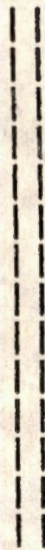


04006133/

LAPORAN PENELITIAN

ASPEK-ASPEK HUKUM PERJANJIAN  
KEAGENAN DAN DISTRIBUSI



PUSAT PEMBINAAN SISTEM PRANATA HUKUM  
BADAN PEMBINAAN HUKUM NASIONAL  
DEPARTEMEN KEHAKIMAN R.I.  
JAKARTA

## P E R S O N A L I A

1. K e t u a : Dr. Sri Redjeki Hartono, SH
2. Sekretaris : Robinson Sihurian, SH
3. Anggota :
  1. Budiharto, SH.MS
  2. Sri Wiletno, SH.MS
  3. Husaini Kadir, SH
  4. Lantiur Tampubolon, SH
  5. Eko Suparmiyati, SH
4. Asisten : Slamet Hartono
5. Pengetik :
  1. Fahrudin Banten
  2. N o t o S.

## KATA PENGANTAR

Penelitian ini diadakan berdasarkan suatu kenyataan yang ada di dalam masyarakat dan pengamatan bahwa kegiatan ekonomi pada masa pembangunan ini mendorong lajunya berbagai kegiatan usaha baru.

Adanya usaha-usaha baru yang merupakan kebutuhan di dalam kegiatan perekonomian dalam rangka sasaran utama perusahaan yaitu efektif untuk mencapai konsumen dalam kegiatan pemasaran.

Mencapai sasaran yang efektif antara lain menciptakan sistem distribusi yang efektif pula. Untuk itu kemungkinan usaha distribusi dan keagenan menjadi sangat mendesak untuk diteliti mengingat kedudukan agen dan distributor sangat penting artinya bagi kelancaran dan mekanisme distribusi dan pemasaran.

Penelitian ini dilaksanakan oleh satu tim peneliti dari Badan Pembinaan Hukum Nasional dan Fakultas Hukum Universitas Diponegoro dengan lokasi penelitian Jakarta dan Jawa Tengah sebagai sample lokasi.

Sebagai kegiatan awal penelitian ini masih terbuka kesempatan untuk diperlukan atau diperdalam dengan penelitian lanjutan khususnya yang menyangkut perjanjian-perjanjian baku pada keagenan dan distribusi atau kedudukan hukum para pihak dalam perjanjian keagenan dan distribusi.

Begitu pula bila terjadi ketidak sempurnaan atas hasil penelitian ini masih terbuka kemungkinan untuk dilakukan kritik yang kritis sebagai suatu kebiasaan yang lazim dalam bidang keilmuan.

Atas bantuan dan kerjasama berbagai pihak yang telah membantu penelitian ini diucapkan banyak terima kasih.

Jakarta, Pebruari 1994

Ketua,



*[Handwritten Signature]*  
Dr. Sri Redjeki Hartono, SH

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
1. Latar Belakang .....	1
2. Identifikasi Masalah .....	2
3. Ruang Lingkup Penelitian .....	3
4. Maksud, Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	3
BAB II. KERANGKA BERFIKIR .....	6
1. U m u m .....	6
2. Pengertian dan Fungsi Agen/Distributor .....	9
3. Hubungan Hukum Keagenan/Distributor .....	15
4. Perjanjian Keagenan dan Distributor .....	18
5. Aspek Hukum Perjanjian Keagenan ..	22
BAB III. METODE PENELITIAN .....	24
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	26
1. Kondisi Peraturan Perundangan Keagenan dan Distribusi .....	26

2. Gambaran Umum Perusahaan Keagenan/ Distributor .....	31
3. Perjanjian Keagenan/Distribusi ...	47
4. Hubungan Perusahaan Agen/Distribu- tor Dengan Pihak Ketiga .....	57
BAB V. KESIMPULAN .....	64
1. Kesimpulan .....	64
2. Saran .....	65

# BAB I

## P E N D A H U L U A N

### 1. Latar Belakang

Pertumbuhan dan perkembangan ekonomi yang terjadi selama dua dekade yang terakhir ini ditandai dengan bertambah luasnya bidang-bidang usaha yang terbuka dan dapat dilakukan oleh berbagai perusahaan yang sudah ada maupun yang baru didirikan. Bidang usaha baru yang memberikan peluang besar untuk berusaha dan relatif baru adalah bidang usaha bagi perusahaan yang menempatkan diri sebagai mediator/perantara antara produsen disatu pihak dengan konsumen pada pihak yang lain.

Peran perusahaan yang berfungsi sebagai mediator/perantara tersebut pada dasarnya mempunyai fungsi dan peran yang sangat penting bagi keduanya, karena perusahaan tersebut merupakan pula rangkaian mata rantai penghubung produsen kepada konsumen, berdasarkan suatu sistem distribusi tertentu.

Indonesia sebagai negara berkembang yang mempunyai sasaran pembangunan menuju kearah negara industri dengan potensi pasar yang tidak kecil, di dalam praktek menunjukkan gejala adanya berbagai pola hubungan antara produsen dengan konsumen dengan mediatornya, sesuai dengan berbagai faktor dan aspek

yang mempengaruhinya. Bertolak dari pola hubungan yang sudah ada maka sangat berpengaruh terhadap pola hubungan hukum para pihak. Untuk itu dibutuhkan perangkat hukum yang memadai, sesuai dengan kebutuhan hukum.

Kebutuhan hukum para pelaku ekonomi dewasa ini dirasakan makin mendesak untuk segera dipenuhi mengingat perangkat hukum yang tersedia sekarang ini dirasa semakin kurang, termasuk bagi perusahaan-perusahaan yang mempunyai kedudukan sebagai mediator/perantara antara produsen dan konsumen, termasuk bagi perusahaan agen dan distributor.

Bertolak dari kenyataan tersebut, yaitu adanya kebutuhan yang makin mendesak akan lahirnya pengaturan tentang kegiatan keagenan dan distributor, serta dalam rangka memperoleh data yang akurat mengenai kebutuhan hukum bagi kegiatan keagenan dan distributor tersebut di atas, maka perlu dilakukan penelitian hukum bagi kedua usaha tersebut di atas.

Disamping itu dalam rangka usaha pembentukan hukum Nasional, maka kiranya perlu dilakukan penelitian leboh lanjut tentang "Aspek-aspek Hukum Perjanjian Keagenan dan Distribusi" seingga dari padanya dapat diperoleh masukan yang bermanfaat bagi pengkajian asas-asas hukum yang hidup dan berlaku di dalam masyarakat, khusus bagi usaha-usaha yang bergerak di bidang keagenan dan distribusi.



## 2. Identifikasi Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang tersebut di atas, maka pada garis besarnya pokok permasalahan yang ditemukan dalam penelitian ini ialah berkisar pada permasalahan sebagai berikut :

Aspek-aspek Hukum apa sajakah yang mempengaruhi kegiatan usaha keagenan dan distribusi. Bagimanakah hubungan hukum para pihak dalam perjanjian keagenan dan distribusi serta asas-asas hukum apa sajakah yang berlaku dan mempengaruhi hubungan hukum dalam perjanjian keagenan dan distribusi pada umumnya.

## 3. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian tentang Aspek-aspek Hukum dan Perjanjian Keagenan dan Distribusi, meliputi :

Bidang Hukum Perdata mengenai Hukum Perjanjian Khusus mengenai Perjanjian Keagenan dan Distribusi dengan wawasan untuk memperoleh jawaban atas :

- Hubungan Hukum pada pihak dalam perjanjian keagenan dan distribusi hak dan kewajiban prinsifal, perusahaan keagenan dan distributor.
- Perlindungan Hukum terhadap prinsifal perusahaan keagenan dan distributor;
- Asas-asas Hukum yang berlaku dalam perjanjian keagenan dan distributor.

#### 4. Maksud, Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan pokok-pokok permasalahan sebagaimana tersebut di atas, maka penelitian ini bermaksud memperoleh data dan informasi mengenai berbagai hal yang erat dan ada kaitannya dengan Aspek-aspek Hukum Perjanjian Keagenan dan Distribusi. Dengan demikian penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut :

- Untuk mengetahui seberapa jauh perkembangan usaha keagenan dan usaha distribusi sebagai perantara produsen terhadap konsumen di Indonesia.
- Untuk mengadakan telaah hukum atas kegiatan usaha perantara antara Produsen dengan Konsumen perusahaan agen dan Distribusi pada umumnya sebagai mediator antara perusahaan yang memproduksi barang/jasa terhadap konsumen.
- Untuk memperoleh masukan mengenai Aspek hukum yang mempengaruhi kegiatan usaha keagenan dan distribusi pada umumnya.
- Untuk mengidentifikasi masalah yang timbul berkaitan dengan kegiatan usaha keagenan dan distributor dalam rangka melaksanakan perjanjian keagenan dan distribusi.

Dari pelaksanaan penelitian ini dengan memperhatikan inter permasalahan yang ada, maka hasil penelitian ini diharapkan :

- Mampu memberikan masukan mengenai realita aspek-aspek hukum perjanjian keagenan dan distribusi.
- Mampu mengisi dan memberikan bahan, khusus mengenai asas-asas hukum yang berlaku di dalam masyarakat pelaku perjanjian keagenan dan distribusi, dalam rangka menuju pada realisasi pembentukan Hukum Nasional yang akan datang.

## BAB II

### KERANGKA BERFIKIR

#### 1. U m u m

Pembangunan ekonomi pada satu sisi selalu menunjukkan tingkat pertumbuhan yang relatif selalu berkembang dari waktu ke waktu. Tetapi pada sisi yang lain masih tetap menunjukkan adanya satu celah kekurangan dan kekosongannya yaitu belum atau tidak tersedianya perangkat hukum yang sesuai dengan tingkat pertumbuhan yang sudah terjadi. Para pelaku ekonomi selalu merasakan adanya kekurangan tersebut, tetapi karena kegiatan harus tetap berlangsung, maka terdapat satu kenyataan bahwa "kegiatan ekonomi terjadi tanpa adanya dukungan perangkat hukum yang memadai termasuk di bidang pemasaran dan distribusi.

Mengingat kekosongan perangkat hukum yang mengatur hubungan hukum diantara pelaku ekonomi khusus untuk kegiatan pemasaran distribusi barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, maka penelitian tentang Aspek-aspek Hukum Perjanjian Keagenan dan Distribusi perlu diadakan dengan tujuan memperoleh masukan dalam pembentukan hukum nasional, khusus mengenai hubungan hukum antara pelaku ekonomi pada pemasaran dan distribusi.

Para pelaku ekonomi, sangat membutuhkan perangkat peraturan yang diharapkan secara efektif dapat membantu

kegiatan mereka baik pada kegiatan tunggal dan insidental dan terbatas maupun dalam kegiatan yang sifatnya berkelanjutan atau berkesinambungan misalnya pada sistem distribusi dan pemasaran hasil-hasil produksi harga dan atau jasa. Dengan makin tingginya tingkat kegiatan yang terjadi, luasnya pangsa pasar dan beragamnya jenis komoditi yang dapat ditawarkan menyebabkan adanya kesenjangan yang cukup besar antara perangkat hukum yang tersedia dengan kebutuhan hukum para pelaku ekonomi tersebut di atas. Dengan perkembangan yang ada, sebagaimana tersebut di atas dengan segera dapat dirasakan seberapa jauh kebutuhan hukum bagi pelaku ekonomi yang makin mendesak.

Hubungan-hubungan hukum diantara para pihak di dalam masyarakat pada awalnya selalu dapat ditampung oleh Hukum Perikatan dan Hukum Dagang yang merupakan sumber hukum utama. Tetapi hal tersebut sekarang ini, hampir kurang/tidak dapat memenuhi kebutuhan hukum pelaku ekonomi pada umumnya, termasuk kegiatan di bidang distribusi dan sistem pemasaran.

Salah satu bidang kegiatan ekonomi yang membutuhkan perangkat peraturan yang memadai ialah bidang pemasaran dan distribusi. Salah satu alasan bahwa kebutuhan pengaturan bagi kegiatan pemasaran dan distribusi ialah karena adanya kebijakan baru di bidang perdagangan, yang dituangkan dalam :

1. Peraturan Pemerintah RI No. 36 tahun 1977.
2. SK Menteri Perdagangan No. 76/Kk/XII/77, tanggal 30 Desember 1977.

3. SK. Menteri Perdagangan No. 78/Kp/III/1979 tanggal 9 Maret 1978.

4. SK Menteri Dalam Negeri No. 10/I/4-10 tanggal 18 Januari 1978.

Berdasarkan ketentuan tersebut di atas, perusahaan Asing di Indonesia tidak boleh lagi melakukan kegiatan pemasaran dan distribusi serta melakukan perdagangan. Semua kegiatan yang berhubungan dengan distribusi, kegiatan pemasaran harus diserahkan kepada perusahaan nasional. Dengan demikian timbul beberapa hal sebagai perkembangan lenih lanjut sebagai berikut :

1. Lahirnya/munculnya perusahaan-perusahaan baru yang sengaja dibentuk oleh perusahaan produsen sebagai perusahaan perantara yang secara khusus akan melakukan distribusi dan pemasaran dari produk barang/ jasa yang semula dilaksanakan sendiri oleh perusahaan produsen.
2. Lahirnya/munculnya hubungan-hubungan hukum baru dari perusahaan-perusahaan produsen dengan para agen atau distributornya yang melakukan kegiatan pemasaran dan distributor.

Hubungan antara Produsen/Prinsipal dengan Agen/Distributor, melahirkan adanya hubungan hukum diantara para pihak atas dasar asas-asas hukum perjanjian serta dengan memperhatikan menjunjung tinggi kebebasan berkontrak, sehingga hubungan yang terjadi merupakan suatu hubungan yang saling menguntungkan satu terhadap yang lain.

Mengingat beragamnya jenis komoditi yang dapat dipasarkan atau didistribusikan, untuk luasnya pangsa pasar yang dapat dicapai, maka di dalam masyarakat cenderung terdapat upaya hubungan hukum, yang dapat terjalin antara prinsipal dengan agen/distributornya. Perusahaan Agen/Distributor pada dasarnya adalah menjembatani hubungan antara produsen dengan konsumen dalam rangkaian mata rantai.

Jadi karena perusahaan Agen dan Distributor sesungguhnya merupakan satu mata rantai dengan fungsi ganda memberi nilai manfaat baik kepada konsumen maupun kepada produsen. Karena hukum positif sampai saat ini tidak/belum mengatur secara khusus mengenai hal itu maka perlu adanya penelitian tentang aspek hukum perjanjian keagenan dan distributor.

## 2. Pengertian dan Fungsi Agen/Distributor.

Agen dan distributor, pada dasarnya mempunyai arti yang berbeda, tetapi mempunyai fungsi yang sama atau hampir sama, sehingga memberikan jasa perantara dari produsen/prinsipal kepada konsumen.

KUH Perdata dan KUH Dagang yang merupakan sumber utama hukum perjanjian dan kegiatan perdagangan tidak mengatur tentang agen dan distributor.

Di dalam KUH Perdata hanya mengatur perjanjian pada umumnya, syarat-syarat perjanjian. Sedangkan di dalam KUH Dagang hanya diatur tentang makelar, komisioner dan ekspediter, pada Bab IV dan V Buku I KUH Dagang.

Bertolak dari pengertian dan fungsi makelar dan komisioner, secara garis besar mereka adalah perantara yang memberikan jasa dari satu pihak dengan pihak yang lain dengan tanggung jawab yang tidak sama. Secara umum baik makelar dan komisioner peranannya di bidang pemasaran dan distribusi makin bergeser oleh perantara lain ialah agen dan distributor.

Di dalam kegiatan ekonomi desasa ini fungsi agen/distributor menjadi sangat penting karena merupakan mata rantai hubungan antara produsen dan konsumen (dalam pengertian yang luas) untuk berbagai jenis komoditi baik barang/jasa yang sangat penting. Keagenan secara luas diartikan sebagai :<sup>1)</sup>

"Suatu hubungan hukum di mana seseorang/pihak agen diberi kuasa untuk bertindak untuk dan atas nama orang/pihak prinsipal untuk melaksanakan transaksi bisnis dengan pihak lain".<sup>2)</sup>

Keagenan adalah perbuatan mengikut sertakan orang lain untuk melaksanakan suatu perbuatan bukan dalam hukum perdata.<sup>3)</sup>

Pendapat lain, yaitu H Tirtaamidjaja menyatakan bahwa : Keagenan (agency) sama dengan agen perniagaan adalah orang yang mempunyai perusahaan untuk memberikan

-----  
1)

2) Felix Oentoeng Soebagijo, Beberapa Aspek Hukum dan Perjanjian Keagenan dan Distribusi.

3) Achmad Iksan, Dunia Usaha Indonesia, hal. 99-100.



perantaraan pada perbuatan persetujuan tertentu atas nama prinsipalnya.<sup>4)</sup>

Selanjutnya dikatakan pula bahwa agen dalam taraf yang pertama merupakan pihak yang berdiri sendiri (zelstanlig) yang fungsinya adalah "to putting the principal in to legal relations with onether".

Selanjutnya Agency adalah :

Agency in Law is relationship that exist when two person agree that one is to act on behalf of the other and be subject to the latte`s control.

..... the first person for whon a nother acts is called a principal the se cound person who nets for the firt person is called an agent".<sup>5)</sup>

Dalam kegiatan bisnis Keagenan biasanya diartikan sebagai suatu hubungan hukum antara pihak agen dengan prinsipal, pihak agen diberi kuasa untuk bertindak atas nama prinsipal. Agency is relationship between two parties, called principal and agen, the function of the agent being to create a contractual relationship between the principal and third parties.<sup>6)</sup>

Sedangkan pengertian Distributor pada Black`s dikemukakan Any individual, partnership, corparation, association, or other legal relationship which stand

-----

4) H. Tirtaamidjaja, Pokok-pokok Hukum Perniagaan, Djambatan, Jakarta, 1970, gal. 92.

5) Encuclopedi Americana, Vol. 1, hal. 332.

6) K. Smith and D.I. Keenan, Mercantile Law, The Pitman Press, Bath, Toronto, 1977, hal. 128.

between the manufacturer and the retail seller in purchase, consignments, or contracts for sale of consumer goods a Wholesaler.

Berdasarkan beberapa pendapat dan batasan tersebut di atas, secara garis besar dapat kemukakan adanya dua hal utama :

Pertama, berpendapat bahwa agen dalam melakukan kegiatannya adalah bertindak untuk dan atas nama prinsipal, tanpa harus bertanggung jawab.

Kedua, berpendapat bahwa pihak agen dalam melakukan kegiatan adalah bertindak untuk dan atas nama pihak prinsipal serta ikut bertanggung jawab.

Apabila dibandingkan dengan pendapat yang berikut, yang menyatakan bahwa :

"An agency is a relationship in which one party, the principal, authorizes another party, the agent, to carryout some business with a third party".<sup>7)</sup>

Dari beberapa batasan tersebut dapat digambarkan hubungan para pihak (antara prinsipal dan agen terhadap pihak ketiga) sebagai berikut :

Prinsipal	authorizes	Agent	to transact	Third
	kewenangan		business with	Person

Hubungan peragenan doantara para pihak, dapat menciptakan hubungan :

- Perwakilan, atau
- Pemberian kuasa untuk melakukan sesuatu.

<sup>7)</sup> Thomas J. Harron, Business Law, hal. 594.

Di dalam kegiatan ekonomi pada umumnya, terutama pada kegiatan di bidang pemasaran dan distribusi barang dan/atau jasa sangat membutuhkan berbagai kegiatan yang akan berfungsi sebagai jembatan antara produsen barang dan dengan konsumen sebagai pemakai akhir jasa disatu pihak dari produsen.

Produsen barang/jasa sebagai prinsipal, adakalanya dapat langsung mengadakan hubungan dengan konsumen (biasanya untuk produksi barang/jasa yang bersifat sederhana). Tetapi ada kalanya hubungan tersebut menjadi sangat panjang dan jauh (biasanya untuk produksi komoditi masal oleh manfaktoring yang besar).

Bertolak dari beberapa sifat kemungkinan hubungan untuk prinsipal pada satu pihakl dengan agen/distributor pada pihak yang lain, maka kemungkinan hubungan tersebut akan menciptakan adanya suatu hubungan hukum dengan tanggung jawab yang bervariasi.

Secara umum, hubungan yang terjadi diantara prinsipal dengan agen atau distributor, melahirkan hubungan hukum yang menempatkan, keduanya pada suatu posisi dengan tanggung jawab dan kewajiban serta haknya masing-masing. Dengan demikian kedudukan agen terhadap prinsipal mempunyai dua kemungkinan utama yaitu :

1. Melayani kepentingan prinsipal, dibawah kewenangan prinsipal.
2. Mempunyai kedudukan yang mandiri berdasarkan perjanjian.

Suatu pola kerja dapat memberikan pengaruh pada banyak hal, termasuk hubungan kerja yang akhirnya memberikan corak terhadap suatu hubungan hukum.

Pola kerja agen dan distributor, adalah pola kerja pemasaran, yaitu suatu mekanisme menuju pada sasaran utama yaitu konsumen. Pada dasarnya pendapat tiga jalur pemasaran berdasarkan klasifikasi formal, yang secara khusus berdasarkan adanya pengakuan ketergantungan sebagai berikut :<sup>8)</sup>

1. Sistem pemasaran vertikal
2. jalur bebas
3. jalur transaksi tunggal

Pada sistem pemasaran vertikal, selalu ada ketergantungan satu terhadap yang lain dan salah satu dianggap dan harus mempunyai kewenangan lebih dan dianggap sebagai pemimpin. Dalam hal ini prinsipal biasanya terjadi pada bisnis tunggal serta terjadi berdasarkan kontrak formal. Jadi hubungan hukum yang saling ketergantungan secara formal diperjanjikan pada sistem ini hubungan hukum relatif tetap untuk jangka panjang.

Sistem jalur bebas, tidak terdapat saling ketergantungan, masa kontrak relatif pendek satu tahun syarat perjanjian adalah syarat industri transportasi dan dapat dikombinasikan dengan sistem vertikal. Sistem transaksi tunggal, adalah pemasaran berdasarkan nego-

-----  
8) Jalur-jalur pemasaran, hal. 11 dst.

siasi, jadi tidak ada peran utama bagi fungsi pemasaran.

Jadi yang erat dengan fungsi agen atau distributor dalam hal ini adalah penerapan sistem pemasaran vertikal dan atau jalur bebas dengan dua ciri utama ialah adanya hubungan hukum yang erat dan saling tergantung sehingga prinsipal dominan atau tidak untuk menentukan kondisi perjanjian.

### 3. Hubungan Hukum Keagenan/Distributor.

Hubungan yang terjadi antara prinsipal disatu pihak dengan Agen/Distributor pada pihak yang lain dapat terjadi karena beberapa kemungkinan.

Pertama, yang berfungsi sebagai agen/distributor semata-mata hanya sebagai kepanjangan tangan dari produk prinsipal saja. Hal ini dapat terjadi mungkin pada awal pertumbuhan perusahaan atau dilakukan oleh anak perusahaan di dalam group sendiri.

Kedua, karena keduanya dengan sengaja menjalin kerjasama yang saling menguntungkan.

Ketiga, karena ketentuan undang-undang, status prinsipal tidak dapat melakukan pemasaran secara langsung (misalnya perusahaan dengan status PMA).

Pada kemungkinan ketiga ini, perusahaan produsen (prinsipal) mendirikan anak perusahaan yang diberi wewenang sebagai agen tunggal atau distributor tunggal, karena penunjukan.

Mengenai bentuk hubungan yang ada diantara prinsipal dengan agen/distributor pada dasarnya juga sangat bervariasi.

Bervariasinya bentuk hubungan antara lain dibedakan pada sifat hubungannya sendiri, apakah hubungan tetap atau insidental dalam jangka waktu tertentu, apakah hubungannya sekedar dengan penunjukan lisan saja atau dengan prosedur dan syarat yang bersifat teknis.

Hal-hal tersebut di atas sangat dipengaruhi oleh :

- Jenis produk/komoditi yang harus dipasarkan, misalnya untuk barang modal, mesin-mesin, kendaraan bermotor berbeda dengan barang-barang konsumsi berbagai jenis.
- Wilayah pemasaran juga sangat berbeda dengan kekuatan pangsa pasar yang bersangkutan.
- Sasaran konsumen yang dituju.

Hubungan hukum antara pada pihak prinsipal dengan agen/distributor, menempatkan kedua belah pihak pada satu kedudukan yang secara teoritis sama/seimbang serta pada posisi saling berhadapan. Prinsipal sebagai pihak pertama mempunyai hak dan kewajiban serta wewenang tertentu bagi barang/jasa produknya. Sedangkan agen/distributor juga mempunyai hak dan kewajiban serta wewenang tertentu bagi pemasaran, dan distribusi atas barang/jasa tertentu yang disediakan oleh prinsipal. Bertolak daripemikiran tersebut di atas, maka akan timbul beberapa permasalahan utama dalam hal hubungan hukum para pihak antara lain mengenai :

- Ketentuan dasar yang mengatur hubungan hukum prinsipal dengan agen/distributor.
- Bagaimana hubungan hukum tersebut seharusnya diatur.
- Ketentuan-ketentuan apakah yang seharusnya diatur oleh para pihak.

Jadi hubungan hukum yang terjadi diantara para pihak tersebut di atas dapat ditindak lanjuti dalam rangka merealisasinya sebagai suatu kegiatan yang terus menerus dan saling menguntungkan.

Untuk itu dibutuhkan dokumen yang secara jelas akan dirumuskan tentang kedudukan hak dan kewajiban termasuk tanggung jawab dan wewenang yang dipunyai masing-masing pihak terhadap yang lain. Rumusan tersebut dapat secara jelas dirumuskan secara tertulis ditanda tangani oleh para pihak atau sekedar petunjuk pelaksanaan oleh prinsipal kepada agen/distributornya. Oleh karena itu betapapun sederhananya hubungan hukum para pihak, perumusan kondisi hubungan tersebut sangat penting untuk dirumuskan. Yang sangat penting untuk dirumuskan antara lain adalah hak-hak yang erat kaitannya dengan beberapa hal yang kiranya dapat merupakan kendala bagi kepentingan semua pihak terutama pihak konsumen. Hubungan hukum yang terjadi dengan latar belakang untuk mencapai sasaran perusahaan baik prinsipal maupun agen atau distributor, yaitu meningkatkan produktivitas dan efisiensi yang maksimal, maka ditempuh beberapa metoda dan teknis pemasaran sesuai dengan tujuan.

Dengan demikian hubungan hukum yang terjadi dengan latar belakang kebutuhan teknis pemasaran dapat terjadi kemungkinan hubungan hukum dengan ciri-ciri yang sama, meskipun terdapat beberapa perbedaan tertentu, terutama pada :

1. Sifat ketergantungan satu pihak terhadap pihak yang lain, sehingga yang satu lebih dominan dari yang lain. Misalnya prinsipal yang merupakan produsen tunggal, atau menguasai lebih dari 50% pangsa pasar, sangat dominan untuk menentukan pemasaran termasuk kondisi pasar sehingga semua syarat hampir ditentukan secara sepihak.
2. Sifat keterbukaan terdapat keseimbangan diantara pihak, sehingga tidak ada dominan satu terhadap yang lain.

Dari kedua kemungkinan tersebut dapat mewarnai isi perjanjian yang diadakan antara prinsipal dengan agen/distributor, terutama yang menyangkut kewenangan hak, kewajiban serta tanggung jawab para pihak. Disamping itu juga mempengaruhi beberapa hal utama antara lain :

- Tentang pemutusan perjanjian
- Jangka waktu perjanjian
- Pengalihan kedudukan dan sebagainya.

#### 4. Perjanjian Keagenan dan Distributor.

Landasan utama terjadinya perjanjian antara prinsipal dengan agen/distributor adalah adanya beberapa persamaan tujuan sehingga dicapai kata sepakat. Kata



sepakat yang memenuhi ketentuan Buku III, Bab Kedua, bagian kedua KUH Perdata melainkan suatu perjanjian yang sah, termasuk perjanjian keagenan/distribusi. Realisasi ketentuan Undang-Undang tersebut di atas dituangkan di dalam akta. Mengingat sifat perjanjian keagenan yang relatif pendek jangka waktunya, tidak dibuat di dalam akta autentik tetapi dengan akta dibawah tangan. Bahkan tidak jarang perjanjian disiapkan secara sepihak oleh prinsipal dengan syarat dan kondisi yang standart.

Terdapat beberapa kemungkinan perjanjian yang dapat terjadi, beberapa modifikasi sebagai berikut :

Pertama, agen/distributor merupakan kepanjangan tangan semata-mata dari prinsipal.

Kedua karena adanya kerjasama yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

Ketiga karena ketentuan undang-undang/peraturan hubungan hukum antara prinsipal dengan agen/distributor, dituangkan di dalam naskah perjanjian, yang tidak terikat dengan bentuk yang khusus. Akalanya berdasarkan penunjukan saja/karena dua perusahaan berada pada satu group usaha (karena pemilikan) maka penunjukan agen/distributor hanya dengan surat penunjukan (letter of appointment) tanpa disertai perjanjian keagenan/distributor. Dapat pula terjadi dengan perjanjian yang sangat sederhana, hanya memuat pokok-pokoknya saja. Di samping itu dapat terjadi bahwa perjanjian yang diadakan antara prinsipal dengan Agen/Distributor dilakukan secara rinci dan mendetail.

Secara garis besar isi perjanjian keagenan dan atau distributor mengandung hal-hal di bawah ini.

1. Batasan/pengertian/difinisi mengenai istilah-istilah tertentu. Tujuan adanya rincian tentang istilah tersebut adalah untuk menghindari salah tafsir dan salah pengertian, yang dapat mengakibatkan adanya sengketa atau perselisihan di belakang hari. Penabsiran tentang batasan penting mengingat selalu adanya perbedaan pada bidang atau sektor yang menjadi obyek perjanjian keagenan/distributor. Dalam hal ini secara tegas harus dijelaskan mengenai kewenangan yang dimiliki oleh agen untuk bertindak untuk dan atas nama prinsipal. Prinsipal akan bertanggung jawab atas tindakan-tindakan yang dilakukan oleh agen, sepanjang dalam batas-batas wewenang yang diberikan kepadanya. Jadi kewenangan diberikan atas dasar pemberian kuasa.
2. Bentuk dan isi perjanjian.  
Mengingat tidak ada ketentuan mengenai hak tersebut, maka perjanjian keagenan atau distributor, tidak ada/tidak mengenal bentuk khusus. Para pihak mempunyai kebebasan untuk menentukan sendiri.
3. Jangka waktu perjanjian.  
Menurut beberapa peraturan yang ada, perjanjian keagenan/distributor berkisar antara 3 (tiga) tahun. Mengingat di dalam kegiatan usaha jangka waktu tiga tahun merupakan suatu rentang waktu yang relatif pendek, oleh karena itu perlu diberi kesempatan untuk memperpanjang (Jadi harus diatur lebih lanjut

tentang syarat dan prosedur perjanjian serta waktu perjanjian dan syarat pemutusan dan perpanjangan perjanjian).

4. Wilayah usaha.

Penentuan wilayah atau daerah satu agen/distribusi yang satu dengan yang lain sangat penting artinya karena hal ini penting juga untuk menentukan kedudukan mereka masing-masing, apakah yang bersangkutan menjadi agen tunggal di Indonesia atau tidak.

5. Hak dan kewajiban para pihak.

Hak dan kewajiban para pihak perlu diatur dengan jelas (bila perlu rinci) dalam rangka menghindari perselisihan dikemudian hari.

6. Harga barang produksi.

Mengenai harga barang produksi perlu diatur mengenai harga jual yang ditawarkan kepada konsumen. Pengaturan lebih lanjut adalah kemungkinan adanya perubahan harga jual dari produsen, siapa yang harus bertanggung jawab, apabila ada perubahan harga.

7. Pengiriman barang.

Pengiriman barang, sangat erat kaitannya dengan harga barang, karena harga barang mempunyai akibat mengenai :

- Penyerahan/pengiriman barang
- Biaya pengiriman, sehingga dapat diketahui.

8. Pengalihan.

Pengaturan tentang kemungkinan pengalihan hak para pihak serta kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi.

Adapun kemungkinan mengalihkan sebagian atau keseluruhan hak dan kewajiban yang diperolehnya dengan perjanjian keagenan/distributor kepada pihak lain dengan berbagai variasi.

9. Perjanjian keagenan/distribusi yang menyangkut paten dan/atau merk diatur lebih rinci.

10. Jaminan-jaminan.

Jaminan-jaminan yang diberikan oleh prinsipal tentang kualitas atau mutu menjadi tanggung jawab prinsipal.

11. Putusan perjanjian.

Untuk menghindari kesulitan di belakang hari, terutama yang menyangkut kepentingan pihak ketiga (dalam hal ini konsumen) para pihak perlu memutuskan secara alasan/keadaan yang memberikan dasar bagi masing-masing pihak untuk memutuskan perjanjian keagenan/distributor. Untuk itu pasal 1266 KUH Perdata harus diperhatikan.

12. Hukum yang berlaku.

Hak ini penting diatur apabila diantara para pihak mengandung unsur asing atau tunduk pada hukum lain.

##### 5. Aspek Hukum Perjanjian Keagenan.

Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang bergerak di bidang keagenan dan distribusi, pada dasarnya menyangkut kepentingan masyarakat luas (dalam hal ini para konsumen barang dan jasa yang bersangkutan. Jadi realisasi dari perjanjian yang telah

diadakan oleh prinsipal dengan agen atau distributor, secara langsung atau tidak sangat erat kaitannya dengan kepentingan konsumen. Secara mendasar, kepentingan konsumen tersebut harus dilindungi dari perbuatan baik prinsipal maupun agen/distributor atau keduanya.

Di dalam proses distribusi, pada umumnya selalu timbul tiga kemungkinan yaitu adanya konflik, kekuasaan dan kerjasama. Untuk mengatasi hal tersebut, maka perlu diatasi dengan perangkat peraturanyang kiranya mempunyai kekuatan untuk :

1. Melarang penggunaan kekuasaan yang tidak benar yang dalam jangka panjang akan merusak hubungan kompetitif.
2. Melarang hubungan-hubungan kerjasama tertentu yang memungkinkan merusak perjanjian.
3. Menyediakan sarana untuk mengatasi konflik.

Di samping itu dibutuhkan pula peraturan yang memberikan jaminan atas kepentingan publik antara lain :

- Mutu dan keselamatan produk.
- Perlindungan konsumen.

Guna mencapai tujuan di atas sejak awal secara administratif departemen yang bertanggung jawab perlu menyediakan perangkat peraturan yang bersifat administrasi dan yang kedua perangkat peraturan yang bersifat teknis. Jadi pada kegiatan usaha keagenan dan distribusi yang dimulai dari perjanjian keagenan mengandung beberapa aspek hukum yaitu Aspek Hukum Perdata dan Hukum Publik.

### BAB III

#### METODA PENELITIAN

Penelitian tentang Asoek-asepek Hukum Perjanjian Keagenan dan Distribusi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh perkembangan usaha keagenan dan distribusi sebagai perantara produsen terhadap konsumen di Indonesia. Disamping itu juga mengadakan telaah hukum atas kegiatan usaha perantara antara produsen dengan konsumen yakni perusahaan agen dan distributor. Sejalan dengan tujuan tersebut maka pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini pendekatan yuridis sosiologis.

Penyajian terhadap hasil penelitian ini dilakukan secara diskriptif analitis karena dalam menyajikan hasil penelitian sekaligus analisisnya dilakukan dengan menggambarkan berbagai hal yang berhubungan dengan aspek-aspek hukum perjanjian keagenan dan distribusi juga sekaligus melakukan telaah hukum atas perkembangan yang muncul sehubungan dengan hubungan antara perusahaan perantara yakni perusahaan agen dan distribusi.

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang keagenan dan distribusi serta instansi yang terkait dengan keberadaan perusahaan perantara ini. Di samping itu juga prinsipal yang dalam memasarkan produknya menggunakan jasa perantara berupa agen dan distributor.

Pengambilan sampel terhadap populasi penelitian ini dilakukan dengan cara purposive sampling mengingat ciri-ciri yang jelas dari populasi yang diteliti, sehingga pengambilan sampel dengan cara ini cukup representative untuk melihat berbagai aspek hukum dalam perjanjian keagenan dan distribusi.

Penelitian ini dilakukan perusahaan agen dan distribusi di Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Propinsi Jawa Tengah dan Jawa Timur, khususnya pada Daerah Ibu Kota Propinsi dengan pertimbangan berbagai macam produsen baik barang maupun jasa dan bervariasi jenis perusahaan perantara. Adapun jumlah responden yakni 75 untuk perusahaan agen/Distribusi serta 24 perusahaan produsen/prinsipal. Kedua jenis responden ini diperlakukan secara berbeda dalam melakukan telaah hukumnya, sehingga diskripsi dalam penelitian diharapkan relatif lengkap. Di samping itu informasi dari aparat pengambil keputusan yang berhubungan dengan keberadaan perusahaan agen dan distribusi merupakan salah sumber data yang cukup penting untuk disajikan dalam penelitian ini.

Analisis data pada penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan interpretasi teortik atas berbagai kenyataan yang dijumpai dalam penelitian ini.

BAB IV  
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Kondisi Peraturan Perundangan Keagenan dan Distribusi.

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, agen dan distributor pengaturannya dapat dibedakan menjadi lima yaitu :

1. Kelompok peraturan mengenai agen atau distributor yang ada hubungannya dengan farmasi dan kosmetika.

a. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No.283/Men.Kes/Pen/IX/1976 tentang pedagang besar dan alat kesehatan.

Dalam peraturan tersebut tidak ditemui istilah agen, dalam Pasal 10 nya hanya menyebutkan mengenai pedagang besar yang tidak boleh menjual obat secara eceran.

b. Surat Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 399/Men.Kes/SK/1988.

Dalam keputusan yang ke-4 menyebutkan PT Kimia Farma sebagai pelaksana dan distributor obat-obatan Inpres kesehatan dafatar A,B1 dan B dengan harga yang telah ditetapkan.

Dalam surat keputusan tersebut tidak menyebutkan istilah agen, namun di sini dapat dikatagorikan bahwa PT. Kimia Farma sebagai agen tunggal.

c. Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 662a/Men.Kes/SK/IX/1987 tentang Penunjukan PT (Pesero) Kimia Farma jalan Budi Utomo No. 1



Jakarta sebagai perusahaan yang diberi izin untuk mengimport dan melaksanakan distribusi narkotika untuk keperluan Indonesia.

Dalam SK No. 662a istilah agen tidak disebutkan, dalam SK tersebut menyatakan bahwa PT Kimia Farma sebagai penyalur tunggal.

- d. Surat Keputusan Direktur Jendral Pengawasan Obat dan Makanan No. 3388/A/SK/VI/1989.

Dalam Pasal 3 menyebutkan obat generik disalurkan melalui pedagang besar Farmasi yang ditunjuk oleh produsen yang disalurkan lagi ke Apotik melalui kepala kantor wilayah jadi di sini pedagang besar tersebut dapat dikategorikan sebagai distributor.

- e. Surat Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 0153/A/SK/IV/1988.

Dalam SK ini siklus kerjanya sama dengan SK No. 3388/A/SK/VI/1989; hanya bedanya di sini penjualannya diwajibkan lapor kepada bidan atau dokter praktek setempat.

- 2. Kelompok peraturan-peraturan mengenai agen atau distributor pupuk di Indonesia.

- a. Keputusan Menteri Perdagangan No. 66/Kp/III/1973. Tentang keagenan tanggal pupuk produksi luar negeri. Dalam Pasal 3 menyebutkan secara tegas dalam pemasaran pupuk di Indonesia melalui agen yang ditunjuk.

- b. Surat Keputusan Menteri Perdagangan dan Koperasi No. 56/Kp/II/1979 tentang ketentuan mengenai pengadaan dan penyaluran pupuk dan pestisida bersubsidi untuk sektor Bimas dan non Bimas.

Pengadaan dan penyaluran pupuk bersubsidi baik di dalam negeri maupun di luar negeri PUSRI bertanggung jawab. Dalam Surat Keputusan ini tidak disebutkan secara jelas siapa agen maupun distributornya, di sini hanya disebutkan mengenai peredaran dan pengadaan pupuk yang bertanggung jawab adalah PT PUSRI.

3. Kelompok peraturan yang ada hubungannya dengan Penanaman Modal Asing.

- a. Peraturan Pemerintah No. 36 Tahun 1977 tentang Pengakhiran kegiatan usaha asing dalam bidang perdagangan.

Dalam Peraturan Pemerintah ini menyebutkan, bahwa dalam pemilikan usaha, bila ada induk usaha di luar negeri dapat menunjuk pedagang nasional sebagai penyalur atau agen. Jadi dalam Peraturan Pemerintah ini tidak membedakan mengenai istilah agen, penyalur maupun distributor.

- b. Peraturan Pemerintah No. 77/Kp/III/1978 tentang ketentuan mengenai kegiatan perdagangan terbatas bagi perusahaan Produksi dalam rangka penanaman modal.

Dalam Peraturan Pemerintah tersebut ditegaskan bahwa hasil produksi tidak boleh dijual langsung ke konsumen atau pengecer tapi harus lewat agen atau distributor yang telah memperoleh surat izin. Dalam Peraturan Pemerintah ini tidak membedakan mengenai istilah agen dan distributor.

- c. Surat Keputusan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 78/Kp/III/1978 tentang ketentuan

perizinan usaha perwakilan perusahaan perdagangan asing. Dalam SK ini menyebutkan ada tiga jenis agen yaitu :

1. Agen penjualan (Selling agent)
2. Agen pabrik (Manufacturers agent)
3. Agen pembelian (Buying agent).

d. Surat Keputusan Menteri Perdagangan No. 76/Kp/III/1978 tentang bidang perdagangan yang terbuka dalam rangka penanaman modal asing. Dalam SK ini hanya menyebutkan mengenai istilah penyalur secara sepintas.

4. Kelompok peraturan-peraturan yang ada hubungannya dengan kendaraan bermotor dan alat-alat berat.

a. Keputusan Menteri Perdagangan No. 315/Kp/XII/1970 tentang import dan distribusi alat-alat besar (antara lain earth-moving and road - construction equipment) harus melalui pemegang merk atau agen tunggal.

Dalam keputusan tersebut di atas dalam judulnya menyebutkan mengenai agen tapi dalam isi keputusannya sama sekali tidak menyebutkan istilah agen melainkan hanya menyebutkan bursa komoditi Indonesia dalam penjualan barang.

b. Surat Keputusan Presiden No. 15 Tahun 1972 tentang penyederhanaan tentang 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.

Dalam Kepres ini mengatur mengenai hak dan kewajiban agen tunggal kendaraan bermotor atau alat-alat besar elektronika maupun alat rumah tangga.

Adapun yang dimaksud agen tunggal di sini adalah: perusahaan nasional yang ditunjuk oleh prinsipal luar negeri yang memproduksi barang dengan merek tertentu atau dengan prinsipal pemegang merek tertentu sebagai satu-satunya perusahaan untuk memngimport, mempromosikan, mendistribusikan dan melaksanakan pelayanan seluruh purna jual barang yang dimaksud keseluruh wilayah Indonesia, untuk suatu jangka waktu tertentu. Di sini tugas agen tunggal lebih luas karena meliputi bidang promosi dan purna jual.

5. Kelompok peraturan yang ada hubungannya dengan asuransi Peraturan Pemerintah No. 73 Tahun 1992. Menetapkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia tentang Usaha Asuransi. Dalam Pasal 17-nya menyebutkan setiap agen asuransi hanya dapat menjadi agen dari satu perusahaan asuransi.

Di samping itu agen asuransi harus memiliki perjanjian keagenan dengan perusahaan yang tinggi. Sama tindakan agen asuransi yang ada kaitannya dengan transaksi asuransi, menjadi tanggung jawab perusahaan asuransi yang diageni, sehingga agen asuransi dalam memberikan keterangan harus benar.

Kepres ini tidak mengatur mengenai sanksi bagi agen yang memberikan keterangan yang tidak benar. Di samping itu dalam Kepres ini belum diatur mengenai

syarat formal yang harus dipenuhi bagi seseorang yang ingin menjadi agen asuransi.

Dari berbagai ketentuan mengenai keagenan dan distribusi dapat dikemukakan beberapa hal yakni :

1. Sementara ini belum diatur secara khusus ketentuan tentang distributor. Ketentuan-ketentuan keagenan dan distribusi cenderung diatur dalam satu peraturan yang sama.
2. Meskipun agen dan distribusi diatur dalam satu ketentuan yang sama tetapi dalam peraturan tersebut tidak secara jelas membedakan kedudukan tugas dan fungsi antara agen dan distributor.
3. Ketentuan keagenan dan distribusi diatur secara sektoral, sehingga tidak ada ketentuan yang secara khusus mengatur mengenai agen dan distributor yang dapat digunakan oleh berbagai sektor kegiatan.
4. Berbagai ketentuan keagenan dan distribusi tersebut berpengaruh terhadap jaringan pemasaran atau distribusi barang dari produsen kepada konsumen.

## 2. Gambaran Umum Perusahaan Agen dan Distributor

Penelitian terhadap keberadaan perusahaan Agen dan Distributor ini dilakukan terhadap berbagai jenis perusahaan agen/ distributor maupun prinsipal untuk produk tertentu yakni meliputi :

1. otomotif
2. obat-obatan termasuk jamu
3. makanan dan minuman
4. Rokok
5. Mass Media Cetak

6. Pecah belah
7. Jasa Angkutan
8. Pakaian.
9. Produk elektronik
10. Jasa angkutan dan Pariwisata.

Dari hasil penelitian terhadap 24 perusahaan prinsipal dan 75 Perusahaan Agen/distributor dapat diketahui bahwa untuk sementara ini tidak dapat dipisahkan secara tegas perbedaan Perusahaan Agen dengan Perusahaan Distributor. Pengertian ini digunakan secara rancu. Sebagian besar responden baik prinsipal maupun perusahaan Agen dan Distributor beranggapan bahwa pada dasarnya Agen sama dengan distributor karena mereka merupakan salah satu jaringan dari mata rantai produsen sampai pada konsumen.

Pada Peraturan yang diterbitkan Departemen Perdagangan maupun Departemen Perindustrian serta informasi yang diperoleh dari kedua instansi tersebut juga tidak memisahkan secara tegas antara pengertian Agen dengan Distributor.<sup>1)</sup>

Dalam kegiatan bisnis Keagenan biasanya diartikan sebagai suatu hubungan hukum antara pihak Agen dengan

-----

1) *Bandingkan dengan Hukum Dagang Negeri Belanda membedakan secara tegas antara Agen dengan Distributor. Agen dalam berhubungan dengan pihak ketiga untuk dan atas nama prinsipal sedangkan distributor bertindak dengan pihak ketiga untuk dan atas namanya sendiri, Steven R Schutt Cs, Business Law Kluwer Law and Taxation Publisher 1983.*  
*Bandingkan pula secara dengan Definisi Agen dan Distributor dalam Black's Law Dictionary, Nollan, Joseph, Connolly, West Paul Publishing, 1979.*

*prinsipal, pihak agen diberi kuasa untuk bertindak atas nama prinsipal. Agency is relationship between two parties, called principal and agent, the function of the agent being to create a contractual relationship between the principal and third parties (K Smith and DJ Keenan 128, 1977). Sedangkan pengertian Distributor pada Black's Law Dictionary dikemukakan Any individual, partnership, corporation, association, or other legal relationship which stand between the manufacturer and the retail seller in purchase, consingments, or contracts for sale of consumer goods. a Wholesaler*

Selanjutnya dalam Surat Keputusan Menteri Perindustrian No. 295/M/SK/7/1982 tentang Ketentuan-Ketentuan Keagenan Tunggal memberikan pengertian tentang Keagenan yakni hubungan hukum antara prinsipal dan suatu perusahaan nasional dalam penunjukkan untuk melakukan perakitan/ pembuatan/ manufactur serta penjualan/ distribusi barang-barang modal dan barang-barang industri tertentu.

Pengertian keagenan yang dikemukakan dalam Ketentuan tersebut secara sederhana hanya menyebutkan adanya hubungan hukum antara agen dengan prinsipal, tetapi tidak menyebutkan secara jelas bagaimana terjadinya hubungan hukum tersebut artinya dalam hal berhubungan dengan pihak ketiga agen bertindak atas nama prinsipal atau atas namanya sendiri ataupun dalam hubungannya dengan prinsipal, terjadi atas konsesual

semata-mata atau harus dilakukan perjanjian secara tertulis/kontrak.

Demikian pula dengan pengertian Distributor berdasarkan hasil penelitian semuanya Ketentuan-Ketentuan dalam tingkat Departemen hanya mengatur mengenai keagenan, belum diatur secara khusus mengenai Distributor.

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa salah satu perbedaan antara agen dan distributor terutama bukan pada hubungan hukum dengan prinsipal maupun pihak ketiga tetapi lebih pada jenis jasa yang ditawarkan. Pada perusahaan agen dapat menjadi perantara untuk produk barang maupun jasa, sedang distributor selalu menawarkan jasa perantara barang.

Tabel 1  
Klasifikasi Pemberian Ijin

No.	Pilihan	F	%
1.	Perusahaan Distributor	35	46,70
2.	Perusahaan Agen	24	32
3.	Perush. Distrib. & Agen	16	21,30
	Jumlah	75	100

Meskipun demikian para Agen/distributor dalam pengajuan Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) atau Wajib Daftar Perusahaan (WDP) menyatakan secara tegas



sebagai Agen atau Distributor. Lihat Tabel 1. Hanya 16 (21%) yang menyatakan ijin usaha diajukan sebagai Distributor dan Agen. Jumlah keseluruhan perusahaan Agen atau Perusahaan Distributor sulit diketahui secara pasti baik dalam skala regional maupun nasional. Hal ini disebabkan adanya ketidak pastian mengenai siapa yang paling berwenang memberikan ijin dalam pendirian suatu usaha yang berbentuk perusahaan Agen/Distributor mengingat setiap instansi yang terkait (Departemen Teknis) dengan produk yang dipasarkan agen/distributor berwenang atau dapat memberikan ijin usaha Agen/Distributor misalnya untuk produk farmasi maka Departemen Kesehatan ikut andil dalam pemberian ijin terhadap permohonan perusahaan Agen/Distributor lihat Tabel 2.

Tabel 2  
Instansi Pemberi Ijin Usaha

No.	Pilihan	F	%
1.	Departemen Perdagangan	37	49,30
2.	" Perindustrian	27	36
3.	Departemen lain	11	14,70
	Jumlah	75	100

Di samping itu dari hasil penelitian terhadap para prinsipal dapat diketahui bahwa salah satu alternatif cara memasarkan produk prinsipal ialah dengan menggunakan jasa perusahaan distributor/agen.

Namun sebagian besar prinsipal 16 (66,70%) memilih alternatif ini dalam memasarkan produknya, sedangkan sebagian yang lain memilih menggunakan jasa salesman perusahaan sendiri, melalui pengecer atau langsung kepada konsumen 8 (33,30%) lihat tabel 3.

Tabel 3.  
Cara Prinsipal Memasarkan produk.

No.	Pilihan	F	%
1.	Tenaga sales perusahaan	2	8,30%
2.	Jasa pengecer	1	4,20%
3.	Langsung pada konsumen	3	12,50%
4.	Sales, pengecer, langsung konsumen	2	8,30%
5.	Agen	12	50%
6.	Distributor	2	8,30%
7.	Agen dan distributor	2	8,30%
	Jumlah	24	100

Adapun beberapa pertimbangan dalam penggunaan agen/distributor dalam memasarkan produk prinsipal yakni :

1. Penghematan biaya operasional
2. Konsentrasi prinsipal hanya pada produksi saja.
3. Memudahkan jangkauan kepada konsumen
4. Jasa Perantara ini sudah ditunjuk oleh pembeli di luar negeri (khusus pada produk ekspor).

Pertimbangan yang dikemukakan oleh prinsipal dalam memasarkan produksinya tanpa menggunakan perusahaan agen/ distributor juga dengan alasan yang sama yakni terutama pada penghematan biaya operasional.

Di samping itu ada juga yang mengemukakan pertimbangan supaya ada pengawasan yang langsung terhadap barang produksinya mengingat belum ada perusahaan agen/distributor yang mampu menyediakan tenaga ahli sesuai dengan kebutuhan produk karena untuk produk tersebut diberikan pelayanan purna jual.

Dari berbagai jenis produk tersebut di atas maka untuk industri otomotif dan produk elektronik jaringan pemasaran dari produsen kepada konsumen relatif lebih panjang dibandingkan dengan jenis produk yang lain karena meliputi Distributor atau Agen Tunggal (Sole Agent)- Agen Utama - Agen dan Sub Agen. Di samping itu persyaratan untuk menjadi Agen ataupun Agen Utama pada perusahaan Perantara industri otomotif ini relatif lebih rumit dibandingkan dengan jenis produk yang lain, misalnya harus memberikan layanan purna jual, penyediaan suku cadang maupun memiliki keahlian tertentu. Hal ini tidak terlepas dari beberapa ketentuan mengenai penyelenggaraan keagenan khususnya yang berhubungan dengan Perusahaan dengan fasilitas Penanaman Modal Asing dan Perusahaan-Perusahaan Asing. Ketentuan-Ketentuan tersebut antara lain :

1. Keputusan Menteri Perdagangan No.78/Kp/III/78 tentang Perijinan Usaha Perwakilan Perusahaan Perdagangan Asing.

Dalam ketentuan ini dinyatakan bahwa Perusahaan Perdagangan Asing hanya dapat melakukan kegiatan promosi dan penelitian pasar, sedangkan untuk kegiatan pemasaran Perusahaan Perdagangan Asing

tersebut dapat menunjuk agen penjualan (selling agent) agen pabrik (manufactur agent) maupun agen pembelian (buying agent).

2. Peraturan Pemerintah No.36 tahun 1977 tentang Pengakhiran Kegiatan Usaha Asing dalam bidang Perdagangan.

Dalam ketentuan ini dinyatakan bahwa Bidang Usaha Perdagangan tertutup bagi Warga Negara Asing, Perusahaan Perdagangan Asing <Perusahaan Perdagangan Asing Domestik, Perusahaan Asing Di bidang Produksi dan Perusahaan asing Domestik di bidang Produksi. Untuk melakukan penjualan produksinya sendiri untuk pasaran dalam negeri wajib menunjuk Perusahaan Perdagangan Nasional sebagai *agen/penyalur*.

3. Keputusan Menteri Perdagangan No.77/Kp/III/78 tentang ketentuan mengenai Kegiatan Pedagangan Terbatas bagi perusahaan produksi dalam rangka Penanaman Modal.

Dalam ketentuan ini diatur larangan bagi Perusahaan Asing di bidang produksi yang didirikan dengan ketentuan PMA maupun bukan PMA untuk melakukan penjualan produksinya sendiri di dalam negeri langsung kepada pengecer atau kepada konsumen. Untuk melakukan penjualan produksinya diwajibkan menunjuk perusahaan nasional yang telah memiliki Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) sebagai *Agen/Penyalur*

4. Surat Keputusan Menteri Perindustrian No.544/M/SK/VII/72 tentang Ketentuan Investasi di sektor Industri kendaraan bermotor dan alat-alat besar.

Ketentuan ini mengatur tentang Perusahaan Agen Tunggal dan assembling kendaraan bermotor dan alat-alat besar hanya disediakan untuk pengusaha nasional

5. Surat Keputusan Menteri Perindustrian No.428/M/SK/12/1987 tentang Penyederhanaan Ketentuan-Ketentuan Pengakuan dan Pengurangan Pengakuan Keagenan Kendaraan Bermotor dan Alat-alat besar serta Keagenan Tunggal Alat-alat Elektronik dan Alat-alat Listrik Rumah .

Ketentuan ini mengatur tentang berbagai syarat dan penyelenggaraan keagenan tunggal untuk kendaraan bermotor dan alat-alat besar dan alat elektronik dan alat-alat listrik rumah tangga.

Jaringan pemasaran yang paling sederhana pada perusahaan jamu yang biasanya hanya meliputi Produsen-Agen- Pengecer dan Konsumen. Pada industri ini hubungan antara agen dengan prinsipal biasanya dilakukan pada generasi yang turun temurun, Hal ini juga didasarkan kenyataan bahwa jamu merupakan produk farmasi Indonesia yang relatif cukup tua keberadaannya dibandingkan dengan produk farmasi lainnya.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan terhadap 75 perusahaan Agen/distributor menunjukkan hasil bahwa sebagian besar Agen/Distributor memasarkan produk dari satu prinsipal yakni satu merek dari satu jenis produk atau beberapa jenis produk dari merk yang sama 63 (84%). lihat Tabel 4

Tabel 4.

## Prinsipal yang diwakili Agen/Distributor

No.	Pilihan	F	%
1.	Satu jenis produk, satu merek.	40	53,40
2.	Lebih satu jenis produk, satu merek	23	30,60
3.	Beberapa jenis produk, lebih satu merek	12	16
	Jumlah	75	100

Dengan demikian kecenderungan yang muncul adalah sebagian besar Perusahaan Agen/Distributor hanya memasarkan produk dari satu prinsipal saja. Sebagian yang lain menyatakan mereka menjual produk dari beberapa prinsipal dengan berbagai merk. Kenyataan ini sejalan dengan kriteria bahwa suatu keagenan adalah wewenang yang dimiliki oleh agen bertindak untuk dan atas nama prinsipal. Tidak perlu dipersoalkan jumlah prinsipal yang diwakili sehingga dapat lebih dari satu prinsipal walaupun kecenderungan yang muncul dalam penelitian ini sebuah perusahaan agen/distributor hanya mewakili satu prinsipal, walaupun beberapa perusahaan agen/distributor yang diteliti sejak berdirinya tidak dinyatakan sebagai agen/distributor tunggal. Oleh karena itu, sebenarnya masih terbuka kemungkinan luas bagi agen/distributor yang bukan merupakan agen/distributor

tunggal untuk memasarkan produk dari prinsipal lainnya. Sementara itu pada perjanjian yang dilakukan oleh Agen/distributor --yang bukan Agen/Distributor tunggal-- dengan prinsipalnya tidak menyebutkan secara tegas bahwa agen/distributor tersebut hanya dapat menjual produk dari satu prinsipal saja.

Sasaran pemasaran dari perusahaan Agen/Distributor tidak selalu langsung kepada pengecer atau konsumen akan tetapi juga dapat meliputi Agen/Distributor. Hal ini terutama terdapat pada industri otomotif atau produk elektronik yang prinsipalnya menggunakan Agen Tunggal atau Distributor Tunggal untuk memasarkan produk di Indonesia. Lihat Tabel 5

Tabel 5  
Sasaran Usaha Perusahaan Agen/Distributor

No.	Pilihan	F	%
1.	Perusahaan Agen/Distrib	4	5,3
2.	Pengecer	9	12,33
3.	Pemakai langsung	25	33,33
4.	No.1, No. 2 dan No. 3	11	14,6
5.	No. 1 dan No. 2	1	1,3
6.	No. 2 dan No. 3	23	30,66
7.	No. 1 dan No. 3	1	1,3
8.	Lain-lain	1	1,3
	Jumlah	75	100

Pada tabel tersebut di atas terlihat bahwa sasaran pemasaran Perusahaan Agen atau Distributor dapat meliputi Pengecer, konsumen dan Agen/distributor lainnya sekaligus yakni sebanyak (14,6%) sedangkan sebagian besar pemasaran dilakukan kepada konsumen (33.30%) atau pengecer dan konsumen (30,60%).

Dengan demikian jaringan distribusi hasil produksi dari prinsipal sampai pada tangan konsumen meliputi :

- a. Produsen - Konsumen
- b. Produsen - Pengecer - Konsumen
- c. Produsen - Distributor - Agen- pengecer -konsumen
- d. Produsen - Agen/distributor tunggal - agen/distri butor lainnya - pengecer -konsumen.

Pernyataan tersebut di atas semakin jelas manakala data pada tabel 5 dihubungkan dengan Tabel 3 tentang Cara Prinsipal memasarkan produknya. Prinsipal tidak hanya memilih agen dan distributor sebagai perantara perusahaan tetapi juga jasa pengecer. Pada produk farmasi yang berupa obat-obatan kedudukan agen dan pengecer dapat dibedakan secara tegas mengingat adanya ketentuan Surat Keputusan Menteri Kesehatan No.163/Kab/B.VII/72 tentang Pedagang Besar Farmasi yang mengatur antara lain mengenai larangan bagi Pedagang Besar Farmasi untuk menjual obat-obatan langsung kepada pengecer atau konsumen.

Berbagai sasaran usaha tersebut di atas oleh sebagian besar 34 agen/distributor, (54,7%) diperlakukan sama, artinya baik agen /distributor lainnya, pengecer



atapun konsumen diperlakukan sama dalam hal harga dan sistem pembayaran.

Dalam hal adanya persamaan perlakuan antara berbagai sasaran usaha ini maka yang membedakan masing-masing kedudukan sasaran usaha tidak pada harga dan sistem pembayaran tetapi pada perbedaan jumlah komisi yang diberikan kepada perusahaan agen/distributor lainnya dan pengecer. Sebagian lain 41 responden agen/distributor ( 54,70%) memberikan perlakuan yang berbeda terhadap masing-masing sasaran usaha. Adapun perbedaan perlakuan ini dalam hal sistim pembayaran 13 ( 17,350, harga 22 (29,4 %) sedangkan kepada masing-masing sasaran usaha dibedakan atas harga dan sistem pembayarannya 17 (22,7%) maupun keduanya lihat tabel 6.

Tabel 6.

Perbedaan perlakuan sasaran usaha

No.	Pilihan	F	%
1.	Harga	22	29,39
2.	Sistem pembayaran	13	17,3
3.	Fasilitas lain	-	-
4.	No. 1 dan No. 2	17	22,7
5.	No. 2 dan No. 3	8	10,7
6.	No. 1 dan No. 3	8	10,7
7.	No. 1, No.2 dan No. 3	7	9,36
	Jumlah	75	100

Di samping harga dan sistem pembayaran terhadap masing-masing sasaran usaha diberikan fasilitas lainnya misalnya untuk Perusahaan Agen/ Distributor disamping diberikan sistem pembayaran dan harga yang berbeda dengan pengecer atau konsumen, juga diberikan fasilitas kendaraan , tempat usaha ataupun lainnya.

Dalam melakukan usahanya para agen/distributor sebagian besar 42 (56%) memerlukan keahlian tertentu misalnya tersedianya tenaga ahli yang berhubungan dengan produk yang dipasarkan oleh perusahaan agen/distributor, sedangkan sebagian yang lain menyatakan bahwa untuk menjalankan perusahaan agen/distributor tidak diperlukan keahlian tertentu 33 (44%) kecuali pengetahuan pengelolaan perusahaan pada umumnya.

Perusahaan Prinsipal dalam melakukan kerjasama dengan perusahaan agen/distribusi dapat berasal dari satu grup yang sama 25 (33,3%) tetapi sebagian terbesar berasal di luar grup perusahaan prinsipal 47 (62,7%).

Di samping itu masih dimungkinkan meskipun berasal dari luar grup perusahaan prinsipal tetapi masih mempunyai hubungan 'saudara' dengan perusahaan prinsipal 3 (4%).lihat tabel 7.

Tabel 7.  
Grouping Agen dengan Prinsipal

No.	Pilihan	F	%
1.	Di dalam group sendiri	25	33,3
2.	Di luar group sendiri	47	62,7
3.	Lain-lain	3	4
	Jumlah	75	100

Hubungan antara perusahaan prinsipal dengan Agen dan distributor sebagai salah satu perantara dalam menghubungkan antara produsen dan konsumen diawali dengan perjanjian, hubungan kerjasama tanpa perjanjian yang bersifat formal -- cukup secara konsesual semata-mata -- dan penunjukkan baik untuk agen/ distributor yang berada dalam satu grup dengan perusahaan prinsipal maupun dengan agen/distributor yang berada tidak dalam satu grup lihat tabel 8 dan 9.

Tabel 8.  
 Hubungan Agen/distributor dengan Prinsipal  
 di luar grup

No.	Pilihan	F	%
1.	Kerjasama	15	32
2.	Perjanjian	14	29,7
3.	Penunjukan	18	38,3
	Jumlah	47	100

Tabel 9.  
 Hubungan Agen/distributor dengan Prinsipal  
 dalam satu grup

No.	Pilihan	F	%
1.	Kerjasama	8	32
2.	Perjanjian	8	32
3.	Penunjukan	9	36
	Jumlah	25	100

Meskipun hubungan diawali dengan penunjukkan akan tetapi dapat dilanjutkan dengan perjanjian untuk mengatur hak, kewajiban dan tanggung jawab masing-masing pihak ataupun pernyataan sepihak. Pernyataan

sepajak ini pada umumnya dibuat oleh Prinsipal pada dokumen yang sudah baku dan ditandatangani oleh perusahaan agen/ distributor.

Salah satu cara pengaturan oleh perusahaan prinsipal terhadap para agen/ distributor melalui area pemasaran yang terbatas atau berbeda dari masing-masing agen/distributor. Sebagian besar menyatakan bahwa mereka mempunyai daerah pemasaran khusus/terbatas 46 (61,3%) sedangkan sebagian yang lain menyatakan bahwa agen/ distributor tidak mempunyai daerah pemasaran khusus 29 (38,7%). Dengan demikian terbuka kemungkinan untuk bersaing dengan agen lain dari prinsipal dan produk yang sama.

### 3. Perjanjian Keagenan/Distribusi.

Hubungan kerja sama antara Agen/Distributor dengan Prinsipal sebagian responden menyatakan sebagai perjanjian antar perusahaan 26 (34,70%), sedangkan sebagian yang lain ditunjuk langsung oleh prinsipal, Hal ini terutama terdapat pada hubungan kerjasama Prinsipal dengan Agen yang berasal dari satu grup perusahaan. Sebagian Agen/Distributor menyatakan bahwa mereka menjadi Agen/Distributor karena mengajukan penawaran pada prinsipal. Lihat Tabel 10. Sebelum penawaran ini dimulai biasanya didahului dengan permintaan oleh prinsipal dengan beberapa persyaratan tertentu, selanjutnya perusahaan Agen/Distributor mengajukan penawaran sesuai dengan syarat yang ditetapkan oleh Prinsipal.

Tabel 10.

Hubungan kerjasama antara Agen/Distributor  
dengan Prinsipal

No.	Pilihan	F	%
1.	Perjanjian antar perusahaan	26	34,70
2.	Penunjukan oleh perusahaan/prinsipal	22	29,30
3.	Penawaran Agen/Distributor pada prinsipal	27	36
	Jumlah	75	100

Kesejajaran antara perusahaan keagenan/ Distributor dengan prinsipal sebagai partner usaha belum begitu terlihat secara jelas. Hal ini nampak pada misalnya penghasilan perusahaan agen/ distributor yang ditetapkan oleh prinsipal artinya harga jual kepada pengecer atau konsumen sejak semula sudah ditetapkan oleh prinsipal. Lihat tabel 11.

Dari tabel 11 di atas dapat dilihat lebih dari 50% (39) perusahaan Agen/ distributor penghasilannya ditetapkan oleh prinsipal dan hanya 8 (10,7%) yang dapat menentukan secara konsensual untuk menetapkan harga jual kepada pengecer, konsumen atau agen / distributor lainnya.

Tabel 11

## Penetapan harga jual Agen/Distributor

No.	Pilihan	F	%
1.	Ditentukan sendiri	28	37,30
2.	Atas dasar ketentuan prinsipal	39	52
3.	Atas dasar sepakat ke- kedua pihak	8	10,7
	Jumlah	75	100

Penetapan harga jual ini sebagai bagian dari keuntungan perusahaan Agen/ Distributor .

Sementara itu, dasar hubungan dengan penunjukkan oleh prinsipal biasanya menunjukkan kedudukan yang tidak sejajar karena sejalan dengan hubungan ini setelah ditunjuk oleh prinsipal biasanya dilanjutkan dengan pernyataan sepihak yang ditandatangani oleh Agen/Distributor. Pernyataan sepihak semacam ini juga dikenal sebagai perjanjian baku yang berbagai syarat dan bentuknya sudah ditetapkan terlebih dahulu oleh salah satu pihak dan disetujui oleh pihak yang lain . Keadaan yang demikian tidak terlepas dari otoritas yang dimiliki oleh prinsipal untuk menunjuk agen/distributor sesuai dengan kepentingan perusahaannya. Pertimbangan-

pertimbangan strategi bisnis lebih menonjol dibandingkan dengan pertimbangan-pertimbangan lainnya dalam penunjukkan agen/ distributor. 2)

Pada dasarnya memang tidak ada suatu bentuk khusus atau tertentu bagi satu perjanjian keagenan atau distributor. Sepanjang tidak bertentangan dengan ketentuan yang berlaku para pihak dapat memnetukan bentuk dan isi perjanjian sendiri oleh mereka. sebagaimana diatur dalam pasal 1338 KHU Perdata :

*Persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Persetujuan-persetujuan itu tak dapat ditarik kembali selain dengan kata sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu. Persetujuan-persetujuan harus dilaksanakan dengan itikad baik.*

Persoalan yuridis yang muncul dalam hal ini apabila Agen/Distributor ditunjuk oleh prinsipal dan membuat pernyataan sepihak pada dokumen yang telah disediakan oleh prinsipal. Dengan demikian berbagai persyaratan mengenai penyelenggaraan keagenan/ distributor ditentukan oleh prinsipal. Dalam keadaan demikian, sampai seberapa jauh pernyataan sepihak tersebut dapat mengikat kedua belah pihak yaitu perusahaan agen/distributor dengan prinsipal atau

-----

2) *Mengenai hal ini Van Dunea dan Van der Burhgt mengemukakan bahwa penyusun perjanjian baku pertama-tama bertujuan (kadang kala semata-mata) untuk melayani kepentingannya. Ia merupakan suatu kekuatan ekonomi, bahkan adakalanya mempunyai kedudukan monopoli. Asser-Rutten II, algemene leer der over eenkomsten, 6e druk, Zwolle 1982 .*



sampai seberapa jauh azas kebebasan berkontrak yang berarti orang bebas untuk mengadakan perjanjian menurut pilihannya dengan isi dan syarat-syarat sesuai kehendaknya yang berlaku dalam hukum perjanjian dibatasi berlakunya dalam pembuatan pernyataan sepihak ini.

Meskipun pernyataan sepihak ini ditandatangani oleh agen/distributor saja dan semua formulir sudah disediakan prinsipal tetapi pernyataan sepihak ini haruslah dianggap sebagai konsensus antara prinsipal dengan agen/distributor, karena apabila salah satu pihak terutama dalam hal ini agen/distributor tidak menyetujui syarat-syarat yang ditetapkan prinsipal maka tidak terjadi kesepakatan mengenai isi pernyataan ini. Sejalan dengan pasal 1320 KHU Perdata yang ,mengatur mengenai syarat-syarat perjanjian maka bilamana sudah ada kesepakatan oleh kedua belah pihak perjanjian itu mengikat keduanya secara sah. Sedangkan berbagai syarat yang ditetapkan prinsipal yang tercantum dalam perjanjian baku merupakan pembatasan berlakunya azas kebebasan berkontrak..

Dengan demikian, berlakunya azas kebebasan berkontrak selain dipengaruhi oleh ketentuan-ketentuan publik -- dalam hal ini misalnya mengenai hak dan kewajiban prinsipal dan Agen yang diatur dalam suatu perjanjian juga telah ditetapkan oleh Surat Keputusan Menteri Perindustrian tentang Keagenan Tunggal -- juga dipengaruhi oleh status dalam hubungan ini adalah status ekonomi prinsipal yang lebih kuat/ tinggi dibandingkan dengan agen/distributor.

Proses selanjutnya setelah penunjukan agen/distributor oleh prinsipal dan penawaran yang dilakukan agen kemudian diikuti penetapan penunjukan Agen/Distributor oleh prinsipal adalah dilakukannya perjanjian tertulis - lihat tabel 12.

Tabel 12  
Penyelenggaraan Perjanjian Keagenan/Distributor

No.	Pilihan	F	%
1.	Tertulis/Formal	63	84
2.	Lisan	12	16
	Jumlah	75	100

Pengertian perjanjian tertulis di dalam hubungan ini tidak berarti bahwa kedua belah pihak membuat suatu kontrak yang ditandatangani oleh kedua belah pihak tetapi juga termasuk pernyataan sepihak yang biasanya ditandatangani oleh Agen/ Distributor dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh prinsipal. Demikian pula halnya dengan bentuk perjanjian secara tertulis ini sebagian besar berupa perjanjian baku yang syarat-syarat perjanjiann sudah ditetapkan terlebih dahulu pada suatu formulir yang ditandatangani oleh kedua belah pihak.

Tabel 13

## Bentuk Perjanjian Tertulis Keagenan/Distributor

No.	Pilihan	F	%
1.	Akta Notaris	30	48,60
2.	Akta dibawah tangan	33	53,40
	Jumlah	63	100

Dari 63 Responden yang melakukan perjanjian secara tertulis masih cukup banyak yang memilih untuk membuat perjanjian sebagai Akta di bawah tangan 33 (53,40%) serta sebagian yang lain memilih untuk melakukan perjanjian dengan Akta Notaris. Perjanjian Keagenan/Distributor dengan menggunakan akta notaris ini biasanya pada perusahaan agen/ distributor yang cukup besar atau perusahaan agen/ distributor yang memasarkan produk dari perusahaan perdagangan asing atau perusahaan produksi yang pendiriannya berdasarkan Undang-undang No.1 tahun 1967 tentang Penanaman Modal Asing. Perjanjian dengan Akta Notaris oleh perusahaan yang cukup besar atau perusahaan perdagangan Asing atau Perusahaan Produksi Asing karena dalam perjanjian ini berbagai hal harus diatur oleh kedua belah pihak cukup rumit dan banyak karena menyangkut pertalian hukum antara hukum Indonesia dengan hukum asing, sehingga untuk lebih menjamin kepastian hukum dipergunakan Akta Notaris.

Tabel 14  
Penetapan Syarat Perjanjian Tertulis

No.	Pilihan	F	%
1.	Kedua belah pihak	34	46,53
2.	Ditentukan sepihak oleh prinsipal	41	54,47
	Jumlah	75	100

Meskipun perjanjian keagenan/Distributor sebagian dilakukan dengan kata sepakat tetapi penentuan mengenai syarat-syarat perjanjian sebagian besar 41 (54,47%) ditetapkan secara sepihak, sedangkan sebagian yang lain ditentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak. Hal ini nampak semakin jelas kalau tabel 13 di atas dihubungkan dengan tabel 11 mengenai penetapan harga jual sebagai salah satu syarat dalam perjanjian keagenan/ distributor yang ditentukan oleh prinsipal.

Adapun syarat-syarat perjanjian secara umum yang diatur dalam Perjanjian Keagenan/Distributor yakni :

- a. Jangka waktu
- b. Kewajiban para pihak
- c. Hak para pihak.
- d. Daerah pemasaran
- e. Cara Penyelesaian sengketa.

Meskipun syarat perjanjian dapat ditetapkan oleh kedua belah pihak berdasarkan pada azas kebebasan berkontrak, namun demikian hal yang mengatur mengenai jangka waktu perjanjian keagenan telah diatur secara khusus oleh beberapa peraturan yakni :

1. Surat Keputusan Menteri Perdagangan No.77/KP/III/78 tentang Ketentuan Mengenai Kegiatan Perdagangan Terbatas Bagi Perusahaan Produksi dalam rangka Penanaman Modal Asing.

Peraturan ini, di samping mengatur adanya kewajiban bagi Perusahaan Produksi dengan PMA untuk menunjuk Perusahaan Nasional sebagai Agen/Penyialur dalam memasarkan produknya di Indonesia, juga mengatur mengenai jangka waktu perjanjian keagenan minimal 3 tahun.

2. Surat Keputusan Menteri Perindustrian No. 295/M/SK/7/1982 tentang Ketentuan\_ketentuan Keagenan Tunggal. Dalam ketentuan ini diatur pula mengenai jangka waktu perjanjian keagenan yakni minimal 3 tahun. Di samping itu ketentuan ini juga mengatur mengenai Hak dan Kewajiban Prinsipal dan Agen Tunggal serta pemutusan perjanjian keagenan tunggal.

Ketentuan ini memang terbatas berlakunya khusus untuk barang barang modal dan industri tertentu khususnya barang-barang produksi dari perusahaan asing.

Dengan demikian pembuatan perjanjian berdasar - kan azas kebebasan berkontrak tetap dibatasi oleh ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Salah satu klausula dalam perjanjian Keagenan/ Distributor yakni mengenai penyelesaian sengketa antara prinsipal dengan perusahaan keagenan/ Distributor. Sebagian besar memilih musyawarah sebagai salah satu cara penyelesaian sengketa 66 (88%) dan hanya sebagian kecil yang memilih arbitrase dan melalui Pengadilan Negeri. Dalam Surat Keputusan Menteri Perindustrian No 295/M/SK/7/1982 (Pasal32) tersebut di atas juga mengatur mengenai penyelesaian sengketa dengan prinsipal dalam perjanjian keagenan yaitu musyawarah sebagai cara penyelesaian sengketa tahap pertama, selanjutnya apabila tidak memberi hasil diselesaikan dengan arbitrase nasional yang putusannya adalah terakhir dan mengikat kedua belah pihak .

Selanjutnya dalam Perjanjian keagenan juga diatur mengenai pengakhiran dari perjanjian. Pengakhiran perjanjian dapat terjadi sewaktu-waktu yang diputuskan secara sepihak dalam hal ini dapat diputuskan oleh Prinsipal atau perusahaan Keagenan/distributor 33(44%), tetapi dapat pula pengakhiran hubungan sesuai dengan perjanjian 42 (56%). Pengakhiran ini baik yang sewaktu-waktu maupun atas dasar perjanjian dapat disebabkan beberapa hal antara lain :

1. Apabila Agen/ Distributor tidak dapat memenuhi target pemasaran yang telah ditetapkan oleh prinsipal.
2. Agen/ Distributor dinyatakan pailit.
3. Prinsipal tidak dapat memberikan pasokan secara rutin kepada agen/Distributor.

Sebagian besar agen/Distributor menyatakan tidak dapat mengalihkan sebagian atau seluruhnya hak dan kewajiban yang diperoleh dari perjanjian keagenan/distributor kepada pihak lain 60 (80%), sedangkan sebagian kecil menyatakan bahwa mereka dapat mengalihkan sebagian atau seluruhnya hak dan kewajiban dari adanya perjanjian keagenan/ distribusi kepada pihak lain 15 (20%). Kenyataan di atas menunjukkan bahwa bagaimanapun posisi ekonomi prinsipal lebih kuat dibandingkan dengan perusahaan agen/ distributor. Keadaan yang demikian akan berpengaruh terhadap *bargaining power* pada saat dilakukan negosiasi pengalihan hak dan kewajiban dari perjanjian keagenan.

Dalam hal perusahaan dapat melakukan pengalihan, maka terdapat kemungkinan posisi ekonomi yang seimbang antara prinsipal dengan perusahaan keagenan/ distributor. Dalam keadaan posisi ekonomi yang tidak seimbang maka meskipun perusahaan Agen/distributpor tidak dapat melakukan pengalihan tetapi perusahaan prinsipal dapat saja melakukan pengalihan sebagian atau seluruhnya hak dan kewajiban yang diperoleh dari perjanjian keagenan/distributor.

#### 4. Hubungan Perusahaan Agen/Distributor dengan pihak ketiga

Hubungan hukum perusahaan agen/ distributor dengan pihak ketiga merupakan salah satu cara untuk membedakan antara agen dengan distributor. Sebagaimana

telah dikemukakan secara teoritis bahwa seseorang atau badan hukum dapat disebut agen apabila dalam hal berhubungan atau melakukan tindakan hukum dengan pihak ketiga dilakukan atas nama prinsipal sedangkan disebut distributor apabila dalam hal berhubungan dengan pihak ketiga dilakukan atas namanya sendiri (Steven R Schutt Cs 1983, 146)

Kalau produk yang dipasarkan/distributor dilakukan dengan cara membeli maka kemungkinan terbesar yang muncul dalam hubungan dengan pihak ketiga agen/distributor menutup perjanjiannya untuk dan atas namanya sendiri karena hak milik atas barang sudah beralih dari prinsipal kepada perusahaan distributor/agen. Sementara itu bilamana barang tersebut diperoleh dengan cara diberi kuasa untuk menjual oleh prinsipal maka dapat dipastikan bahwa agen/ distributor tersebut dalam hal berhubungan dengan pihak ketiga dilakukan untuk dan atas nama prinsipal.

Dari hasil penelitian terhadap para agen dan distributor dapat diketahui bahwa 45 (60%) dalam memperoleh barang dari prinsipal dilakukan dengan cara pembelian, sedangkan 30 (40%) diperoleh karena mendapat kuasa untuk menjual dari prinsipal. Lihat tabel 15.



Tabel 15

## Perolehan Produk Yang Akan Dipasarkan

No.	Pilihan	F	%
1.	Membeli	45	60,18
2.	Mendapat kuasa untuk menjual	30	40,17
	Jumlah	75	100

Secara teoritis, seseorang disebut agen apabila dalam hal berhubungan dengan pihak ketiga dilakukan untuk dan atas nama prinsipal, sedangkan seseorang/badan hukum disebut distributor apabila dalam berhubungan dengan pihak ketiga dilakukan untuk dan atas namanya sendiri. Namun demikian dalam kenyataan batasan tersebut menjadi rancu, hal ini terlihat jelas pada tabel 15 bilamana dihubungkan dengan tabel 1 tentang Klasifikasi Pemberian Ijin.

Pada tabel 1 terlihat 35 (46,70%) perusahaan mengajukan ijin sebagai distributor, dengan perkataan lain perusahaan ini menutup perjanjian dengan pihak ketiga atau melakukan hubungan hukum dengan pihak ketiga dilakukan untuk dan atas namanya sendiri. Sedangkan 24(32%) mengajukan ijin sebagai perusahaan agen, sementara pada tabel 15 terlihat 45 (60%) memperoleh barang dari prinsipal dengan cara membeli atau dengan perkataan lain mereka dalam hal berhubungan dengan pihak ketiga untuk dan atas namanya sendiri

mengingat hak milik atas barang tersebut telah beralih dari prinsipal sebagai penjual kepada agen/distributor sebagai pembeli.

Dengan demikian dalam hal berhubungan dengan pihak ketiga dimungkinkan pula bagi agen menutup perjanjian untuk dan atas namanya sendiri sehingga dalam praktek tidak ada perbedaan yang jelas antara agen dengan distributor. 3)

Tabel 2  
Tanggung Jawab Terhadap Cacat Produk

No.	Pilihan	F	%
1.	Tanggung jawab penuh	31	41,4
2.	Sama sekali tidak bertanggung jawab	26	34,6
3.	Bertanggung jawab sebagian	8	10,6
4.	Tanggung jawab dilimpahkan kepada prinsipal	10	13,4
	Jumlah	75	100

Sebagian besar agen/distributor memikul tanggung jawab yang cukup besar terhadap pihak ketiga khususnya dalam hal adanya cacat produk. 31 (41,40%) distributor/agen menyatakan bertanggung jawab penuh atas terjadinya cacat produk sedangkan hanya 26 (34,60%) yang menyatakan sama sekali tidak bertanggung

3) Bandingkan dengan batasan makelar dan komisioner menurut KUHD Indonesia. Makelar dalam berhubungan dengan pihak ketiga bertindak untuk dan atas nama prinsipal. Lihat pasal 62 s/d 73 KUHD. Komisioner dalam berhubungan dengan pihak ketiga bertindak untuk dan atas namanya sendiri. Lihat pasal 76 s/d 85 KUHD KHUD. Dengan demikian maka pada agen/distributor ciri sebagai seorang komisioner lebih menonjol bila dibandingkan dengan makelar.

jawab atas terjadinya cacat produk. Tetapi dari hasil penelitian masih dapat dilihat bahwa bagaimanapun juga setidaknya-tidaknya prinsipal masih juga ikut bertanggung jawab atas terjadinya cacat produk 10 (13,40%). Hal ini juga sejalan dengan pernyataan yang dikemukakan prinsipal bahwa sebagian besar dari mereka bertanggung jawab atas cacat produk yang dihasilkan 18 (75%), dan hanya sebagian kecil dari prinsipal yang menyatakan mereka tidak bertanggung jawab atas cacat produk. Prinsipal juga menyatakan tanggungjawabnya terhadap kualitas barang yang dipasarkan oleh agen/distributor sehingga pada waktu agen/distributor mengadakan perjanjian dengan pihak ketiga sebagian kecil 8 (%) menyatakan ikut bertanggung jawab, sedangkan 16 (%) menyatakan tidak bertanggung jawab atas perjanjian yang dilakukan oleh agen/distributor. Meskipun prinsipal ikut bertanggung jawab atas perjanjian yang diadakan oleh agen/distributor dengan pihak ketiga tetapi tanggung jawab ini sangat terbatas khususnya yang menyangkut kualitas barang. Sedangkan pada prinsipal yang produknya berupa jasa pengangkutan maka mereka menyatakan bertanggung jawab penuh atas perjanjian yang dilakukan oleh agen, karena mereka berpendapat bahwa bagaimanapun agen melakukan perjanjian dengan pihak ketiga untuk dan atas nama prinsipal, sehingga sejauh agen tidak menyimpang dari perjanjian keagenan yang telah disetujui oleh

prinsipal dan agen, maka dalam hal berhubungan dengan pihak ketiga prinsipal ikut bertanggung jawab . Hal ini juga terlihat pada pembuatan perjanjian baku yang disusun oleh prinsipal dan agen hanya menyerahkan perjanjian baku tersebut kepada pihak ketiga.

Apabila agen/ distributor bertanggung jawab terhadap pihak ketiga atas cacat produk, maka berarti terbuka kemungkinan bagi agen/ distributor untuk dituntut oleh pihak ketiga. Sebagaimana dinyatakan oleh agen/distributor bahwa sebagian besar dari mereka dapat dituntut oleh pihak ketiga 60 (80%), sedangkan sebagian yang lain menyatakan pihak ketiga tidak dapat menuntut kepada agen/distributor atas terjadinya cacat produk.

Pelayanan purna jual dan tanggungan/ garansi terhadap barang yang telah dibeli konsumen/pemakai merupakan salah satu bentuk tanggung jawab prinsipal. Namun demikian pelaksanaan tanggungjawab prinsipal yang berupa pelayanan purna jual ini sebagian dilakukan oleh agen/ distributor. Dalam memberikan pelayanan purna jual ini agen/distributor biasanya memiliki atau menyediakan tenaga ahli bahkan hal ini merupakan salah satu syarat yang diajukan oleh prinsipal dalam hal adanya penunjukkan atau penawaran dari agen/prinsipal 24 (32%). Lihat tabel 16 . Tanggung jawab prinsipal di samping memberikan pelayanan purna jual sekaligus bersama sama tanggungan/garansi terhadap produk sehingga apabila produk tersebut rusak sebelum

Tabel 16

## Tanggung Jawab Prinsipal Terhadap Produk

No.	Pilihan	F	%
1.	Pelayanan purna jual/ service barang	24	32
2.	Dengan garansi/Tang- gungan	30	40
3.	No. 1 dan 2	21	28
	Jumlah	75	100

masa tanggungan bukan karena kesalahan pembeli, prinsipal masih melakukan perbaikan ataupun kalau perlu pengembalian barang--terdapat pada produk elektronik komputer--untuk ditukar dengan yang baru. Di samping itu prinsipal juga tanggung jawab prinsipal terhadap produk juga dapat berupa tanggungan/garansi saja, sehingga apabila terjadi kerusakan barang atau cacat pada barang selama dalam masa tanggungan menjadi tanggung jawab penuh dari prinsipal.

BAB V  
KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis atas hasil penelitian, maka dalam penelitian tentang Aspek-aspek Hukum Perjanjian Keagenan dan Distribusi dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Ketentuan-ketentuan mengenai keagenan dan distribusi di atas secara sektoral sehingga tiap-tiap sektor kegiatan ekonomi mempunyai ketentuan tersendiri tentang keagenan dan distribusi.
2. Meskipun sudah banyak diterbitkan sebagai peraturan tentang keagenan dan distribusi tetapi belum ada ketentuan yang mengatur secara khusus tentang keagenan dan distribusi yang dapat digunakan atau diterapkan untuk kegiatan distribusi barang yang belum diatur secara sektoral.
3. Berbagai peraturan perundangan yang ada tentang keagenan dan distribusi tidak membedakan secara jelas mengenai kedudukan agen dengan distributor dan pada umumnya agen dan distributor diatur dalam satu ketentuan. Disamping itu belum dijumpai satu ketentuan yang secara khusus mengatur mengenai distributor.
4. Secara teoritis perbedaan antara agen dengan distributor terletak pada hubungan hukum dengan

pihak ketiga. Agen dalam berhubungan dengan pihak ketiga dilakukan untuk dan atas nama prinsipal sedangkan distributor dalam berhubungan dengan pihak ketiga bertindak untuk dan atas namanya sendiri. Secara praktis antara agen dengan distributor sulit untuk dibedakan karena dalam penelitian ini dijumpai agen yang berhubungan dengan pihak ketiga bertindak untuk dan atas namanya sendiri.

5. Perjanjian keagenan/distribusi terjadi secara konsensual, kemudian dilanjutkan dengan pernyataan sepihak atau perjanjian tertulis berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.
6. Dalam perjanjian keagenan/distributor muncul kecenderungan, pihak prinsipal lebih dapat menentukan kehendaknya dibandingkan agen/distributor, sehingga syarat-syarat perjanjian keagenan/distribusi lebih ditentukan oleh prinsipal. Hal ini tidak terlepas dari posisi ekonomi prinsipal yang lebih kuat dibandingkan posisi ekonomi agen /distributor.
7. Dalam hal berhubungan dengan pihak ketiga agen/distributor lebih menonjolkan cirinya sebagai komisioner dibandingkan dengan makelar.

## 2. Saran

1. Perlu disusun satu peraturan yang mengatur tentang keagenan yang dapat diterapkan pada semua sektor kegiatan ekonomi. Begitu pula untuk kegiatan distributor perlu peraturan yang serupa dan dapat

dibedakan secara jelas kedudukan agen dan distributor.

2. Penyederhanaan perijinan keagenan/distributor kiranya akan sangat membantu untuk menekan "*high cost economi*" pada kegiatan perusahaan agen/distributor.



## DAFTAR PUSTAKA

1. Steven R. Schuff Jan M. Van der Beek, Datch Business Law. Legal, Accomiting and Tax Aspects of Business in the Netherlands, Kluwer Law and Taxtation Prolishers Deventer - The Netherlands, 1983.
2. Smith K, Keenan DJ, Mercantile Law, The Pitman Press, Bath.1977.
3. Van Dune & Van der Burght, Algemene leer der over een Komdten, Asser Rutten II, Georulle, Zwolle 1982.
4. Gordon J. Borrie, LL.M, Commercial Law, Fifth Edition Butterwarths, 1980.
5. Thomas I Harron, Business Law.
6. Achmad Ichsan, Dunia Usaha Indonesia, PT. Pradnya Paramita, Jakarta, 1988.
7. Henry Campbell Black, Black's Law Dictionary, St. Paul Minn, West Publishing Co, 1979.
8. Donald J Bowersox Cs, Jalur-jalur Pemasaran, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 1992

-----