

**TINJAUAN YURIDIS TERHADAP  
PERTANGGUNGJAWABAN PELAKU USAHA YANG  
MENJUAL PRODUKNYA DENGAN  
SISTEM PENJUALAN LANGSUNG/*DIRECT SELLING*  
(Studi Kasus Pada Perusahaan PT.Harmoni Dinamik Indonesia)**

**ANGFIER A. SINAGA**

Abstract : Direct Sales System's common we hear today by selling a variety of goods and / or services they offer to consumers. Begins with a controversial past, resulting in a no-confidence among the public as consumers. A lot of people questioned whether direct sales system is really beneficial that does not pose a risk to consumers. The problems that existed for this will be discussed in this thesis with the title Against Judicial Accountability Overview Business communities Selling products with Direct Sales System. Discussion of how the provision of direct sales by the Minister of Trade. No. 32/M-DAG/PER/8/2008, businessmen responsibility for products sold by direct sales system, and the way the settlement is done in case of disputes between businesses and consumers.

Keywords : Direct Sales System's

**Latar Belakang**

Pembangunan dan perkembangan perekonomian pada umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang ditawarkan bervariasi, baik produk luar negeri maupun produksi dalam negeri. Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan kebutuhan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan

untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen.<sup>1</sup>

Salah satu cara yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan sekaligus mengembangkan sistem pemasaran perusahaan adalah dengan menggunakan sistem penjualan langsung/*direct selling*. Pengertian Sistem penjualan langsung/*direct selling* menurut Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor : 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung Pasal 1 ayat 1 adalah metode penjualan barang dan/atau jasa tertentu melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh mitra usaha yang bekerja atas dasar komisi dan/atau bonus berdasarkan hasil penjualan kepada konsumen di luar lokasi eceran tetap.

Untuk melindungi konsumen dari praktik *direct selling* palsu dan sekaligus untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat selaku konsumen maka pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor : 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung yang nantinya diharapkan dapat membantu masyarakat untuk bijak dalam memilih perusahaan *direct selling* yang murni dan palsu sebelum bergabung sebagai mitra usaha sehingga konsumen tidak terjebak dalam praktek *direct selling* palsu yang menggunakan sistem pemasaran jaringan *direct selling* murni yang saat ini sedang marak berkembang.

## **PENGERTIAN PELAKU USAHA**

Pelaku usaha sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan/atau jasa. Dalam pengertian ini termasuk pembuat, grosir, *leveransir*, dan pengecer profesional yaitu setiap orang/badan yang ikut serta dalam penyediaan barang dan jasa hingga sampai ke tangan konsumen. Sifat profesional merupakan syarat mutlak dalam hal menuntut pertanggungjawaban dari produsen.

---

<sup>1</sup> Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2008), hal. 1.

Menurut Celina Tri Siwi Kristiyanti pengertian Pelaku Usaha dibagi menjadi 3 yaitu :<sup>2</sup>

1. Pihak yang menghasilkan produk akhir berupa barang- barang manufaktur. Mereka ini bertanggung jawab atas segala kerugian yang timbul dari barang yang mereka edarkan kemasyarakat, termasuk bila kerugian timbul akibat cacatnya barang yang merupakan komponen dalam proses produksinya;
2. Produsen bahan mentah atau komponen suatu produk;
3. Siapa saja yang dengan membubuhkan nama, merek, ataupun tanda-tanda lain pada produk menampakkan dirinya sebagai produsen dari suatu barang.

Dalam UUPK Pasal 1 butir 3 menjelaskan pengertian Pelaku Usaha adalah Setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

#### **HAK DAN KEWAJIBAN PELAKU USAHA**

Yang menjadi hak-hak dari produsen (pelaku usaha) itu menurut UUPK Pasal 6 adalah sebagai berikut :

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

---

<sup>2</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2008), hal.42

5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Adapun kewajiban dari pelaku usaha berdasarkan Pasal 7 UUPK adalah :<sup>3</sup>
- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
  - 2) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
  - 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
  - 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
  - 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan;
  - 6) Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

### **KERUGIAN AKIBAT CACAT BARANG DAN BERBAHAYA**

Berkenaan dengan masalah cacat atau rusak dalam pengertian produk yang cacat/rusak yang menyebabkan produsen harus bertanggung jawab dikenal ada 3 jenis, yaitu :<sup>4</sup>

1. Cacat Produk atau Manufaktur (*Production/Manufacturing Defect*) Cacat produk adalah keadaan produk yang umumnya berada di bawah tingkat harapan konsumen atau dapat pula cacat itu sedemikian rupa sehingga dapat membahayakan harta bendanya, kesehatan tubuh, atau jiwa konsumen. Dengan kata lain suatu produk dibuat tidak sesuai dengan persyaratan sehingga akibatnya produk tersebut tidak aman bagi konsumen.

---

<sup>3</sup> Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hal.52.

<sup>4</sup> Adrian Sutedi, *Op.Cit.*, hal.71-72

2. Cacat Desain (*Design Defects*)

Cacat desain terjadi apabila bahaya dari produk tersebut lebih besar daripada manfaat yang diharapkan oleh konsumen biasa atau bila keuntungan dari desain produk tersebut lebih kecil dari risikonya.

3. Cacat Peringatan atau Instruksi (*Warning/Instruction Defect*)

Cacat peringatan atau instruksi adalah cacat produk karena tidak dilengkapi dengan peringatan-peringatan tertentu atau instruksi penggunaan tertentu seperti buku pedoman, buku panduan, pengemasan, etiket, atau plakat yang mana tidak cukup memberikan informasi tentang bahaya yang mungkin ditimbulkan dari produk tersebut atau petunjuk tentang penggunaannya yang aman.

Dalam kenyataannya, konsumen Indonesia masih sering mengalami kasus-kasus yang sangat merugikan dirinya, baik secara materiil maupun immateriil. Kerugian yang diderita konsumen sebagai akibat dari pemakaian barang-barang konsumsi itu dapat diklasifikasikan ke dalam :

1. Kerugian materiil, yaitu berupa kerugian pada barang-barang yang dibeli;
2. Kerugian immateriil, yaitu kerugian yang membahayakan kesehatan dan/atau jiwa konsumen.<sup>5</sup>

Ganti rugi atas kerugian yang diderita konsumen pada hakikatnya berfungsi sebagai :

1. Pemulihan hak-haknya yang telah dilanggar;
2. Pemulihan atas kerugian materiil maupun immateriil yang telah dideritanya;
3. Pemulihan pada keadaan semula.

### **PENGERTIAN PENJUALAN LANGSUNG/*DIRECT SELLING***

Ketentuan mengenai penyelenggaraan penjualan langsung di Indonesia diatur dalam Permendang No.32/M-DAG/PER/8/2008. Adapun definisi dari penjualan langsung berdasarkan Pasal 1 Angka 1 Permendag No. 32/M-DAG/PER/8/2008 adalah sebagai berikut :

---

<sup>5</sup> *Ibid*,hal.58.

Penjualan langsung (*direct selling*) adalah metode penjualan barang dan/atau jasa tertentu melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan mitra usaha yang bekerja atas dasar komisi dan/atau bonus berdasarkan hasil penjualan kepada konsumen di luar lokasi eceran tetap.

Menurut Andrias Harefa, banyak alasan yang menyebabkan sistem DS dipilih oleh sebagian banyak perusahaan. Alasan-alasan tersebut antara lain adalah sebagai berikut:<sup>6</sup>

1. Keyakinan bahwa sebuah produk yang baik dapat dipasarkan langsung kepada konsumen tanpa melewati jalur distribusi yang rumit dan nyaris tidak mengandalkan promosi kecuali *mouth to mouth* (periklanan dari mulut ke mulut
2. Keyakinan pada prinsip perkembangbiakan jaringan distributor melalui kontak-kontak pribadi;
3. Keyakinan terhadap hak konsumen untuk mendapat informasi terbaik melalui penjelasan langsung dari distributor yang juga berperan sebagai konsumen produk yang dijualnya
4. Perusahaan MLM yang baik meletakkan etika bisnis sebagai panglima. Keyakinan bahwa jiwa perusahaan bukan pada ilmu pemasaran tetapi lebih kepada prinsip-prinsip, nilai-nilai, motivasi yang menggerakkan *the man behind the marketing science*.

## **RUANG LINGKUP SISTEM PENJUALAN LANGSUNG/*DIRECT SELLING***

Ruang lingkup sistem *direct selling* mencakup unsur produsen atau perusahaan, distributor, konsumen, sistem kerja, dan komisi. Unsur-unsur ini akan dibahas satu persatu dalam uraian di bawah ini :

### **1. Perusahaan *Direct Selling***

Menurut Permendag No.32 Tahun 2008 Pasal 1 tentang penyelenggaraan kegiatan perdagangan dengan sistem penjualan langsung,

---

<sup>6</sup>Andrias Harefa, *Menapaki Jalan DS-MLM*,(Gradiens Book: Yogyakarta,2007), hlm.vii-viii.

perusahaan adalah badan usaha yang berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan usaha perdagangan barang dan/atau jasa dengan sistem penjualan langsung. Untuk mendirikan perusahaan, wajib memenuhi ketentuan sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 2 .

## 2. Distributor atau Mitra Usaha

*Direct selling* dalam mengembangkan bisnis selalu melibatkan mitra usaha selaku distributor maupun anggota jaringan. Pengertian distributor atau mitra usaha menurut Permendag No.32/M-DAG/PER/8/2008 berdasarkan Pasal 1 yaitu : Anggota mandiri jaringan pemasaran atau penjualan yang berbentuk badan usaha atau perseorangan dan bukan merupakan bagian dari struktur organisasi perusahaan yang memasarkan atau menjual barang dan/atau jasa kepada konsumen akhir secara langsung dengan mendapatkan imbalan berupa komisi dan/atau bonus atas penjualan.

## 3. Konsumen

Pengertian konsumen menurut Pasal 1 angka 7 Permendag No.32/M-DAG/PER/8/2008 adalah : Setiap orang pemakai barang dan/atau jasa, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Sedangkan konsumen dalam konteks DS/MLM adalah masyarakat pengguna atau pembeli produk perusahaan DS/MLM yang bertujuan untuk mengkonsumsi produk secara pribadi.<sup>7</sup>

Konsumen dalam konteks *direct selling* dapat berarti 2 (dua), *pertama* orang yang membeli dan menggunakan produk melalui penjualan langsung yang dilakukan oleh seorang distributor perusahaan DS. *Kedua* distributor secara pribadi berhak menjadi konsumen bagi perusahaan DS yang bersangkutan. Konsumen *non-distributor* maupun konsumen

---

<sup>7</sup>Priyadi, "Bedah Sistem MLM", [www.priyadi.net](http://www.priyadi.net), diakses tanggal 21 Juni 2012.

distributor dapat dilihat dalam satu kesatuan, sebab tujuannya sama-sama mengkonsumsi produk secara pribadi.<sup>8</sup>

#### 4. Sistem Kerja

Perusahaan *direct selling* dibangun berdasarkan kemitraan sehingga sistem *direct selling* baru dapat berjalan apabila terdapat mitra usaha. Distributor/mitra usaha inilah yang nantinya mengembangkan jaringan dan melahirkan distributor-distributor baru melalui perekrutan yang dilakukan oleh dirinya sendiri maupun anggotanya. 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>9</sup> Pelatihan biasanya dilakukan oleh pembangunan jaringan (*network builder/achiever*) yang telah berhasil mencetak prestasi tertentu.<sup>10</sup>

#### 5. Komisi

Berdasarkan Pasal 1 angka 5 Permendag RI No.32/M-DAG/PER/8/2008, pengertian komisi adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha yang besarnya dihitung berdasarkan hasil kerja nyata, sesuai volume atau nilai hasil penjualan barang dan/atau jasa, baik secara pribadi maupun jaringannya.

Besarnya komisi seorang distributor ditentukan dari target penjualan yang dilakukannya sendiri dan yang dilakukan oleh jaringannya. Komisi tersebut berupa potongan harga, bonus, atau insentif yang ditetapkan perusahaan secara berjenjang sesuai dengan nilai penjualan (biasanya disebut *volume point*, *business point*, *volume grip* yang diberitahukan kepada mitra usaha sejak mereka mendaftar menjadi anggota.<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup>Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia, "Saatnya MLM Menggali dan Mengedepankan Value", [www.apli.or.id](http://www.apli.or.id), diakses tanggal 21 Juni 2012.

<sup>9</sup>Mark Yarnell & Rene Reid Yarnell, *Tahun Pertama Anda Dalam Network Marketing*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1999), hal. 207.

<sup>10</sup>Andrias Harefa, *op.cit.*, hal. 194.

<sup>11</sup>Andrias Harefa, *op.cit.*, hal. 3.



## **JENIS- JENIS PENJUALAN LANGSUNG/ *DIRECT SELLING***

Dalam sistem *direct selling* dibagi atas 2 jenis yaitu :

### 1. *Single Level Marketing* (Sistem Pemasaran Satu Tingkat)

Perusahaan penjualan langsung satu jenjang (*single level marketing*) sering kita jumpai di acara iklan televisi yang bersifat khusus. Dalam acara televisi tersebut, perusahaan SLM menawarkan berbagai macam produk yang dibutuhkan masyarakat. Mereka memperagakan cara penggunaan produk dan menunjukkan berbagai manfaat produk bagi konsumen. Produk yang ditawarkan bervariasi seperti alat-alat dapur, obat herbal, sandal kesehatan, alat-alat olahraga, dan lain-lain. Sistem SLM ini menggunakan metode pemasaran barang dan/atau jasa dari sistem penjualan langsung melalui program pemasaran berbentuk satu tingkat, dimana mitra usaha mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan/atau jasa yang dilakukannya sendiri.

### 2. *Multi Level Marketing* (Sistem Penjualan Berjenjang)

Defenisi MLM/ Penjualan Berjenjang secara hukum dapat dijumpai dalam Pasal 1 angka 1 Keputusan Menteri Perdagangan RI No.73/MPP/Kep/3/2000 tentang Kegiatan Usaha Penjualan Berjenjang adalah suatu cara atau metode penjualan secara berjenjang kepada konsumen melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh perorangan atau badan usaha yang memperkenalkan barang dan/atau jasa tertentu kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut yang bekerja berdasarkan komisi atau iuran keanggotaan yang wajar.

Dalam kenyataan di lapangan ditemukannya bentuk *multi level marketing* palsu. Pengertian dari *Multi Level Marketing* Palsu tidak disebutkan secara langsung di dalam Permendag RI No. 32 Tahun 2008, akan tetapi dengan menggunakan istilah pemasaran jaringan terlarang kita dapat mengetahuinya. Pemasaran jaringan terlarang menurut Pasal 1 angka 12 adalah kegiatan usaha dengan nama atau istilah apa pun dimana keikutsertaan mitra usaha berdasarkan pertimbangan adanya peluang untuk memperoleh imbalan yang berasal atau didapatkan terutama dari hasil partisipasi orang lain yang bergabung kemudian atau sesudah bergabungnya mitra usaha tersebut, dan bukan dari hasil kegiatan

penjualan barang dan/atau jasa. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan MLM palsu mempunyai tujuan utama menghimpun dana masyarakat sebanyak-banyaknya bagi kepentingannya dirinya sendiri dengan cara melanggar hukum. Penghasilan utama para mitra usaha dalam jaringan MLM palsu diperoleh dari komisi/bonus perekrutan anggota, bukan dari penjualan produk. Dalam MLM palsu produk dijadikan sebagai kedok untuk menutupi niat tidak baik perusahaan dalam menghimpun dana masyarakat secara ilegal. Perusahaan yang diperbolehkan menghimpun dan mengelola dana-dana masyarakat hanyalah perbankan, pasar modal, dan asuransi.

Sebaliknya, MLM asli memiliki surat izin khusus berupa SIUPL diatur secara tegas dalam Pasal 9 Permendag 32 Tahun 2008. SIUPL tersebut berlaku diseluruh wilayah negara Republik Indonesia. Perusahaan yang baru melakukan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem MLM diberikan SIUPL sementara dengan masa berlaku selama 1 (satu) tahun dan dapat ditingkatkan menjadi SIUPL tetap dengan masa berlaku selama perusahaan menjalankan kegiatan usahanya jika sesuai dengan kode pemasaran, kode etik, dan peraturan perusahaan. Peningkatan SIUPL Sementara menjadi SIUPL Tetap diajukan 30 hari kerja atau paling lambat 14 hari kerja sebelum SIUPL Sementara habis masa berlakunya. Perusahaan yang telah mendapatkan SIUPL Tetap wajib melakukan pendaftaran ulang setiap 5 (lima) tahun. Dalam melakukan pemasarannya, perusahaan MLM murni harus memenuhi ketentuan paling sedikit menyangkut hal-hal sebagai berikut :<sup>12</sup>

1. Memiliki alur distribusi barang dan/atau jasa yang jelas dari perusahaan sampai kepada konsumen akhir; dan
2. Jumlah komisi dan bonus atas hasil penjualan yang diberikan kepada seluruh mitra usaha dan jaringan pemasaran di bawahnya paling banyak 40% dari jumlah nilai penjualan barang dan/atau jasa perusahaan kepada mitra usaha.

---

<sup>12</sup> *Ibid.* hal.30.

## **KETENTUAN PENJUALAN LANGSUNG BERDASARKAN PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN RI No : 32/M-Dag/ Per/ 8/ 2008**

Menurut Pasal 1 angka 9, perusahaan adalah badan usaha yang berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan usaha perdagangan barang dan/atau jasa dengan sistem *direct selling*. Perusahaan yang melakukan usaha perdagangan dengan sistem *direct selling* sesuai dengan Pasal 6 ayat (1) harus berbadan hukum Indonesia berbentuk perseroan terbatas dan perdagangan dengan sistem *direct selling* dapat dilakukan oleh perusahaan dalam rangka penanaman modal dalam negeri atau penanaman modal asing sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang penanaman modal sebagaimana yang tertuang dalam ayat (2). 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. Peningkatan SIUPL Sementara menjadi SIUPL Tetap dapat diajukan 30 (tiga puluh) hari kerja sebelum masa berlakunya berakhir atau paling lambat 14 (empat belas) hari kerja sebelum SIUPL Sementara habis masa berlakunya dan setiap 5 (lima) tahun wajib melakukan pendaftaran ulang seperti apa yang tertuang dalam Pasal 9 ayat (6). Peraturan ini sangat selektif dalam mengatur dan mengantisipasi kemungkinan berkembangnya perusahaan-perusahaan yang berkedok DS yang sampai saat ini masih terus menjamur.

Dengan dimilikinya SIUPL oleh perusahaan DS dan sistem pemasaran dan ketentuan-ketentuan sebagaimana yang diatur dalam Pasal 2 setidaknya sudah memberikan rasa nyaman kepada calon mitra usaha dan calon konsumen agar tidak tertipu dengan adanya perusahaan DS palsu.

Sanksi terhadap perusahaan yang tidak menjalankan sesuai dengan ketentuan akan dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis oleh pejabat penerbit SIUPL. Peringatan secara tertulis akan diberikan sebanyak 3

(tiga) kali berturut-turut dengan tenggang waktu masing-masing 2 (dua) minggu terhitung sejak tanggal surat peringatan diberikan sesuai dengan Pasal 26 ayat (1). Berdasarkan Pasal 27 ayat (1), perusahaan akan dikenakan sanksi administratif berupa pemberhentian sementara SIUPL dengan jangka waktu 1 (satu) bulan apabila masih tetap menjalankan sistem pemasaran jaringan terlarang dan sanksi administratif berupa pencabutan SIUPL akan dilakukan oleh pejabat penerbit SIUPL bila perusahaan tetap mengabaikan surat peringatan yang telah dikeluarkan sebanyak 3 (tiga) kali.

### **TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP PRODUK YANG DIJUAL DENGAN SISTEM PENJUALAN LANGSUNG/*DIRECT SELLING***

Kalau dirinci secara lebih sederhana maka tanggung jawab itu meliputi :<sup>13</sup>

1. Tanggung jawab kontraktual atau tanggung jawab berdasarkan adanya suatu perjanjian yang dibuat oleh dua pihak atau lebih;
2. Tanggung jawab perundang-undangan atau tanggung jawab berdasarkan adanya suatu perbuatan melanggar hukum.

Dalam hal tanggung jawab kontraktual atau tanggung jawab berdasarkan adanya suatu perjanjian, berarti bahwa dalam melakukan suatu kontrak atau perjanjian, sudah barang tentu ada yang bertanggung jawab atas sesuatu yang telah dibuat dalam perjanjian.

Sedangkan dalam perbuatan melanggar hukum atau tanggung jawab perundang-undangan, berarti tanggung jawab itu dipikul oleh orang yang melakukan suatu perbuatan yang melanggar hukum dimana akibat dari perbuatannya itu mengakibatkan kerugian bagi orang lain. Jadi akibat dari perbuatannya itulah yang menimbulkan adanya suatu tanggung jawab dimana tanggung jawab itu harus dipikul olehnya sendiri. Baik itu akibat dari perbuatan yang melanggar hukum tersebut dikehendakinya maupun tidak dikehendakinya oleh si pembuat atau dalam arti karena kurang hati-hati atau kelalaiannya

---

<sup>13</sup> N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, hal.52.

menyebabkan timbulnya perbuatan yang dapat menimbulkan kerugian bagi orang lain.

## **PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN**

### 1. Penyelesaian sengketa *non* litigasi ( di luar pengadilan)

Penyelesaian sengketa bisnis di luar pengadilan (*non* litigasi) lebih banyak dipilih karena proses peradilan di Indonesia masih dianggap tidak efisien dan tidak efektif karena proses yang sangat lama, biayanya mahal, prosedurnya berbelit-belit, tidak ada jaminan kerahasiaan, putusannya bersifat menang-kalah, dapat merusak hubungan baik para pihak, hasil putusannya sering kali sulit dieksekusi, cenderung lebih berpihak kepada *elite* penguasa dan pemodal besar, masih suburnya mafia hukum, dan lain-lain.<sup>14</sup>

### 2. Penyelesaian Sengketa Litigasi (melalui pengadilan).

Seseorang yang dirugikan karena memakai atau mengonsumsi produk yang cacat hanya akan mendapat penggantian kerugian apabila mengajukan permintaan atau tuntutan atas hal tersebut. Permintaan atau penuntutan penggantian kerugian ini mutlak dilakukan oleh orang yang merasa berhak untuk mendapatkannya. Pasal 45 ayat (1) UUPK menyatakan bahwa :

“Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum”.

Lingkungan peradilan umum dimaksud adalah peradilan yang menangani perkara pidana dan perdata, peradilan ini meliputi Pengadilan Negeri, Pengadilan Tinggi dan Mahkamah Agung.

Ada beberapa alasan proses litigasi dipilih oleh para pihak :<sup>15</sup>

- a. Para pihak dalam dokumen transaksi telah mengatur *choice of forum* melalui forum litigasi atau;

---

<sup>14</sup> R.Serfianto D.Purnomo, Hariyani, Citra Yustisia. *Multi Level Marketing Money Game & Skema Piramid*, hal. 290.

<sup>15</sup> Huala Adolf, *Hukum Penyelesaian Sengketa Internasional*, (Bandung : Sinar Grafika, 2004),hal.173.

- b. Hukum positif yang terkait memberikan kewenangan kepada forum litigasi tertentu untuk memeriksa dan memutus perkara yang terkait dengan pokok masalah tertentu, dimana perkara tersebut dapat diajukan oleh salah satu pihak tanpa persetujuan terlebih dahulu dari pihak lainnya, maksudnya proses litigasi dapat dijalankan tanpa persetujuan dari pihak lainnya yang terkait dengan sengketa.

Dipilihnya proses penyelesaian sengketa melalui litigasi (pengadilan) yang dipilih oleh para pihak yang bersengketa dikarenakan proses litigasi (pengadilan) memiliki kelebihan, yakni putusannya dihormati dan wajib dilaksanakan oleh para pihak dikarenakan putusan pengadilan sifatnya mengikat secara hukum. Sedangkan sisi negatif dari proses litigasi dikarenakan waktu dan dana yang dikeluarkan oleh para pihak cukup lama dan memakan jumlah yang banyak, serta putusannya yang mungkin untuk dipublikasikan ke khalayak umum karena prinsip dari proses litigasi ini bersifat umum dan terbuka. Hal ini cenderung tidak disukai oleh para pihak yang bersengketa dikarenakan akan merusak reputasi dan kredibilitas para pihak yang bersengketa. Selain itu, proses litigasi ini banyak mendapat kritik negatif yang cenderung sudah disandang sebagai tempat berkumpulnya “mafia peradilan” sehingga membuat proses yang sudah ruwet semakin ruwet.

## **PERMASALAHAN**

Dari uraian singkat yang telah dikemukakan diatas dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Ketentuan Pejualan Langsung/ Direct Selling berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor : 32/M-DAG/PER/8/2008 ?
2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha terhadap produk yang dijual dengan sistem penjualan langsung/ direct selling ?
3. Bagaimana cara penyelesaian yang dilakukan bila terjadi sengketa antara pelaku usaha dan konsumen ?

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian dalam skripsi ini adalah deskriptif analitis. Penulisan yang bersifat deskriptif analitis merupakan suatu penelitian yang menggambarkan, menelaah, menjelaskan, dan menganalisa suatu peraturan hukum.<sup>16</sup> Alasannya bahwa penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan atau melukiskan tentang bagaimana sesungguhnya perlindungan hukum yang diberikan terhadap konsumen dalam melakukan pembelian produk melalui sistem penjualan langsung/*direct selling* dan bagaimana sistem penjualan langsung/*direct selling* yang murni. Adapun data sekunder yang diperoleh dari penelitian kepustakaan yang bertujuan untuk mendapatkan konsep, teori dan informasi serta pemikiran konseptual dari penelitian pendahulu. Data sekunder menggunakan bahan hukum primer yang berasal dari aturan hukum pada berbagai perangkat hukum. Bahan hukum sekunder adalah bahan yang menjelaskan bahan hukum primer yang diperoleh dari jurnal, pendapat sarjana dan hasil penelitian. Sedangkan, bahan hukum tersier adalah bahan yang memberi petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder seperti kamus hukum atau ensiklopedia.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Perusahaan PT. Harmoni Dinamik Indonesia (selanjutnya PT.HDI) dengan member ID di APLI 0043/04/00 sebagai salah satu perusahaan yang menggunakan sistem penjualan langsung dalam memasarkan produknya juga tidak terlepas dari kewajibannya untuk mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. PT. HDI selaku perusahaan yang memproduksi produk berupa madu, *body lotion*, shampoo, suplemen, krim luka,dll tidak akan mungkin bisa lepas dari kemungkinan adanya produk yang cacat. Bisa saja karena kekurangcermatan dalam memproduksi, tidak sesuai dengan yang diperjanjikan atau jaminan, atau kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha,dll.

Ada beberapa permasalahan yang biasanya dialami oleh konsumen maupun distributor yang membeli produk dari PT. HDI :

---

<sup>16</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 1986), hal. 63.

## 1. Harga Produk.

Hubungan kerjasama antara distributor dengan PT. HDI telah diikat dengan adanya perjanjian distributor resmi yang mengikat keduanya. PT. HDI selaku pelaku usaha menjamin semua produk perusahaan yang dijual sesuai dengan harga retail yang telah ditentukan dan disetujui oleh perusahaan. Jadi distributor tidak boleh sembarangan dalam menentukan harga dengan cara menaikkan maupun menurunkan harga dari semua produk perusahaan termasuk produk perusahaan yang diperoleh pada saat promosi atau penawaran khusus, harus dijual dengan harga retail.<sup>17</sup> Apabila konsumen ingin meminta pertanggungjawaban dari perusahaan atas ketidakpuasan dari pelayanan distributor terhadap konsumen, maka konsumen yang dirugikan dapat mengembalikan produk yang tidak terpakai tersebut ke PT HDI dalam jangka waktu 30 (tiga puluh) hari dari tanggal pembelian. Selain dari itu, konsumen wajib memberikan keterangan tertulis perihal ketidak puasannya terhadap produk perusahaan tersebut dengan melampirkan bukti pembelian, nama dan nomor ID distributor yang menjual produk tersebut. Pengembalian uang secara penuh atau penggantian produk akan ditawarkan kepada konsumen tersebut.

## 2. Penggunaan, Pemakaian dan Pemanfaatan Produk.

Produk-produk yang diperdagangkan dalam perusahaan MLM meliputi berbagai jenis. Biasanya produk suplemen kesehatan, peralatan kesehatan, peralatan rumah-tangga, produk perawatan tubuh, kosmetik, sampai kebutuhan non primer seperti *fashion*, *souvenir*, pembuatan *website*, dll. Perusahaan MLM bisa saja hanya memperdagangkan satu jenis produk, namun bisa pula memperdagangkan lebih dari satu jenis produk. Hal ini tergantung dari kebijakan perusahaan MLM itu sendiri.<sup>18</sup> Kemungkinan kerugian yang ditimbulkan dari produk yang

---

<sup>17</sup> *Starter kit*, PT HDI.

<sup>18</sup> Ridlo, "Produk MLM", *ridlo.info*, diakses tanggal 21 Mei 2012.



diperjualbelikan oleh pelaku usaha bisa saja terjadi. Kerugian yang diderita oleh pemakai produk yang cacat atau membahayakan, bahkan juga pemakai yang turut menjadi korban, merupakan tanggung jawab mutlak pelaku usaha. PT. HDI menjamin bahwa produk yang dibeli oleh konsumen dapat dikembalikan kepada perusahaan dengan jangka waktu 30 hari setelah melakukan pembelian dan perusahaan siap untuk menanggung segala kerugian yang dialami oleh konsumen sesuai dengan peraturan yang berlaku.

### 3. Pengembalian Produk

Pertanggungjawaban pelaku usaha tidak hanya terbatas pada konsumen saja. PT. HDI selaku pelaku usaha juga memiliki tanggung jawab terhadap produk yang dijual oleh distributor. Distributor sebagai seorang pengusaha bebas tidak memiliki ketentuan yang mengatur jumlah minimum produk yang harus disimpan seorang distributor. Ia hanya perlu membeli produk perusahaan secukupnya sesuai dengan kemampuannya menjual atau mengkonsumsi dalam beberapa hari saja atau 1 (satu) minggu. Distributor tidak dianjurkan menyimpan produk terlalu lama dan dalam jumlah yang banyak karena produk-produk tersebut adalah produk alami, tanpa pengawet, dan mudah rusak jika tidak disimpan dengan baik.

Perusahaan hanya akan menyetujui pengembalian produk dari distributor jika memenuhi ketentuan sebagai berikut :

- a. Semua produk perusahaan yang akan diminta pengembalian uangnya harus dalam keadaan belum dibuka, dapat dijual kembali, dan dalam kondisi baik.
- b. Semua produk perusahaan harus dikembalikan dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari sejak tanggal pengembalian.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Undang-undang yang berfungsi sebagai payung hukum bagi konsumen yaitu Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan khusus yang mengatur tentang sistem penjualan langsung hanya Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 32/M-DAG/PER/8/2008 .

Pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian yang dialami konsumen, pelaku usaha berkewajiban memberikan ganti rugi sepanjang kerugian yang dialami oleh konsumen disebabkan oleh kelalaian pelaku usaha.

Perlindungan hukum bagi konsumen telah diatur secara umum dalam UUPK, konsumen dapat menempuh jalur hukum sesuai dengan ketentuan UUPK. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan meliputi :

- a. Penyelesaian langsung antara pihak yang berkepentingan;
- b. Penyelesaian melalui Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yakni Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI);
- c. Penyelesaian melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSN).

### **Saran**

- 1) Untuk menjamin kepastian hukum dan memberikan perlindungan kepada masyarakat (konsumen), pemerintah sudah selayaknya memberikan perhatian dan kewaspadaan yang lebih serius terhadap perkembangan dan maraknya bisnis DS akhir-akhir ini. 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 DS agar membuat dan merumuskan Undang-undang Anti Piramida dengan tujuan untuk mengawasi perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang DS merupakan suatu langkah maju untuk mendukung perkembangan bisnis DS yang murni dan bersih.

- 2) Bagi para pelaku usaha DS hendaknya memperhatikan beberapa hal yang harus dipertahankan *Pertama*, bagaimana para pelaku usaha menata sistem dan pola DS agar lebih baik dan terpadu, transparan dan adil. *Kedua*, bagaimana para pelaku usaha dapat meyakinkan masyarakat bahwa harga jual produk mereka kepada konsumen akhir memang lebih murah dari pada pemasaran tradisional. *Ketiga*, kiranya para pelaku usaha DS dapat bersinergis dengan APLI dalam melakukan promosi produk mereka dengan cara sehat dan mendidik kepada masyarakat sebagai calon konsumen dari pelaku usaha DS.
- 3) Masyarakat sebagai calon konsumen dan calon distributor harus meningkatkan kewaspadaan dan teliti sebelum membeli produk dan bergabung ke perusahaan DS untuk menghindari terjebak dalam perusahaan DS palsu. Selain itu, masyarakat harus berhati-hati dan meningkatkan rasa curiga terhadap model investasi yang dapat mendatangkan untung yang besar dalam jangka waktu yang singkat agar tidak terjebak didalam bisnis *money game*.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku**

Darwis, Abdi, *Hak Konsumen Untuk Mendapatkan Perlindungan Hukum dalam Industri Perumahan Di Kota Tangerang*, Tesis, Semarang, Program Sarjana Hukum Universitas Diponegoro, 2010.

Harefa, Andrias. *Menapaki Jalan DS-MLM*, Yogyakarta: Gradiens Book, 2007.

Ibrahim, Jabbar. *MLM Bikin Saya Kaya Raya*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka, 2009.

Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

Miru, Ahmadi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.

- Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: PT.Grasindo, 2000
- Siahaan, N.H.T. *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*. Jakarta: Panta Rei, 2005.
- Sidabalok, Janus. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung : PT.Citra Aditya Bakti, 2006.
- Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press, 1986.
- Susanto, Happy. *Hak-Hak Konsumen jika Dirugikan*. Jakarta: Visi Media Pustaka, 2008.
- Sutedi, Adrian. *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2008.
- Yarnell, Mark dan Rene Reid Yarnell. *Tahun Pertama Anda Dalam Network Marketing*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 1999.

### **Internet**

- Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia, “Saatnya MLM Menggali dan Mengedepankan Value”, [www.apli.or.id](http://www.apli.or.id), diakses tanggal 21 Juni 2012.
- [http://en.wikipedia.org/wiki/Henry\\_J\\_Heinz](http://en.wikipedia.org/wiki/Henry_J_Heinz), diakses tanggal 6 Mei 2012.
- <http://www.articlesnatch.com/>, diakses tanggal 6 Mei 2012.
- Priyadi, “Bedah Sistem MLM”, [www.priyadi.net](http://www.priyadi.net), diakses tanggal 21 Juni 2012.

### **Peraturan Perundang-Undangan**

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 73/MPP/Kep/3/2000 tentang Ketentuan Kegiatan Usaha Penjualan Berjenjang.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung.