

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Dewasa ini, di tengah-tengah kelesuan dan keterpurukan ekonomi secara nasional, banyak sekhgali sistem bisnis yang berdatangan yang banyak menjanjikan keberhasilan untuk mendapatkan keuntungan (berupa uang) dengan cepat dan mudah dalam waktu singkat yang dikenal dengan istilah *MultiLevel Marketing* selanjutnya disebut MLM.

Banyak perusahaan MLM ada di Indonesia saat ini sehingga paling tidak menunjukkan bahwa laju perkembangan MLM di Indonesia terjadi dengan cukup pesat. Namun masyarakat Indonesia belum begitu mengenal MLM. Hal ini menjadi ironis karena ada begitu banyak pendapat yang beredar karena sering kali MLM dikemukakan oleh orang-orang yang sebetulnya tidak mengerti dengan jelas apa arti sebenarnya dari MLM. Sehingga terjadi banyak salah paham dan kekacauan yang diakibatkan karena kurangnya informasi yang jelas mengenai MLM.

Masyarakat mempercayai bahwa MLM merupakan formula ajaib yang bisa mendapatkan uang dengan cepat dan mudah. Sehingga tujuan utama ketika bergabung dalam perusahaan MLM adalah untuk mendapatkan uang dengan mudah dan cepat.

Banyak masyarakat ikut aktif berperan serta dan bergabung dalam perusahaan MLM ini baik kalangan orang awam, kalangan penuntut ilmu maupun golongan yang tidak mampu dan berperan sebagai seorang *user* (pengguna produk) maupun aktif dalam penjualan tersebut.

MLM adalah 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 sendiri¹.

Pada umumnya perusahaan MLM berkembang dengan cara melalui seorang distributor yang mengajak seorang calon distributor baru yang disebut dengan istilah *upline* dan distributor baru disebut *downline*, kemudian *downline* akan melakukan hal yang sama seperti apa yang dilakukan *upline*-nya dengan tujuan agar *downline* tersebut dapat menikmati fasilitas yang diberikan oleh perusahaan MLM.

Bisnis MLM terdapat sistem yang berbeda-beda yakni ada yang bersifat piramid dan non-piramid dimana sistem pembagian bonus yang juga berbeda-beda, ada yang berdasarkan pada perekrutan anggota atau penjualan produk maupun gabungan dari hasil perekrutan dan penjualan produk. Sistem yang berbeda ini terus bermunculan sehingga tawaran bisnis ini kadang berakhir dengan penipuan, maka sangat diharapkan masyarakat untuk berhati-hati didalam hal penawaran bisnis ini.

¹ <http://www.apli.or.id/NewsComplete.asp?FParam1=ARTIKEL&FParam2=DirectSelling>

Sistem pemasaran dari perusahaan MLM ini adalah digerakan dengan jaringan baik yang bersifat vertikal atas bawah maupun horizontal kiri kanan ataupun gabungan dari keduanya dan setiap *Upline* akan mendapatkan komisi penjualan dan bonus serta bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan/atau jasa yang telah dilakukannya sendiri dan dibantu oleh anggota jaringan kelompoknya.

MLM dapat memberikan sebuah peluang usaha yang besar bagi setiap orang, misalnya: kebebasan waktu, kebebasan finansial, kebebasan keluarga, dan juga penghargaan bagi setiap orang yang berhasil dalam menjalankan bisnis MLM ini.

Namun dewasa ini banyak beredar di masyarakat tawaran-tawaran yang menjanjikan keuntungan besar. Beberapa tawaran tersebut dikatakan sebagai "peluang bisnis". Hal ini terlihat sangat tidak masuk akal, tetapi faktanya banyak orang yang menanggapi tawaran tersebut sehingga akhirnya menderita kerugian keuangan.

Tidak heran jika kita melihat tawaran bisnis yang dikemas sedemikian rupa dan sangat menggiurkan sehingga masyarakat yang melihatnya mempunyai minat yang besar untuk mencobanya.

B. Rumusan masalah

Bagaimana tanggung-jawab hukum *upliner* terhadap *downliner* manakala perusahaan MLM wanprestasi?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dapat diketahui:

- Tanggung jawab seorang *upline* terhadap *downline* manakala MLM tersebut wanprestasi.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu hukum khususnya di bidang MLM dan serta tanggung-jawab hukum yang dibebankan oleh sebuah perusahaan MLM maupun *upline*

2. Praktis

Dengan penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan penjelasan mengenai hak dan kewajiban yang seharusnya dimiliki oleh seorang *upline*.

E. Batasan Konsep

1. MLM adalah metode pemasaran barang dan atau jasa dari sistem penjualan langsung melalui program yang berbentuk lebih dari satu tingkat, dimana mitra usaha mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan atau jasa yang telah dilakukannya sendiri dan anggota jaringan didalam kelompoknya.

2. Distributor adalah orang-perorangan yang tercatat secara sah pada perusahaan sebagai anggota dan memiliki kartu keanggotaan guna melakukan kegiatan pemasaran penjualan langsung berjenjang dan bukan merupakan bagian dan struktur dari organisasi perusahaan dan tidak mempunyai hubungan ketenagakerjaan dengan perusahaan².
3. *Upline* adalah distributor yang berada ditingkat atas atau atasannya lagi dan seterusnya diatas
4. *Downline* adalah distributor dibawah downline atau bawahnya lagi dan seterusnya dibawah.
5. *Upliner* maupun *Downliner* adalah merupakan Mitra Usaha.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulisan hukum adalah penelitian normatif yang berupa peraturan perundang-undangan dan penelitian ini memerlukan data sekunder (bahan hukum) sebagai data utama dengan melakukan diskripsi, analisis, interpretasi, sistematisasi dan menilai hukum positif.

² <http://www.sunhope.co.id/kodeetik.php>

2. Sumber Data

a. Bahan Hukum Primer

KUHPdt buku III, bab II tentang Perikatan yang lahir dari kontrak atau persetujuan dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 13/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Penjualan Langsung serta Kode Etik yang berlaku dalam peraturan MLM.

b. Bahan Hukum Sekunder

Yang merupakan bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer seperti: buku-buku pustaka yang menunjang penelitian seperti:

- 1) Buku-buku yang berhubungan dengan hukum perjanjian dan MLM
- 2) Majalah yang berupa AMAGRAM yang diterbitkan oleh PT. AMINDOJAYA setiap bulannya serta artikel-artikel yang berkaitan tentang masalah yang diteliti dan didukung dengan hasil penelitian yang diperoleh secara langsung dari responden dan narasumber tentang obyek yang diteliti.

c. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data ini akan dilakukan melalui studi kepustakaan, serta wawancara dengan nara sumber dan responden.

d. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan diteliti adalah di PT. Amindoway Jaya di kota Yogyakarta.

e. Nara Sumber

Adalah para pihak yang dianggap mempunyai hubungan erat dengan permasalahan yang akan diteliti dan menguasai bidang yang diteliti yaitu:

- 1) Ibu Hany selaku Staff PT. Amindojaya di Yogyakarta.
- 2) *Diamond Direct* Bambang Hardanta selaku *leader* atau pembina di *Success Associates Center*
- 3) *Emerald Direct* Bapak Effendi selaku *upline* saya
- 4) Para distributor Amway yaitu: Sutanto, Amelia, Novianti.

G. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif yaitu proses penalaran dalam menarik kesimpulan digunakan metode berpikir deduktif yaitu bertolak dari proposisi umum yang kebenarannya telah diketahui (diyakini) dan berakhir pada suatu kesimpulan (pengetahuan baru) yang bersifat khusus.

H. Sistematika Penelitian

Penulisan hukum ini disusun secara sistematis dalam bab-bab yang saling berhubungan antara satu dengan lainnya. Pembagian bab-bab dimaksudkan agar dapat menghasilkan keterangan yang jelas dan sistematis. Sistematika penulisan hukum ini adalah sebagai berikut:

Bab I : Dalam bab ini menguraikan tentang pendahuluan yang berisikan antara lain latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, keaslian penelitian, batasan konsep, metode penelitian serta sistematika penulisan hukum.

Bab II : Bab ini menguraikan pembahasan yang terdiri dari IV bagian, bagian pertama berisi tinjauan umum tentang perjanjian yang meliputi pengertian perjanjian, syarat perjanjian, asas-asas perjanjian, subyek dan obyek perjanjian, dan wanprestasi; Bagian kedua berisi tinjauan tentang tinjauan umum terhadap DS/MLM yang terdiri dari sejarah munculnya MLM, pengertian, penggolongan DS/MLM, persoalan umum yang dihadapi MLM serta manfaat DS/MLM juga tentang mitra usaha yang meliputi pengertian mitra usaha, tugas dan tanggung jawab mitra usaha, hak dan kewajiban mitra usaha serta program pembinaan yang dilakukan yang dilakukan oleh mitra usaha; Bagian ketiga berisi tinjauan tentang mitra usaha yang terdiri dari; dan bagian ke IV berisi tinjauan tentang tanggung jawab mitra usaha (*upline*) terhadap mitra usaha baru (*downline*) yang terdiri dari kedudukan MLM menurut hukum, kedudukan *upliner* menurut hukum

Bab III : Bab ini merupakan bab penutup dimana penulis akan menarik suatu kesimpulan yang berkaitan dengan hal-hal yang telah diuraikan dalam bab-bab sebelumnya dan juga diberikan saran yang relevan dan berhubungan dengan masalah yang ada disamping itu penulisan hukum ini dimuatkan daftar pustaka.