

**MONEY GAME VS MULTI LEVEL MARKETING DI KOTA BATAM**

**Savatri Indraswati\***  
**Kantor Hukum Radius and Partner**

**Abstract**

*Multi Level Marketing (MLM) is basically a very good legal business practice that may lead people who run it earnestly into success. MLM has provides employment and income for the communities. MLM practice can be considered valid and legal if it meets the requirements set by the Government in Law No. 7 of 2014 on Trade, Regulation No.32/M-DAG/PER/8/2008, Regulation No. 47/M-DAG/PER/9/2009, and Regulation No. 55/M-DAG/PER/10/2009. The purpose of this research is to find a legal basis for both local and Multi National Company (MNC) that practice MLM, and how a company can meet the operational requirements to practice MLM as well as the responsibilities to which the products has been market on using MLM. Data in this research is collected during interviews and field observations with samples of Top Leaders from both local and MNC that practice MLM in Batam. The results of this research is Company which runs MLM are declared valid and legal if they have met some of the requirements as stated in Law No. 7 of 2014 on Trade, and Regulation of the Minister of Trade of the Republic of Indonesia No. 32/M-DAG/PER/8/2008 on the Implementation of Business Activities Trading With Direct Sales system. Furthermore, the legal basis for the protection of local and MNC that practise MLM in Batam have been pretty good, but the implementation is yet to be filled.*

**Keywords: Money Game, Multi Level Marketing (MLM), Kota Batam**

**Abstrak**

Pemasaran berjenjang (MLM) pada dasarnya adalah usaha legal yang baik, tidak sedikit orang yang sukses menjalankan bisnis *network marketing* ini. Bahkan bisnis ini menyediakan lapangan pekerjaan dan pendapatan bagi masyarakat. Perusahaan Pemasaran berjenjang (MLM) dinyatakan sah dan legal apabila memenuhi persyaratan yang ditetapkan Pemerintah dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Permendag RI Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008, Permendag RI Nomor 47/M-DAG/PER/9/2009, Permendag RI Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008 dan Permendag RI Nomor 55/M-DAG/PER/10/2009. Tujuan penelitian adalah menemukan landasan hukum bagi perusahaan yang bergerak dalam Pemasaran berjenjang baik lokal dan asing di Kota Batam, mengenai sebuah perusahaan dapat memenuhi syarat operasional untuk menjalankan sistem Pemasaran berjenjang serta mengenai tanggung jawab pelaku usaha terhadap Produk yang di jual dengan system Pemasaran berjenjang. Pengumpulan data dilakukan secara wawancara dan observasi lapangan dengan

---

\* Alamat korespondensi : sava.wu@yahoo.com.sg

sampel para Pimpinan Perusahaan Pemasaran berjenjang lokal dan asing di Kota Batam. Berdasarkan hasil penelitian Perusahaan Pemasaran berjenjang (MLM) dinyatakan sah dan legal apabila memiliki beberapa persyaratan yang diwajibkan dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 32/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung. Selanjutnya Landasan hukum mengenai perlindungan Pemasaran berjenjang (MLM) lokal dan asing di Kota Batam telah cukup baik, namun pelaksanaannya belum berjalan secara penuh.

**Kata Kunci : Money Game, Pemasaran Berjenjang (Multi Level Marketing), Kota Batam**

#### A. Latar Belakang Masalah

Orientasi pemasaran global pada dasarnya dapat merubah berbagai konsep, cara pandang, dan cara pendekatan mengenai banyak hal, termasuk salah satunya dalam strategi pemasaran, dimana kegiatan pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan yang paling penting. Pemasaran dapat dipandang sebagai tugas untuk menciptakan, memperkenalkan, dan menyerahkan suatu produk kepada pelanggan. Pemasaran sering juga disebut sebagai seni menjual produk atau *the art of selling products*.

Salah satu bentuk perkembangan di bidang bisnis yang berkembang dalam tahun-tahun belakangan adalah pemasaran secara langsung oleh pihak-pihak yang menjadi anggota (*member*) dalam jalur pemasaran tersebut.<sup>1</sup> Pemasaran melalui cara ini sering disebut dengan Pemasaran Berjenjang/*Multi Level Marketing* (MLM). Mekanisme bisnis atau pemasaran seperti ini sebenarnya adalah proses yang wajar dan sudah berkembang di banyak negara di dunia sepanjang bisnis ini memasarkan sebuah produk, khususnya barang yang jelas, sehingga hubungan hukum yang terjadi jelas dalam bentuk perjanjian jual beli antara pembeli dan penjual.

Dalam proses perkembangannya, maka kegiatan bisnis dari pemasaran berjenjang (MLM) di Indonesia tidak berjalan dengan mulus dan lancar saja. Hal ini dikarenakan bisnis MLM banyak disalah gunakan oleh para pihak-pihak atau orang-orang yang tidak bertanggungjawab untuk meraup keuntungan yang

---

<sup>1</sup>. Multi vLevelMarketing (*direct selling*) atau *penjualan langsung*. merupakan sistem penjualan dari sebuah perusahaan yang dilakukan tanpa banyak perantara. Misal, sebuah produk yang dihasilkan dari Perusahaan A langsung dikirim ke distributor langsung, kemudian langsung ke tangan konsumen. Lihat <http://aipunyasendiri.blogspot.com/2012/02/sejarah-asal-mula-bisnis-jaringan-mlm.html>

sebesar-besarnya dari masyarakat konsumen, sehingga mengakibatkan kerugian bagi para konsumen.<sup>2</sup>

Kewenangan legalitas perdagangan berbasis MLM di Indonesia berada di Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (Kemendag RI). Lahirnya Undang-Undang No 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan menjadikan dasar legalitas baru bagi setiap perusahaan berbasis pemasaran berjenjang (MLM). Dalam pasal 7 sampai pasal 10 Undang-undang Perdagangan ditegaskan tentang skema penjualan distribusi apa yang diperbolehkan dan diakui, siapa saja yang termasuk penjual resmi dan larangan tegas yang disertai sanksi akibat penggunaan praktik skema piramida dalam kegiatan perdagangan.<sup>3</sup>

Belakangan ini di kota Batam dari berita media surat kabar lokal, memuat berita tentang adanya jenis usaha yang mengatas namakan pemasaran berjenjang (MLM) dengan banyak penawaran yang diberikan, banyak janji mendapatkan komisi, mendapatkan keuntungan besar, cepat mendapatkan uang, mudah dijalankan dan akhirnya para member atau konsultan tertipu dengan rayuan usaha yang memang tidak memenuhi syarat kategori sistem pemasaran berjenjang (MLM) sehingga masyarakat dirugikan dan yang pasti merusak nama *Multi Level marketing*. Seakan-akan hukum di negara ini hanya sebatas tulisan saja, oleh karena belum adanya kesadaran dari pendiri usaha yang tidak memperhatikan aturan Undang-undang atau hukum di Indonesia.

## B. Perumusan Masalah

- a. Apakah esensi pemasaran berjenjang (MLM), identik atau selaras dengan perjudian.?
- b. Apakah landasan hukum yang ada telah memenuhi dan melindungi pemasaran berjenjang (MLM) baik asing dan lokal di Kota Batam?
- c. Bagaimana perlindungan hukum terhadap anggota pemasaran berjenjang (MLM) asing dan lokal yang ada di Kota Batam?

## C. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian yuridis empiris atau biasa disebut hukum sosiologi karena data yang akan diambil dan diteliti oleh peneliti terutama adalah data yang diperoleh secara langsung dari lapangan yang merupakan data primer.

Penelitian hukum sosiologis juga berarti penelitian yang dilaksanakan dengan melakukan analisis terhadap persoalan yang muncul atau fakta materil. "Fakta tersebut dapat berupa orang, tempat, waktu dan lain sebagainya. Oleh

---

<sup>2</sup>. N. H. T. Siahaan, *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, (Jakarta: Panta Rei, 2005), hal. 15.

<sup>3</sup>. Indonesia, Undang Undang *Perdagangan* UU Nomor. 7 Tahun 2014

sebab itu, penelitian dimulai dengan melihat dan membahas kenyataan di lapangan.”<sup>4</sup>

Untuk menjawab permasalahan penelitian ini, peneliti melakukan beberapa tahap penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian lapangan tentang esensi pemasaran berjenjang (*Multi Level Marketing*) identik atau selaras dengan perjudian.
2. Penelitian tentang landasan hukum yang ada telah memenuhi dan melindungi pemasaran berjenjang (*Multi Level Marketing*) baik asing dan lokal (Nasional) di Kota Batam
3. Penelitian tentang bentuk perlindungan hukum terhadap anggota pemasaran berjenjang (*Multi Level Marketing*) asing dan lokal (Nasional) yang ada di Kota Batam

Sehubungan penelitian ini adalah penelitian hukum sosiologis, maka data yang digunakan adalah data primer dan sekunder.

Data primer adalah data yang diperoleh dengan cara mengajukan pertanyaan atau *interview* pada subjek penelitian untuk memperoleh data-data dan observasi secara langsung ataupun tidak langsung. Yang dalam hal ini diperoleh dengan wawancara dan pengajuan angket terhadap informan atau lembaga-lembaga yang terlibat langsung dan mengetahui sehubungan dengan judul penelitian. Adapun sumber data primer adalah sebagai berikut :

- a. Pihak Direktorat Reskrim Khusus Kepolisian Daerah (Polda) Provinsi Kepulauan Riau.
- b. Kepala Badan Perindustrian dan Perdagangan (Deprindag) Pemerintah Kota Batam
- c. Pimpinan perusahaan pemasaran berjenjang (MLM) - pemasaran berjenjang (MLM) asing dan lokal di Kota Batam menjadi informan penelitian. Yang menjadi sumber obyek penelitian dalam penulisan penelitian dan dianggap dapat mewakili perusahaan MLM asing dan lokal di Kota Batam, seperti
  1. Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Enagic Indonesia
  2. Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Riway International
  3. Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame)
  4. Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Luxor Indonesia
  5. Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Asia Herbal Biotech (AHB)
  6. Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Singa Langit (Tians Syariah)
  7. Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Amindoway Jaya (Amway)

<sup>4</sup>. Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Op-Cit*, hal. 13-14.

8. Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Tupperware
9. Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Yijia International (Maione)
10. Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Revell Indonesia
11. Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Bangkit Sehat Sejahtera
12. Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Multi Sukses International
13. Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Daya Dinamik Nusantara
14. Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Harmoni Dinamik Indonesia
15. 15 Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Momen Global International
16. Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Milioner Group Indonesia
17. Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Central Asia Raya
18. Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Citra Nusa Insan Cemerlang
19. Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Sentral Sehat Sejahtera (3S)
20. Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Arminareka Perdana

Nantinya dalam pengambilan sampel penelitian terhadap orang-orang (para informan) yang diwawancarai adalah dengan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan.

Dalam penelitian pada umumnya dibedakan antara data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat dan dari bahan-bahan pustaka. Yang diperoleh langsung dari masyarakat dinamakan data primer (atau data dasar), sedangkan yang diperoleh dari bahan-bahan pustaka lazimnya dinamakan dengan data sekunder. Maka menurut Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji “ karena penelitian ini adalah penelitian hukum sosiologis, maka data yang digunakan adalah data primer dan sekunder”.<sup>5</sup>

Teknik pengumpulan data dibagi 2 (dua) bagian, diantaranya, yaitu :

a. Data primer.

Data primer adalah data yang diperoleh dengan mengajukan pertanyaan/*interview* dan pengajuan angket terhadap subjek penelitian untuk memperoleh data- dan observasi secara langsung ataupun tidak langsung. Pengajuan angket lebih bersifat terbuka sehingga dapat diperoleh pemahaman dari persepsi masing-masing pihak yang menjadi informan penelitian, selanjutnya dianalisa oleh peneliti untuk kepentingan pembahasan

<sup>5</sup>. Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Op. cit.* hal. 12

lanjutan dan penarikan solusi atas permasalahan yang dibahas bagi kepentingan penelitian.

b. Data sekunder

Adalah studi kepustakaan yakni dengan mengkaji berbagai peraturan perundang-undangan atau literatur yang berhubungan dengan penelitian dan dokumentasi langsung yaitu mengkaji dokumen yang berhubungan dengan permasalahan penelitian.

Metode analisis data adalah suatu tahapan yang sangat penting dalam suatu penelitian sehingga dapat membuahkan hasil yang mendekati kebenaran yang ada. Dalam penulisan penelitian ini, maka metode analisis data yang digunakan adalah metode pendekatan kualitatif, “ yaitu metode penelitian dengan data fenomena, fokus yang hanya bisa dijelaskan secara naratif dan tidak bisa dibuktikan dengan pengukuran”.<sup>6</sup>

Alasan menggunakan atau memilih analisis data deskriptif kualitatif, karena hanya ingin mendeskripsikan atau menggambarkan data-data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau secara generalisasi.

Langkah analisa yang dilakukan meliputi tahapan-tahapan sebagai berikut :

- a. Mereduksi data, yaitu dengan upaya merangkum, memilih hal-hal yang pokok, serta memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan dicari tema dan polanya.
- b. Penyajian data, yang dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori
- c. Melakukan penarikan kesimpulan dan melakukan verifikasi terhadap data-data yang di dapat tersebut.

#### D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pemasaran berjenjang (MLM) dalam Wikipedia (ensiklopedia bebas) bahasa Indonesia diartikan suatu sistem dalam penjualan yang memanfaatkan konsumen sekaligus sebagai tenaga penyalur (distributor) secara langsung.<sup>7</sup> *MLM* adalah, *multi* dapat diartikan “ banyak ”, *level* ialah “ berjenjang ” atau “ bertingkat ”, sedangkan *marketing* adalah “ pemasaran”. Jadi, MLM adalah pemasaran yang banyak atau berjenjang. Dikatakan “ *Multi Level* ” karena organisasi distributor dalam hal ini penjualannya berjenjang banyak, organisasi distributor bertingkat-tingkat, tidak sekedar satu tingkat atau dua tingkat, banyak tingkatnya banyak jenjangnya. Kalau seseorang sebagai distributor maka ia dapat mengajak orang

<sup>6</sup>. Rina S. Shahrullah, *Penelitian Kualitatif*, Bahan Kuliah Metodologi Penelitian Hukum dalam bentuk *Power Point*(Batam : Magister Hukum Universitas Internasional Batam *Batch* 4, 2012), hal. 2.

<sup>7</sup>. [http://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran\\_berjenjang](http://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran_berjenjang), diunduh tanggal 19 Mei 2016

lain untuk turut serta sebagai distributor pula. Kemudian orang tersebut dapat pula mengajak orang lain untuk ikut bergabung, begitu seterusnya. Semua orang yang diajak dan ikut bergabung merupakan suatu kelompok distributor. Mengajak tersebut tidak hanya terbatas, sampai berapa tingkat atau sampai berapa level pun bebas tanpa dibatasi.<sup>8</sup>

Menurut Jasiman Lc, pengertian pemasaran berjenjang (MLM) secara luas adalah Salah satu bentuk kerja sama dibidang perdagangan/pemasaran suatu produk/jasa yang mana dengan sistem ini diberikan kepada setiap orang kesempatan untuk mempunyai dan menjalankan usaha sendiri”.<sup>9</sup>

Konsep Pemasaran berjenjang (MLM) adalah berusaha memperpendek jalur yang ada pada sistem penjualan konvensional dengan cara mempersingkat jarak antara produsen dan konsumen sistem ini bertujuan untuk menghilangkan ataupun meminimalkan jalur distribusi yang panjang untuk memasarkan produk-produk. Pemasaran berjenjang (MLM) membawa mereka ke pasar tanpa melalui media periklanan yang membutuhkan biaya yang sangat tinggi dan juga sistem ini menghindarkan persaingan dari produk-produk lain di toko-toko pengecer. Hal ini dilakukan dengan pemikiran jika sistem ini berhasil maka dapat menghemat biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memasarkan produk kepada masyarakat.<sup>10</sup>

Sistem penjualan langsung (*direct selling*) memiliki 2 (dua) bentuk :<sup>11</sup>

1. Penjualan langsung satu tingkat yang dikenal dengan istilah *Single Level Marketing* dimana pemasaran barang dan/atau jasa dilakukan mitra usaha untuk mendapat komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan/atau jasa yang dilakukannya sendiri;
2. Penjualan langsung berjenjang yang biasa dikenal dengan istilah MLM dimana pemasaran barang dan/atau jasa dilakukan mitra usaha untuk mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan/atau jasa yang dilakukannya sendiri dan anggota jaringan di dalam kelompoknya.

Perkembangan metode penjualan pemasaran berjenjang (MLM) mulai masuk ke dalam bidang penghimpunan dana masyarakat. Sistem ini seharusnya hanya fokus dalam upaya mencari keuntungan dari penjualan produk, bukan dari penghimpunan dana masyarakat.<sup>12</sup> Dengan kata lain, apabila ditemukan adanya kegiatan dalam penghimpunan dana masyarakat menggunakan sistem pemasaran

---

<sup>8</sup>. [www.google.com](http://www.google.com), *Sejarah Multi Level Marketing*, diunduh pada tanggal 20 Mei 2016

<sup>9</sup>. Jasiman Lc. *MLM dalam Prespektif Syariah*. Darul Auliyah, Solo, Hal.22

<sup>10</sup>. Benny Santoso, 2003, *All About MLM (Memahami Lebih Jauh MLM dan Pernak-Perniknya)*, Penerbit Andi, Yogyakarta, hal. 28.

<sup>11</sup>. *Ibid*, hal. 17-18

<sup>12</sup> Serfianto D., *Op-cit*, hal 19



berjenjang (MLM) maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini merupakan *Money Game* dan tidak mendapat jaminan dari pemerintah sebab menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku di Negara Indonesia, kegiatan pengumpulan dana masyarakat yang diakui hanya perusahaan jasa keuangan seperti perbankan, pasar modal, dan asuransi.<sup>13</sup>

Berikut adalah ciri-ciri perusahaan dengan sistem pemasaran berjenjang (MLM) yang diakui di Indonesia, yaitu :<sup>14</sup>

1. Perdagangan dengan sistem pemasaran berjenjang (MLM) menunjukkan hasil kerja nyata melalui sistem yang diterapkan. Sistem yang diterapkan pun bersifat fleksibel bukan struktur *binary* seperti piramida;
2. Memiliki barang dan jasa yang dipasarkan dan kualitasnya dapat dipertanggung-jawabkan;
3. Harga produk yang dijual wajar dan sesuai dengan nilai dan manfaat (*benefit*) produk;
4. Perusahaan yang menerapkan sistem pemasaran berjenjang (MLM) berbentuk badan hukum dan selain memiliki SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) juga memiliki SIUPL (Surat Izin Usaha Penjualan Langsung) dan terdaftar sebagai anggota APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia).

Sistem pemasaran berjenjang (MLM) sudah dikenal sejak abad ke 18 (delapan belas) di Amerika Serikat. Sistem penjualan langsung atau *direct selling* ini dianggap pertama kali muncul dengan beroperasinya *The California Perfume Company* di New York tahun 1886 yang didirikan oleh *Dave McConnel*. Beliau kemudian yang menelurkan ide untuk mempekerjakan *Albee* sebagai *California Perfume Lady* yang pertama dengan cara menjual langsung kepada konsumen dari rumah ke rumah. Perusahaan ini kemudian berganti nama menjadi *Avon The Company For Women* pada tahun 1939. Sejarah mencatat *Albee* ini dianggap sebagai pionir metode penjualan *direct selling* yang dilakukan secara konsisten.<sup>15</sup>

Sistem pemasaran berjenjang (MLM) mulai dibicarakan secara ilmiah sejak 1945 oleh dua profesor pemasaran dari Universitas Chicago yaitu Karl Ramburg dan Robert Metcalt. Sejak saat itulah, mulai bermunculan perusahaan yang menerapkan sistem pemasaran berjenjang (MLM). Beberapa perusahaan MLM yang cukup dikenal pada masa itu adalah *Nutriline*, *Shaklee Corporation*, *Amway Corporation*. Perusahaan *Nutriline* yang sudah berdiri sejak 1934 di *California*, Amerika Serikat ini hadir dengan menerapkan sistem baru yaitu sistem

<sup>13</sup> Serfianto D., *Loc-cit*

<sup>14</sup> Ciri-Ciri Bisnis MLM Yang Sehat, <http://www.ahadnet.com/news379-ciriciri-bisnis-mlm-yang-sehat.html#.VNHbbVYYbnCQ> (diakses tanggal 18 Mei 2016).

<sup>15</sup> Lihat “ Apa Beda Direct Selling dengan Multi Level Marketing”, *INFO APLI*, Edisi XXI, Januari-Februari 2004, hlm. 9.



pemberian komisi tambahan kepada distributor independen yang berhasil merekrut, melatih dan membantu anggota baru untuk ikut menjual produk *Nutrilite*. Metode ini memungkinkan seorang distributor terus merekrut anggota baru dengan kedalaman dan keluasan yang tidak terbatas. Hal inilah yang membawa perubahan pergeseran metode penjualan langsung dari sistem penjualan langsung satu tingkat (*Single Level Marketing*) menuju sistem penjualan langsung berjenjang (MLM).<sup>16</sup>

Bisnis pemasaran berjenjang (MLM) di Indonesia kian tumbuh dan berkembang setelah adanya krisis moneter dan ekonomi. Pemain yang terjun di dunia pemasaran berjenjang (MLM) memanfaatkan momentum dan situasi krisis untuk menawarkan solusi bisnis bagi pemain asing maupun lokal seperti CNI, *Amway*, *Avon*, *Tupperware*, *Sophie Martin*, *Oriflame*, *Herbalife International*, *Prime & First New*, *Greenlite*, *DXN* dan lain-lain.<sup>17</sup>

Hingga bulan Juli 2014, tercatat lebih dari 160 (seratus enam puluh) perusahaan sudah mengantongi Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (selanjutnya disebut SIUPL) dan hanya 86 (delapan puluh enam) perusahaan yang menjadi anggota (Asosiasi Pedagang Langsung Indonesia selanjutnya disebut APLI). Hampir separuh perusahaan yang belum bergabung dengan APLI tidak memenuhi persyaratan seperti SIUPL yang kadaluarsa dan/atau perusahaan sendiri tidak berkenan menjadi anggota APLI. Di samping itu, peraturan yang berlaku di Indonesia pun tidak mewajibkan sebuah perusahaan berbasis MLM harus menjadi anggota APLI.<sup>18</sup>

Meski tidak diwajibkan menjadi anggota APLI namun menjadi keanggotaan APLI mampu memberikan kesan bagi konsumen bahwa perusahaan yang terdaftar memiliki reputasi yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang belum menjadi anggota APLI. APLI sendiri menjadi satu-satunya organisasi yang dipercaya oleh *World Federation of Direct Selling Associations* (WFDSA) sebagai lembaga yang bertugas untuk mengawasi kinerja perusahaan berbasis MLM di Indonesia. Keanggotaan APLI sendiri berlaku untuk satu tahun dan setiap tahun akan diperpanjang setelah diteliti kembali persyaratan-persyaratan ini. Pada bulan Juni 2014, tercatat sudah ada 87 (delapan puluh tujuh) perusahaan berbasis MLM yang bergabung menjadi anggota APLI padahal

---

<sup>16</sup>. Jabbar Ibrahim, *Multi Level Marketing Bikin Saya Kaya Raya*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2009. Hal. 10

<sup>17</sup>. Jabbar Ibrahim, *Loc.cit.*

<sup>18</sup>. Nefosnews, “ Banyak Money Game Berkedok MLM, APLI Minta Masyarakat Jeli”. <http://www.nefosnews.com/post/ekbis/banyak-money-game-berkedok-mlm-apli-mintamasyarakat-jeli> (diakses tanggal 21 Mei 2016).

jumlah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan langsung ini jumlahnya diduga telah mencapai 262 (dua ratus enam puluh dua) buah perusahaan.<sup>19</sup>

Sistem kerja perusahaan berbasis pemasaran berjenjang (MLM) dibangun berdasarkan konsep kemitraan. Kemitraan ini dibangun melalui distributor-distributor yang bergabung dari hasil perekrutan perusahaan secara mandiri maupun anggotanya. Distributor yang bergabung inilah yang membentuk sebuah jaringan pemasaran yang sistematis untuk melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen. Awal mulanya ketika mitra usaha bergabung di sebuah perusahaan berbasis pemasaran berjenjang (MLM) diwajibkan untuk membayar biaya pendaftaran (administrasi). Biaya pendaftaran ini umumnya dengan harga yang terjangkau dan sebanding dengan hal yang diberikan perusahaan seperti pemberian *starter kit*, pelatihan dasar untuk menjual produk, dan lain-lain.

Seorang distributor baru dapat memahami seluk beluk pekerjaannya setelah memiliki *starter kit*. *Starter kit* umumnya memuat penjelasan rinci produk yang ditawarkan oleh perusahaan, daftar harga, brosur/katalog produk, rancangan bisnis, dan kisah-kisah orang yang berhasil dari perusahaan tersebut.<sup>20</sup>

Sistem kerja *direct selling* juga meliputi sistem pelatihan (*support system*) berupa pengajaran materi serta motivasi yang bertujuan untuk memudahkan setiap distributor dalam menjalani sistem.<sup>21</sup> Selain itu, pelatihan dasar dan lanjutan juga merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam sistem pemasaran berjenjang (MLM) karena pelatihan merupakan bentuk *support system* perusahaan dalam memacu kinerja para distributornya.

Pemberian *starter kit* dan *support system* yang diberikan perusahaan maka terlihat jelas bahwa kegiatan penjualan produk adalah hal yang utama. Hal ini berbeda dengan praktik *Money Game* dalam perdagangan berbasis MLM yang cenderung mengembangkan perekrutan anggota baru secara terus menerus dan mengabaikan penjualan produk. Dalam perusahaan berbasis pemasaran berjenjang (MLM) yang murni, penjualan produk menjadi utama karena pendapatan perusahaan dan komisi para distributor bergantung pada jumlah unit penjualan produk yang berhasil ditawarkan ke konsumen.<sup>22</sup>

Menurut Permendag RI Nomor 13/M-DAG/PER/3/2006, tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL), yang dimaksud SIUPL adalah surat izin untuk dapat melaksanakan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung. Dari defenisi tersebut dapat

---

<sup>19</sup>. APLI, <http://www.apli.or.id> (diakses tanggal 19 Mei 2016).

<sup>20</sup>. MLM Leaders, *Op. cit.*, hlm. 202.

<sup>21</sup>. Mark Yarnell & Rene Reid Yarnell, *Tahun Pertama Anda Dalam Network Marketing*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1999), hal. 207.

<sup>22</sup>. Andrias Harefa, *Op. cit.*, hlm. 194.

diketahui, SIUPL merupakan izin yang yang dikeluarkan oleh BKPM yang merupakan Instansi Pemerintah untuk perusahaan yang menjalankan sistem direct selling/pemasaran berjenjang (MLM) yang wajib dimiliki oleh seluruh perusahaan MLM resmi di Indonesia.

### **Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan**

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Pasal 7 dinyatakan bahwa:<sup>23</sup>

- 1) Distribusi barang yang diperdagangkan di dalam negeri secara langsung atau langsung kepada konsumen dilakukan melalui Pelaku Usaha Distribusi.
- 2) Distribusi barang secara tidak langsung sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan menggunakan rantai Distribusi yang bersifat umum : a. Distributor dan jaringannya; b. Agen dan jaringannya; atau c. Waralaba
- 3) Distribusi Barang secara langsung sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan menggunakan pendistribusian khusus melalui system penjualan langsung secara : a. *Single level*; atau b. *Multi level (banyak jejang)*

Penjualan langsung satu tingkat yang dikenal dengan istilah *Single Level Marketing* dimana pemasaran barang dan/atau jasa dilakukan mitra usaha untuk mendapat komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan/atau jasa yang dilakukannya sendiri. Sedangkan penjualan langsung berjenjang yang biasa dikenal dengan istilah MLM dimana pemasaran barang dan/atau jasa dilakukan mitra usaha untuk mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan/atau jasa yang dilakukannya sendiri dan anggota jaringan di dalam kelompoknya.

### **Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 13/M-Dag/PER/3/2006**

Untuk menjadi perusahaan yang dapat melakukan sistem pemasaran berjenjang (MLM), maka suatu perusahaan terlebih dahulu harus memenuhi persyaratan-persyaratan seperti yang telah diamanatkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor : 13/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung, perusahaan wajib memenuhi ketentuan Pasal 2.<sup>24</sup>

Suatu perusahaan pemasaran berjenjang (MLM) haruslah berbadan hukum Indonesia dalam bentuk Perseroan Terbatas (PT). Artinya kepemilikan atau kekayaan perusahaan harus terpisah dari kekayaan pribadi pemilik/pimpinan perusahaan. Untuk itu perusahaan MLM harus memiliki modal yang sepenuhnya dimiliki badan hukum Indonesia dan/atau Warga Negara Indonesia dengan

<sup>23</sup>. Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia, tentang Perdagangan, UU Nomor 7 Tahun 2014, pasal 7

<sup>24</sup>. Indonesia, Peraturan Menteri Perdagangan R.I. tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung, Permendag RI No : 13/M-DAG/PER/3/2006, Pasal 2

jumlah modal disetor sekurang-kurangnya sebesar Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).

Persyaratan lainnya adalah, suatu perusahaan pemasaran berjenjang (MLM) harus memiliki barang dan/atau jasa yang nyata dan jelas dengan harga yang layak dan memenuhi ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku di Indonesia. Sebagai perusahaan yang selalu menawarkan investasi jangka pendek, perusahaan multi level marketing harus memberikan komisi, bonus dan penghargaan lainnya berdasarkan hasil penjualan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh para mitra usahanya dan jaringannya sesuai dengan yang diperjanjikan.

#### **Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008**

Setiap perusahaan berdasarkan Pasal 9 ayat (1) wajib memiliki SIUPL dan berlaku di seluruh wilayah Negara Republik Indonesia seperti yang tertuang dalam ayat (2). Dalam Pasal 9 ayat (3), perusahaan yang baru melakukan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem *direct selling* akan diberikan SIUPL Sementara dengan masa berlaku selama 1 (satu) tahun dan berdasarkan Pasal 9 ayat (4), SIUPL sementara dapat ditingkatkan menjadi SIUPL tetap dengan masa berlaku selama perusahaan menjalankan kegiatan usahanya.<sup>25</sup>

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di beberapa perusahaan pemasaran berjenjang (MLM) asing dan MLM lokal di Kota Batam, ditemukan bahwa setiap orang yang mau berbisnis dan bersedia mendaftarkan diri sebagai anggota (*member*) dengan memberikan data sesuai Kartu Tanda Penduduk (KTP) serta nomor telepon yang dapat dihubungi dan membayar uang *member* yang terjangkau kepada perusahaan, maka orang tersebut berhak mendapatkan stater kit atau buku panduan yang berisi tentang penjelasan dalam bisnis tersebut, juga secara otomatis mendapatkan potongan harga *member* pada setiap order atau pembelian produknya.

Beberapa perusahaan Pemasaran berjenjang (MLM) asing dan lokal di Kota Batam yang diwawancarai pada intinya mengatakan bahwa pemasaran berjenjang (MLM) merupakan sistem penjualan secara langsung kepada konsumen yang dilakukan secara berantai, di mana seorang konsumen dapat menjadi distributor produk dan dapat mempromosikan orang lain untuk bergabung dalam rangka memperluas jaringan distributornya. Dalam rangkaian distributor terdapat istilah " *Upline- Downline* ".

*Upline* dalam sistem pemasaran pemasaran berjenjang (MLM) adalah seorang konsumen pertama yang akan mencari calon pembeli baru yang dapat dimanfaatkan sebagai distributor, *upline* biasanya merupakan anggota yang telah terlebih dahulu mendapatkan keanggotaan atau orang yang telah memiliki

---

<sup>25</sup>. Indonesia, Peraturan Menteri Perdagangan RI, tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung, Permendag RI, Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008, Pasal 9 angka 1

jaringan dibawahnya. *Downline* dalam pemasaran berjenjang (MLM) adalah seorang distributor atau konsumen yang membeli produk untuk menjadi member atau orang yang baru masuk yang belum memiliki jaringan dibawahnya.

Bisnis pemasaran berjenjang (MLM) lebih memanfaatkan kekuatan manusia dari institusi ritel dan lainnya, untuk mempromosikan dan menjual produk (barang atau jasa). Pelaku usaha yang menggunakan pemasaran ini juga menitik beratkan pada kekuatan kontak pribadi dan persuasif dalam penjualan, di mana si penjual berfungsi lebih dari sekedar seorang juru tulis yang mencatat hasil penjualan. Pemasaran berjenjang (MLM) berbeda dengan sistem penjualan lainnya. Dalam bisnis pemasaran berjenjang (MLM), distributor *multi level* tidak hanya berusaha menjual barang kepada konsumen secara eceran, tetapi juga mencari distributor lain untuk menjual produk kepada konsumen.

#### **Studi Dokumen Legalitas Hukum Transaksi Perdagangan Pemasaran Berjenjang (*MultiLevel Marketing*) Asing dan Lokal di Kota Batam**

Kewenangan dalam legalitas perdagangan berbasis pemasaran berjenjang (MLM) di Indonesia berada di Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (Kemendag RI). Lahirnya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan menjadikan dasar legalitas baru bagi setiap perusahaan berbasis MLM. Dalam pasal 7 sampai pasal 10 Undang-undang Perdagangan ditegaskan tentang skema penjualan distribusi apa yang diperbolehkan dan diakui, siapa saja yang termasuk penjual resmi dan larangan tegas yang disertai sanksi akibat penggunaan praktik skema piramida dalam kegiatan perdagangan.

Melalui Kemendag RI, pemerintah juga mengeluarkan peraturan dibawah undang-undang berkaitan perusahaan berbasis MLM. Regulasi itu meliputi:

1. Peraturan Menteri Perdagangan RI No 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung;
2. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 47/M-DAG/PER/9/2009 tentang Perubahan Atas Permendag Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung;
3. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 55/M-DAG/PER/10/2009 tentang Pendelegasian Wewenang Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung kepada Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal dalam Rangka Pelaksanaan Pelayanan Terpadu Satu Pintu di Bidang Penanaman Modal;
4. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 13/M-Dag/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL);
5. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 tentang Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan;

Untuk menjadi perusahaan yang dapat melakukan sistem Pemasaran langsung berjenjang (MLM), maka suatu perusahaan harus memenuhi

persyaratan yang diamanatkan Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor : 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung. Menurut Pasal 1 angka 9, Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor : 32/M-DAG/PER/8/2008, perusahaan adalah badan usaha yang berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan usaha perdagangan barang dan/atau jasa dengan sistem *direct selling*.

Kegiatan usaha dengan sistem pemasaran berjenjang (MLM) tidak terlepas dari hubungan hukum, yaitu antara perusahaan dengan mitra usaha ataupun dengan calon mitra usaha atau konsumen. Hubungan hukum itu timbul karena adanya perjanjian antara para pihak, yaitu pihak perusahaan sebagai pemilik usaha dan pihak mitra usaha/member yang menjalankan kegiatan usaha pemasaran berjenjang (MLM).

### **Esensi Pemasaran Berjenjang (*Multi Level Marketing*) Identik Atau Selaras Dengan Perjudian**

Pemasaran berjenjang (MLM) pada dasarnya adalah usaha *legal* yang sangat baik. Tidak sedikit orang yang telah sukses karena menjalankan bisnis *network marketing* ini jika disertai dengan usaha yang sungguh-sungguh. Meskipun demikian, perlu disadari bahwa tidak sedikit juga bisnis pemasaran berjenjang (MLM) yang menjalankan upaya dalam penipuan atau dikenal dengan sebutan *money game*, kadang disebut arisan berantai, *phonzi* yang sebetulnya merupakan bisnis *illegal*.

Bisnis *money game* (*perjudian*) dipastikan dapat merugikan dan pada masyarakat awam sering dikenal dengan sebutan skema piramida (*pyramid scheme*), skema ini pada akhirnya membuat pasar menjadi jenuh. Dalam sistem *money game*, orang yang terdahulu bergabung diuntungkan, sedangkan orang yang bergabung belakangan dirugikan. Lalu, ketika banyak *member* (anggota) yang tidak puas, pemilik usaha kabur dengan menggondol semua dana yang terkumpul dari anggotanya atau *downlinenya*.

Secara makna pemasaran berjenjang (MLM), *money game* dan arisan berantai jauh berbeda. MLM adalah pemasaran dengan sistem penjualan langsung (*direct selling*) dari produsen ke konsumen melalui multi (banyak) *level* (jenjang) *marketing* (pemasaran), jadi intinya ada pada kata “pemasaran” bukan *multi levelnya*. *Money game* intinya ada pada “*game*” dan kalau arisan berantai intinya ada pada “*arisan*”, jadi keduanya sama sekali tidak termasuk dalam kategori MLM.

Mengacu pada pernyataan pimpinan perusahaan pemasaran berjenjang (MLM) yang ada di Kota Batam tersebut, dapat diketahui bahwa usaha pemasaran berjenjang (MLM) tidak sama atau tidak identik dengan perjudian. Alasannya pada *Pemasaran Berjenjang* atau MLM, biaya pendaftaran untuk menjadi anggota relatif murah, masuk akal dan imbalannya adalah starter kit atau produk paket perdana yang senilai. Biaya pendaftaran tidak dimaksudkan untuk memaksakan pembelian produk dan bukan untuk mencari untung dari biaya pendaftaran. Artinya kalau seseorang mendaftar tidak mutlak diharuskan



membeli sekian jumlah produk. Hal ini sangat berbeda dengan money game yang biasanya biaya pendaftarannya sangat tinggi. Misal ada satu perusahaan di mana starter kitnya hanya berharga Rp. 10.000,- tapi dijual dengan harga Rp. 250.000,- bahkan lebih. Ini artinya perusahaan mencari keuntungan dari penjualan starter kit tersebut.

Faktor pembeda lainnya pada pemasaran berjenjang (MLM), keuntungan yang didapat mitra usaha dihitung berdasarkan hasil penjualan dari setiap anggota jaringannya, artinya keuntungan didapat dari hasil penjualannya sendiri dan dari omzet penjualan seluruh groupnya. Pada bisnis money game, keuntungan yang didapat anggota dihitung berdasarkan sistem rekrutmen, jika si pemegang kavling bisa merekrut banyak orang maka ia akan mendapat keuntungan sejumlah yang ia rekrut. Jadi keuntungan bukan dari barang yang dijual olehnya atau kelompoknya, tapi hanya dari proses perekrutan yang dilakukannya.

Hal lainnya dalam pemasaran berjenjang (MLM), pelatihan produk menjadi hal yang sangat penting karena hal ini yang menentukan laku tidaknya produk. Tetapi pada money game tidak ada pelatihan produk sebab komoditinya hanyalah bagaimana merekrut anggota baru. walaupun ada pelatihannya, biasanya hanya pelatihan tentang bagaimana cara mempengaruhi orang lain agar tertarik dengan berbagai program pendapatan yang besar.

Pola money game seperti ini akan membuat sistem cepat jenuh. Kalau tiba saatnya sudah jenuh maka para anggota yang belakangan bergabung yang akan dirugikan. Kerugian yang dimaksud adalah dalam bentuk kesulitan mendapat *downline* (anggota) baru, yang berarti tidak akan mendapat keuntungan seperti yang dijanjikan. Bisnis money game hanya akan menguntungkan pengelola usaha dan segelintir anggota yang mendaftar lebih awal.

Segi *marketing plan* (rencana pemasaran) perusahaan pemasaran berjenjang (MLM) memiliki rencana pemasaran yang jelas yaitu dari mana asal keuntungannya, bagaimana mendapatkan *passive income* dan jaringan yang dimiliki tidak bisa diambil atau dipindahkan oleh siapa pun. Jika diteliti, maka akan diketahui apakah bonusnya berasal dari produk atau bukan. Dari rencana pemasarannya, juga bisa diketahui apakah sistemnya menguntungkan bagi kedua belah pihak antara *upline* dan *downline*, yaitu siapa yang bekerja dengan lebih keras dan pintar bisa lebih sukses ataukah siapa yang menduduki posisi atas pasti lebih sukses daripada posisi bawah.

Dari perbedaan-perbedaan mendasar yang telah diuraikan diatas, terlihat jelas bahwa antara pemasaran berjenjang (MLM) dengan *money game* sangat berbeda. Dalam kenyataannya, bisnis pemasaran berjenjang (MLM) gadungan masih sangat marak di Indonesia. Bisa jadi karena rendahnya pemahaman masyarakat tetapi minat berinvestasi dan berwirausaha semakin tinggi. Biasanya bisnis ini berkembang di kalangan pertemanan atau keluarga. Sering juga diadakan dalam bentuk seminar, atau pertemuan. Belakangan, dengan



perkembangan teknologi, bisnis ini menjerat para korban melalui *email*, *facebook*, *website* dan aneka jejaring sosial untuk menjerat lebih banyak korban.

Selama suatu pemasaran berjenjang (MLM) menjalankan dua hal ini, menjual dan merekrut tenaga penjualan, maka sama sekali tidak ada masalah dengan MLM ini. Tetapi, sering kali hal ini tidak dilakukan dengan seimbang. Bahkan, banyak distributor yang sama sekali tidak menyebutkan produk yang mereka miliki. Mereka menawarkan dan ingin menjual suatu peluang bisnis untuk mendapatkan uang dengan cepat dan mudah. Pada setiap proses perekrutan, para distributor MLM sering kali lebih mempromosikan kemungkinan untuk mendapatkan kekayaan dengan cepat dan mudah daripada mempromosikan kehandalan produk yang dijual. Hal ini jelas menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan lebih banyak menggarap sisi materialisme dari pada memberi pengetahuan tentang produk yang ada.

Dalam bisnis piramida, biasanya mereka lebih tertarik membicarakan ‘peluang bisnis’ dibanding produknya. Sekali lagi mereka hanya mengincar uang. Biasanya mereka mati-matian mengklaim bisnisnya sebagai bisnis yang ‘legal dan resmi’ dengan menunjukkan surat-surat NPWP, SIUP, TDP dan lain-lain. Dokumen-dokumen tersebut hanyalah dokumen standar untuk mendirikan suatu usaha, tetapi bukanlah penentu legal tidaknya operasional usaha tersebut.<sup>26</sup>

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa, Money Game (Phonzi dan arisan berantai) adalah sebuah model bisnis yang tidak dapat diandalkan. Keuntungan dari seorang anggota murni berasal dari hasil merekrut anggota yang lain. Jika anggota tidak melakukan perekrutan, maka dapat dipastikan bahwa dia tidak akan mendapat keuntungan. Kebanyakan money game tidak menjual produk, tetapi ada beberapa yang menggunakan ‘produk’ sebagai kedok. Anggota yang berada pada tingkat bawah atau dekat dengan tingkat paling bawah sudah dapat dipastikan merugi.

Sedangkan pemasaran berjenjang (MLM) memiliki struktur mirip dengan skema piramida dimana seorang anggota berusaha merekrut orang lain untuk menjadi anggota. Perbedaannya, pada pemasaran berjenjang (MLM) ada produk yang diperjual belikan. Keuntungan didapatkan jika seorang anggota atau *downline*-nya melakukan penjualan atas produk. Artinya, walaupun anggota berada pada tingkat paling bawah, potensi untuk mendapatkan keuntungan masih terbuka.

#### **Landasan hukum Yang Ada Telah Memenuhi dan Melindungi Pemasaran Berjenjang (*Multi Level Marketing*) Baik Asing dan Lokal di Kota Batam**

Berkaitan dengan bisnis pemasaran berjenjang (MLM) terhadap konsumen ataupun anggota yang bergabung, telah diberikan perlindungan hukum oleh pemerintah dalam bentuk peraturan perundang-undangan yang menjamin adanya perlindungan terhadap korban yang mengalami kerugian akibat perbuatan pelaku

<sup>26</sup>. Richard Burton Simatupang, SH, *Aspek Hukum Dalam Bisnis, Rineka Cipta*, Jakarta, 2007, hal 25

usaha. Adapun peraturan perundang-undangan yang mengatur bisnis pemasaran berjenjang (MLM), yaitu:

- a. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung
- b. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

**Perlindungan Hukum Terhadap Anggota Pemasaran Berjenjang (*Multi Level Marketing*) Lokal dan International Yang Ada di Kota Batam.**

Terbukanya kesempatan yang luas tersebut tentu saja memerlukan proses, pengaturan, mengarahkan dan membatasi, hal ini bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen agar tidak menimbulkan permasalahan dikemudian hari. Perlindungan konsumen merupakan istilah yang dipakai untuk menggambarkan adanya hukum yang memberikan perlindungan kepada konsumen dari kerugian atas penggunaan produk barang dan/atau jasa.

Dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang UUPK pengertian perlindungan konsumen diatur pada Pasal 1 angka 1 yaitu, Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen meliputi setiap kegiatan pelaku usaha diberbagai bidang ekonomi. Kegiatan pemasaran barang dan/atau jasa merupakan salah satu kegiatan yang paling penting dari seluruh kegiatan pelaku usaha, salah satu bentuk pemasaran barang /jasa adalah dengan menggunakan sistem MLM

Untuk memberikan perlindungan bagi masyarakat sebagai akibat pemakaian, pemanfaatan atau mengkonsumsi barang yang dihasilkan perusahaan pemasaran berjenjang (MLM), Menurut Philipus M. Hadjon ada dua sarana perlindungan hukum, yaitu :

1. Sarana Perlindungan Hukum Preventif.

Perlindungan hukum preventif atau pencegahan sebelum kasus terjadi untuk menjaga kemungkinan terjadinya kejahatan atau pelanggaran hukum di dalam masyarakat menggunakan cara-cara persuasif. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Syafriadi, penyidik pada Direktorat Reskrim Khusus Kepolisian Daerah Kepulauan Riau (Ditreskrimsus Polda Kepri), di simpulkan bahwa upaya pencegahan (preventif) yang dapat dilakukan dalam perlindungan bagi konsumen MLM yaitu (1) upaya pembinaan konsumen, tugas ini dapat dilakukan Unit Satbimas (Satuan Bimbingan Masyarakat) yang berada di Polres-Polres serta Polsek pada wilayah Kepolisian Daerah Kepulauan Riau, Dinas Perindustrian dan Perdagangan pemerintah Kabupaten.Kota di Provinsi Kepulauan Riau, tenaga pendidik, dan tokoh masyarakat untuk melakukan pembinaan kepada masyarakat. Hal-hal yang perlu diberikan dalam edukasi terhadap pihak-pihak konsumen adalah (a) mengenai hak-hak, kewajiban dan tanggung jawab dari seluruh pihak yang terkait dalam transaksi jual beli melalui system Pemasaran berjenjang (MLM), baik pihak konsumen dan pelaku usaha, dan (b) edukasi mengenai

berbagai modus dalam praktek pemasaran melalui pemasaran berjenjang (MLM). (2) Melakukan pengawasan dan perlindungan oleh pemerintah maupun badan yang terkait operasional pemasaran barang melalui sistem Pemasaran berjenjang (MLM).

2. Sarana Perlindungan Hukum Represif

Untuk sarana perlindungan hukum represif, bagi konsumen sehubungan dengan terjadinya pelanggaran hak konsumen dalam penjualan barang melalui sistem pemasaran berjenjang (MLM) oleh pelaku usaha Pemasaran berjenjang (MLM) lokal dan asing di Kota Batam, dapat dilakukan dengan upaya, (a) kebijakan pidana, hal ini sesuai dengan ketentuan yang telah diatur dalam pasal 62 UUPK, untuk lebih memperberat ancaman sanksi pidana dalam Pasal 62 UUPK maka dalam Pasal 63 dimungkinkan pengenaan sanksi pidana tambahan. Pengenaan sanksi pidana tambahan dalam bentuk pembayaran ganti rugi selain sanksi pidana dalam UUPK pelaku usaha pemasaran berjenjang (MLM) dapat pula diancam pidana berdasarkan ketentuan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana. Sedangkan Pasal 372 KUHP menyatakan “Barang siapa dengan sengaja dan melawan hukum memiliki barang sesuatu yang seluruhnya atau sebagian adalah kepunyaan orang lain, tetapi yang ada dalam kekuasaannya bukan karena kejahatan diancam karena penggelapan, dengan pidana penjara paling lama empat tahun”. (2) Pertanggung jawaban secara perdata, baik kontraktual, barang maupun professional serta (3) pertanggung jawaban secara administrasi negara, pemanfaatan sanksi administrasi guna meminta pertanggung jawaban pelaku usaha dapat ditemukan dalam UUPK yaitu sebagaimana ketentuan Pasal 60 ayat (1) dan ayat (2).

### E. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai Analisis Yuridis Operasional Pemasaran Berjenjang (*Multi Level Marketing*) Asing dan Lokal di Kota Batam, kesimpulan yang didapat, sebagai berikut :

- a. Perusahaan usaha pemasaran berjenjang (MLM) dinyatakan sah dan legal apabila memenuhi persyaratan yang diwajibkan dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 32/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung. Seperti memiliki SIUPL, terdaftar di APLI, memiliki produk yang telah terdaftar, memiliki sistem penjualan dan pembagian komisi yang jelas, serta memiliki alamat Kantor Pusat dan Kantor Cabang yang jelas.
- b. Landasan hukum mengenai perlindungan Pemasaran berjenjang (MLM) asing dan lokal di Kota Batam cukup baik, namun pelaksanaannya belum berjalan secara penuh. Sanksi-sanksi yang merupakan daya paksa untuk pelaku usaha pemasaran berjenjang (MLM) asing dan lokal untuk

- melindungi anggotanya belum menjadi kekuatan yang memaksa karena implementasi peraturan belum berjalan dengan baik.
- c. Sudah ada perlindungan hukum terhadap anggota pemasaran berjenjang (MLM) asing dan lokal yang ada di Kota Batam, terhadap pihak yang melakukan tindakan melanggar hukum dapat digugat secara pidana dan perdata. Tanggung jawab perdata pelaku usaha atas produk yang dipasarkan melalui pemasaran berjenjang (MLM) secara umum diatur dalam KUH Perdata dalam ketentuan-ketentuan yang mengatur mengenai wanprestasi dan perbuatan melawan hukum dan secara lebih khusus diatur dalam Bab VI Pasal 19 Pasal 28 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang UUPK.

#### **Keterbatasan**

Keterbatasan peneliti sehubungan dengan penelitian yang dilakukan, diantaranya yaitu.

- a. Dalam hal mengumpulkan data lapangan : Peneliti mengalami kesulitan dalam melakukan observasi di beberapa Perusahaan Distributor pemasaran berjenjang (MLM) asing dan lokal serta beberapa stockis di Kota Batam, karena Perusahaan pemasaran berjenjang (MLM) asing dan lokal serta Stockis tersebut kebanyakan tidak ingin di observasi.
- b. Dalam hal meminta keterangan nara sumber : Karena banyaknya Perusahaan Distributor pemasaran berjenjang (MLM) asing dan lokal yakni 20 pelaku usaha MLM, peneliti menemukan kesulitan untuk mendapatkan data dari semua Pimpinan Perusahaan Distributor pemasaran berjenjang (MLM) asing dan lokal tersebut, ditambah lagi tidak semua nara sumber ingin memberikan keterangan dan informasi
- c. Mengingat penelitian yang dilakukan mengenai Analisis Yuridis Operasional Pemasaran Berjenjang (*Multi Level Marketing*) Asing dan Lokal di Kota Batam, seharusnya juga ditunjang dengan analisis kasus penipuan pemasaran berjenjang (MLM) yang telah diputus oleh pihak pengadilan Negeri Kota Batam. Hal ini ditujukan untuk mempertajam analisis peneliti berkenaan Yuridis Operasional Perusahaan Pemasaran Berjenjang (MLM) tersebut.

#### **Rekomendasi**

Berdasarkan analisis dari kesimpulan diatas, selanjutnya rekomendasi yang dapat diberikan sebagai pemecahan masalah :

- a. Bagi masyarakat sebelum memutuskan untuk bergabung menjadi anggota dalam bisnis pemasaran berjenjang (MLM) harus terlebih dahulu mengetahui apakah perusahaan tersebut merupakan bisnis yang legal dengan melihat ada atau tidaknya SIUPL dan izin dari instansi yang terkait dengan jenis bisnis yang dimiliki perusahaan dan apakah perusahaan pemasaran berjenjang (MLM) itu merupakan anggota APLI, melihat ada atau tidaknya kantor perusahaan, serta pengurus yang jelas dari perusahaan pemasaran berjenjang (MLM) itu.
- b. Hendaknya Pemerintah membentuk peraturan yang mewajibkan perusahaan pemasaran berjenjang (MLM) asing dan lokal untuk mengatur hubungan

- hukum antara perusahaan produk dengan mitra usaha maupun konsumen yang lebih berorientasi pada perlindungan konsumen dan melakukan pengawasan terhadap kepatuhan perusahaan tersebut untuk melaksanakan peraturan dimaksud. Selain itu perusahaan pemasaran berjenjang (MLM) itu dalam perjanjian kontraknya berorientasi pada perlindungan konsumen serta masyarakat atau konsumen memahami peraturan perundang-undangan terkait pemasaran berjenjang (MLM) dan peraturan internal perusahaan,
- c. Untuk menjamin kepastian hukum dan memberikan perlindungan kepada masyarakat (konsumen), pemerintah sudah selayaknya memberikan perhatian yang lebih serius terhadap perkembangan dan maraknya bisnis pemasaran berjenjang (MLM) asing dan lokal akhir-akhir ini. Serta diadakan monitoring berkala (tahunan) berhubungan dengan izin-ijin yang diwajibkan sebagai sebuah pemasaran berjenjang (MLM) yang legal. Langkah pemerintah dan APLI pada khususnya sebagai satu-satunya lembaga khusus yang menangani tentang DS sebagai satu-satunya wadah dan lembaga yang khusus menangani tentang pemasaran berjenjang (MLM) agar membuat dan merumuskan undang-undang Anti Piramida dengan tujuan untuk mengawasi perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasaran berjenjang (MLM) merupakan suatu langkah maju untuk mendukung perkembangan bisnis pemasaran berjenjang (MLM) yang murni dan bersih.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Andrias Harefa, *Multi Level Marketing " Alternatif Karier dan Usaha menyongsong millennium Ketiga*. Jakarta ; PT. Gramedia Pustaka Utama, 1999.
- Benny Santoso, *All About MLM (Memahami Lebih Jauh MLM dan Pernak-Perniknya)*, Yogyakarta ; Andi. 2003.
- Jabbar Ibrahim, *Multi Level Marketing Bikin Saya Kaya Raya*, Jakarta ; PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Jasiman Lc. *MLM dalam Prespektif Syariah*. Solo ; Darul Auliyah. 2009.
- Mark Yarnell & Rene Reid Yarnell, *Tahun Pertama Anda Dalam Network Marketing*, Jakarta : Erlangga.1999.
- Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Jakarta ; Rineka Cipta, 2007.
- Rina S. Shahrullah, *Penelitian Kualitatif*, Bahan Kuliah Metodologi Penelitian Hukum dalam bentuk *Power Point* (Batam : Magister Hukum Universitas Internasional Batam Batch 4, 2012)
- Serfianto D. *Multi level Marketing Money Game & Skema Piramida*, Jakarta ; Elex Media Komputindo, Cetakkan Pertama, 2011.
- Siahaan, N. H. T, *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Jakarta ; Panta Rei, 2005.
- Soerjono, Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Raja Grafindo Persada, Jakarta. 2011

### Internet

- [http://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran\\_berjenjang](http://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran_berjenjang), diunduh tanggal 19 Mei 2016
- <http://www.apli.or.id> (diakses tanggal 19 Mei 2016).
- INFO APLI*, Apa Beda Direct Selling dengan Multi Level Marketing Edisi XXI, Januari-Februari 2004,
- [www.google.com](http://www.google.com), *Sejarah Multi Level Marketing*, diunduh pada tanggal 20 Mei 2016
- <http://www.nefosnews.com/post/ekbis/banyak-money-game-berkedok-mlm-apli-mintamasyarakat-jeli> (diakses tanggal 21 Mei 2016).
- <http://www.ahadnet.com/news379-ciriciri-bisnis-mlm-yangsehat.html> #.VNHbbVYYbn CQ (diakses tanggal 18 Mei 2016).

### Peraturan Perundang-undangan

- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 *tentang Perdagangan*
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 *tentang Perlindungan Konsumen*
- Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 47/M-DAG/PER/9/2009 *tentang Perubahan Atas Permendag Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung*

Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 55/M-DAG/PER/10/2009 *tentang Pendelegasian Wewenang Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung kepada Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal dalam Rangka Pelaksanaan Pelayanan Terpadu Satu Pintu di Bidang Penanaman Modal.*

Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008 *tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung*

Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 13/M-DAG/PER/3/2006, *tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung.*