

Pelaksanaan perlindungan hukum terhadap anggota *multi level marketing* PT. Melia Sehat Sejahtera di Pekanbaru ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Oleh: Randu Aditya Rahim

Pembimbing I: Dr. Maryati Bachtiar, S.H., M.Kn

Pembimbing II: Riska Fitriani, SH., MH

Alamat: Jalan Sidodadi Gg. II, Harapan Raya, Pekanbaru

Email: randuaditya165@gmail.com - Telepon : 085274737573

ABSTRACT

Literally Multi Level Marketing is marketing carried out through many levels or levels, which are usually known as up line (top level) and down line (lower level). PT Melia Sehat Sejahtera is a multi-level marketing company engaged in the field of health, namely herbal medicine. There are 2 products, namely Melia Propolis and Melia Biyang, in its development there are many consumers who are also members of the PT Melia Sehat Sejahtera MLM network getting inappropriate results as explained by the distributors or Top Leader of PT. Melia Sehat Sejahtera. As for the purpose of this study is First, To find out the implementation of legal protection against members of multi-level marketing PT. Melia Sehat Sejahtera in Pekanbaru is reviewed from Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. Second, to find out the responsibilities of Multi Level Marketing Top Leaders at PT. Melia Sehat Sejahtera towards its Downline was reviewed from Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection.

*This research is sociological legal research that is research that wants to see the unity between law and society with the gap between *das sollen* and *das sein*. This research was conducted in the area of Pekanbaru City precisely by PT. Melia Sehat Sejahtera, while the population and sample are all parties related to the problems examined in this study, the data sources used, primary data, and secondary data, data collection techniques in this study were conducted through interviews, literature review.*

The conclusions of this study are, First, the form of legal protection for members of PT. MSS Multi Level Marketing has not yet been realized, due to the lack of seriousness of the parties involved, whether from the MLM member PT. MSS, regulations related to business activities Multi Level Marketing is considered not able to provide protection for consumers of Multi Level Marketing. Second, Top Leader Responsibilities do not cover all responsibility for losses obtained by MLM members / members of PT. MSS, Top Leaders Only have moral responsibility as a leader of MLM networks. Because the responsibility for downlines that suffer losses is the responsibility of the business actor, namely PT. MSS as explained in Article 1367 of the Civil Code, Law Number 8 of 1999 concerning consumer protection and Article 2 Letter M of the Minister of Trade of the Republic of Indonesia / M-DAG / PER / 8/2008. The author's advice on the problems studied is First. In order to realize the implementation of the Multi Level Marketing consumer protection of PT. MSS, effective steps from the government, especially to BPSK, are needed to take firm action against Multi Level Marketing businesses that cause losses to the community. Both Governments pay more attention to consumer protection laws because of weak consumer protection. The main factor which is the weakness of consumers is the level of consumer awareness of their rights is still low. This is mainly due to low consumer education. Therefore, the Consumer Protection Act is intended to be a strong legal basis for the government and non-governmental consumer protection institutions to make efforts to empower consumers through guidance and consumer education.

Keywords: Legal protection-Multi Level Marketing-Consumers-Top Leaders

A. Latar Belakang Masalah

Negara kesejahteraan (*welfare state*) adalah suatu negara, di mana pemerintah negara dianggap bertanggung jawab menjamin standar kesejahteraan hidup minimum bagi setiap warga negaranya”.¹

In harmony with the current era of globalization, which causes the absence of the boundaries of the state and nation in the field of economics that moves freely without obstacles covering all corners of the world. This symptom is accelerated by advances in communication and transportation technology. (Selaras dengan era globalisasi saat ini, yang menyebabkan tidak adanya batas-batas negara dan bangsa dalam bidang ekonomi yang bergerak secara bebas tanpa hambatan yang meliputi segala penjuru dunia. Gejala ini dipercepat oleh kemajuan komunikasi dan transportasi teknologi).²

Dunia bisnis Indonesia yang saat ini berkembang dengan pesat. Bidang usaha atau jenis bisnis mencakup bidang yang luas, baik barang maupun jasa yang salah satunya dijalankan dengan sistem jual-beli. Jual-beli adalah suatu perjanjian dimana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan sesuatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.³

Efforts to be made in the future are through the drafting of legal protection laws for consumers as a national effort to balance the interests of business actors who choose not to make regulations or restrictions on the activities of business actors with the

interests of consumers seeking protection from the practice unfair (Upaya yang dilakukan pada masa yang akan datang adalah melalui penyusunan undang-undang perlindungan hukum bagi konsumen sebagai upaya nasional untuk menyeimbangkan antara kepentingan pelaku usaha yang memilih untuk tidak dibuat peraturan atau pembatasan terhadap aktivitas pelaku usaha tersebut dengan kepentingan konsumen yang mencari perlindungan dari ketentuan praktik yang tidak adil).⁴

Menurut Fitzgerald, teori perlindungan hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan di lain pihak.⁵

Menurut Satjipto Raharjo, perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap Hak Asasi Manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.⁶

Menurut Phillipus M. Hadjon bahwa perlindungan hukum bagi rakyat sebagai tindakan pemerintah yang bersifat *preventif* dan *repressif*.⁷

Sejak masuk ke Indonesia pada sekitar tahun 80-an (delapan puluhan), jaringan bisnis penjualan langsung

¹Darmawan Triwibowo dan Sugeng Bahagijo, *Mimpi Negara Kesejahteraan*, Cetakan Pertama, Pustaka LP3S, Jakarta, 2006, hal. 15.

²Jagnes Delors, “*The Future of Free Trade in Europe and the World*”, *Fordham International Law Journal*, Vol. 18 Year 1995, hal. 723

³ Lihat Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

⁴Reinhard Suhu, “*The Applicable Law to Consumer Contract Made over the internet: Consumer Protection Thought Privat International Law*”, *International Journal of Law and Information Technology*, Vol. 5, Summer 1997, hal. 192-229.

⁵ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hal. 53

⁶*Ibid*, hal. 54

⁷ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya, 1987, hal. 2

(*direct selling*) *Multi Level Marketing* terus marak dan tumbuh subur, dan bertambah merebak lagi setelah adanya krisis moneter dan ekonomi. Salah satu dampak krisis ekonomi adalah terjadinya kesulitan likuiditas perusahaan dan adanya penurunan daya beli masyarakat sebagai konsumen.⁸

Salah satu variasi bisnis jual-beli yang sedang berkembang adalah bisnis *Multi Level Marketing* atau yang biasa disebut dengan MLM. Saat ini terdapat lebih dari 100 (seratus) perusahaan Indonesia yang berkecimpung dalam industri bisnis *Multi Level Marketing* (MLM). *Multi Level Marketing* sebagaimana dijelaskan di dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23/MPP/Kep/1/1998 tentang Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan Pasal 1 angka 49 mendefinisikan *Multi Level Marketing* 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.⁹

Menjadi perhatian kita bahwa krisis ekonomi tidak hanya berdampak sampai disini, tetapi kondisi ini juga berdampak pada harga-harga kebutuhan pokok yang semakin meningkat. Hal ini tidak hanya dirasakan oleh masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan atau pengangguran, bahkan sebagai pekerja

sekalipun, penghasilannya masih dirasakan kurang untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Salah satu solusi dari masalah ini, telah berkembang suatu industri dengan sistem layanan *Multi Level Marketing* yang dapat menjawab permasalahan tersebut.¹⁰

Multi Level Marketing dalam Wikipedia (ensiklopedia bebas) Bahasa Indonesia diartikan sebagai sistem penjualan yang memanfaatkan konsumen sekaligus sebagai tenaga penyalur (distributor) secara langsung.¹¹ Sistem *Multi Level Marketing* berasal dari Amerika Serikat dan mulai diperkenalkan secara ilmiah oleh dua orang profesor pemasaran dari Universitas Chicago, yaitu Karl Ramburg dan Robert Metcalt pada tahun 1945.¹²

Multi Level Marketing secara harafiah adalah pemasaran yang dilakukan melalui banyak level atau tingkatan, yang biasanya dikenal dengan istilah *up line* (tingkat atas) dan *down line* (tingkat bawah). *Upline* dan *down line* umumnya mencerminkan hubungan pada dua level yang berbeda atas dan bawah, maka seseorang disebut sebagai *upline* jika mempunyai *down line*.¹³

Keberadaan *Multi Level Marketing* sendiri di Indonesia diawali dengan berdirinya *Creative Network International* (CNI) pada tahun 1986 di Bandung dengan nama PT. Nusantara Sun-Chlorella Tama (NSCT).

¹⁰Benny Santoso, *All About Multi Level Marketing*, Andi, Yogyakarta, 2003, hal.3

¹¹http://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran_berjenjang, diunduh Pada hari Jum'at tanggal 5 Mei 2016 pukul 15.40 WIB

¹²Jabbar Ibrahim, *MLM Bikin Saya Kaya Raya*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2009, hal. 10

¹³Luh Putu Ratih Andhini, 2013, *Pelatihan AMT (Achievement Motivation Training) Untuk Meningkatkan Motivasi Berprestasi Pada Member Perusahaan MLM (Multi Level Marketing)*, *Jurnal Psikologi*, Universitas Surabaya

Perusahaan ini didirikan oleh keluarga Wirawan Chondro, Ginawan Chondro, S. Abrian Natan, dan seorang sahabat mereka dari Malaysia Yanki Regan. PT. NSCT pada waktu itu mengadopsi sistem *Multi Level Marketing* untuk mendistribusikan produk tunggal, yaitu makanan kesehatan *Sun Chlorela* buatan Jepang. Seiring dengan perkembangan usaha dan semakin banyaknya produk yang dipasarkan, maka pada tahun 1992 PT. NSCT diganti namanya menjadi PT Centranusa Insan Cemerlang. CNI tergolong cukup berhasil dalam mengembangkan bisnisnya hingga ke mancanegara, seperti Malaysia, Singapura, India, dan negeri leluhur *Multi Level Marketing* Amerika Serikat. Kesuksesan CNI kemudian mendorong tumbuhnya berbagai jenis perusahaan berbasis *Multi Level Marketing* di tanah air.¹⁴

Multi Level Marketing biasa disebut juga dengan *Network Marketing* atau *Direct Selling* atau Pemasaran Berjenjang. *Multi Level Marketing* ini merupakan suatu cara atau metode yang dirancang oleh perusahaan untuk menawarkan suatu produk dan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan, dengan jalan melaksanakan penjualan secara langsung kepada konsumen melalui suatu jaringan yang dikembangkan oleh para distributor lepas.¹⁵

Adapun salah satu cara yang dilakukan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraannya, yaitu menanamkan modal atau yang lebih dikenal dengan investasi untuk mendapatkan keuntungan yang besar. "Investasi adalah penanaman modal

yang dilakukan investor, baik investor asing maupun domestik dalam berbagai bidang usaha yang terbuka untuk investasi, dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan".¹⁶

Pasal 1233 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyebutkan sumber perikatan adalah perjanjian dan undang-undang. Perikatan adalah suatu hubungan hukum di bidang hukum kekayaan di mana satu pihak berhak menuntut suatu prestasi dan pihak lainnya berkewajiban untuk melaksanakan suatu prestasi. Sedangkan perjanjian menurut Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.¹⁷

Pengertian konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini lebih luas daripada pengertian konsumen pada rancangan undang-undang sebelumnya, karena dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga meliputi pemakaian barang untuk kepentingan makhluk hidup lain. Hal ini berarti bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat memberikan perlindungan kepada konsumen yang bukan manusia (hewan, maupun tumbuh-tumbuhan). Pengertian konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut, sangat tepat dalam rangka memberikan perlindungan seluas-luasnya kepada konsumen.¹⁸

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari bahasa Belanda, yaitu kata *consumer* atau *consument/konsument*.

¹⁴Andrias Harefa, *Multi Level Marketing, Alternatif Karier dan Usaha menyongsong milenium Ketiga*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1999, hal. 30

¹⁵Hermawan Kartajaya, "Menjaga MLM Tetap Berjaya", *Jurnal Swasembada*, Volume XIV, Nomor 13 (25 Juni-8 Juli, 1998), hal. 66.

¹⁶Salim dan Budi Sutrisno, *Hukum Investasi di Indonesia*. Raja Grafindo, Jakarta, 2012, hal. 33

¹⁷Sedyo Prayogo, *Penerapan Batas-Batas Wanprestasi dan Perbuatan Melawan Hukum Dalam Perjanjian*, *Jurnal Pembaharuan Hukum*, Volume III No. 2 Mei - Agustus 2016

¹⁸Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, cetakan Ke-1, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011, hal. 20-21

Pengertian dari *consumer* atau *consument* itu tergantung posisi mana ia berada. Secara harafiah arti kata *consument* adalah lawan dari produsen, atau setiap orang yang menggunakan barang,¹⁹ sedangkan konsumen menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai "pemakai barang-barang hasil industri (bahan pakaian, makanan dan lain sebagainya).²⁰

Bisnis *Multi Level Marketing* merupakan bisnis yang bergerak disektor perdagangan barang dan/atau jasa yang menggunakan sistem pemasaran berjenjang sebagai strategi bisnisnya. Adapun sistem *Multi Level Marketing* itu sendiri adalah metode yang digunakan sebuah induk perusahaan dalam memasarkan produknya kepada konsumen melalui suatu jaringan orang-orang bisnis independent.²¹

Sebagai distributor atau konsultan, diberikan kebebasan dalam menjual seluruh produk yang ada dalam perusahaan *Multi Level Marketing* yang dijalankan sesuai dengan kode etik perusahaan yang ada. Selain itu juga, sebagai distributor atau konsultan memiliki hak untuk mengembangkan usahanya dengan membuat jaringan menggunakan cara mengajak orang lain atau biasa disebut dengan *recruit* sehingga terbentuk suatu kelompok yang didalamnya ada *upline* dan *downline* yang tujuannya untuk bekerja sama, saling membantu agar mendapatkan penghasilan yang baik. Tuntutan/klaim mengenai tanggung jawab produk dari pelaku usaha, dilakukan dengan mendasarkan pada hal-hal sebagai berikut: pelanggaran jaminan (*breach of warranty*); kelalaian

(*negligence*); tanggung jawab mutlak (*strict liability*)²², yang mana dari pendapat W. Friedmann fungsi negara sebagai penyelenggara atau penjamin kesejahteraan (*the state as provider*); pengatur (*as regulator*); pengusaha (*as entrepreneur*); dan wasit (*the state as umpire*).²³

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dimo Gibranu,²⁴ menyatakan telah bergabung dengan PT Melia Sehat Sejahtera tahun 2014, bergabung karena Ingin memiliki penghasilan dan waktu itu tergiur dengan bonus-bonus yang di tawarkan oleh PT Melia Sehat Sejahtera. Dimo Gibranu menyetorkan uang Rp 5.500.000,- (Lima Juta Lima Ratus Ribu Rupiah) untuk pembelian 9 paket. Telah 2 tahun menjadi anggota *multi level marketing* PT Melia Sehat Sejahtera Dimo tidak mendapatkan untung, karena tidak dapat mengembalikan modalnya, dengan kata lain merasa dirugikan.

Selanjutnya, Penulis mewawancarai Hoga Retmi Hendri,²⁵ Hoga Retmi Hendri menjadi anggota *multi level marketing* PT Melia Sehat Sejahtera sejak pertengahan tahun 2013. Alasan Hoga Retmi Hendri bergabung karena Ingin memiliki uang tambahan sendiri, Saat itu Hoga Retmi Hendri membeli 3 paket dengan nominal harga Rp 1.900.000,- (satu juta sembilan ratus ribu). Sama seperti Dimo Gibranu, Hoga Retmi Hendri bergabung juga

²²Andrew Carl Spacone, "The Emergency of Strict Liability: A Historical Perspective and Other Consideration Including Senate 100", *Journal of Products Liability*, Vol. 8, hal. 273-274.

²³Ignancy Sach, "Searching for New Development Strategis Chalenges of Social Summit", *Economic and Political Weekly*, Vol. XXX Year 1995, hal. 93

²⁴ Wawancara dengan Dimo Gibranu, salah satu Anggota tidak aktif PT. Melia Sehat Sejahtera Pada tanggal 13 April 2016

²⁵ Wawancara dengan Hoga Retmi Hendri, salah satu Anggota tidak aktif PT. Melia Sehat Sejahtera Pada tanggal 13 April 2016

¹⁹Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, hal. 22

²⁰Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, Jakarta, 2002, hal. 458

²¹David Roller, *Menjadi Kaya Dengan MLM*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1995, hal. 3

setelah mendapat prospek mengenai *Multi Level Marketing* dari seniornya dikampus. Selama menjadi anggota *multi level marketing* PT Melia Sehat Sejahtera hingga tahun 2016 Hoga Retmi Hendri tidak mendapat untung, karena fokus saat itu untuk mengejar supaya modalnya kembali, dan dengan susah payah, akhirnya modalnya dapat kembali. Kesulitannya menjadi anggota *multi level marketing* PT Melia Sehat Sejahtera adalah meyakinkan orang untuk bergabung dengan MLM, dan terkadang harus keluar biaya meyakinkan calon *downline*, bahwa dengan MLM ini member bisa sukses.

Penulis melakukan wawancara dengan Ilham Dedi Perdana²⁶ yang telah menjadi anggota *multi level marketing* PT Melia Sehat Sejahtera sejak tahun 2012, Ilham Dedi Perdana menyatakan pada awalnya Ilham Dedi Perdana hanya coba-coba, dan tertarik karena mendengar cerita sukses para anggota yang telah lebih dulu bergabung. Ilham Dedi Perdana membeli 2 paket dengan harga Rp 1.300.000,- (satu juta tiga ratus ribu rupiah), selama Ilham Dedi Perdana menjadi anggota *multi level marketing* PT Melia Sehat Sejahtera, menurutnya hanya lelah yang Ilham Dedi Perdana dapatkan, karena betul-betul harus bekerja keras untuk memperoleh *downline* agar mendapatkan bonus, sementara hal itu tidak mudah.

Berdasarkan uraian di atas, maka hemat penulis dapat dilakukan penulisan Proposal Skripsi dengan judul : **“Pelaksanaan perlindungan hukum terhadap anggota *multi level marketing* PT. Melia Sehat Sejahtera di Pekanbaru ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”**

B. Rumusan Masalah

²⁶Wawancara dengan Ilham Dedi Perdana salah satu Anggota tidak aktif PT. Melia Sehat Sejahtera Pada tanggal 14 April 2016

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pelaksanaan perlindungan hukum terhadap anggota *Multi Level Marketing* PT. Melia Sehat Sejahtera di Pekanbaru ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimanakah tanggung jawab *Top Leader Multi Level Marketing* PT. Melia Sehat Sejahtera terhadap *Downline* nya ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

C. Pembahasan

A. Pelaksanaan Perlindungan Hukum Terhadap Anggota *Multi Level Marketing* PT. Melia Sehat Sejahtera di Pekanbaru Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

1. Tinjauan Terhadap Perlindungan Konsumen Anggota *Multi Level Marketing* PT. Melia Sehat Sejahtera.

Perlindungan hukum merupakan konsep universal dari negara hukum. Adanya hukum, karena adanya manusia. Keberadaan hukum atas dasar kepentingan manusia.²⁷ Perlindungan hukum diberikan apabila terjadi pelanggaran maupun tindakan yang bertentangan dengan hukum yang dilakukan oleh pemerintah, baik perbuatan penguasa yang melanggar undang-undang maupun masyarakat harus diperhatikan. Dalam kata perlindungan hukum terdapat suatu usaha untuk memberikan

²⁷ Firdaus, “Membangun Hukum Indonesia yang Berwawasan Nilai-Nilai Pancasila”, *Jurnal Konstitusi*, BKK Fakultas Hukum Universitas Riau Kerjasama dengan Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia, Vol. IV, No. 1 Juni 2011, hal. 111.

hak-hak yang dilindungi sesuai dengan kewajiban yang harus dilakukan.

Perlindungan hukum adalah penyempitan dari arti kata perlindungan. Perlindungan yang diberikan oleh hukum terkait dengan adanya hak dan kewajiban yang dimiliki oleh manusia sebagai subyek hukum dalam interaksinya dengan sesama manusia serta lingkungannya. Sebagai subyek hukum manusia memiliki hak dan kewajiban untuk melakukan suatu tindakan hukum.²⁸

Berdasarkan wawancara dengan Ilham, MLM dari PT. MSS ia menyatakan bahwa, sampai saat ini yang didapatkan dari usahanya menjadi seorang distributor/ anggota jaringan MLM dari PT.MSS tidak mendapatkan hasil seperti yang diharapkan. Karena menurutnya sangat sulit untuk mencari dan mendapatkan downline baru dan itu perlu kerja keras, hingga akhirnya modal awal investasinya dari pembelian paket produk kesehatan itu dapat kembali lagi.²⁹ menurutnya ada ketidakseuaian antara penjelesan *Top Leader* yang dulu meyakinkan dan mempromosikan bisnis *MLM* ini dengan keadaan sesungguhnya dilapangan.

Jika ditinjau dari konsep perlindungan konsumen, berdasarakan Asas Kemanfaatan, yaitu bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Artinya setiap bentuk perlindungan hukum

harus dapat memberikan kemanfaatan baik bagi pelaku usaha dalam hal ini adalah PT.MSS dan memberikan kemanfaatan juga terhadap Konsumen dalam hal ini adalah para Anggota *Multi Level Marketing* dari PT.MSS. Sementara itu pada kenyataannya nya dilapangan Konsumen yang sekaligus Anggota jaringan *MLM* PT.MSS tidak banyak mendapatkan kemanfaatan dari adanya kegiatan penjualan atau pendistribusian barang yang di produksi oleh PT.MSS malah, salah seorang member dari jaringan *MLM* ada yang mengalami kerugian.³⁰

Berdasarkan Pasal 10 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dinyatakan bahwa Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

- a. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pada prakteknya sering sekali terjadi ketidak sesuaian antara ketentuan normatif yang sudah diatur dengan keadaan yang

²⁸ CST Kansil, *Op.Cit.*, hal. 98.

²⁹Wawancara dengan Ilham Dedi Perdana salah satu Anggota tidak aktif PT. Melia Sehat Sejahtera Pada tanggal 14 April 2016

³⁰Wawancara dengan Dimo salah satu Anggota tidak aktif PT. Melia Sehat Sejahtera Pada tanggal 14 April 2016

terjadi dilapangan. Berdasarkan wawancara penulis dengan Dimo Salah satu Anggota Jaringan MLM PT.MSS mengatakan jika ia tidak pernah mendapatkan bonus atau hadiah sesuai dengan iklan atau prospek dari salah satu *up line* nya. Yang ada justru sebaliknya malah ia mengalami kerugian.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis melihat konsumen seringkali menjadi korban dari penyesatan informasi yang dilakukan oleh distributor atau *Up line* dari jaringan MLM. Namun Konsumen yang juga merupakan member dari jaringan MLM PT.MSS tersebut tidak mampu untuk menganalisa pasar dan kemampuan dari pribadinya sendiri sehingga ketika melakukan prospek untuk mengajak orang lain bergabung dalam jaringan MLM sering gagal dan tidak memenuhi target yang sudah ditetapkan oleh PT.MSS.

2. Tinjauan Terhadap Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Anggota *Multi Level Marketing* PT. Melia Sehat Sejahtera Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

a. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa.

Dalam menjalankan suatu bisnis *MLM* konsumen atau anggota memiliki hak untuk memperoleh informasi yang sejelas-jelasnya tentang suatu produk atau jasa yang dibeli atau dikonsumsi. Informasi ini diperlukan konsumen atau anggota agar saat memutuskan membeli tidak terjebak dalam kondisi resiko yang buruk yang mungkin timbul.

Artinya, konsumen memiliki hak untuk mengetahui ciri atau atribut negatif dari suatu produk, misalnya efek samping dari mengkonsumsi suatu produk atau informasi kejelasan jasa yang ditawarkan. Hal inilah yang seharusnya dijalankan oleh *MLM PT.MSS* dalam memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan. Dari wawancara yang penulis lakukan terhadap tiga orang anggota tidak aktif dari *MLM PT.MSS* penulis mendapati bahwa tidak ada bonus penjualan dan bonus sponsor yang didapatkan oleh tiga member tersebut. seperti Dimo yang sudah membeli 9 paket seharga 5,5 Juta Rupiah tapi tidak dapat mengembalikan modalnya dengan kata lain merugi,³¹ sementara Hoga membeli 3 paket seharga 1,9 juta dapat mengembalikan modal awalnya setelah bersusah payah mencari *downline* dan mendapat selisih harga dari penjualan barang.³² Sama halnya dengan Ilham yang dapat mengembalikan modal awal sebesar 1,3 juta setelah bersusah payah menjualkan barang/ produk dari *PT.MSS*.³³ berikut ini penghasilan yang didapatkan jika bergabung menjadi member *MLM PT.MSS*.³⁴

1. Bergabung Dengan 1 Unit (Rp. 635.000,-), Bonus Sponsor Rp. 100.000,-/Unit Bonus Leadership

³¹ Wawancara dengan Bimo Gibranu, salah satu Anggota tidak aktif PT. Melia Sehat Sejahtera Pada tanggal 13 April 2016

³² Wawancara dengan Hoga Retmi Hendri, salah satu Anggota tidak aktif PT. Melia Sehat Sejahtera Pada tanggal 13 April 2016

³³ Wawancara dengan Ilham, salah satu Anggota tidak aktif PT. Melia Sehat Sejahtera Pada tanggal 14 April 2016

³⁴ Wawancara dengan Akbar, Top Leader PT. Melia Sehat Sejahtera Pada tanggal 20 April 2017

- Rp. 850.000,-/Hr Bonus Unilevel Rp. 86 Jt/Bln.
2. Bergabung Dengan 3 Unit (Rp. 1.845.000,-), Bonus Sponsor Rp. 100.000,-/Unit Bonus Leadership Rp. 2.550.000,-/Hr Bonus Unilevel Rp. 258 Jt/Bln.
 3. Bergabung Dengan 7 Unit (Rp. 4.265.000,-), Bonus Sponsor Rp. 100.000,-/Unit Bonus Leadership Rp. 5.950.000,-/Hr Bonus Unilevel Rp.602 Jt/Bln.

Namun, pada kenyataan dilapangan, berdasarkan data yang penulis dapatkan, banyak yang tidak sesuai dengan apa yang sudah disepakati.

Jika ditinjau dari Pasal 4 Huruf c Undang Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan Hak konsumen untuk mendapatkan Informasi yang benar dan jelas mengenai suatu barang/jasa. Maka PT.MMS telah melanggar ketentuan normatif yang tersebut didalamnya.

b. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.

Hak untuk didengar pendapat dan keluhan atas barang dan/atau jasa yang digunakan merupakan hak yang dimiliki oleh setiap pengguna barang/jasa. Hak untuk didengar ini merupakan hak dari konsumen agar tidak dirugikan lebih lanjut, atau hak untuk menghindarkan diri dari kerugian. dengan produk-produk tertentu apabila informasi yang diperoleh tentang produk tersebut kurang memadai, atautkah berupa pengaduan atas adanya kerugian yang telah dialami akibat penggunaan suatu produk, atau yang berupa pernyataan/pendapat tentang suatu kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan kepentingan konsumen.

Begitu pula para anggota *upline* dan *downline* PT.MSS yang mendapatkan kerugian dari hasil bergabung dengan *MLM* tersebut. Akan tetapi, dari hasil wawancara yang penulis lakukan pada anggota korban dari *PT.MSS* tersebut, banyak yang tidak mengetahui kemana mereka harus menyampaikan keluhan dan pendapat atas kerugian yang mereka dapatkan. Dan sebelumnya mereka telah melakukan komplain kepada *upline* yang memprospek nya. mendapatkan jawaban yang memuaskan dari *upline* tersebut. Para *upline* berkilah bahwa mereka hanya menawarkan barang/jasa sesuai dengan arahan dari distributor.

Ditinjau dari Asas Keseimbangan dalam perlindungan konsumen, dikatakan bahwa, bahwa antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah harus seimbang dalam arti materiil ataupun spiritual. Artinya setiap kepentingan antara PT.MSS dan Para member Jaringan MLM nya memiliki hak untuk didengarkan keluhannya karena antara pelaku usaha dan member jaringan MLM memiliki satu kepentingan yang sama. Yaitu memajukan perusahaan dan mendapatkan keuntungan finansial.

c. Hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi

Hak atas ganti kerugian ini dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang telah menjadi rusak (tidak seimbang) akibat adanya penggunaan barang atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen.

Bentuk ganti rugi dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya,

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 19, hal senada juga diterangkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor :32/ MDAG/ PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung³⁵. Pada Pasal 2 dalam peraturan tersebut dikatakan bahwa Perusahaan wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- a) memiliki atau menguasai kantor dengan alamat yang benar, tetap, dan jelas;
- b) melakukan penjualan barang dan/atau jasa dan rekrutmen mitra usaha melalui sistem jaringan;
- c) memiliki program pemasaran yang jelas, transparan, rasional, dan tidak berbentuk skema jaringan pemasaran terlarang;
- d) memiliki kode etik dan peraturan perusahaan yang lazim berlaku di bidang usaha penjualan langsung;
- e) memiliki barang dan/atau jasa yang nyata dan jelas dengan harga yang layak dan wajar;
- f) memenuhi ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- g) memberikan komisi, bonus, dan penghargaan lainnya berdasarkan hasil kegiatan penjualan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh mitra usaha dan jaringannya sesuai dengan yang diperjanjikan;
- h) memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi

- penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaannya;
- i) memiliki ketentuan tentang harga barang dan/atau jasa yang dijual dalam mata uang Rupiah (Rp) dan berlaku untuk mitra usaha dan konsumen;
 - j) menjamin mutu dan pelayanan purna jual kepada konsumen atas barang dan/atau jasa yang dijual; memberikan alat bantu penjualan (*starter kit*) kepada setiap mitra usaha yang paling sedikit berisikan keterangan mengenai barang dan/atau jasa, program pemasaran, kode etik, dan/atau peraturan perusahaan;
 - k) memberikan tenggang waktu selama 10 (sepuluh) hari kerja kepada calon mitra usaha untuk memutuskan menjadi mitra usaha atau membatalkan pendaftaran dengan mengembalikan alat bantu penjualan (*starter kit*) yang telah diperoleh dalam keadaan seperti semula;
 - l) memberikan tenggang waktu selama 7 (tujuh) hari kerja kepada mitra usaha dan konsumen untuk mengembalikan barang, apabila ternyata barang tersebut tidak sesuai dengan yang diperjanjikan;
 - m) membeli kembali barang, bahan promosi (brosur, katalog, atau *leaflet*), dan alat bantu penjualan (*starter kit*) yang dalam kondisi layak jual dari harga pembelian awal mitra usaha ke perusahaan dengan dikurangi biaya administrasi paling banyak 10% (sepuluh persen) dan nilai setiap manfaat yang telah diterima oleh mitra usaha berkaitan dengan pembelian barang tersebut, apabila mitra usaha mengundurkan diri atau diberhentikan oleh perusahaan;
 - n) memberi kompensasi berupa ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan,

³⁵Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor :32/ MDAG/ PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung.Pasal 2.

pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, akibat kesalahan perusahaan yang dibuktikan dengan perjanjian;

- o) memberi kompensasi berupa ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian;
- p) melaksanakan pembinaan dan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan para mitra usaha, agar bertindak dengan benar, jujur, dan bertanggungjawab;
- q) memberikan kesempatan yang sama kepada semua mitra usaha untuk berprestasi dalam memasarkan barang dan/atau jasa;

2. Tanggungjawab *Top Leader Multi Level Marketing* PT. Melia Sehat Sejahtera terhadap *Downline* nya ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) tanggung jawab adalah kewajiban menanggung segala sesuatunya bila terjadi apa-apa boleh dituntut, dipersalahkan, dan diperkarakan.

Dalam kamus hukum, tanggung jawab adalah suatu keharusan bagi seseorang untuk melaksanakan apa yang telah diwajibkan kepadanya.³⁶ Menurut hukum tanggung jawab adalah suatu akibat atas konsekuensi kebebasan seorang tentang perbuatannya yang berkaitan dengan etika atau moral dalam melakukan suatu perbuatan.

Menurut hukum perdata dasar pertanggungjawaban dibagi menjadi dua macam, yaitu kesalahan dan risiko. Dengan

demikian dikenal dengan pertanggungjawaban atas dasar kesalahan (*liability without based on fault*) dan pertanggungjawaban tanpa kesalahan yang dikenal (*liability without fault*) yang dikenal dengan tanggung jawab risiko atau tanggung jawab mutlak (*strict liability*). Selanjutnya menurut Titik Triwulan pertanggungjawaban harus mempunyai dasar, yaitu hal yang menyebabkan timbulnya hak hukum bagi seorang untuk menuntut orang lain sekaligus berupa hal yang melahirkan kewajiban hukum orang lain untuk memberi pertanggungjawabannya.³⁷

Jika berbicara mengenai tanggung jawab *Top Leader* PT.MSS dengan *Downline* nya maka terlebih dahulu penulis membahas mengenai sebab timbulnya tanggung jawab tersebut, yaitu karena dilakukannya suatu peristiwa hukum dengan adanya proses menjual dan membeli yang dilakukan oleh keduanya. Proses ini juga yang menjadikan kedua pihak memiliki hubungan hukum dan secara otomatis hubungan ini melahirkan hak dan kewajiban antara Pelaku usaha/Produsen dengan Konsumen.

Manusia adalah makhluk sosial, itu berarti manusia tidak dapat hidup sendiri tanpa bantuan dari orang lain yang ada di sekitarnya. Seseorang tidak akan mampu memenuhi segala yang dibutuhkannya tanpa ada pihak lain yang membantunya. Hubungan orang yang satu dengan yang lainnya nantinya akan menimbulkan suatu hubungan hukum. Hubungan

³⁶Andi Hamzah, *Kamus Hukum*, Ghalia Indonesia, 2005.

³⁷Titik Triwulan dan Shinta Febrian, *Perlindungan Hukum bagi Pasien*, Prestasi Pustaka, Jakarta, 2010, hal 48.

hukum adalah hubungan antara dua atau lebih subjek hukum. Hubungan hukum antara subjek hukum yang satu dengan subjek hukum lainnya akan menimbulkan hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak. Dimana hak dan kewajiban tersebut timbul dari peristiwa hukum salah satu wujud dari peristiwa hukum itu adalah jual-beli yang dilakukan antara pelaku usaha dengan konsumennya,³⁸ itu artinya hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen merupakan hubungan hukum bersegi dua (*tweezijdige rechtsbetrekkingen*).

Jual-beli yang dilakukan antara pelaku usaha dengan konsumennya ada yang merupakan hubungan hukum yang sifatnya kontraktual yaitu ada perjanjian secara tertulis yang mengikat kedua belah pihak, namun ada juga hubungan hukum yang sifatnya bukan kontraktual karena tidak ada perjanjian secara tertulis. Walaupun hubungan hukum yang dilakukan antara pelaku usaha dan konsumen bersifat non kontraktual, bukan berarti masing-masing pihak bebas melakukan apa yang diinginkannya. Pada pelaku usaha dan konsumennya terhadap interaksi bisnis karena adanya hak dan kewajiban antara mereka. Hak dan kewajiban ini tidak didasarkan pada kontrak tertentu, melainkan didasarkan pada kenyataan bahwa interaksi bisnis diantara pelaku usaha dan konsumen adalah interaksi social, yaitu interaksi manusia dengan manusia.³⁹

³⁸V. A. I. Yanti. *et al.*, " Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Oriflame Yang Di Pasarkan Melalui Mekanisme Multi Level Marketing oleh PT. Orindo Alam Ayu Cabang Surabaya". Fakultas Hukum Universitas Jember, Vol I. 2014. hal 3-4.

³⁹Ibid

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan pada *Top Leader PT.MSS* Pekanbaru, ia menjelaskan bahwa selama ini PT.MSS selalu bertanggung jawab terhadap semua jaringan downline. Dan buktinya sampai saat ini PT.MSS masih eksis dan tetap ada. Itulah merupakan bukti bahwa PT.MSS melakukan kewajibannya sesuai dengan peraturan yang berlaku.⁴⁰

Berdasarkan Ketentuan normatif yang tertulis dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor :32/MDAG/ PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung. Secara Eksplisit tidak ditemukan terminologi maupun penjelasan yang mengarahkan kepada Top Leader bila terdapat kerugian kepada para anggota jaringan MLM maka yang bertanggung jawab adalah Top Leader, jika dikaitkan dengan Uraian diatas maka Penanggung Jawab secara hukum dan administrasi adalah PT.MSS bukan Top Leader dari Jaringan MLM tersebut, meski tidak menutup kemungkinan bahwa Top Leader adalah pengurus perusahaan atau Orang yang masuk dalam struktur Perusahaan.

Namun bila dilihat dari Pasal 1367 KUHPerdara dikatakan "Seseorang tidak saja bertanggung jawab untuk kerugian yang disebabkan perbuatannya sendiri, tetapi juga untuk kerugian yang disebabkan perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungjawabnya atau disebabkan oleh barang-barang yang berada dibawah pengawasannya."

⁴⁰Wawancara dengan Akbar, Top Leader PT. Melia Sehat Sejahtera Pada tanggal 20 April 2017

Berdasarkan pasal tersebut maka seharusnya Top Leader juga memiliki tanggung jawab atas setiap kerugian yang didapatkan para downline nya. Kemudian ditambah lagi dengan penjelasan dari Pasal 1367 ayat 3 “*Majikan-majikan dan orang yang mengangkat orang lain untuk mewakili urusan-urusan mereka, adalah bertanggung jawab tentang kerugian yang diterbitkan oleh pelayan-pelayan atau bawahan-bawahan mereka didalam melakukan pekerjaan untuk mana orang-orang ini dipakainya.*” Penjelasan dari pasal ini juga menambahkan ketegasan bahwa tidak hanya Top Leader yang memiliki tanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh Para member anggota jaringan MLM. Tetapi pelaku usaha/ produsen dalam kasus ini adalah PT.MSS mempunyai kewajiban untuk bertanggung jawab atas semua kerugian yang dialami oleh konsumen ataupun member jaringan MLM nya. Namun, bila penulis telaah melalui Undang Undang nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, Pasal 7 poin g menyatakan pelaku usaha mempunyai kewajiban “memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian”

Berdasarkan penjelasan diatas maka secara Ekplisit yang memiliki peran untuk bertanggung jawab adalah PT.MSS bukan kepada Top Leader, meskipun ada tanggung jawab moral yang diemban oleh para Top Leader jika para downlinenya mengalami kerugian akibat tidak memahami cara kerja atau sistem kerja dari PT.MSS maupun yang mengalami kerugian

karena penjelasan dan informasi yang tidak benar yang disampaikan para Upline.

A.Kesimpulan

1. Bentuk perlindungan hukum bagi anggota *Multi Level Marketing PT.MSS* belum dapat terwujud, disebabkan belum adanya keseriusandari pihak-pihak yang terkait, baik itu dari pihak anggota *MLM PT.MSS*, regulasi yang terkait dengan kegiatan bisnis *Multi Level Marketing* dianggap belum dapat memberikan perlindungan terhadap konsumen *Multi Level Marketing*.
2. Tanggung Jawab Top Leader tidak meliputi semua tanggung jawab atas kerugian yang didapatkan oleh anggota/member *MLM PT.MSS*, Top Leader Hanya mempunyai tanggung jawab moral sebagai seorang pemimpin dari jaringan *MLM*. Sebab tanggung jawab terhadap para downline yang mengalami kerugian adalah tanggung jawab dari pelaku usaha yakni *PT.MSS* seperti yang dijelaskan dalam Pasal 1367 KUHPerdata, Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan Pasal 2 Huruf M peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia /M-DAG/PER/8/2008.

B.Saran

1. Agar terwujudnya pelaksanaan terhadap perlindungan konsumen *Multi Level Marketing PT.MSS*, dibutuhkan langkah-langkah yang efektif dari pemerintah khususnya kepada BPSK untuk menindak tegas pelaku bisnis *Multi Level Marketing* yang menimbulkan kerugian terhadap masyarakat, serta dibutuhkan peran aktif dari masyarakat untuk terus memberikan informasi dan pengaduan jika

- merasa telah dirugikan oleh bisnis usaha *Multi Level Marketing*.
2. Pemerintah lebih memperhatikan undang-undang perlindungan konsumen karena lemahnya perlindungan konsumen. Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, Undang-undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Daftar Pustaka

a. Buku

- Ahmadi Miru, 2011, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, cetakan Ke-1, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Andrias Harefa, 1999, *Multi Level Marketing, Alternatif Karier dan Usaha menyongsong millenium Ketiga*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Benny Santoso, 2003, *All About Multi Level Marketing*, Andi, Yogyakarta.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Darmawan Triwibowo dan Sugeng Bahagijo, 2006, *Mimpi Negara Kesejahteraan*, Cetakan Pertama, Pustaka LP3S, Jakarta.
- David Roller, 1995, *Menjadi Kaya Dengan MLM*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Jabbar Ibrahim, 2009, *MLM Bikin Saya Kaya Raya*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Philipus M. Hadjon, 1987, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya.
- Salim dan Budi Sutrisno, 2012, *Hukum Investasi di Indonesia*. Raja Grafindo, Jakarta.
- Satjipto Raharjo, 2000, *Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Titik Triwulan dan Shinta Febrian, 2010, *Perlindungan Hukum bagi Pasien*, Prestasi Pustaka, Jakarta.

b. Jurnal/Tesis/Skripsi/Kamus

- Andrew Carl Spacone, "The Emergency of Strict Liability: A Historical Perspective and Other Consideration Including Senate 100", *Journal of Products liability*, Vol. 8.
- Firdaus, 2011, "Membangun Hukum Indonesia yang Berwawasan Nilai-Nilai Pancasila", *Jurnal Konstitusi*, BKK Fakultas Hukum Universitas Riau Kerjasama dengan Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia, Vol. IV, No. 1 Juni, Pekanbaru.
- Hermawan Kartajaya, 1998, "Menjaga MLM Tetap Berjaya", *Jurnal Swasembada*, Volume XIV, Nomor 13 25 Juni-8 Juli.
- Heri Sudarsono, 2009 "Dampak Krisis Keuangan Global Terhadap Perbankan di Indonesia : Perbandingan Antara Bank Konvensional dan Bank Syariah", *La-Riba Jurnal*

- Ekonomi Islam, Volume III, Nomor 1 Juli.
- Ignancy Sach, 1995, "Searching for New Development Strategis Challenges of Social Summit", *Economic and Political Weekly*, Vol. XXX Year.
- Jagnes Delors, 1995, "*The Future of Free Trade in Europe and the World*", *Fordham International Law Journal*, Vol. 18 Year.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, 2002, Jakarta,.
- Luh Putu Ratih Andhini, 2013, *Pelatihan AMT (Achievement Motivation Training) Untuk Meningkatkan Motivasi Berprestasi Pada Member Perusahaan MLM (Multi Level Marketing)*, *Jurnal Psikologi*, Universitas Surabaya.
- Reinhard Suhu, 1997, "*The Applicable Law to Consumer Contract Made over the internet: Consumer Protection Throught Privat International Law*", *International Journal of Law and Information Technology*, Vol. 5, Summer
- Sedyo Prayogo, 2016, *Penerapan Batas-Batas Wanprestasi dan Perbuatan Melawan Hukum Dalam Perjanjian*, *Jurnal Pembaharuan Hukum*, Volume III No. 2 Mei - Agustus
- V. A. I. Yanti. *et al.*, 2014, " Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Oriflame Yang Di Pasarkan Melalui Mekanisme Multi Level Marketing oleh PT. Orindo Alam Ayu Cabang Surabaya". Fakultas Hukum Universitas Jember, Vol I.
- c. Peraturan Perundang-Undangan**
 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23/MPP/Kep/1/1998 tentang Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan
 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor :32/ MDAG/ PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung.
- d. Website**
http://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran_berjenjang, diunduh Pada hari Jum'at tanggal 5 Mei 2016 pukul 15.40 WIB