

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP ANGGOTA
MULTI LEVEL MARKETING (MLM) DALAM INVESTASI MELALUI
SISTEM MLM**

ANISA / D 101 12 322

PEMBIMBING I : SYAMSU THAMRIN, S.H., M.H.

PEMBIMBING II : ADFIYANTI FADJAR, S.H., L.L.M

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mekanisme MLM dan perlindungan hukum terhadap anggota multi level marketing dalam investasi melalui sistem MLM khususnya di Kota Palu, di tinjau dari Undang-Undang Republik Indonesia tentang Perdagangan serta keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan. Penelitian ini ber sifat yuridis normatif atau metode kepustakaan. Teknik dalam pengumpulan bahan hukum dengan cara penelusuran bahan pustaka dan Wawancara sebagai data penunjang. Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa : (1) mekanisme pendaftaran MLM Tupperware memberikan produk kepada setiap anggota baru dimana harga produk tersebut sama besarnya dengan biaya pendaftaran. Keuntungan yang di peroleh tergantung jenjang karir dan profit yang di dapatkan anggota tersebut. (2) penerapan aturan penjualan langsung atau multi level marketing di indonesia masih sangat lemah. Karena pengaturan mengenai MLM hanya di atur dalam surat keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan. Jangkauan berlakunya pun masih sangat terbatas hal ini di sebabkan karena tidak adanya pengaturan tentang larangan penggunaan pola piramida atau money game dalam bisnis MLM.

Kata kunci : *Perlindungan hukum, MLM, dan Money game*

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Multi Level Marketing (selanjutnya disingkat MLM) merupakan salah satu cabang dari *direct selling* yaitu salah

satu sistem bisnis yang pemasaran produknya menggunakan member sebagai pembeli, konsumen, pemasar, promoter, dan sebagai distributor. MLM adalah pemasaran yang berjenjang banyak. MLM dapat diartikan metode pemasaran yang menggunakan organisasi distributor secara berjenjang. Distributor adalah

seseorang/perusahaan yang membeli produk dari produsen yang memproduksinya langsung dan menawarkan/menjual kembali kepada toko/*retail*. distributor bisa saja mengambil produk dari beberapa produsen untuk ditawarkan ke toko-toko. biasanya distributor akan menerima presentase diskon harga yg lebih besar dari produsen karena melakukan pembelian dalam jumlah sangat banyak (stok barang). Di sebut multi level karena merupakan suatu organisasi distributor yang melaksanakan penjualan yang berjenjang banyak atau bertingkat-tingkat. MLM ini di sebut juga sebagai *networking marketing*. Di sebut demikian karena anggota kelompok tersebut semakin banyak, sehingga membentuk sebuah jaringan kerja (*network*) yang merupakan salah suatu sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan kerja berupa sekumpulan banyak orang yang kerjanya melakukan pemasaran.¹

¹ *Direct selling* (penjualan langsung) adalah metode penjualan barang dan atau jasa tertentu kepada konsumen, dengan cara tatap muka di luar lokasi eceran tetap oleh jaringan pemasaran yang di kembangkan oleh mitra usaha. Bekerja berdasarkan komisi penjualan, bonus penjualan,

Undang - undang yang mengatur tentang distributor secara khusus belum ada, sehingga yang menjadi dasar hukum untuk mengatur distributor adalah ketentuan-ketentuan yang dikeluarkan oleh beberapa departemen teknis misalnya, Departemen Perdagangan dan Perindustrian yang diatur dalam Surat Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 77/Kp/III/78, tanggal 9 Maret 1978 yang menentukan bahwa lamanya perjanjian harus dilakukan. Sampai dengan dikeluarkannya Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No.23/MPP/KEP/1/1998 tentang Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan (Kepmen No.23/1998) sebagaimana kemudian diubah dengan dikeluarkannya Keputusan Menteri No.159/MPP/Kep/4/1998 tentang Perubahan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan

dan iuran keanggotaan yang wajar. Yang termasuk *direct selling* adalah *Single Level Marketing* dan *Multi Level Marketing*. Depok: QultumMedia, Cet-ke 1, 2005,hlm.16.

No.23/MPP/Kep/1/1998 tentang Lembaga-Lembaga Perdagangan.²

Saat begitu banyak masyarakat yang aktif menjalankan bisnis dengan sistem MLM, disebabkan masyarakat menganggap bahwa bisnis tersebut sangat menjanjikan, mudah dijalankan dan mendapat bonus atau keuntungan yang besar dari bisnis tersebut. Dalam proses yang harus dipenuhi untuk menjadi anggota dari MLM Tersebut tidaklah begitu rumit persyaratannya. Hal ini terjadi tiada lain akibat dari cara unik dan inovasi MLM yang telah menjadi metode penjualan yang sukses selama 50 tahun.³ karena itu, banyak ditiru oleh bisnis-bisnis lain yang menyimpang seperti skema pyramide, surat berantai, dan sistem binari. Namun tidak sedikit masalah yang ditimbulkan oleh MLM ini, contoh kasus yang pernah terjadi ialah : PT. Melia Sehat Sejahtera merupakan salah satu perusahaan MLM yang dianggap ilegal dikarenakan tidak terdaftar di

Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI).

Saat ini MLM di Indonesia bernaung di bawah Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (selanjutnya disingkat APLI) dan anggota yang terdaftar cukup banyak antara lain, Oriflame Indonesia, Sophie Martin Indonesia, Herbalife Indonesia, K-Link Nusantara, Avail Elok Indonesia, *Wootekh*, Tupperware, dan lain sebagainya.⁴ Namun untuk kepentingan penulisan ini penulis akan fokus pada MLM Tupperware, hal ini disebabkan karena Tupperware adalah salah satu bentuk MLM yang cukup banyak peminatnya khususnya dikota palu. Dimana untuk bergabung menjadi anggota MLM Tupperware, setiap calon anggotanya wajib mengeluarkan sejumlah uang (investasi) sebagai biaya pendaftaran untuk menjadi anggota di MLM Tupperware, namun uang pendaftaran yang dikeluarkan setiap calon anggota akan di tukarkan dengan produk Tupperware yang

²<http://arididit.blogspot.co.id/2014/10/aspek-aspek-hukum-perjanjian.html> . di akses tanggal 27 mei 2016.

³ Availkuponnya.blogspot.co.id/2012/03/sejarah-network-marketing.html?m=1

⁴ <http://www.apli.or.id/de/> di akses tanggal 10 juni 2016.

harga produk tersebut sesuai dengan besarnya biaya pendaftaran yang di investasikan, kemudian calon anggota tersebut akan melakukan registrasi dan akan memperoleh *id card* yang artinya calon anggota tersebut resmi bergabung di MLM Tupperware.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah di kemukakan di atas, maka dapat di rumuskan permasalahan:

1. Bagaimanakah Mekanisme MLM Tupperware ?
2. Bagaimanakah perlindungan hukum terhadap anggota MLM Tupperware atas investasi yang telah ditanamkan di perusahaan MLM Tupperware ?

BAB II PEMBAHASAN

A. Mekanisme MLM Tupperware

Tupperware adalah salah satu produk yang menggunakan metode pemasaran MLM dengan merek dagang yang telah mendunia dan memiliki reputasi sebagai produsen peralatan rumah tangga yang eksklusif dan berharga mahal.

Tupperware telah banyak dikenal dalam lingkungan masyarakat perkotaan, salah satunya yaitu di Kota Palu. Dalam usaha marketing MLM Tupperware ini dibutuhkan mekanisme yang melibatkan banyak orang dengan tujuan untuk memperluas jaringan bisnis. Dengan semakin luasnya jaringan yang mereka bentuk maka akan semakin menambah keuntungan bagi *marketing* mereka. Sistem jaringan bisnis dalam Tupperware sangat mengandalkan adanya hubungan sosial antara masyarakat konsumsi dalam komunitas MLM Tupperware. Adapun mekanisme – mekanisme dalam MLM Tupperware adalah sebagai berikut :

1. Cara merekrut MLM Tupperware :

- a. Perseorangan (*one to one*)
- b. Berkolompok (*party*)

2. Jenjang karir di MLM Tupperware:

- a. *Consultant*
- b. *Team Capten (TC)*
- c. *Unit Manager (MG)*
- d. *General Manager (GM)*
- e. *Distributor*

3. Sistem Pemasaran Produk MLM Tupperware

Berdasarkan hasil penelitian penulis tentang sistem pemasaran produk Tupperware, Metode pemasaran produk Tupperware dilakukan dengan cara Penjualan langsung (*direct selling*). Sistem penjualan (*direct selling*) pada produk Tupperware pertama kali di perkenalkan oleh Brownie Wise pada tahun 1946 melalui *home party* yang informatif dan menyenangkan.

4. Keuntungan dari sistem MLM Tupperware

Keuntungan yang diperoleh oleh setiap anggota dari hasil penjualan produk Tupperware berdasarkan jenjang karirnya di dalam sistem MLM Tupperware merupakan keuntungan *financial* yang diberikan kepada setiap anggota aktif yang menjalankan segala bentuk mekanisme dan sistem didalam MLM Tupperware.

5. Kelemahan dari sistem MLM Tupperware

- a. Tingginya *Consultant* yang non aktif ataupun *Consultant* fiktif
- b. Tingginya jumlah member yang *stop down* (member malas)
- c. Rendahnya aktifitas menejer baru (malas parti, dll)
- d. Rendahnya tingkat keberhasilan *Team Captain* (TC)
- e. Kurangnya informasi tentang jenjang karir dan *challenge*

6. Peraturan (Kode etik) dan sanksi MLM Tupperware Indonesia

1. Dilarang melakukan penjualan, pembelian, tukar-menukar produk Tupperware dengan *Group manager*, *Unit manager*, *Team captain* atau *Consultant* dari Distributor lain ataupun dengan *Group manager*, *Unit manager*, *Team captain* atau *Consultant* dari Distributor yang sama, tanpa persetujuan dari distributornya.⁵
2. Tidak boleh berpindah kepada Distributor lain atau *Group*

⁵ Buku sukses Tupperware, Jakarta 2016

- manager* lain atau *Unit manager* lain atau *Team captain* lain tanpa persetujuan dari tempat asalnya.
3. Tidak boleh melakukan *display*, penjualan atau promosi produk Tupperware melalui *outlet*, toko, pasar swalayan, mall, atau tempat-tempat umum lainnya tanpa persetujuan Distributor dan Tupperware Indonesia.
 4. Tidak boleh mengikutsertakan produk Tupperware dalam kegiatan promosi, bazar, pameran, eksebisi, atau yang sejenisnya tanpa persetujuan terlebih dahulu dari distributor dan Tupperware Indonesia.
 5. Tidak melakukan penjualan produk Tupperware dengan diskon / potongan harga diluar program promosi atau ketentuan yang ditetapkan oleh Tupperware Indonesia.
 6. Tidak boleh melakukan penjualan kepada konsumen dimana konsumen tersebut diyakini membelinya untuk dijual kembali melalui *outlet*, toko, pasar swalayan, mall, pameran, bazar, eksebisi atau sejenisnya tanpa persetujuan terlebih dahulu dari Distributor dan Tupperware Indonesia.
 7. Tidak boleh melakukan penjualan produk Tupperware selain yang berasal dari Tupperware Indonesia.
 8. Tidak boleh melakukan penjualan, promosi, atau pemasaran yang melibatkan produk Tupperware dengan produk lain, tanpa persetujuan terlebih dahulu dari Tupperware Indonesia.
 9. Tidak boleh mendirikan atau membuat pusat Distribusi, galeri atau kantor penjualan dengan nama apapun juga diluar yang telah ditetapkan atau tanpa izin Tupperware Indonesia.
 10. Tidak boleh melakukan kegiatan penjualan atau promosi produk Tupperware dengan cara yang melanggar atau bertentangan dengan Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen atau peraturan perundang-undangan lainnya.

B. Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Anggota Multi Level Marketing Tupperware

Sebagai upaya menciptakan tertib usaha, meningkatkan perlindungan terhadap anggota MLM Tupperware serta meningkatkan etika ber usaha dan tanggung jawab dalam penjualan berjenjang, Departemen Perindustrian dan Perdagangan telah mengeluarkan ketentuan hukum melalui SK Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 73/MPP/KEP/3/2000 tanggal 20 Maret tahun 2000 disamping itu pula di tunjang dengan adanya Undang - undang Republik Indonesia pasal 7 dan pasal 9 nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan diharap kepentingan anggota MLM Tupperware dapat terlindungi. Adapun bentuk perlindungan yang terdapat pada ketentuan – ketentuan dalam ketentuan Perundang – undangan di atas meliputi : Pertama, didalam menjalankan kegiatannya MLM harus dilakukan berdasarkan perjanjian tertulis antara perusahaan MLM dengan Penjual dan tunduk pada Hukum Indonesia (Pasal 3 jo pasal 6 SK Menteri Perindustrian dan Perdagangan No.73/MPP/KEP/3/2000) Berhubung

dasarnya menggunakan perjanjian maka tidak dapat dilepaskan dari syarat – syarat yang ditetapkan Pasal 1320 jo pasal 1347 Kitab Undang – Undang Hukum Perdata dan asas perjanjian lainnya. Adanya kewajiban dan larangan bagi perusahaan MLM dalam menjalankan kegiatan usahanya, setidak – tidaknya dapat memberikan kepuasan dan perlindungan kepada semua pihak yang berkepentingan, menerapkan kompetisi yang sehat dalam rangka sistem dunia usaha bebas, dan peningkatan citra umum dari kegiatan DS/MLM, sehingga setiap orang yang tergabung dalam suatu perusahaan MLM dapat di lindungi dengan adanya Keputusan menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 73/MPP/KEP/3/2000 dan Undang - undang Republik Indonesia pasal 7 dan pasal 9 nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan.

Kepada perusahaan yang akan melakukan kegiatan MLM, Dirjen Perdagangan dalam negeri memberikan izin usaha khusus yang disebut Izin Usaha Penjualan Berjenjang (IUPB) yang berlaku

untuk seluruh wilayah Indonesia selama 3 tahun (pasal 2 SK Menteri Perindustrian dan Perdagangan no.73/MPP/Kep/3/2000). Dalam pasal 2 ayat 2 SK Menteri Perindustrian dan Perdagangan no.73/MPP/Kep/3/2000 disebutkan bahwa pemberian IUPB ada ditangan Direktur Jendral Perdagangan Dalam Negeri. Ada sejumlah syarat yang harus dipenuhi untuk bisa memperoleh IUPB. Syarat tersebut meliputi : (1) syarat administratif, misalnya salinan akta Notaris pendirian perusahaan terbatas. (2) syarat non-adminstratif, sebagai contoh mereka harus mengungkapkan bagaimana cara bisnis mereka seperti sistem *rekrutmen*, penjualan barang, jenis barang, dan sistem bonus.

Seperti kenyataan saat ini, pemberlakuan aturan penjualan langsung atau *Multi Level Marketing* (MLM) atau Undang – undang yang melindungi anggota MLM di Indonesia masih sangat lemah, sehingga tujuan perlindungan anggota yang berupa melindungi hak – hak dari anggota MLM belum dapat terealisasikan. Hal ini

disebabkan karena (1) Pengaturan mengenai MLM hanya diatur dalam Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan (Menperindag) nomor 73/MPP/Kep/3/2000 tentang izin usaha berjenjang, sedangkan dalam Surat Keputusan Menperindag tersebut jangkauan berlakunya masih sangat terbatas. Hal ini disebabkan karena tidak adanya pengaturan tentang larangan penggunaan pola piramida atau *money game* dalam bisnis MLM. (2) Selain itu juga dalam hal pemberian sanksi kepada perusahaan MLM yang melakukan pelanggaran hanya berupa pemberian sanksi kepada perusahaan MLM yang melakukan pelanggaran hanya berupa pemberian sanksi administratif, yaitu dengan pencabutan izin usaha berjenjang misalnya, sehingga masih banyak konsumen MLM yang dirugikan. Padahal, praktek – praktek skema piramid dan *money game* semakin beragam , canggih, dan marak, sampai ke pelosok – pelosok daerah. (3) lemahnya sistem perizinan di Indonesia menyebabkan tidak sedikit perusahaan *money game* atau

piramida yang berkedok MLM yang berhasil lolos dengan alibi bahwa usaha mereka tidak termasuk dalam IUPB.

Didalam sistem pemasaran MLM Tupperware apabila terjadi sengketa antara anggota dengan perusahaan MLM Tupperware penyelesaian akan di upayakan semaksimal mungkin dalam mekanisme perusahaan. Prosedur penyelesaian sengketa pada perusahaan – perusahaan MLM sangat beragam, tetapi pada umumnya lebih mengacu dengan sistem yang bersifat kekeluargaan. Hal ini dilakukan untuk mempertahankan sistem makerting agar para anggota akan tetap menjadi anggota yang aktif serta merasa nyaman dengan pilihan penyelesaian sengketa yang dilakukan. Selain dalam mempertahankan jumlah anggota, mekanisme penyelesaian internal dirasa lebih efektif karena langsung mempertahankan jumlah anggota dan juga karena langsung mempertemukan kedua belah pihak. Tidak diperlukan biaya yang tinggi untuk melakukan kegiatan beracara dalam suatu peradilan. Alokasi

waktu yang dibutuhkan juga relatif singkat, karena para pihak bisa langsung membahas pokok permasalahan tanpa ada aturan hukum acara persidangan seperti dalam suatu peradilan. Poin yang paling penting dari mekanisme internal ini adalah terjaganya kerahasiaan perusahaan sehingga kredibilitas dan nama baik perusahaan tetap terjaga.

Penerapan suatu standar kode etik pada suatu perusahaan MLM merupakan salah satu cara yang digunakan untuk menyelesaikan perselisihan. Kode etik tersebut berisi nilai – nilai normatif yang harus dipenuhi dan dipatuhi oleh anggota. Kode etik merupakan kesepakatan bersama yang menyatukan visi dan menjadi aturan bersama dalam suatu jaringan. Konsep tersebut diterapkan layaknya seperti undang – undang bagi para anggota MLM, kepatuhan anggota atas nilai – nilai yang disepakati tersebut bersifat mutlak dan tidak dapat di tawar – tawar.

Karena MLM Tupperware merupakan salah satu perusahaan MLM yang bernaung di bawah

naungan APLI, maka MLM Tupperware juga patut menjadikan Kode etik APLI sebagai acuan. Apa bila di dalam perusahaan MLM Tupperware terjadi sengketa namun tidak mampu diselesaikan secara intern oleh perusahaan MLM Tupperware maka MLM Tupperware wajib menerapkan kode etik APLI sebagai sarana untuk menyelesaikan sengketa yang terjadi didalam MLM Tupperware. Adapun kode etik dari APLI yang tertuang di dalam Lampiran ke 3 yang khusus mengatur tentang Penjualan Langsung (*direct selling*) :

1. Kepatuhan Penjual Langsung

Perusahaan harus mewajibkan para Penjual Langsung mereka, sebagai satu syarat keanggotaan dalam system distribusi Perusahaan, untuk mematuhi standar-standar kode etik ini.

2. Perekrutan

Perusahaan tidak boleh menggunakan praktek-praktek perekrutan yang bersifat menyesatkan, menipu dan tidak jujur.

3. Informasi Bisnis

Informasi yang disediakan oleh Perusahaan bagi Penjual Langsung mengenai peluang dan hak-hak serta kewajiban terkait harus akurat dan lengkap. Perusahaan tidak boleh memberikan informasi dalam bentuk apapun yang tidak dapat diverifikasi, atau memberi janji yang tidak dapat dipenuhi kepada calon Penjual Langsung. Perusahaan-perusahaan tidak boleh menyampaikan keuntungan-keuntungan peluang penjualan kepada seorang calon rekrutan cara palsu atau mengecoh.

4. Remunerasi dan pelaporan

Perusahaan harus memberikan kepada para Penjual Langsung laporan periodik, sebagaimana yang berlaku untuk setiap penjualan, pembelian, rincian pendapatan, komisi, bonus, diskon, pengiriman barang, pembatalan dan data lain yang relevan kepada Penjual Langsung sesuai dengan perjanjian yang disepakati Perusahaan dengan

Penjual Langsung. Semua uang terhutang harus dibayarkan dan setiap pemotongan sejumlah uang harus dilakukan dengan cara yang tepat secara komersial.

5. Pernyataan Penghasilan

Perusahaan dan Penjual Langsung tidak boleh membuat laporan atau pernyataan yang tidak benar tentang jumlah penjualan, potensi penjualan atau penghasilan dari Penjual Langsung. Setiap pernyataan pendapatan dan penjualan yang dibuat harus berdasarkan pada fakta-fakta yang didukung oleh dokumen.

6. Hubungan

Perusahaan harus mempersiapkan perjanjian tertulis, yang harus ditanda tangani oleh perusahaan maupun Penjualan Langsung yang berisikan semua rincian mendasar dari hubungan antara Penjual Langsung dan Perusahaan. Perusahaan harus menginformasikan kepada Penjual Langsung mengenai kewajiban hukum termasuk ijin yang berlaku, registrasi dan pajak.

7. Iuran

Perusahaan dan Penjual Langsung tidak boleh mewajibkan Penjual Langsung atau calon Penjual Langsung untuk membayar iuran keanggotaan yang tinggi, biaya pelatihan, iuran waralaba, iuran untuk biaya bahan promosi atau iuran lainnya yang hanya berkaitan dengan hak untuk ikut serta dalam bisnis penjualan langsung. Biaya yang dikenakan untuk menjadi Penjual Langsung harus berhubungan secara langsung dengan nilai bahan, produk, atau layanan yang diterima sebagai gantinya.

8. Pemutusan Hubungan

Pada saat hubungan seorang Penjual Langsung dengan Perusahaan diputuskan, perusahaan harus membeli kembali produk yang tidak terjual dan masih dapat dijual kembali, termasuk bahan-bahan promosi, alat bantu dan alat-alat penjualan yang dibeli dalam kurun waktu 12 bulan terakhir dikurangi biaya penanganan hingga 10 % dari harga pembelian bersih.

Perusahaan juga dapat melakukan pemotongan untuk biaya setiap manfaat yang telah diterima oleh Penjual Langsung berdasarkan pembelian barang-barang yang dikembalikan.

9. Persediaan Produk

Perusahaan tidak boleh mewajibkan atau mendorong Penjual Langsung untuk membeli stok Produk dalam jumlah yang besarnya tidak masuk akal. Perusahaan harus mengambil langkah yang semestinya untuk memastikan bahwa Penjual Langsung yang menerima kompensasi untuk volume penjualan *downline* mengkonsumsi atau menjual kembali produk-produk yang mereka beli agar dapat memenuhi syarat untuk menerima kompensasi.

10. Materi-materi lain

Perusahaan harus melarang Penjual Langsung memasarkan atau mewajibkan orang lain melakukan pembelian materi-materi yang tidak sesuai dengan kebijakan dan prosedur

Perusahaan. Penjual Langsung yang menjual literatur promosi atau literatur pelatihan yang telah disetujui oleh perusahaan, baik dalam bentuk cetak maupun dalam bentuk elektronik, diwajibkan (i) menggunakan hanya materi-materi yang memenuhi standar-standar yang ditetapkan perusahaan, (ii) menghindari pemberlakuan pembelian alat bantu penjualan sebagai persyaratan menjadi *downline* Penjual, (iii) menyediakan alat bantu penjualan dengan harga yang pantas, setara dengan bahan-bahan serupa yang tersedia secara umum dipasaran, dan (iv) menawarkan kebijakan pengembalian tertulis yang sama dengan kebijakan pengembalian pada Perusahaan yang diwakili oleh Penjual Langsung tersebut. Perusahaan harus mengambil langkah yang pantas dan konsisten untuk memastikan bahwa alat bantu penjualan yang diproduksi oleh Penjual Langsung mematuhi ketentuan-ketentuan kode etik ini dan tidak bersifat menyesatkan atau menipu.

11. Pelatihan bagi Penjual Langsung

Perusahaan harus menyediakan pelatihan yang memadai guna mengasah kemampuan Penjual Langsung untuk bekerja secara etis.

BAB III PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang dipaparkan pada bab pembahasan tersebut diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa :

1. MLM Tupperware adalah perusahaan produsen alat – alat rumah tangga yang menggunakan penjualan langsung / *direct selling* sebagai sistem pemasarannya. Cara pendaftaran MLM Tupperware pun tidaklah merugikan calon anggota karena Tupperware akan memberikan produk kepada setiap anggota baru dimana harga produk tersebut sama besarnya dengan biaya pendaftaran. Keuntungan yang diperoleh anggota MLM Tupperware pun itu tergantung jenjang karir yang dicapai oleh

anggota MLM Tupperware dan juga tergantung dari kerja keras dari anggota tersebut, semakin tinggi jenjang karir maka semakin besar pula profit yang didapatkan.

2. Penerapan aturan penjualan langsung atau *Multi Level Marketing* (MLM) atau Undang – undang perlindungan anggota MLM di Indonesia masih sangat lemah. Hal ini di sebabkan karena, (1) Pengaturan mengenai MLM hanya diatur dalam Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan (Menperindag) nomor 73/MPP/Kep/3/2000 tentang izin usaha berjenjang, sedangkan dalam Surat Keputusan Menperindag tersebut jangkauan berlakunya masih sangat terbatas. Hal ini disebabkan karena tidak adanya pengaturan tentang larangan penggunaan pola piramida atau *money game* dalam bisnis MLM. (2) Selain itu juga dalam hal pemberian sanksi kepada perusahaan MLM yang melakukan pelanggaran hanya berupa pemberian sanksi administratif, yaitu dengan

pencabutan izin usaha berjenjang misalnya, sehingga masih banyak konsumen MLM yang dirugikan. Padahal, praktek – praktek skema piramid dan *money game* semakin beragam , canggih, dan marak, sampai ke pelosok – pelosok daerah. (3) lemahnya sistem perizinan di Indonesia menyebabkan tidak sedikit perusahaan *money game* atau piramida yang berkedok MLM yang berhasil lolos dengan alibi bahwa usaha mereka tidak termasuk dalam IUPB. Proses penyelesaian sengketa dilakukan dengan dua cara, yaitu melalui penyelesaian secara internal yang bersifat kekeluargaan melalui penerapan kode etik ataupun dengan mekanisme musyawarah mufakat yang di jembatani oleh perusahaan dan penyelesaian secara eksternal yang dilakukan melalui lembaga peradilan yang berlaku dan berwenang melalui sistem litigasi sebagaimana umumnya.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan diatas, penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Sebelum masuk pada suatu bisnis MLM masyarakat diharapkan mencari tahu latar belakang MLM tersebut, melihat kualitas produk, serta memiliki satu kantor pusat yang berkedudukan di suatu daerah, dan iuran anggota yang wajar.
2. Pemerintah Indonesia perlu membentuk suatu lembaga yang berfungsi sebagai pengawas dalam mengontrol dan mengawasi kegiatan usaha penjualan berjenjang atau *Multi Level Marketing* (MLM).
3. Untuk memberikan rasa aman kepada setiap orang yang tergabung dalam suatu perusahaan MLM, kiranya pemerintah dapat membentuk suatu Undang – undang yang khusus mengatur tentang larangan praktek *money game* atau penggandaan uang didalam suatu usaha *Direct selling* / MLM.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku – buku

Buku Sukses Tupperware, PT. Tupperware Indonesia, Jakarta 2016

B. Internet

Didit, Ari. “Aspek Hukum Perjanjian” .

<http://arididit.blogspot.co.id/2014/10/aspek-aspek-hukum-perjanjian.html>

Avail. “Sejarah Multi Level Marketing”.

[Availkuponya.blogspot.co.id/2012/03/sejarah-network-marketing.html?m=1](http://Availkuponnya.blogspot.co.id/2012/03/sejarah-network-marketing.html?m=1)

www. Apli.or.id. “Sejarah berdirinya APLI dan kode etiknya”

<http://www.apli.or.id/de/.html>



BIODATA PENULIS

NAMA : ANISA
TTL : PALU, 02 MARET 1996
ALAMAT : JL. BALAI KOTA TIMUR NO. 11 E
EMAIL : Ayuanisaarifin@gmail.com
TELP.HP . : 085242447943