

TINJAUAN TENTANG KEBERADAAN AGEN TUNGGAL PEMEGANG MEREK (ATPM) DI INDUSTRI OTOMOTIF INDONESIA

Bhirawa Dwi Saputra F., Frizty Ardianti, Okky Surya Permana A.
Email: bhirawa_dsf@yahoo.co.id

Abstract

The sole agent is a national company that is appointed by the manufacturing company brand owners, to exclusively import, market, distribute, and serve after-sales service in a particular area. With regard to the presence of the sole agent in Indonesia, will provide a positive and negative impact on the automotive industry in Indonesia. For example, increasing competition in the sale price of motor vehicles in Indonesia, as well as fierce competition with the national car program Indonesian automotive industry. Provisions on the sole agent settings currently set on the Regulation of the Minister of Trade No. 11/M-DAG/PER/3/2006 on Provisions and Procedures for Issuing Agent or Distributor Registration of Goods and / or Services, Code of Civil Law , and some positive rule of law in Indonesia, which is linked with the sole agent.

Key Word : The Sole Agent, Industry, Automotive

Abstrak

Agan Tunggal Pemegang Merek (ATPM) ialah perusahaan nasional yang ditunjuk oleh perusahaan manufaktur pemilik merek, untuk secara eksklusif mengimpor, memasarkan, mendistribusikan, serta melayani layanan purna jual pada wilayah tertentu. Berkenaan dengan hadirnya Agan Tunggal Pemegang Merek (ATPM) di Indonesia, akan memberikan dampak positif dan negatif pada industri otomotif di Indonesia. Misalnya, semakin ketatnya persaingan harga purna jual kendaraan bermotor di Indonesia, serta persaingan yang sengit dengan program industri otomotif mobil nasional Indonesia. Ketentuan mengenai pengaturan ATPM saat ini diatur pada Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 11/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan Dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Agan atau Distributor Barang Dan/Atau Jasa, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, dan Ketentuan Undang-undang tentang hukum persaingan di Indonesia yang mempunyai keterkaitan dengan Agan Tunggal Pemegang Merek (ATPM).

Kata Kunci : Agan Tunggal Pemegang Merek, Industri, Otomotif.

A. Pendahuluan

Indonesia merupakan sebuah Negara yang sedang berkembang setelah krisis ekonomi pada tahun 1998, Indonesia berjuang keluar dari krisis ekonomi. Di era globalisasi ini kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi semakin meningkat, hal ini terbukti dari semakin banyaknya masyarakat pengguna kendaraan bermotor. Oleh sebab itu, saat ini bisnis otomotif pun sangat berkembang dengan pesat. Di Indonesia terdapat banyak merek-merek mobil yang beredar, setiap merek dipegang oleh masing-masing Agan Tunggal Pemegang Merek atau yang biasa disebut dengan ATPM. Industri otomotif di Indonesia mulai berkembang sejak beroperasinya Agan Tunggal Pemegang Merek (ATPM) pada awal tahun 1970an yang kemudian didukung dengan Keputusan Menteri Perindustrian Nomor 428/1987.

Dalam kegiatan bisnis, keagenan biasanya diartikan sebagai suatu hubungan hukum dimana seseorang/ pihak agen diberi kuasa bertindak untuk dan atas nama orang/ pihak prinsipal untuk melaksanakan transaksi bisnis dengan pihak lain. Jadi kriteria untuk dapat dikatakan adanya suatu keagenan adalah adanya wewenang yang dimiliki oleh agen tadi yang bertindak untuk dan atas nama prinsipal. Prinsipal akan bertanggung jawab atas tindakan-tindakan yang dilakukan oleh seorang agen, sepanjang hal tersebut dilakukan dalam batas-batas wewenang yang diberikan kepadanya. Dengan perkataan lain, bila seseorang agen ternyata bertindak melampaui batas wewenangnya, maka agen itu sendiri yang bertanggung jawab atas tindakan-tindakannya tadi (Richard Burton Simatupan, 2003 : 53).

Agan Tunggal Pemegang Merek (ATPM) ialah perusahaan nasional yang ditunjuk oleh

perusahaan manufaktur pemilik merek, untuk secara eksklusif mengimpor, memasarkan, mendistribusikan, serta melayani layanan purna jual pada wilayah tertentu. Pemerintah Indonesia pada awalnya merencanakan ATPM ini akan menjadi pelopor bagi perkembangan industri otomotif di Indonesia dengan terjadinya transfer teknologi dan menghasilkan produk otomotif yang mempunyai kandungan lokal yang tinggi. Saat ini ada 23 ATPM yang memegang merek mobil yang beredar di Indonesia, seperti Honda, Toyota, Suzuki, Chevrolet, Kia, Daihatsu, Nissan, Volkswagen, Mercedes Benz, BMW, dan sebagainya.

Kondisi industri manufaktur kendaraan bermotor di Indonesia semakin tidak menentu setelah adanya deregulasi pada tahun 1999, yang membebaskan masuknya produk otomotif dalam kondisi Completely Built Up (CBU), peran ATPM menjadi tidak relevan lagi karena banyak perusahaan non ATPM yang mengimpor mobil CBU yang mereknya sudah dipegang ATPM tertentu sehingga menjadi tumpang tindih. Setelah pemerintah menyatakan bahwa hubungan ATPM dan Prinsipal dijalankan secara bisnis dan tidak dibutuhkan keterlibatan Pemerintah maka pihak Prinsipal banyak yang akhirnya mengambil alih kegiatan produksi kendaraan bermotor dan menjadikan ATPM hanya sebagai perusahaan distribusi kendaraan bermotor di Indonesia.

Beberapa merek mobil Cina juga mulai serius mengembangkan pasarnya di Indonesia, selain Chery yang sudah lebih dulu masuk dibawah group Indomobil, juga terdapat merek Foton yang saat ini mempunyai dua ATPM, yaitu PT Indobuana Autoraya (Indomobil Group) untuk jenis Light Truck dan PT Foton Mobilindo (Modern Group) untuk jenis bus, MPV dan Truk berat. Selain beberapa merek yang sudah lebih dulu mengembangkan pasarnya di Indonesia, salah satu produsen mobil papan atas Cina, yaitu Geely juga mulai masuk ke Indonesia pada akhir 2010, dan memasarkan produknya lewat ATPM PT. Geely Mobil Indonesia. Selain itu merek lain yang baru masuk adalah Great Wall (Indomobil Group) yang memfokuskan pada jenis kendaraan niaga Pick Up Double Cabin. Ketentuan mengenai pengaturan ATPM saat ini diatur pada Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 11/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan Dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Agen atau Distributor Barang Dan/Atau Jasa.

Meningkatnya jumlah industri komponen otomotif terkait dengan semakin banyaknya industri otomotif yang mengoperasikan pabrik atau menambah kapasitas produksi, sehingga

kebutuhan pasokan komponen meningkat. Demikian juga, rencana sejumlah Agen Tunggal Pemegang Merek yang memproduksi kendaraan murah ramah lingkungan atau low cost green car yang salah satu syaratnya dapat memenuhi tingkat kandungan lokal di atas 80% sehingga mendapatkan berbagai insentif dari pemerintah (<http://www.solopos.com/2013/05/09/tahun-ini-50-industri-komponen-otomotif-masuk-indonesia-404819>). Kegagalan Esemka Rajawali alias mobil Esemka melakoni uji emisi sebagai bagian dari upaya Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) menjegal program mobil nasional (mobnas) yang tengah dirancang pemerintah sempat menjadi pembicaraan para produsen otomotif lokal. Kendati belum ada data resmi, gagalnya uji emisi Esemka di Balai Thermodinamika Motor dan Propulsi (BTMP), Tangerang Selatan, telah menimbulkan beragam spekulasi terkait persaingan bisnis tak sehat antara ATPM dan produsen cikal-bakal mobnas. Direktur Eksekutif Indonesian Resources Studies (IRESS) Marwan Batubara membenarkan adanya indikasi permainan dari ATPM untuk menggagalkan kehadiran mobil nasional seperti mobil Esemka di pasar mobil dalam negeri. Kegagalan ini bukanlah kejadian yang pertama kalinya yang dilakukan ATPM untuk menggagalkan proyek kendaraan nasional. Ini sudah mendarah daging sejak dahulu dan peran pihak asing yang juga ada di ATPM juga tidak dilepaskan untuk upaya penggagalan ini. Karena itu salah satu solusinya adalah Presiden Susilo Bambang Yuhoyono harus berdiri di depan untuk mengatakan bahwa proyek mobil nasional harus sukses. SBY harus berani mengatakan ini adalah proyek nasional yang perlu disukseskan. Marwan menegaskan, urusan gagalnya mobil Esemka lakoni uji emisi itu adalah masalah kecil. Anggota Komisi VI DPR Fraksi PDI Perjuangan Aria Bima membenarkan adanya dugaan dan potensi persaingan tidak sehat antara ATPM dan produsen mobnas yang pada gilirannya mengganjal langkah ketiga cikal-bakal mobnas, yakni mobnas Esemka Rajawali, mobnas Kancil dan mobnas Gulirkan Energi Alternatif (GEA) untuk masuk dalam perindustrian dan perdagangan mobil di Indonesia (<http://www.neraca.co.id/harian/article/10833/Upaya.ATPM.Mengganjal.Mobnas>). Oleh karena itu dalam penulisan ini penulis ingin menguraikan mengenai Dampak Keberadaan Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) di Industri Otomotif Indonesia.

B. Ketentuan Mengenai ATPM di Indonesia

Agen adalah perusahaan yang bertindak atas nama prinsipal, ia tidak melakukan pembelian

barang pada prinsip. Barang-barang tetap milik prinsip sampai selesai proses penjualan melalui penyaluran hingga penyampaian barang kepada konsumen. Jadi adanya perjanjian antar agen dengan prinsip tentang penyaluran barang prinsip ke konsumen dengan mendapatkan komisi (Syahmin, 2006 : 81). Prinsipal merupakan perusahaan induk di luar negeri atau di dalam negeri yang membuat barang-barang modal dan barang-barang industri tertentu dengan merek (trade mark/brand) milik sendiri, atau perusahaan atas dasar kuasa penuh dari perusahaan induk, dan memiliki hak dan wewenang penuh untuk memberikan keagenan pada agen di Indonesia sesuai dengan peraturan perusahaan induk tersebut. Dasar hukum yang berkaitan dengan keagenan terdapat pada Surat Keputusan Menteri Perindustrian Nomor 295/M/SK/7/1982 tentang Ketentuan-ketentuan Keagenan Tunggal dan Keputusan Menteri Perindustrian Nomor 116/M/SK/6/1993 tentang Perubahan Surat Keputusan Menteri Perindustrian Nomor 428/M/SK/12/1987 tentang Penyederhanaan Ketentuan-Ketentuan Pengakuan dan Pengurangan Pengakuan Keagenan Tunggal Kendaraan Bermotor dan Alat-Alat Besar serta Keagenan Tunggal Alat-Alat Elektronika dan Alat-alat Listrik untuk Rumah Tangga (<http://e-licensing.kemenerin.go.id/?c=agen-kbm&m=peraturan>).

Bentuk kontrak lisensi kadang pula dikaitkan dengan kontrak alih teknologi. Maksud lisensi disini adalah suatu perizinan yang diberikan oleh pemberi lisensi kepada pihak penerima lisensi untuk melaksanakan suatu kegiatan atau suatu hak yang dilindungi. Dengan adanya perizinan ini pihak kedua memungkinkan untuk menikmati penggunaan suatu hak atas kekayaan intelektual di bidang industri. Dengan adanya izin penggunaan ini, pihak pertama memperoleh pembayaran. Bentuk kontrak ini bagi negara berkembang umumnya relatif masih baru, di tanah air bentuk ini lahir sebagai konsekuensi dari masuknya penanaman modal asing yang difasilitasi oleh Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1967 tentang Penanaman Modal Asing atau yang biasa disebut dengan UU PMA (Huala Adolf, 2008 : 117).

Menurut ketentuan Pasal 2 huruf b Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1967 tentang Penanaman Modal Asing, bahwa penemuan-penemuan baru milik orang/badan hukum asing, selain dari alat-alat untuk perusahaan dan bahan-bahan yang di bawa dari luar ke dalam wilayah Indonesia, termasuk dalam pengertian modal asing. Ketentuan ini pada prinsipnya memuat pengertian sebagai teknologi asing yang di bawa masuk ke Indonesia oleh penanam modal asing.

Oleh karena itu, agar teknologi dimaksud dapat dialihkan, salah satu cara yang dapat dilakukan adalah melalui perjanjian lisensi. Perjanjian lisensi diatur dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2001 tentang Paten yang sebagaimana menggantikan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1989 tentang Paten sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1997 tentang Paten.

Namun, dalam pelaksanaannya perjanjian lisensi masih dibuat berdasarkan penerapan asas kebebasan berkontrak (Pasal 1338 KUH Perdata) oleh pihak Licensor dan Licensee. Menurut Pasal 1338 KUH Perdata dikatakan bahwa perjanjian yang dibuat secara sah merupakan undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Secara konsepsional, perjanjian lisensi berperan sebagai sarana yang efektif dalam penyelenggaraan alih teknologi, karena dalam isi perjanjian lisensi itu telah dituangkan suatu klausula tentang alih teknologi. Sedangkan secara empiris-praktis, perjanjian lisensi belum berperan sebagai sarana yang efektif dalam penyelenggaraan alih teknologi. Hal ini disebabkan oleh berbagai kendala, seperti orientasi perjanjian lisensi itu sendiri, ketidakseimbangan "bargaining position", adanya pembatasan-pembatasan terhadap Licensee, Licensor, cenderung tidak sungguh-sungguh ingin mengalihkan teknologinya, kurangnya kemampuan negosiasi dan manajemen dari pihak Licensee, tidak tersedianya infrastruktur yang relevan, dan pola kehidupan masyarakat yang belum menunjang terjadinya alih teknologi. Tentunya kendala-kendala tersebut harus dicarikan pemecahannya, agar perjanjian lisensi dapat sungguh-sungguh berperan dalam alih teknologi.

Disamping itu, diperlukannya peran aktif dari pemerintah, terutama di bidang regulasi dan informasi teknologi. Terlepas dari belum maksimalnya peran dari perjanjian lisensi tersebut dalam pengalihan teknologi, harus diakui bahwa perjanjian lisensi yang dilakukan selama ini telah cukup memberikan kontribusi dalam pengembangan industrialisasi. Dengan perkataan lain, bahwa teknologi yang diperoleh melalui perjanjian lisensi merupakan salah satu landasan dalam pengembangan industrialisasi. Oleh karena itu, dalam pengembangan industrialisasi kita masih bergantung kepada teknologi impor, karena belum mampu menciptakan teknologi sendiri. Ini membuktikan bahwa erat kaitannya antara perjanjian lisensi dalam penyelenggaraan alih teknologi dengan pengembangan industrialisasi.

Pada sisi lain Undang-Undang Paten hanya memberi pengaturan mengenai lisensinya saja. Lisensi paten ini dilaksanakan dengan sistem

perjanjian dimana yang sering digunakan adalah kontrak dengan sistem kontrak baku yang justru dengan penggunaan kontrak baku akan sangat merugikan karena dapat memunculkan ketidakseimbangan hak dan kewajiban para pihak. Acuan peraturan yang digunakan dalam kontrak baku ini ialah Pasal 1320 KUH Perdata mengenai syarat sahnya perjanjian (Alexander P. Nadeak, 2013 : 2). Apabila pihak asing ingin menunjuk seorang agen/ distributor di Indonesia, maka menurut Surat Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 77/Kp/III/78, tanggal 9 Maret 1978 ditentukan lamanya perjanjian harus dilakukan untuk jangka waktu 3 tahun. Sekalipun ketentuan di atas merupakan pedoman bagi perjanjian keaganaan/ distributor dimana prinsipnya bukanlah perusahaan di Indonesia, tetapi dalam prakteknya tetap dipakai sebagai pedoman bagi perjanjian keagenan/ distributor dimana prinsipalnya adalah perusahaan di luar negeri. Diadakannya jangka waktu minimal dimaksudkan untuk melindungi kepentingan perusahaan nasional Indonesia dari tindakan-tindakan yang tidak sewajarnya dari pihak prinsipal (Richard Burton Simatupang, 2003 : 55).

Perizinan di bidang industri telah di atur secara khusus dengan Peraturan Pemerintah Nomor 13 Tahun 1987 tentang Izin Usaha Industri, dimana pada penjelasannya disebutkan bahwa dalam rangka pencapaian pertumbuhan industri, aspek perizinan akan ikut memainkan peranan yang amat penting. Dengan menyadari akan peranannya, aspek perizinan harus mampu memberikan motivasi yang dapat mendorong dan menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya di sektor industri. Industri yang dimaksud menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri (Richard Burton Simatupang, 2003 : 153).

C. Tinjauan tentang Keberadaan ATPM Terhadap Pasar Industri Otomotif di Indonesia

Minat masyarakat terhadap kendaraan roda empat sangat tinggi, hal itulah yang dilirik oleh ATPM sebagai pasar potensial, tak heran hal tersebut membuat persaingan antar ATPM juga semakin ketat. Sehingga, persaingan peringkat untuk penjualan mobil antar ATPM semakin ketat, berbagai upaya dilakukan, seperti mengeluarkan mobil terbaru dari pabrikan-pabrikan otomotif.

Seluruh agen tunggal pemegang merek (ATPM) berusaha meningkatkan volume produksi sesuai dengan kapasitas terpasang pabriknya untuk mendukung pencapaian target pemasaran produk yang ditetapkan lebih tinggi dari realisasi tahun ke tahun. Melihat kondisi pasar yang terus berkembang, Gabungan Industri Kendaraan Bermotor (Gaikindo) optimistis penjualan mobil tahun depan naik 10% dari realisasi tahun ini yang mencapai 1 juta unit, akibat kondisi makro ekonomi di Indonesia menunjukkan tren positif. Menurut Yongkie selaku Ketua I Gaikindo, pasar otomotif nasional dipengaruhi pertumbuhan ekonomi Indonesia, stabilitas nilai tukar rupiah, stabilitas politik dan keamanan, tingkat suku bunga serta likuiditas. Sedangkan tingkat suku bunga dan likuiditas Agen Pemegang Merek (APM) diharapkan tidak ikut diperketat karena 70% konsumen Indonesia membeli mobil melalui jalur kredit. Jika tidak ada kendala yang dapat mempengaruhi faktor tersebut, maka pasar kendaraan bermotor pada tahun ke tahun dapat tumbuh hingga 10%. Proyeksi pertumbuhan 10% itu belum memperhitungkan kehadiran mobil murah dan ramah lingkungan atau "low cost and green car" (LCGC). Karena pasar mobil LCGC diproyeksikan mencapai 150.000 unit per tahun. Jika harga mobil LCGC Rp80 juta per unit, maka ada tambahan omzet industri otomotif nasional sekitar Rp12 triliun per tahun (<http://www.neraca.co.id/harian/article/22763/Kemajuan.Industri.Otomotif.Indonesia>). Industri Kecil dan Menengah atau yang biasa disebut IKM, dari sektor komponen otomotif nampaknya semakin mendapatkan peluang untuk masuk ke agen tunggal pemegang merek (ATPM). Sebab dari berbagai prinsipal sudah banyak yang memesan komponen otomotif dari IKM. Akan tetapi, produsen komponen otomotif skala kecil dan menengah dituntut untuk terus meningkatkan kualitas produk dan menjaga ketepatan waktu pengirimannya kepada industri otomotif yang menjadi mitra bisnisnya. Direktur Jendral Industri Kecil dan Menengah Kementerian Perindustrian, Euis Saedah mengatakan pemerintah siap mendukung industri kecil dan menengah komponen otomotif melalui berbagai pelatihan untuk meningkatkan kualitas produk sesuai standar yang ditetapkan industri otomotif. Ia juga meminta industri otomotif atau agen tunggal pemegang merek mentransfer teknologi yang dikembangkan pada produknya kepada produsen komponen otomotif skala kecil dan menengah yang menjadi mitranya dan bengkel layanan purna jual agar dapat memproduksi sesuai order. Adanya kelemahan industri komponen otomotif dalam negeri, yaitu saat ini komponen otomotif Indonesia masih kalah dibandingkan dengan

Thailand. Rendahnya daya saing Indonesia itu disebabkan beberapa faktor seperti inefisiensi dan ketidaklengkapan pada struktur industrinya. Dengan kondisi tersebut, Indonesia diyakini masih sulit mengejar kesenjangan produksi kendaraan roda empat/lebih dari Negeri Gajah Putih itu. Karena besarnya produksi mobil di Thailand ditunjang oleh lengkapnya fasilitas industri pendukung yang letaknya terintegrasi dengan industri perakitan (*assembler companies*) di dalam satu kawasan khusus (<http://www.kemenperin.go.id/artikel/6012/ATPM-Sodorkan-Peluang-ke-IKM-Otomotif>). Kebijakan mobil nasional yang memberikan fasilitas berupa pembebasan bea masuk dan PPNBm (pajak penjualan barang mewah) memungkinkan mobil ini ditawarkan dengan harga relatif murah. Langkah penawaran murah ini pada awal peredarannya dapat menarik minat konsumen, terlihat dari penundaan pembelian dan cukup banyaknya pemesan mobil tersebut. Beberapa perusahaan otomotif melakukan strategi dengan harapan dapat merebut pangsa pasar dan fasilitas istimewa sehingga nantinya dapat menutupi rendahnya margin keuntungan atau kerugian yang ditanggung. Produsen mengikuti langkah yang dilakukan mobil nasional tersebut dengan memberikan harga murah kepada konsumen dan langkah itu menciptakan persaingan harga yang cukup bersaing diantara produsen.

Sekalipun produsen lain tidak memperoleh kesempatan fasilitas istimewa, namun mereka berusaha menekan keuntungan dan biaya produksi untuk menawarkan produk yang relatif murah. Beberapa produsen bahkan bersedia merugi untuk mempertahankan pangsa pasar yang diharapkan dapat ditutupi ketika mereka memperoleh fasilitas mobil nasional. Serta terdapat beberapa produsen berusaha untuk mendapatkan fasilitas istimewa tersebut dengan memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan dalam merek, kepemilikan, dan kandungan lokal. Namun, tidak semua produsen mengikuti persaingan harga ini dengan keyakinan bahwa konsumen memiliki kesetiaan terhadap merek kendaraan tertentu. Mereka mempertaruhkan segmen konsumen tertentu dan reputasi yang telah mereka bangun selama ini. Tentu saja strategi ini tidak realistis dalam menghadapi perkembangan persaingan harga antar perusahaan otomotif. Dampak terhadap proyek mobil nasional sangat besar, sebab mobil tersebut belum mempunyai reputasi sebagai produsen mobil, maka satu-satunya keunggulan yang ditawarkan ialah harga yang rendah. Sedangkan bagi produsen lainnya yang telah mempunyai reputasi dan kualitas yang baik,

harga murah yang ditawarkan tidak akan semurah produsen mobil nasional, lebih menarik bagi konsumen dan ini dapat berakibat pada penurunan minat terhadap mobil nasional.

Dalam menganalisa program mobil nasional perlu kita ingat bahwa produksi mobil di Indonesia sangat dipengaruhi oleh kebijaksanaan yang ditempuh pemerintah dan kehendak prinsipal yang didominasi oleh Jepang. Kebijakan ini seringkali ambisius dan kurang realistis, sehingga sulit untuk diikuti oleh produsen. Misalnya pada tahun 1969, pemerintah menetapkan dimulainya usaha memproduksi mobil nasional dengan mengembangkan komponen dalam negeri yang diharapkan pada tahun 1984 akan dicapai produksi mobil nasional sepenuhnya. Realisasinya jauh dari apa yang diinginkan. Sekalipun usaha untuk mengembangkan industri otomotif telah dilakukan sejak tahun 1960-an dengan berbagai kebijaksanaan, namun baru sejak dikeluarkannya Inpres 2/1996, program mobil nasional mendapatkan momentum yang besar. Implementasi Inpres 2/1996 adalah dikeluarkannya fasilitas pembebasan bea masuk dan PPNBm untuk PT Timor Putra Nasional (TPN) (Umar Juoro, 1996 : 2).

Kebijakan tersebut mendapat reaksi cepat dari beberapa Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) dan pendatang baru dalam industri otomotif dengan menawarkan produk dengan harga bersaing. Beberapa ATPM pun ingin memperoleh fasilitas tersebut dengan berusaha memenuhi ketentuan kandungan lokal sebesar 60% dalam jangka waktu tiga tahun. Langkah ini kemungkinan akan diikuti oleh produsen lainnya baik yang baru maupun yang lama demi mempertahankan pangsa pasar mereka masing-masing. Industri otomotif Indonesia mulai mengikuti logika bahwa harga akan menentukan penguasaan pangsa pasar yang nantinya akan menjadi sumber keuntungan. Logika ini kemungkinan akan berlanjut memberikan keuntungan pada peningkatan pangsa sedan dan mempersulit peluang mobil nasional untuk memenuhi ambisinya. Persaingan harga ini akan meningkatkan permintaan pada tahun-tahun selanjutnya karena peningkatan pendapatan masyarakat sebagai hasil pertumbuhan ekonomi berlangsung bersamaan dengan kecenderungan penurunan harga mobil.

Akan tetapi, industri otomotif pada program mobil nasional di Indonesia secara umum akan sulit untuk berhasil bersaing dengan perusahaan otomotif yang telah memiliki reputasi. Keinginan sebagian besar produsen hanya untuk memanfaatkan fasilitas yang diberikan,

membuat mereka cenderung mencari jalan pintas bagi kepentingan mereka sendiri yang tidak mendukung program mobil nasional. Penggantian nama dan pemenuhan kandungan lokal sebesar 60% dapat dipenuhi dengan berbagai cara. Namun kebijaksanaan mobil nasional memberikan pengaruh berarti pada penurunan harga mobil yang menguntungkan konsumen. Tantangan mobil nasional saat ini ialah harus mampu menurunkan harga lebih rendah lagi dengan memanfaatkan semaksimal mungkin fasilitas pajak yang diperoleh. Namun langkah ini sulit untuk ditempuh karena produsen mobil nasional tersebut membutuhkan dana yang besar untuk melakukan investasi bagi pabrik perakitan sehingga untuk terus menerus melayani persaingan harga dan kualitas dengan produsen lainnya.

Produsen mobil nasional juga merasa diakali dengan terbitnya Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2013 tentang Barang Kena Pajak yang tergolong mewah berupa kendaraan bermotor yang dikenai pajak penjualan atas barang mewah dimana didalamnya juga mengatur tentang low cost green car (LCGC). Menurut Ketua Bidang Pemasaran dan Komunikasi Asosiasi Industri Automotive Nusantara (Asia Nusa), Dewa Yuniardi, pada PP tidak dicantumkan mengenai kapasitas mesin yang dahulu sudah dibicarakan. Awalnya, diharapkan mobil nasional juga bisa mengikuti aturan tersebut. Pada pasal 3 ayat 1C PP tersebut, ternyata kapasitas mesin untuk mobil murah sendiri sampai 1.200 cc ke bawah, bukan sampai 1.000 cc, seperti yang dahulu pernah dijanjikan untuk pelaku mobil nasional. Untuk mobil pedesaan yang memakai mesin di bawah 1.000 cc, dahulu pernah dijanjikan untuk produsen mobnas. Ternyata dalam peraturan tersebut tidak ada pembahasannya sama sekali. Para pelaku produsen mobil nasional seperti diakali oleh peraturan mobil murah, apa yang sudah dibahas ternyata tidak ada sama sekali. Produsen mobil nasional ini mengaku sulit bila harus bersaing dengan produsen asal Jepang yang sudah mapan. Apalagi semuanya berada dalam segmen yang sama, dan diatur dalam satu peraturan yang sama (<http://autos.okezone.com/read/2013/06/10/52/819595/produsen-mobnas-kami-diakali-soal-aturan-lcgc>).

Pihak Asosiasi Industri Automotive Nusantara (AsiaNusa) juga keberatan terhadap PP tersebut khususnya pasal 2 ayat 7B yang berbunyi : (7) Kelompok Barang Kena Pajak yang tergolong mewah berupa kendaraan bermotor sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang dikenai Pajak Penjualan atas Barang Mewah dengan tarif sebesar 60% (enam puluh persen), adalah: b.

kendaraan khusus yang dibuat untuk perjalanan di atas salju, di pantai, di gunung, dan kendaraan semacam itu. Pihak AsiaNusa keberatan dengan pasal tersebut karena pihak sedang merintis sebuah industri Otomotif sejak tahun 2005 mulai tahap perancangan sampai kemudian tahun 2008 mulai produksi dan masuk ke pasar. Kendaraan nasional tersebut diberi merek "FIN Komodo" Offroad Utility Vehicle yang membidik segmentasi pasar perkebunan, kehutanan, pertambangan, proyek-proyek, militer, rekreasi, SAR dan lain-lain. Produk tersebut sudah terjual dan masuk ke pasar yang dibidik sejak tahun 2008, dan sejak saat itu pihak AsiaNusa mulai melakukan ekspansi kapasitas produksi sesuai dengan permintaan pasar dan sampai saat ini kapasitas produksinya sudah mencapai 10 Unit/Bulan. Keberatannya dengan keluarnya PP tersebut maka harga Fin Komodo yang semula adalah 77 Juta, setelah dikenai PPN-BM 60% maka harga Fin Komodo menjadi 123,2 Juta. Hal ini menjadi kendala bagi AsiaNusa dalam memasarkan produknya yang sudah masuk dan diterima pasar (<http://asianusa.blogspot.com/2013/06/asianusa-keberatan-dengan-pp41-tahun.html>).

Pada Pasal 3C Ayat 1 huruf C1 disebutkan Pajak Penjualan atas Barang Mewah atas Barang Kena Pajak yang tergolong mewah yang termasuk dalam kelompok kendaraan bermotor sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (2), ayat (3), ayat (4), ayat (5), dan ayat (8), dihitung dengan Dasar Pengenaan Pajak sebesar: c. 0% (nol persen) dari Harga Jual untuk kendaraan bermotor yang termasuk program mobil hemat energi dan harga terjangkau, selain sedan atau station wagon, dengan persyaratan sebagai berikut: 1. motor bakar cetus api dengan kapasitas isi silinder sampai dengan 1.200 cc dan konsumsi bahan bakar minyak paling sedikit 20 kilometer per liter atau bahan bakar lain yang setara dengan itu.

Pihak AsiaNusa saat ini sudah mempunyai produk otomotif nasional yang siap produksi dengan merek "Tawon" dan "GEA" yang semuanya berkapasitas silinder 650 CC. Kedua produk ini sudah masuk ke pasar sejak tahun 2009 dan sampai saat ini sudah siap produksi dengan kapasitas produksi terpasang 400-600 unit/bulan. Dengan keluarnya PP tersebut maka pihak AsiaNusa yang masih baru mulai memproduksi mobil nasional ini dibenturkan dengan pesaing merek asing karena dengan keluarnya PP tersebut maka PPN-BM untuk merek asing yang berkapasitas silinder 0-1200CC harganya akan menjadi murah dan diperkirakan akan menjadi 80-90juta. Dengan kisaran harga kami sebesar 40-70jt maka bisa dipastikan bahwa segmentasi

pasar yang akan kami bidik akan direbut oleh merek asing berkapasitas 0 - 1.200CC yang memanfaatkan PP tersebut dengan PPN-BM 0%. Janji pemerintah lewat Kementerian Perindustrian pada saat itu sebelum terbit PP ini adalah akan ada "Program Mobil Murah Angkutan Pedesaan" yang akan mengatur dan melindungi produsen Asianusa pada kisaran kapasitas silinder 0-750cc (saat itu permintaan Asianusa 0-1.00CC), tetapi yang keluar saat ini justru dipukul rata dari 0-1.200cc sehingga merek asing bebas masuk ke pasar 0-1200CC. Kendaraan Fin Komodo yang sebelumnya tidak ada aturan spesifik yang mengatur PPNBM sekarang dikenakan PPN-BM 60%. PP tersebut jelas-jelas akan membunuh embrio mobil nasional karya anak bangsa yang saat ini baru tumbuh dan berusia balita (<http://asianusa.blogspot.com/2013/06/asianusa-keberatan-dengan-pp41-tahun.html>).

Keberadaan mobil LCGC yang dikembangkan pabrikan asing seharusnya disesuaikan dengan kebijakan mobil nasional karena industri mobil nasional merupakan aset nasional yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia. Industri mobil seperti Fin Komodo, Tawon dan Esemka itu seharusnya memiliki aturan tersendiri yang berbeda dengan merek asing sehingga mobil nasional dapat bersaing dengan merek asing di dalam negeri sendiri. Sejumlah pabrikan otomotif asing saat ini sedang berlomba-lomba untuk menggarap pasar Indonesia dalam segmen mobil murah. Sejumlah produsen besar juga tercatat sudah memiliki mobil murah mereka, yaitu Honda Brio, Nissan March, dan Mitsubishi Mirage. Selain itu, ada pula mobil murah ramah lingkungan yang dibanderol dengan harga di bawah Rp 100 juta, seperti Toyota Agya, Daihatsu Ayla, Tata Nano, dan Geely Panda. Produk-produk asing tersebut jelas sebagai ancaman bagi perkembangan serta keberadaan mobil nasional yang kini mulai tidak diperhatikan oleh Pemerintah. Pemerintah seakan-akan tidak fokus dalam mempersiapkan infrastruktur terkait mobil nasional dan dalam mengeluarkan kebijakan terkait keberadaan mobil nasional yang seharusnya dapat menjadi aset bangsa Indonesia.

D. Penutup

1. Simpulan

Ketentuan hukum yang mengatur mengenai Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) saat ini diatur pada Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 11/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan Dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Agen atau Distributor Barang Dan/Atau Jasa. Serta adanya beberapa aturan hukum positif di Indonesia

yang mempunyai keterkaitan dengan Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) tersebut, diantaranya adalah ketentuan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1967 tentang Penanaman Modal Asing, Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2001 tentang Paten, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, Surat Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 77/Kp/III/78, Surat Keputusan Menteri Perindustrian Nomor 295/M/SK/7/1982 tentang Ketentuan-Ketentuan Keagenan Tunggal, serta Keputusan Menteri Perindustrian Nomor 116/M/SK/6/1993 tentang Perubahan Surat Keputusan Menteri Perindustrian Nomor 428/M/SK/12/1987 tentang Penyederhanaan Ketentuan-Ketentuan Pengakuan dan Pengurangan Pengakuan Keagenan Tunggal Kendaraan Bermotor dan Alat-Alat Besar serta Keagenan Tunggal Alat-Alat Elektronika dan Alat-alat Listrik untuk Rumah Tangga.

Pasar otomotif nasional dipengaruhi pertumbuhan ekonomi Indonesia, stabilitas nilai tukar rupiah, stabilitas politik dan keamanan, tingkat suku bunga serta likuiditas. Minat masyarakat terhadap kendaraan roda empat sangat tinggi, hal itulah yang dilirik oleh ATPM sebagai pasar potensial, tak heran hal tersebut membuat persaingan antar ATPM juga semakin ketat. Sehingga, persaingan peringkat untuk penjualan mobil antar ATPM semakin ketat, berbagai upaya dilakukan, seperti mengeluarkan mobil terbaru dari pabrikan-pabrikan otomotif. Seluruh agen tunggal pemegang merek (ATPM) berusaha meningkatkan volume produksi sesuai dengan kapasitas terpasang pabriknya untuk mendukung pencapaian target pemasaran produk yang ditetapkan lebih tinggi dari realisasi tahun ke tahun. Namun, sebagian besar konsumen Indonesia membeli mobil melalui jalur kredit. Industri komponen otomotif dalam negeri, yaitu saat ini komponen otomotif Indonesia masih kalah bersaing disebabkan beberapa faktor seperti inefisiensi dan ketidaklengkapan pada struktur industrinya. Dengan kondisi tersebut, Indonesia diyakini masih sulit mengejar kesenjangan produksi kendaraan roda empat/lebih. Meskipun demikian, industri otomotif di Indonesia memiliki program mobil nasional dengan harga rendah yang akan bersaing dengan beberapa ATPM di Indonesia. Tetapi, industri otomotif pada program mobil nasional di Indonesia secara umum sulit untuk berhasil

bersaing dengan perusahaan otomotif yang telah memiliki reputasi. Produsen mobil nasional tersebut membutuhkan dana yang besar untuk melakukan investasi bagi pabrik perakitan sehingga untuk terus menerus melayani persaingan harga dan kualitas dengan produsen lainnya.

Dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2013 tentang Barang Kena Pajak yang tergolong mewah berupa kendaraan bermotor yang dikenai pajak penjualan atas barang mewah yang didalamnya mengatur mengenai Low Cost Green Car (LCGC) awalnya disambut baik oleh produsen mobil nasional namun setelah melihat isinya ternyata tidak ada satu aturan khusus mengenai mobil nasional sehingga keberadaan ATPM yang ditunggangi oleh merek asing akan bersaing dengan mobil nasional yang menggunakan aturan pada PP tersebut. Hal ini tentu sangat memberatkan pihak mobil nasional karena produsennya tergolong pemain baru dalam otomotif sehingga apabila pemerintah tidak mengambil kebijakan khusus terhadap mobil nasional maka sangat mungkin dalam beberapa

tahun ke depan kita tidak akan melihat lagi keberadaan mobil nasional yang seharusnya dapat berkembang di negerinya sendiri.

2. Saran

Penulis memberikan saran kepada Pemerintah selaku pemegang kekuasaan agar memberikan ruang dan kesempatan kepada produsen mobil nasional agar dapat berkembang dan bersaing didunia otomotif dalam negeri serta agar Pemerintah tidak mengeluarkan kebijakan yang sekiranya dapat menghapus keberadaan mobil nasional itu sendiri. Penulis juga berharap agar para pelaku usaha produsen mobil nasional dapat bekerja secara bersama-sama memberikan ide serta kreatifitas yang terbaik sehingga dapat bersaing secara sehat dengan para pelaku usaha produsen mobil asing yang telah lebih dulu mapan dan agar masyarakat Indonesia tidak perlu malu memakai produk dalam negeri serta masyarakat harus memberikan kepercayaan kepada produk bangsa sendiri sehingga keberadaan produk mobil nasional dapat berkembang di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Alexander P. Nadeak. 2013. "Perjanjian Lisensi Paten dalam Rangka Alih Teknologi Dihubungkan dengan Pengembangan Industri Penerbangan Berdasarkan Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2001 tentang Paten". Bandung : Universitas Padjadjaran
- Huala Adolf. 2008. Dasar-Dasar Hukum Kontrak Internasional. Bandung : Refika Aditama
- Richard Burton Simatupang. 2003. Aspek Hukum dalam Bisnis. Jakarta : Rineka Cipta
- Syahmin. 2006. Hukum Kontrak Internasional. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Umar Juoro. 1996. "Sedan TIMOR dan Nasib Mobil Nasional".Tempo. Vol 25. No. 1
- <http://e-licensing.kemenperin.go.id/?c=agen-kbm&m=peraturan>
- <http://www.kemenperin.go.id/artikel/6012/ATPM-Sodorkan-Peluang-ke-IKM-Otomotif>
- <http://www.neraca.co.id/harian/article/22763/Kemajuan.Industri.Otomotif.Indonesia>
- <http://www.neraca.co.id/harian/article/10833/Upaya.ATPM.Mengganjal.Mobnas>
- <http://www.solopos.com/2013/05/09/tahun-ini-50-industri-komponen-otomotif-masuk-indonesia-404819>
- <http://autos.okezone.com/read/2013/06/10/52/819595/produsen-mobnas-kami-diakali-soal-aturan-lcgc>
- <http://asianusa.blogspot.com/2013/06/asianusa-keberatan-dengan-pp41-tahun.html>