Pabrik baru untuk melayani kebutuhan mesin Datsun dan Nissan dalam negeri.

R. I. Hana Maharani, Head of Communications PT Nissan Motor

Aturan Baru Produk AC

Sejak 1 Agustus, produk AC wajib memiliki tanda Standar Kinerja Energi Minimum (SKEM)

Yusuf Imam, Pamela Sarnia., Syifa Fauziah

JAKARTA. Industri pendingin udara alias *air conditioner* (AC) kini harus menghadapi standar aturan baru, standar hemat energi. Aturan yang tertuang dalam Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) No 7/2015 tersebut mulai berlaku mulai 1 Agustus 2016 lalu.

Dalam beleid tersebut, Kementerian ESDM memberlakukan standardisasi hemat energi pada AC. Nah, lebih detail, beleid tersebut mewajibkan Standar Kinerja Energi Minimum (SKEM) dengan peringkat bintang satu sampai bintang lima. Semakin banyak bintang, semakin irit tingkat pemakaian energinya.

Produsen AC domestik menyatakan mendukung beleid baru dari Kemen ESDM itu. Seperti PT Sharp Electronics Indonesia yang mengklaim memberlakukan label SKEM bintang satu sampai bintang empat untuk setiap produk AC yang diproduksinya. "Sekitar 95%–97% produk AC Sharp sudah bintang empat," kata Yudha Eka Putra, *Air Conditioner Product Strategy Department* PT Sharp Electronics Indonesia kepada KONTAN, Kamis (8/9).

Yudha menyebut, aturan ini membuka kesempatan mereka menggenjot penjualan. Sebab, standar SKEM membuat produk AC lokal bisa bersaing secara *fair* dengan AC impor. Maklum, aturan anyar ini juga berlaku bagi AC impor. "Importir yang dapat izin SKEM wajib melaporkan jumlah, jenis, tipe, dan kapasitas pendinginan piranti pengkondisi udara yang diimpor setiap tahun," jelas Pasal 9 ayat 2 Permen No 7/2015 tersebut.

Sementara itu, Shasa Eva Marisah, *Marketing and Public Relations* Polytron Indonesia menilai, aturan tersebut belum banyak dipahami konsumen, karena kurangnya sosialisasi. "Konsumen banyak yang belum paham sistem bintang itu," kata Shasa.

Ia mengklaim, produk AC Polytron telah memenuhi standar SKEM bintang empat. "Belum ada rencana ke bintang lima karena masih penelitian," kata Shasa.

Tak hanya Polytron, LG juga belum berencana memproduksi AC bintang lima. "Saat ini AC kami bintang empat, dan beberapa model bintang tiga yang proses *upgrade* ke bintang empat," kata Arief Sasongko, *Head of Residential Air Conditioner* PT LG Electronics Indonesia yang juga mendukung program pemerintah tersebut.

Aturan Pelabelan Tanda Hemat Energi Bagi Produk AC

- Produk AC wajib memiliki tanda SKEM (Standar Kinerja Energi Minimum) yang memuat informasi peringkat kehematannya (diatur dalam jumlah bintang).
- Pelaksanaan aturan ini (SKEM) bertujuan untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang produk yang sudah hemat energi.
- Perusahaan yang menggunakan tanda SKEM pada produk AC wajib memiliki sertifikat hemat energi, NPWP, Sertifikat SNI, manajemen mutu ISO 9001:2008
- Sanksi jika ada pelangganan berupa; peringatan tertulis, penarikan produk, reekspor bagi importir.

Sumber: Permen ESDM No 7 Tahun 2015

Berdampak ke harga

Namun, menurut Ronny, Product Manager *Air Conditioner* PT Panasonic Gobel Indonesia, aturan baru tersebut jelas menambah biaya produksi untuk mendapatkan label bintang. Pun demikian ia menyebut nilainya tidak signifikan. Hanya saja , Panasonic memilih menaikkan harga jual. "Kenaikan harga cuma sekitar 3%," kata Ronny.

Untuk diketahui, Panasonic memiliki 25 model AC yang telah memiliki label SKEM bintang satu sampai bintang empat. Ronny bilang, standar SKEM ini akan meningkatkan mutu AC dari Indonesia. ■

Proyek PLTU Kendari

ANTARA/HO/Emmy

Project Manager PT. DSSP Power Kendari Awaludin Latif (kiri), bersama Wakil Gubernur Sulawesi Tenggara Saleh Lasata, Kasubdit Kelaikan Instalasi Ketenagalistrikan ESDM Agus Bahagianto, *President Director* PT Dian Swastatika Sentosa Tbk. Krisnan Cahya, DSSP Power Sanjay Jalali dan Kepala Satuan *Independent Power Producer* (IPP) PLN Hernadi Buhron meresmikan peletakan batu pertama pembangunan fisik IPP PLTU Kendari berkapasitas 2 X 50 megawatt di Tanjung Tiram, Konawe Selatan, Sulawesi Tenggara, Kamis (8/9). Pembangunan IPP PLTU Kendari 3 tersebut menggunakan dana US$ 200 juta yang sebagian besar mendapatkan pembiayaan dari China Development Bank Coorporation.

■ OTOMOTIF

Nissan Mulai Bangun Pabrik Mesin Anyar

KONTAN/Hendra Suhara

Pabrik baru ditargetkan rampung September 2017.

JAKARTA. Penjualan mobil dalam negeri masih terbilang stagnan, tapi itu tak menghentikan ekspansi perusahaan otomotif. Yang terbaru, PT Nissan Motor Indonesia (NMI) mulai pembangunan pabrik barunya di Purwakarta Jawa Barat, mulai Kamis (9/8).

R. I. Hana Maharani, *Head of Communications* PT Nissan Motor Indonesia (NMI) menyebutkan, pabrik baru tersebut berada areal pabrik yang pertama, dengan investasi ¥ 3,4 miliar. Pabrik tersebut khusus memproduksi mesin dan transmisi. "Pabrik melayani kebutuhan mesin Datsun dan Nissan dalam negeri," terang Hana kepada KONTAN, Kamis (9/8).

Pabrik yang ditargetkan rampung September 2017 tersebut menempati luas lahan 3.000 meter persegi (m^2). Keberadaan pabrik tersebut diharapkan bisa meningkatkan efisiensi dan memotong waktu produksi.

Dalam cetak biru, pabrik baru tersebut dipersiapkan dengan kapasitas produksi mesin 96.000 unit per tahun. "Investasi ini menjadi bagian penting dari strategi pertumbuhan perusahaan kami," tambah Antonio Zara, Presiden Direktur NMI dalam pernyataan tertulisnya yang diterima KONTAN, Kamis (9/8).

Menurut Antonio, sejak menanamkan investasi di Indonesia tahun 2001 lalu, Nissan konsisten dalam melangkah. "Pabrik baru tersebut menjadi langkah konkret kami untuk menegaskan komitmen jangka panjang kami di Indonesia," jelas Antonio.

Nissan bikin pabrik mesin dan transmisi berkapasitas 96.000 unit/tahun

Fumitoshi Yoshikawa, Wakil Presiden Direktur NMI menambahkan, pabrik yang dibangun di Purwakarta tersebut akan memproduksi mesin mobil yang sesuai dengan standar sistem produksi Nissan di Jepang. "Kami yakin pabrik tersebut akan memproduksi *engine* dan transmisi berkualitas tinggi, sehingga kami dapat memberikan produk kendaraan terbaik bagi konsumen di Indonesia," jelas Fumitoshi.

Asnil Bambani Amri

Penjualan Mobil PT Nissan Motor Indonesia

Merek Nissan	Jumlah	Pangsa Pasar
Januari - Juli 2015	17.007	1,69%
Januari - Juli 2016	8.796	1,48%
Merek Datsun	**Jumlah**	**Pangsa Pasar**
Januari - Juli 2015	15.868	2,73%
Januari - Juli 2016	20.981	3,53%

Sumber: Gaikindo

Siasat Bisnis

Belajar dari Skandal Emisi Volkswagen

Skandal emisi Volkswagen terbuka pada September 2015 ketika mereka mengakui kecurangan dalam tes emisi di Amerika Serikat (AS). Sekitar 600.000 unit di AS dan 11 juta unit mobil berbahan bakar disel di seluruh dunia yang terkena selama kecurangan itu terjadi enam tahun.

Kasus ini bukan sekadar recall *karena cacat komponen. Bahkan* Chief Executive Officer *(CEO) Volkswagen saat itu Martin Winterkorn telah mengundurkan diri. Para pakar otomotif menyebut skandal ini sebagai kegagalan sistemik yang disengaja.*

Demikian heboh skandal ini hingga aktor dan aktivis lingkungan hidup Leonardo DiCaprio hendak membuatkan film tentang hal ini.

Departemen Perlindungan Lingkungan Hidup AS (Environmental Protection Agency) dan California Air Resources Board menyatakan Volkswagen menggunakan software yang dirancang untuk mengelabui hasil tes emisi di AS selama hampir satu dekade. VW juga mengakui bahwa mereka melakukan hal yang sama untuk 11 juta unit mobil di seluruh dunia.

Kerugian VW sebagai produsen mobil terbesar kedua di dunia ini jika dihitung dari turunnya nilai saham mencapai US$ 29 miliar. Kepercayaan konsumen AS diduga merosot tajam. Bahkan Departemen Perlindungan Lingkungan Hidup AS (Environmental Protection Agency) menyatakan VW bisa dikenakan penalti US$ 18 miliar.

Sedangkan US Department of Justice akan menggugat perdata hingga US$ 90 miliar dengan perincian penalti US$ 37.500 per unit. Diperkirakan para pengguna yang terkena akan juga melakukan class action lawsuit, *sehingga jumlah kerugian VW semakin membengkak.*

VW pun telah mempersiapkan provisi US$ 7,3 miliar untuk mengatasi masalah ini. Bagi setiap unit mobil yang terkena problem ini, akan disediakan US$ 1.000 dengan perincian US$ 500 untuk perbaikan dan US$ 500 untuk produk VW lainnya. Angka ini jelas tidak mencukupi, tapi merupakan langkah awal yang menunjukkan itikad baik (good faith) VW.

Selain itu, mereka juga sedang mempertimbangkan untuk "buyback" *alias "membeli kembali" unit-unit yang telah terjual. Meskipun, sampai saat ini, belum ada realisasi pasti.*

Jennie M. Xue,
Kolumnis internasional serial entrepreneur dan pengajar, bisnis, berbasis di California, aktif di blog JennieXue.com

Yang jadi pertanyaan adalah, bagaimana VW bisa melakukan kecurangan itu selama hampir satu dekade? Jawaban singkat teknisnya: Software khusus yang dirancang untuk mendeteksi bahwa unit mobil sedang dites pengeluaran emisinya akan menyala secara otomatis.

Software ini juga pada saat yang sama menyalakan komponen khusus yang menurunkan emisi. Namun komponen tersebut tidak bekerja ketika unit mobil sedang berjalan di jalan raya, sehingga emisi yang dihasilkan melebihi standar.

Mengapa demikian? Tujuannya mungkin meningkatkan akselerasi, daya tarik, dan hemat bahan bakar.

Sampai sekarang, belum jelas komponen sistem bagian mana yang telah dimodifikasi. Para pakar berpendapat bahwa emisi berlebihan yang dihasilkan dari kecurangan ini dapat mengakibatkan masalah pernapasan, seperti emfisema, bronkitis dan sebagainya.

*Lalu, tes yang mana yang berhasil mengungkap adanya kecurangan tersebut? Tes di jalan (*on-road testing*) di bulan Mei 2014 yang dijalankan di West Virginia University menarik perhatian California Air Resources Board. Dua model VW dengan spesifikasi mesin disel 4 silinder dengan turbocharge 2 liter menghasilkan nitrogen oksida 40 kali lipat batas legal.*

Yang menarik, dari kasus skandal emisi VW ini, ternyata ini bukan yang kali pertama di Amerika Serikat. Di tahun 1970an, Amerika Serikat, VW termasuk salah satu dari beberapa produsen mobil yang nakal dan tertangkap kecurangannya.

Di tahun 1973, VW terkena dipenalti US$ 120.000 karena menginstalasi alat tertentu yang mematikan sistem kontrol polusi. Dan ternyata, beberapa dekade kemudian, VW kembali "berbuat nakal" dan mengelabui konsumen melalui tes emisi ini.

*Mengingat VW juga merupakan produsen Audi dan Porsche, bisa saja skandal ini juga menurunkan omzet penjualan mereka. Bahkan, apabila "*spillover effect*" semakin melebar, image buruk terhadap* German engineering *bisa semakin dalam. Efeknya bisa menyebar ke seluruh industri permobilan asal Jerman.*

Selama ini, masyarakat mengesankan VW adalah kendaraan praktis, ekonomis, dan bertanggung jawab. Branding yang mereka lakukan cukup berhasil, namun sayangnya tidak disertai dengan etika bisnis terbaik.

Pelajaran berharga bagi semua bisnis. Perbaiki setiap masalah yang timbul secepat mungkin. Semakin lama ditunggu, semakin tinggi biaya perbaikan.

Jangan cari-cari masalah dengan mengelabui konsumen karena akhirnya akan ketahuan juga. Ingat, kepercayaan konsumen sangat menentukan keberhasilan setiap bisnis.

Produk apapun yang dijual dengan kepercayaan konsumen, niscaya sukses di pasar. ■

■ PENJUALAN SEPEDA MOTOR

Yamaha Susun Siasat agar Pasar Tak Susut

JAKARTA. Meski Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) memangkas target penjualan sepeda motor tahun ini, tak membuat produsen sepeda motor Yamaha ikut memangkas target penjualannya. Perusahaan sepeda motor asal Jepang itu masih berupaya membuat terobosan agar penjualan naik di empat bulan tersisa tahun ini.

Mohammad Masykur, Asisten GM Pemasaran PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM) bilang, salah satu terobosan yang dilakukan adalah, membuat kompetisi dengan iming-iming hadiah menonton langsung balapan Moto GP di Sepang. "Dulu kami bisa promosi dengan mengandalkan diskon, sekarang tak bisa lagi," kata Masykur di Jakarta, Kamis (9/8).

Kesulitan memberikan diskon terkait dengan penurunan rencana uang muka kendaraan bermotor menjadi 5%. Dengan uang muka kecil, Masykur bilang, pihak diler akan kesulitan dalam memberikan diskon. "Untuk menyiasatinya, kami kini buka akses penjualan melalui minimarket," jelas Masykur.

Hingga saat ini, Yamaha mengklaim telah bekerjasama dengan jaringan minimarket Alfamart dan juga Indomaret. Dalam kerjasama tersebut, transaksi atau cicilan sepeda motor bisa dilakukan di minimarket tersebut.

Adapun strategi ketiga yang akan dilakukan Yamaha adalah, menggenjot penjualan saat pameran Indonesia Motorcycle Show (IMOS) 2016 yang akan berlangsung November 2016. "Kami berharap ada kenaikan penjualan dari ajang itu," jelas Masykur.

Tahun ini, Masykur menargetkan penjualan Yamaha bisa menembus angka penjualan 2 juta unit. Sampai dengan Juli 2016, Yamaha baru merealisasikan sebanyak 810.317 unit. Adapun AISI telah memangkas target penjualan sepeda motor tahun ini dari 6,5 juta menjadi 6,3 juta.

Sementara itu, Gunadi Sindhuwinata Ketua AISI menilai, penurunan penjualan sepeda motor tahun ini tak terelakkan karena kondisi ekonomi dan pelemahan daya beli. Gunadi juga menyoroti sikap Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang membuat kondisi industri sepeda motor makin tak kondusif karena tuduhan kartel. "Kondisi pasar makin berat," kata Gunadi

Pamela Sarnia

Penurunan Penjualan Sepeda Motor Nasional

Merek	Jan-Juli 2016	Jan-Juli 2015	Perubahan
Honda	2.362.047	2.417.353	-2,2
Yamaha	810.317	1.109.514	-26,9
Suzuki	34.915	83.138	-58
Kawasaki	59.635	75.938	-21,5
TVS	1.127	9.939	-88,76
Jumlah	**3.268.041**	**3.695.882**	**-11,6**

Sumber: AISI

DILBERT