi nasional (Peraturan BPK 2023).

3.5.2. *Network Embeddedness*

Dalam teori *Global Production Networks* (GPN), *network embeddedness* merujuk pada sejauh mana perusahaan tertanam dalam jaringan hubungan dengan berbagai aktor seperti pemasok, distributor, lembaga keuangan, mitra logistik, dan jaringan globalnya sendiri (Henderson dkk., 2002). Henderson menekankan bahwa semakin dalam keterikatan ini, semakin besar ketergantungan timbal balik

yang tercipta sehingga perusahaan tidak dapat beroperasi secara terisolasi maupun sepenuhnya fleksibel (Henderson dkk., 2002, 450-451).

Wuling bekerja dengan lebih dari 50 pemasok komponen Indonesia, seperti Nexteer Automotive Indonesia, DHL Supply Chain Indonesia, dan PT Gajah Tunggal Tbk, yang telah melalui proses standardisasi kualitas, pelatihan teknis, dan penyesuaian proses produksi bertahun-tahun (Wuling 2025).

Poin penting dari jaringan pemasok ini adalah besarnya biaya peralihan (*switching cost*) yang harus ditanggung Wuling apabila memutuskan untuk merelokasi produksinya ke negara lain. Proses kualifikasi pemasok, pelatihan teknis, hingga penyesuaian standar kualitas yang telah dibangun selama bertahun-tahun dengan pemasok Indonesia tidak dapat begitu saja dipindahkan; perusahaan harus membangun kembali jaringan pemasok tersebut dari nol di lokasi baru, termasuk proses kualifikasi dan pelatihan yang memakan waktu tidak singkat. Kondisi inilah yang menjadikan jaringan pemasok domestik sebagai bentuk keterikatan tersendiri yang menghambat mobilitas relokasi Wuling (Nexteer Automotive 2017).

Di sisi lain, posisi pabrik Wuling di Indonesia sebagai basis perakitan (*assembly hub*) regional, sementara komponen strategis seperti baterai dan teknologi EV tetap diproduksi di Tiongkok, menempatkan Indonesia pada segmen bernilai tambah rendah hingga menengah (*low-to-medium value segment*) dalam jaringan SGMW (Wuling, n.d.). Meski demikian, pembangunan jaringan dealer, bengkel resmi, dan layanan purna jual di berbagai kota, serta kemitraan dengan

lembaga pembiayaan domestik untuk skema kredit konsumen, turut memperdalam *network embeddedness* Wuling di pasar Indonesia (News Otomotif 2024).

3.5.3. *Societal Embeddedness*

Berbeda dengan pembahasan *territorial embeddedness* yang menekankan keterikatan spasial melalui tenaga kerja lokal, bagian ini menyoroti bagaimana integrasi tenaga kerja tersebut membentuk adaptasi budaya dan legitimasi sosial perusahaan. Dalam konteks ini, keterikatan tidak hanya bersifat struktural tetapi juga bersifat kultural dan simbolik yang tercermin melalui upaya perusahaan dalam membangun legitimasi sosial di mata masyarakat lokal (Henderson dkk., 2002, 451).

Dalam kasus Wuling di Indonesia, *societal embeddedness* terlihat dari bagaimana perusahaan secara aktif mengadaptasi strategi bisnisnya agar selaras dengan nilai sosial masyarakat Indonesia. Adaptasi tersebut tidak hanya terbatas pada penggunaan tenaga kerja lokal tetapi juga mencakup penyesuaian produk dengan preferensi konsumen strategi komunikasi pemasaran yang berbasis nilai lokal serta partisipasi dalam kegiatan sosial untuk membangun kepercayaan publik. Dengan demikian, Wuling tidak hanya hadir sebagai aktor ekonomi tetapi juga sebagai entitas yang berusaha memperoleh legitimasi sosial agar dapat diterima dan beroperasi secara berkelanjutan di Indonesia

. Dalam kasus Wuling, hal ini terlihat dari adaptasi produk terhadap kultur mobil keluarga (MPV) yang kuat di Indonesia melalui Confero dan Cortez, serta perancangan Air EV sebagai *compact city car* yang sesuai dengan gaya hidup urban dan daya beli kelas menengah Indonesia (Wuling 2025). Wuling juga

membangun legitimasi sosial melalui strategi komunikasi pemasaran yang menautkan nilai korporasi dengan nilai sosial masyarakat, seperti kebersamaan keluarga dan mobilitas hijau, serta melalui kegiatan CSR seperti bantuan bencana dan program pendidikan (Adhie 2024).

Namun demikian, perlu digarisbawahi bahwa sebagian besar keahlian teknis (*expertise*) dalam operasional Wuling di Indonesia terutama yang berkaitan dengan riset, desain, dan pengembangan teknologi EV masih didatangkan langsung dari Tiongkok, bukan dihasilkan melalui proses alih pengetahuan kepada tenaga kerja lokal. Dengan demikian, meskipun secara budaya dan strategi pemasaran Wuling menunjukkan tingkat *societal embeddedness* yang cukup kuat, pada dimensi transfer pengetahuan dan keahlian teknis, tingkat keterikatan sosial tersebut relatif masih terbatas sebuah kondisi yang sejalan dengan temuan pada *network embeddedness* di atas, di mana aktivitas bernilai tambah tinggi tetap terpusat di Tiongkok.

Tabel 1 Hasil Analisis Teori GPN terhadap Alasan kerjasama Wuling dengan Indonesia Tahun 2017-2022

Kategori (VPE)	Indikator	Definisi Konseptual	Hasil
<i>Agents and Structures</i>	<i>Firms (Ownership & Architecture)</i>	Aktor perusahaan yang direpresentasikan melalui kepemilikan (<i>ownership</i>) dan arsitektur organisasi (<i>architecture</i>)	Wuling Motors berperan sebagai Firms dalam struktur kepemilikan gabungan SAIC-GM-Wuling (SGMW), entitas yang menentukan bagaimana modal, teknologi, dan keputusan produksi dialokasikan melalui lintas negara.
	<i>Institutions</i>	Lembaga pemerintah (<i>governmental</i>), semi-pemerintah (<i>quasi-governmental</i>), serta non-pemerintah (<i>non-governmental</i>).	Diperankan oleh pemerintah Indonesia melalui regulasi kendaraan listrik, asosiasi industri seperti GAIKINDO dan PERIKLINDO, serta kerangka perdagangan internasional seperti WTO dan AFTA.
	<i>Networks</i>	Jaringan bisnis maupun politik yang memiliki arsitektur, konfigurasi kekuasaan, dan tata kelola (<i>governance</i>) tersendiri.	Tercermin dari relasi Wuling dengan pemasok domestik, dealer, dan mitra pembiayaan (jaringan bisnis), serta relasi dengan pemerintah pusat maupun pemerintah daerah (jaringan politik).
	<i>Sectors</i>	Karakteristik teknologi serta orientasi produk/pasar yang memiliki aktivitas produksi pasar yang berbeda-beda	Sektor kendaraan listrik ditandai teknologi baterai dan motor listrik yang relatif baru bagi pasar Indonesia, serta segmen <i>micro/city car</i> yang pada awal periode penelitian (2017) masih relatif kosong.
	Keterhubungan Keempat indikator dalam kategori <i>Agents and Structures</i> yaitu <i>Firms</i>, <i>Institutions</i>, <i>Networks</i>, dan <i>Sectors</i> saling berkaitan dan tidak dapat berdiri sendiri. <i>Firms</i> dan <i>Institutions</i> sebagai dimensi <i>Agents</i> berinteraksi dengan <i>Networks</i> dan <i>Sectors</i> sebagai dimensi <i>Structures</i>; interaksi inilah yang kemudian membentuk <i>Configuration and Coordination</i>, sebelum pada akhirnya menghasilkan <i>Development</i>.		

<i>Configuration and Coordination</i>	<i>Configuration</i>	Bagaimana aktivitas produksi diatur dan ditempatkan, baik secara geografis maupun organisasional, sebagai hasil interaksi antara Agents dan Structures	Tercermin dari keputusan menjadikan Cikarang sebagai basis perakitan (<i>assembly hub</i>), sementara riset dan komponen inti tetap berada di Tiongkok, menunjukkan adaptasi Firms terhadap <i>Networks</i> dan <i>Sectors</i> yang tersedia di Indonesia
	<i>Coordination</i>	Bagaimana keterkaitan antar-aktor lintas batas dikelola agar tetap berjalan efisien.	Tercermin dari standar kualitas yang ditetapkan bagi pemasok lokal, skema insentif fiskal dari pemerintah, maupun perjanjian kemitraan di dalam aliansi SGMW.
Keterhubungan <i>Configuration dan Coordination saling melengkapi sebagai hasil dari interaksi Agents and Structures. Konfigurasi lokasi produksi di Cikarang berjalan beriringan dengan koordinasi standar kualitas dan insentif fiskal, sehingga keduanya bersama-sama menghasilkan Development, yang tercermin dari berkembangnya kapasitas produksi kendaraan listrik nasional, terciptanya lapangan kerja, serta terbentuknya ekosistem industri EV di Indonesia.</i>			
<i>Value</i>	<i>Value Creation</i>	Sebuah penciptaan nilai yang baru melalui beberapa inovasi.	Wuling menginvestasikan sekitar 700 juta USD (setara Rp10.000.000.000.000) pada 2017 untuk membangun pabrik kendaraan listrik di Cikarang Pusat dengan kapasitas produksi 120.000 unit per tahun, menjadikan fasilitas tersebut sebagai basis perakitan (<i>assembly hub</i>) untuk segmen kendaraan listrik mikro (<i>micro EV</i>) yang pada saat itu masih kosong di pasar otomotif Indonesia. Penciptaan nilai ini direalisasikan melalui peluncuran Wuling Air EV pada Agustus 2022, yang sekaligus menyerap ribuan tenaga kerja lokal. Dengan pasar otomotif terbesar di Asia Tenggara (di atas satu juta unit per tahun) serta demografi usia muda dan kelas menengah yang tumbuh, Indonesia menjadi simpul penciptaan nilai (<i>value creation node</i>) yang strategis bagi Wuling.

	<i>Value Enhancement</i>	Sebuah peningkatan dari nilai yang didapatkan pada produk atau jasa.	Wuling memperdalam investasinya secara bertahap alih-alih memindahkan basis produksi ke lokasi lain: dari sekitar 100 juta USD pada 2017, melonjak 700 juta USD pada 2018 untuk pembangunan fasilitas Cikarang, 200 juta USD pada 2019 untuk peluncuran Confero, 250 juta USD pada 2020 untuk peningkatan kapasitas produksi, 300 juta USD pada 2021 untuk riset dan pengembangan teknologi EV, hingga mencapai 1 miliar USD pada 2022 untuk ekspansi fasilitas produksi EV dan jaringan distribusi. Peningkatan nilai ini juga tercermin dari adaptasi fitur produk terhadap kebutuhan konsumen lokal, seperti teknologi voice command berbahasa Indonesia (WIND) pada Wuling Almaz, perluasan jaringan dealer dan bengkel resmi secara cepat dan merata, garansi mesin dan transmisi hingga lima tahun, serta garansi khusus komponen inti EV (power battery system assembly, drive motor, dan motor controller) hingga delapan tahun atau 120.000 kilometer.
	<i>Value Capture</i>	Sebuah penangkapan nilai melalui mekanisme pasar atau kontrol atas sumber daya.	Wuling menangkap nilai melalui pemenuhan Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) sebagaimana diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 55 Tahun 2019 dan Nomor 79 Tahun 2023, sehingga memperoleh insentif fiskal berupa pembebasan bea masuk, Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) 0 persen, dan pembebasan Pajak Penghasilan (PPh) atas impor komponen, hingga konsumen Air EV hanya dikenakan PPN sebesar 1 persen dari tarif normal. Produksi lokal juga memberi Wuling akses ke biaya tenaga kerja yang lebih murah dibandingkan Tiongkok atau negara maju lainnya serta penghindaran bea masuk impor produk jadi, sekaligus membuka potensi ekspor ke negara ASEAN lain seperti

			Filipina, Thailand, dan Vietnam melalui skema ASEAN Free Trade Area (AFTA) tanpa tarif atau dengan tarif preferensial, sehingga secara langsung meningkatkan margin keuntungan per unit mobil yang terjual.
Keterhubungan Ketiga indikator dalam kategori Value yaitu <i>Value Creation</i>, <i>Value Enhancement</i>, dan <i>Value Capture</i> saling berkaitan dan membentuk satu alur dalam jaringan produksi global. <i>Value Creation</i> merupakan tahap awal penciptaan nilai baru melalui inovasi produk atau strategi produksi. Nilai yang telah diciptakan kemudian diperkuat melalui <i>Value Enhancement</i>, yaitu peningkatan kualitas, efisiensi, maupun diferensiasi sehingga nilai produk semakin kompetitif. Selanjutnya, proses tersebut menghasilkan <i>Value Capture</i>, yaitu bagaimana nilai atau keuntungan ekonomi dari produk tersebut akhirnya dikuasai oleh aktor tertentu. Dengan demikian, ketiganya tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan proses berurutan yang menjelaskan bagaimana nilai diciptakan, ditingkatkan, dan kemudian ditangkap dalam jaringan produksi global.			
Power	<i>Corporate Power</i>	Kekuasaan di level perusahaan	Kekuasaan korporasi Wuling bersifat relasional, bersumber dari posisinya di dalam aliansi SAIC-GM-Wuling (SGMW). Kapasitas manufaktur skala besar milik SAIC Motor memungkinkan Wuling memproduksi kendaraan dengan biaya rendah dan skala besar, sementara akses teknologi otomotif dari General Motors, termasuk platform kendaraan listrik, sistem baterai, dan fitur keselamatan, memungkinkan Wuling menghadirkan Wuling Air EV dengan standar global tanpa riset dari nol. Kekuasaan gabungan (<i>combined corporate power</i>) ini turut tercermin dari kemampuan Wuling menetapkan standar teknis dan kualitas yang harus dipatuhi oleh lebih dari 50 pemasok lokal, seperti Nexteer Automotive Indonesia, DHL Supply Chain Indonesia, dan PT Gajah Tunggal Tbk.

	<i>Collective Power</i>	Kekuasaan melalui aksi kolektif (kelompok)	<i>Collective power</i> terlihat melalui peran asosiasi industri GAIKINDO dan PERIKLINDO. GAIKINDO mendukung kebijakan insentif PPnBM untuk kendaraan listrik sehingga membuat EV lebih terjangkau, dan datanya mencatat bahwa Wuling mendominasi penjualan EV di Indonesia pada 2022. PERIKLINDO turut mendorong keberlanjutan dan perluasan insentif fiskal maupun non-fiskal bagi kendaraan listrik. Advokasi kedua asosiasi ini menciptakan iklim pasar yang lebih kondusif bagi pertumbuhan industri EV dan mendukung ekspansi perusahaan seperti Wuling di Indonesia. .
Keterhubungan Kedua indikator dalam kategori <i>Power</i> yaitu <i>Corporate Power</i> dan <i>Collective Power</i> saling berkaitan dan tidak berdiri sendiri, sementara <i>institutional power</i> tidak dibahas sebagai kategori tersendiri karena telah diuraikan sebagai bagian dari <i>Value Capture</i>. <i>Corporate power</i> terlihat dari kemampuan Wuling/SGMW dalam menentukan strategi bisnis, mengatur lokasi produksi, serta mengendalikan rantai pasok dan teknologi untuk memperkuat posisinya di pasar Indonesia. Selanjutnya, <i>collective power</i> muncul melalui peran aktor kolektif seperti asosiasi industri (GAIKINDO dan PERIKLINDO) yang secara bersama-sama mendorong pengembangan ekosistem kendaraan listrik dan meningkatkan penerimaan pasar terhadap teknologi EV. Ketiga bentuk kekuasaan tersebut saling melengkapi dalam membentuk lingkungan industri yang kondusif bagi perkembangan Wuling di Indonesia.			
<i>Embeddedness</i>	<i>Territorial Embeddedness</i>	Sebuah ikatan dengan lokasi geografis yang strategis.	Investasi Wuling pada fasilitas manufaktur di Cikarang mencapai lebih dari Rp9,3 triliun, sebuah biaya tertanam (sunk cost) yang menunjukkan tingkat keterikatan tinggi terhadap lokasi produksi mengingat infrastruktur dan mesin produksi tidak mudah dipindahkan. Pabrik SAIC-GM-Wuling yang beroperasi sejak 2017 ini menyerap sekitar 3.000 tenaga kerja, mayoritas berasal dari Indonesia yang telah melalui pelatihan teknis khusus terkait teknologi EV, serta terintegrasi dengan infrastruktur logistik nasional seperti Pelabuhan Tanjung Priok dan jaringan jalan tol Trans-Jawa, sehingga memperkuat <i>territorial embeddedness</i> Wuling di Indonesia.

	<i>Network Embeddedness</i>	Sebuah hubungan dalam jaringan bisnis atau politik.	Wuling bekerja dengan lebih dari 50 pemasok komponen lokal, seperti Nexteer Automotive Indonesia, DHL Supply Chain Indonesia, dan PT Gajah Tunggal Tbk, yang telah melalui proses standardisasi kualitas dan pelatihan teknis bertahun-tahun sehingga menciptakan biaya peralihan (switching cost) yang tinggi apabila Wuling merelokasi produksinya ke negara lain. Meskipun komponen strategis seperti baterai dan teknologi EV tetap diproduksi di Tiongkok, yang menempatkan Indonesia pada segmen bernilai tambah rendah hingga menengah (low-to-medium value segment), perluasan jaringan dealer, bengkel resmi, dan kemitraan pembiayaan konsumen turut memperkuat <i>network embeddedness</i> Wuling dalam jaringan produksi industri otomotif di Indonesia.
	<i>Societal Embeddedness</i>	Sebuah hubungan yang terjalin dengan norma dan nilai sosial masyarakat.	Wuling mengadaptasi produk terhadap budaya mobil keluarga (MPV) yang kuat di Indonesia melalui Confero dan Cortez, serta merancang Air EV sebagai compact city car yang sesuai dengan gaya hidup urban dan daya beli kelas menengah Indonesia. Legitimasi sosial juga dibangun melalui strategi komunikasi pemasaran yang menautkan nilai korporasi dengan nilai sosial masyarakat, seperti kebersamaan keluarga dan mobilitas hijau, serta kegiatan CSR seperti donasi 365 unit mesin melalui program Wuling Bakti Pendidikan. Namun demikian, keahlian teknis riset dan pengembangan EV tetap didatangkan dari Tiongkok, sehingga adaptasi ini memperkuat <i>societal embeddedness</i> terutama pada dimensi budaya dan pemasaran, bukan pada dimensi alih pengetahuan teknis.

Keterhubungan

Ketiga indikator dalam kategori *Embeddedness* yaitu *Territorial Embeddedness*, *Network Embeddedness*, dan *Societal Embeddedness* saling berkaitan dan tidak berdiri sendiri. *Territorial embeddedness* menunjukkan keterikatan perusahaan pada lokasi geografis tertentu melalui investasi pabrik dan aset tetap yang menciptakan komitmen jangka panjang di Indonesia. Keterikatan tersebut kemudian diperkuat melalui *network embeddedness*, yaitu hubungan dalam jaringan bisnis dan politik seperti pemasok, dealer, serta aktor lokal yang membentuk interdependensi dalam kegiatan produksi dan distribusi. Selanjutnya, *societal embeddedness* menjelaskan keterikatan perusahaan dengan norma dan nilai sosial masyarakat melalui adaptasi produk, strategi pemasaran serta kegiatan CSR, sehingga meningkatkan penerimaan sosial dan legitimasi Wuling di Indonesia. Dengan demikian, ketiganya saling melengkapi dalam menjelaskan bagaimana Wuling membangun keterikatan ekonomi dan sosial di Indonesia.

BAB 4

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Keputusan Wuling Motors untuk memilih Indonesia sebagai lokasi investasi dan basis produksi kendaraan listrik pada periode 2017-2022 dapat dijelaskan secara menyeluruh melalui kerangka *Global Production Network* (GPN) yang dikemukakan oleh Henderson dkk. (2002), yang menghubungkan dimensi *Agents* dan *Structures* dengan tiga kategori *Value*, *Power*, dan *Embeddedness* melalui proses *Configuration and Coordination* hingga menghasilkan *Development*. Indonesia, dengan pasar otomotif terbesar di Asia Tenggara serta kekosongan segmen kendaraan listrik mikro (*micro EV*) pada awal periode penelitian, menjadikan Indonesia sebagai simpul penciptaan nilai (*value creation node*) yang strategis bagi Wuling, bukan sekadar lokasi produksi tambahan. Selain itu, kebijakan pemerintah Indonesia yang mendukung pengembangan kendaraan listrik, termasuk insentif fiskal berupa pembebasan bea masuk, Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), dan Pajak Penghasilan (PPh) melalui Peraturan Presiden Nomor 55 Tahun 2019 dan Nomor 79 Tahun 2023, menciptakan iklim yang menguntungkan bagi investor asing seperti Wuling.

Dalam dimensi *Agents and Structures*, Wuling Motors berperan sebagai *Firms* dalam struktur kepemilikan gabungan SAIC-GM-Wuling (SGMW) yang menentukan alokasi modal, teknologi, dan keputusan produksi lintas negara, sementara *Institutions* diperankan oleh pemerintah Indonesia melalui regulasi kendaraan listrik, asosiasi industri GAIKINDO dan PERIKLINDO, serta

kerangka WTO dan AFTA. *Structures* tercermin dari *Networks* berupa relasi Wuling dengan pemasok domestik, dealer, dan mitra pembiayaan, serta *Sectors* berupa teknologi baterai dan motor listrik yang relatif baru bagi pasar Indonesia dan segmen micro/city car yang pada 2017 masih relatif kosong. Interaksi antara *Agents* dan *Structures* inilah yang membentuk *Configuration*, yaitu keputusan menjadikan Cikarang sebagai basis perakitan (*assembly hub*) sementara riset dan komponen inti tetap berada di Tiongkok, serta *Coordination*, yang tercermin dari standar kualitas bagi pemasok lokal, skema insentif fiskal pemerintah, dan perjanjian kemitraan dalam aliansi SGMW. Konfigurasi dan koordinasi tersebut pada akhirnya menghasilkan *Development* berupa berkembangnya kapasitas produksi kendaraan listrik nasional, terciptanya lapangan kerja, serta terbentuknya ekosistem industri EV di Indonesia, meskipun aktivitas bernilai tambah tinggi seperti riset dan pengembangan teknologi tetap terpusat di Tiongkok.

Investasi ini membuka peluang bagi Indonesia untuk mempercepat pembangunan industri kendaraan listrik, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kapasitas produksi lokal. Wuling, melalui investasi yang terus diperdalam sejak 2017 hingga mencapai 1 miliar USD pada 2022 di fasilitas produksi Cikarang, juga memperkenalkan produk kendaraan listrik terjangkau yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen Indonesia. Namun, meskipun Indonesia memperoleh manfaat ekonomi dan industrialisasi, penguasaan teknologi inti seperti riset, desain, dan pengembangan EV tetap berada pada perusahaan induk di Tiongkok, yang menempatkan Indonesia pada segmen bernilai tambah rendah hingga menengah (low-to-medium value segment) sebagai basis perakitan dan pasar, sementara teknologi dan inovasi tetap dikuasai dari luar negeri.

Analisis hasil penelitian ini menggunakan kerangka teori *Global Production Network* (GPN) dengan tiga faktor utama: *Value*, *Power*, dan *Embeddedness*.

Dalam *Value*, Wuling berhasil melalui tahap creation menciptakan basis perakitan untuk segmen micro EV di Cikarang dengan investasi awal sekitar 700 juta USD (setara Rp10 triliun) berkapasitas 120.000 unit per tahun. Nilai tersebut kemudian diperkuat melalui tahap enhancement, berupa reinvestasi yang terus meningkat hingga 1 miliar USD pada 2022, perluasan jaringan dealer dan bengkel resmi, serta garansi komponen inti EV hingga delapan tahun atau 120.000 kilometer. Pada tahap capture, Wuling menangkap nilai melalui pemenuhan insentif fiskal berbasis TKDN, efisiensi biaya tenaga kerja lokal, penghindaran bea masuk impor, serta potensi ekspor ke kawasan ASEAN melalui skema AFTA.

Dalam *Power*, kekuasaan Wuling bersifat relasional dan bersumber dari posisinya di dalam aliansi SAIC-GM-Wuling (SGMW): kapasitas manufaktur skala besar SAIC memungkinkan Wuling menekan biaya produksi, sementara akses teknologi kendaraan listrik dari GM memungkinkan Wuling menghadirkan produk berstandar global tanpa riset dari nol. Kekuasaan korporasi (corporate power) ini juga tercermin dari kemampuan Wuling menetapkan standar kualitas bagi lebih dari 50 pemasok lokal. Kekuasaan kolektif (collective power) turut terlihat melalui peran asosiasi industri GAIKINDO dan PERIKLINDO yang secara advokatif mendorong insentif kendaraan listrik dan menciptakan iklim pasar yang kondusif, sedangkan regulasi pemerintah dalam penelitian ini dipahami bukan sebagai kekuasaan tersendiri, melainkan sebagai instrumen institusional yang nilainya ditangkap Wuling (*value capture*).

Dalam *Embeddedness*, keterikatan Wuling di Indonesia terwujud melalui tiga dimensi yang saling melengkapi: territorial embeddedness melalui investasi (sunk cost) lebih dari Rp9,3 triliun pada fasilitas Cikarang serta penyerapan sekitar 3.000 tenaga kerja lokal; network embeddedness melalui relasi dengan lebih dari 50 pemasok domestik serta jaringan dealer, bengkel resmi, dan pembiayaan konsumen; dan societal embeddedness melalui adaptasi produk terhadap budaya mobil keluarga Indonesia serta kegiatan CSR yang membangun legitimasi sosial. Namun demikian, aktivitas bernilai tambah tinggi seperti riset, desain, dan pengembangan teknologi EV tetap terpusat di Tiongkok, sehingga keterikatan Wuling terhadap Indonesia masih lebih kuat pada dimensi produksi dan sosial dibandingkan pada dimensi alih teknologi.

Secarakeseluruhan, kerangka *Agents, tructures, Configuration, Coordination, Development* yang menaungi ketiga kategori *Value, Power*, dan *Embeddedness* menunjukkan bahwa kerjasama antara Indonesia dan Wuling membuka peluang besar untuk pengembangan industri kendaraan listrik, namun tantangan utama tetap pada peningkatan kemandirian teknologi dan nilai tambah domestik, mengingat aktivitas bernilai tambah tinggi seperti riset dan pengembangan teknologi *Electric Vehicle* tetap terpusat di Tiongkok pada sisi *Firms* dalam aliansi SGMW. Indonesia perlu terus mendorong pengembangan teknologi lokal, memperluas kapasitas riset dan pengembangan (R&D), serta memperkuat posisi dalam jaringan produksi global untuk menciptakan industri kendaraan listrik yang lebih mandiri.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian penulis menyadari bahwa kajian mengenai perkembangan industri mobil listrik Wuling di Indonesia masih memiliki keterbatasan, terutama dari sisi ruang lingkup dan periode penelitian. Oleh karena itu, beberapa rekomendasi untuk penelitian selanjutnya dapat diajukan sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan studi komparatif dengan perusahaan otomotif asing lain yang mengembangkan kendaraan listrik di Indonesia, seperti Hyundai atau BYD, guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai perbedaan strategi investasi dan dampaknya terhadap industri kendaraan listrik nasional.
2. Penelitian selanjutnya dapat memperpanjang rentang waktu analisis hingga periode setelah tahun 2022 untuk melihat keberlanjutan investasi Wuling dan dampak jangka panjang pengembangan industri mobil listrik di Indonesia.
3. Penelitian selanjutnya dapat lebih mendalami aspek penguasaan teknologi dan transfer pengetahuan dalam kerja sama industri kendaraan listrik guna menilai peningkatan kapasitas inovasi dan kemandirian teknologi Indonesia.

Dengan demikian, penelitian-penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai peran kerja sama internasional dalam pengembangan industri kendaraan listrik, khususnya dalam konteks hubungan ekonomi Indonesia dan Tiongkok.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhie, Roy. 2024. "Program Wuling Bakti Pendidikan Berlanjut Dengan Mendonasikan Mesin Sebanyak 365 Unit." *Auto Jago*, 2024.
- Andi, Dimas. 2025. "Gaikindo Sambut Positif Terbitnya Aturan Diskon PPnBM Mobil Listrik." *Kontan.co.id*, January 2025. Edited by Anna Suci Perwitasari.
- Anshori, Luthfi. 2025. "Insentif Non Fiskal untuk Mobil Listrik Didorong Berlaku Se-Indonesia." *DetikOto*, December 2025.
- Antara News. 2025. "China dukung transisi hijau RI dengan jadikan EV investasi prioritas." *Antara News*, 2025.
- Azhari, Arief. 2022. "Indonesia Berpeluang Jadi Basis Produksi dan Ekspor Mobil Listrik Wuling." *Liputan6*, 2022.
- Channel News Asia. 2024. "How Chinese car makers are helping Indonesia's EV dreams." *Channel News Asia*, 2024.
- Chow, Daniel C.K. 2024. "A New U.S. Strategy to Combat Indonesia's Agricultural Trade Barriers." *Vanderbilt Journal of Transnational Law* (forthcoming).
- Coe, Neil M., Henderson, and Martin Hess. 2008. "Global Production Networks: Realizing the Potential." *Journal of Economic Geography* 8 (3): 271–295.
- Dallas, Mark, Stefano Ponte, and Timothy Sturgeon. 2019. "Power in Global Value Chains." *Review Of International Political Economy* 26 (4).
- DDTC News. 2024. "Ini Sebab Isu Transfer Pricing Makin Krusial dalam Pemeriksaan Pajak." 2024.
- DDTC News. 2025. "Insentif Perpajakan Impor Kendaraan Listrik Berpotensi Tak Berlanjut." *DDTC News*, August 25, 2025.

<https://news.ddtc.co.id/berita/nasional/1813185/insentif-perpajakan-impor-kendaraan-listrik-berpotensi-tak-berlanjut>.

Emako, Ezo, Seid Nuru, and Mesfin Menza. 2022. "The effect of foreign direct investment on structural transformation in developing countries." *Cogent Economics & Finance* 10.

GAIKINDO. n.d. "Wuling Kuasai Penjualan Mobil Listrik di Indonesia."

Hamdani, Trio. 2024. "Pemerintah Minta Wuling Tambah Investasi di Indonesia." *Idn Times*, 2024.

Henderson, Jeffrey, Peter dicken, Martin Hess, Neil M, Coe and Henry Wai-Chung Yeung (2002). "Global production networks and the analysis of economic development. In: *Review of International Political Economy*", 9(3), pp. 436-464.

Huang, Zhilin. 2025. "Foreign Direct Investment and Industrial Upgrading in Developing Economies: A Case Study of Thailand, Malaysia, and Indonesia." *International Conference on Interdisciplinary Humanities and Communication Studies* 56 (1).

Huda, Adli A. 2025. "Indonesian Electric Vehicle Boom: A temporary trend or a long-term vision?" International Institute for Sustainable Development. <https://www.iisd.org/articles/deep-dive/indonesian-electric-vehicle-boom-temporary-trend-or-long-term-vision>.

International Energy Agency (IEA). 2022. "Global Supply Chains of EV Batteries." International Energy Agency.

- Jagani, Sandeep, Erika Marsillac, and Paul Hong. 2024. "The Electric Vehicle Supply Chain Ecosystem: Changing Roles of Automotive Suppliers." *Sustainability* 16 (1570).
- Katadata. 2025. "Pemerintah Raup Rp 56 Triliun dari Investasi Chery sampai BYD." KatadataOTO.
<https://otomotif.katadata.co.id/mobil/pemerintah-raup-rp-56-triliun-dari-investasi-chery-sampai-byd-22034?>
- "Layanan Purna Jual Wuling Motors Indonesia (MyWuling+)." n.d. Wuling.
<https://wuling.id/id/purna-jual>.
- News Otomotif. 2024. "Akulaku Finance kerja sama dengan Wuling Finance di sektor otomotif." *News Otomotif*, 2024.
- Nurhadi, Septian F. 2023. "Mobil Listrik Wuling pakai Baterai Lokal Mulai 2024." *Detikoto*, 2023.
- Pangakar, Nitin. 2025. "Kebangkitan EV Cina dan Implikasinya Bagi Masa Depan Indonesia." *Katadata*, 2025.
- Peraturan BPK. 2019. "PERPRES No. 55 Tahun 2019." Peraturan BPK.
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/116973/perpres-no-55-tahun-2019?>
- Peraturan BPK. 2023. "PERPRES No. 79 Tahun 2023." Peraturan BPK.
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/273447/perpres-no-79-tahun-2023?>
- Saic Motor. 2023. "Saic Motor expands its global footprint." SAIC MOTOR.
https://www.saicmotor.com/english/latest_news/saic_motor/58759.shtml?
- S&P Global Mobility. 2025. "Chinese Automakers Accelerate Overseas Vehicle Manufacturing | MOTOR." MOTOR Information Systems.

<https://www.motor.com/2025/12/chinese-automakers-accelerate-overseas-vehicle-manufacturing/>.

VOI. 2024. "Ketersediaan Suku Cadang, Wuling Bermitra dengan DHL Supply Chain Indonesia." *VOI*, 2024.

Wuling. 2017. "Wuling Motors Mengusung Konsep "My Wuling My Home" di GIIAS 2017." Wuling.

Wuling. 2021. "EV Menjadi Platform Mobil Listrik Wuling Yang Akan Dipasarkan di Indonesia." Wuling.

Wuling. 2024. "Menghitung Berapa Pajak Mobil listrik Wuling Air ev." Wuling.
<https://wuling.id/id/blog/lifestyle/menghitung-berapa-pajak-mobil-listrik-wuling-air-ev>.

Wuling. 2024. "Wuling Celebrates Production of 160.000 Units at Indonesian Plant and Export of Cloud EV to ASEAN." Wuling

Wuling. 2025. "Apa Itu City Car? Simak Penjelasan Lengkapnya Berikut Ini." Wuling.
Wuling. 2025. "Wuling Drives the Advancement of Local Mobility in Indonesia Through New Technologies and Products." Wuling.

Wuling. n.d. "Profil Perusahaan Wuling Motors Indonesia." Wuling.
<https://wuling.id/id/company-profile>.