

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MITRA MULTI LEVEL
MARKETING DALAM PERJANJIAN PENJUALAN MELALUI SISTEM
MULTI LEVEL MARKETING**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Hukum**



Oleh

Nama : Ahmad Nabil
NPM : 2001110120
Program Studi : Ilmu Hukum
Bagian : Hukum Perdata

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS HUKUM
BANDA ACEH
2023**

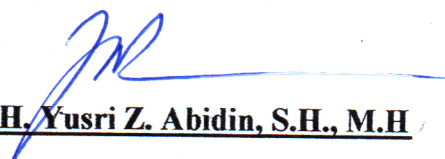
Telah disetujui

Untuk Diajukan Kepada Panitia Ujian
Skripsi Fakultas Hukum Universitas
Muhammadiyah Aceh

Judul Skripsi

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MITRA MULTI LEVEL
MARKETING DALAM PERJANJIAN PENJUALAN MELALUI SISTEM
MULTI LEVEL MARKETING**

Banda Aceh, 30 Desember 2024
Pembimbing


Dr. H. Yusri Z. Abidin, S.H., M.H.

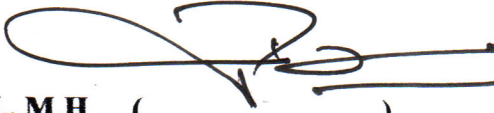
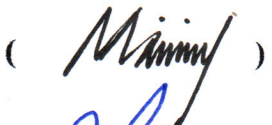
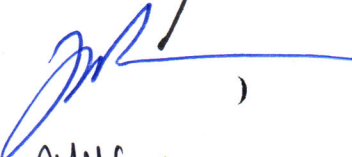
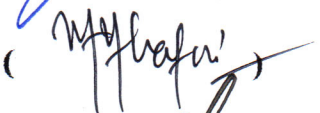
**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MITRA MULTI LEVEL
MARKETING DALAM PERJANJIAN PENJUALAN MELALUI SISTEM
MULTI LEVEL MARKETING**

Oleh

Nama : Ahmad Nabil
No. Mahasiswa : 2001110120
Program studi : Ilmu Hukum
Bagian : Hukum Perdata

Telah Dipertahankan di Depan Sidang Penguji
Pada Tanggal 01 Februari 2024
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

DEWAN PENGUJI

- | | | |
|-------------------------|---------------------------------------|---|
| 1. Ketua | : Prof. Dr. H. Rizanizarli, S.H., M.H | () |
| 2. Sekretaris | : Dr. Mainita, S.H., M.H.Kes | () |
| 3. Pembimbing/Penguji I | : Dr. H. Yusri Z. Abidin, S.H., M.H | () |
| 4. Penguji II | : NURHAFNI, S.H., M.H | () |
| 5. Penguji III | : MUDHAFAR ANZARI, S.H., M.H | () |

Banda Aceh, 08 Februari 2024
Universitas Muhammadiyah Aceh
Dekan Fakultas Hukum



Dr. H. Rizanizarli, S.H., M.H.

ABSTRAK

Ahmad Nabil,
2024

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MITRA
MULTI LEVEL MARKETING DALAM
PERJANJIAN PENJUALAN MELALUI SISTEM
MULTI LEVEL MARKETING**
Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh
(v.60) pp.,bibl.,app.

Dr. Yusri Z Abidin, S.H., MH

Saat begitu banyak masyarakat yang aktif menjalankan bisnis dengan sistem *Multi Level Marketing*, disebabkan masyarakat menganggap bahwa bisnis tersebut sangat menjanjikan, mudah dijalankan dan mendapat bonus dan penghargaan level dari perusahaan, dalam proses perekrutan para calon mitra perusahaan multi level marketing melakukan perjanjian kemitraan di mana satu sama lain memiliki hubungan hukum yaitu hubungan kemitraan antara satu pihak dengan yang lainnya. Tetapi banyak para mitra tidak mendapatkan jaminan bahkan haknya didalam sistem *Multi Level Marketing* masih banyak kejanggalaan dan minimnya perlindungan hukum bagi mitra atau member. Para pelaku usaha acapkali tidak menaati perjanjian atau kesepakatan yang mereka tawarkan kepada mitra yang mereka rekrut, inilah mengapa perlu adanya perlindungan hukum kepada para mitra mengenai sistem *Multi Level Marketing* dan juga upaya hukum yang dilakukan apabila para pihak wanprestasi

Tujuan penulisan ini untuk menjelaskan pelaksanaan perjanjian penjualan melalui sistem *Multi Level Marketing*, untuk menjelaskan faktor penyebab terjadinya wanprestasi mitra *Multi Level Marketing*, untuk menjelaskan penyelesaian sengketa dalam perjanjian *Multi Level Marketing*

Penelitian ini menggunakan metode *yuridis empiris*. Data dalam penelitian skripsi ini diperoleh melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Penelitian kepustakaan untuk memperoleh data sekunder dengan mengkaji peraturan perundang-undangan, buku-buku dan pendapat para ahli hukum yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Sedangkan penelitian lapangan dimaksudkan untuk memperoleh data primer dengan mewawancarai responden dan informan.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pelaksanaan perjanjian penjual tidak dilaksanakan sesuai dengan peraturan yang ada pada perusahaan, faktor penyebab terjadinya wanprestasi antara mitra dan pelaku usaha karena perjanjian yang diperjanjikan dilakukan secara lisan dan penghasilan yang di dapat tidak sesuai, dengan yang di perjanjikan penyelesaian sengketa yang dilakukan dengan cara musyawarah dan mufakat agar dapat ditemukan penyelesaian masalah secara cepat dan biaya murah.

Diharapkan bisnis *Multi Level Marketing* mengatur secara jelas bentuk perjanjian dari perusahaan kepada member secara jelas agar kerugian tidak dialami oleh member dan masalah dapat teratasi dengan baik, menetapkan hak dan kewajiban kepada pihak member lebih terperinci sehingga tidak mengalami kerugian dan dapat melakukan upaya penyelesaian wanprestasi dengan baik sesuai dengan perjanjian yang disepakati bersama.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah dipanjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulisan skripsi dengan judul **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MITRA *MULTI LEVEL MARKETING* DALAM PERJANJIAN PENJUALAN MELALUI SISTEM *MULTI LEVEL MARKETING*** dapat diselesaikan. Shalawat serta salam tak lupa selalu tercurahkan kepada pangkuan alam Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari alam kebodohan menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Selama penulisan skripsi ini banyak mengalami kesulitan dan hambatan. Sehingga penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak baik secara materil maupun non materil. Oleh karena itu dengan kerendahan hati diucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Dr. Yusri Z Abidin,S.H.,M.H, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan serta arahan tiada hentinya dari awal penulisan hingga selesai.
2. Bapak Prof.Dr. H.Rizanizarli S.H.,M.H., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh.
3. Ibu Nurhafni S.H.,M.H. selaku dosen wali yang telah banyak memberikan bimbingan akademik dan nasehat-nasehat dalam menyelesaikan studi di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh.

4. Seluruh Dosen dan Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Tenaga Kependidikan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh, yang telah memberikan layanan administrasi akademik dan non akademik selama perkuliahan.
6. Kepada sahabat angkatan 2020 Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh, yang tidak henti-henti mendorong dan memberika semangat.
7. Kepada pihak responden dan informan yang sudi kiranya memberikan waktu informasi beserta data dalam penelitian skripsi ini.

Yang tercinta Ayahanda Tantawi Nawawi dan Ibunda Ainun Mardiah yang telah membesarkan, serta mencurahkan kasih sayang, pengertian dan telah memberikan cinta yang begitu besar dan senantiasa memanjatkan do'a kepada penulis, yang membantu dan memberikan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan studi pada Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh, serta kepada diri sendiri yang telah mampu kooperatif dalam mengerjakan tugas akhir ini meskipun keadaan sempat tidak berpihak tetapi selalu berusaha percaya diri, hingga dapat menyelesaikan tugas akhir. Terimakasih juga kepada pihak-pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. yang telah membantu dan memberikan motivasi sehingga dapat menyelesaikan studi pada Fakultas Hukum Universitas Muhammaddiyah Aceh.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan bagi yang membacanya. Disadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati diharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Banda Aceh, 1 Oktober 2023

Penulis

Ahmad Nabil
NPM: 2001110120

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Ruang Lingkup dan Tujuan Penulisan.....	5
C. Metode Penelitian.....	6
D. Sistematika Penulisan	10
 BAB II TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN JASA TRANSPORTASI DARAT BERBASIS ONLINE	
A. Transportasi Berbasis Online.....	11
B. Tanggung Jawab Pengusaha Jasa Transportasi Online.....	14
C. Perlindungan Konsumen Transportasi Online.....	33
D. Hak dan Kewajiban Konsumen	36
E. Penyelesaian Sengketa Konsumen.....	37
 BAB III TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP KONSUMEN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI ONLINE DI PT. HO-JAK INDONESIA TEKNOLOGI BANDA ACEH	
A. Tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen pengguna jasa transportasi online	40
B. Faktor-faktor penyebab tidak terpenuhinya hak-hak konsumen pengguna jasa transportasi online.....	46
C. Upaya yang dapat ditempuh dalam mengatasi tidak terpenuhinya hak-hak konsumen pengguna jasa transportasi online.....	54
 BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	64
B. Saran	64
 DAFTAR PUSTAKA	66

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Multi Level Marketing (disingkat MLM) merupakan salah satu cabang dari *direct selling* yaitu salah satu sistem bisnis yang pemasaran produknya menggunakan member sebagai pembeli, konsumen, pemasaran, promoter, dan sebagai distributor. *Multi Level Marketing* adalah pemasaran yang berjenjang banyak. *Multi Level Marketing* 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 persentase diskon harga yang lebih besar dari produsen karena melakukan pembelian dalam jumlah sangat banyak (stok harga). Di sebut *multi level marketing* karena merupakan suatu organisasi distributor yang melaksanakan penjualan yang berjenjang banyak atau bertingkat-tingkat. *Multi Level Marketing* 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 satu sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan kerja berupa sekumpulan banyak orang yang kerjanya melakukan pemasaran.

Undang-Undang yang mengatur tentang distributor secara khusus belum ada, sehingga yang menjadi dasar hukum untuk 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 No.23/MPP/Kep/1/1998 tentang Lembaga-Lembaga Perdagangan.

Saat begitu banyak masyarakat yang aktif menjalankan bisnis dengan sistem *Multi Level Marketing*, disebabkan masyarakat menganggap bahwa bisnis tersebut sangat menjijikan, mudah dijalankan dan mendapat bonus atau keuntungan yang besar dari bisnis tersebut. Dalam proses yang harus dipenuhi untuk menjadi anggota dari *Multi Level Marketing* tersebut tidaklah begitu rumit persyaratannya. Hal ini terjadi tiada lain akibat dari cara unik dan inovasi *Multi Level Marketing* yang telah menjadi metode penjualan yang sukses selama 50 tahun. Karena itu, banyak ditiru oleh bisnis-bisnis lain yang menyimpang seperti skema pyramide, surat berantai, dan sistem binary. Namun tidak sedikit masalah yang ditimbulkan oleh *Multi Level Marketing* ini.

Saat ini *Multi Level Marketing* di Indonesia bernaung di bawah Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) dan anggota yang terdaftar cukup banyak antara lain, Oriflame Indonesia, Herbalife Indonesia, K-Link Nusantara, Avail Elok Indonesia, Wootekh Tupperware, dan lain sebagainya.¹

Banyak perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) ada di Indonesia saat ini, hal ini sekaligus dapat menunjukkan laju perkembangan *Multi Level Marketing* di Indonesia yang sangat pesat. Namun, banyak orang tidak mengetahui apa arti *Multi Level Marketing* yang sebenarnya. Orang tahu, bahwa *Multi Level Marketing* adalah sebuah perusahaan yang mempunyai terobosan baru yang hebat dimana dapat menghasilkan kekayaan (uang) dalam waktu yang sangat cepat dan tidak memakan banyak waktu dalam bekerja. Hal inilah yang melatarbelakangi banyak orang tergiur untuk ikut bergabung ke dalam perusahaan-perusahaan *Multi Level Marketing* di Indonesia.

Para pihak membuat perjanjian keuntungan dalam penjualan produk alat kesehatan. Mitra sebagai perpanjangan tangan penyedia untuk menjual produk dengan imbalan. Ketika ada seseorang yang berbicara tentang *Multi Level Marketing*, maka yang pertama yang ada dipikiran adalah mengaitkan *Multi Level Marketing* dengan cara mendapatkan kekayaan uang dengan cepat dan mudah. Pikiran yang seperti ini didapat dari banyaknya iklan yang dikeluarkan dari *Multi Level Marketing* atau promosi dari mulut ke mulut

¹ <http://www.apli.or.id/de/> diakses tanggal 06 Februari 2023 pukul 20.36

yang disampaikan oleh member (anggota) *Multi Level Marketing*. Namun, banyak orang yang mempercayai tujuan utama mereka bergabung sebagai anggota di perusahaan *Multi Level Marketing* adalah untuk mendapatkan uang dengan mudah dan cepat.

Kasus yang terjadi pada tahun 2021 member perusahaan *Multi Level Marketing* dijanjikan oleh *Upline* mendapatkan keuntungan besar jika member bergabung, setelah mereka bergabung penghasilan dan produk yang mereka jual tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh *Upline*. tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh member perusahaan *Multi Level Marketing*. Kerugian yang terjadi pada member berkisar sejumlah 7,5-8 Juta rupiah dan member yang mengalami kerugian berjumlah 5 orang. Masing-masing member bergabung dengan perusahaan *Multi Level Marketing* dengan modal 7,5 Juta Rupiah. Pemberian imbalan didasarkan pada omset penjualan alat kesehatan. Namun dalam kenyataannya apa yang dijanjikan perusahaan Q-Net terhadap mitra tidak dipenuhi, sehingga mitra merasa dirugikan dari pelaku usaha terhadap wanprestasi.

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas maka yang menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimanakah perlindungan hukum penjualan melalui sistem *Multi Level Marketing*?
- b. Apa faktor penyebab pelaku usaha tidak memenuhi kewajiban kepada mitra?

- c. Bagaimana penyelesaian sengketa dalam perjanjian *Multi Level Marketing*?

B. Ruang Lingkup dan Tujuan Penulisan

Ruang lingkup penelitian diperlukan untuk menghindari pembahasan yang meluas. Adapun yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu bidang hukum perdata khususnya dalam bidang perlindungan hukum dan hanya mengkaji mengenai perkara “Perlindungan Hukum Terhadap Mitra *Multi Level* Dalam Perjanjian Penjualan Melalui Sistem *Multi Level Marketing*”. Adapun tujuan Penulisan yang ingin ditulis dalam skripsi ini adalah sebagai berikut yaitu :

1. Untuk menjelaskan perlindungan hukum penjualan melalui sistem *Multi Level Marketing*.
2. Untuk menjelaskan faktor penyebab terjadinya keluhan mitra *Multi Level Marketing*.
3. Untuk menjelaskan penyelesaian sengketa dalam perjanjian *Multi Level Marketing*.

C. Metode Penelitian

1. Definisi Operasional Variabel Penelitian

- a) Perlindungan Hukum adalah hukum yang bersifat melindungi masyarakat dan membuat masyarakat tertib akan hukum, sehingga masyarakat merasa tenang dan damai dalam bermasyarakat. Disamping itu masyarakat bebas bersosialisasi, berinteraksi dengan caranya masing-masing tetapi tidak luput dari hukum.

- b) *Multi Level Marketing* adalah sistem pemasaran yang dilakukan melalui banyak level atau tingkatan distributor, yang biasanya dikenal dengan istilah Upline (tingkat atas) dan Downline (tingkat bawah). Seorang disebut upline jika mempunyai downline, baik satu maupun lebih. *Multi Level Marketing* digerakkan dengan jaringan, terdiri dari *upline* dan *downline*, pemasarannya mengandalkan kekuatan penjualan langsung pada distributornya.
- c) Perjanjian adalah suatu hubungan yang terjadi antara pihak yang terlibat. Dalam KUHPdata dijelaskan perjanjian adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.

2. Lokasi dan Populasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Untuk itu sebagai tempat penelitian, peneliti mengambil wilayah Kota Banda Aceh yaitu tempat terjadinya Perlindungan Hukum Terhadap Mitra *Multi Level Marketing* Dalam Perjanjian Penjualan Melalui Sistem *Multi Level Marketing*.

3. Cara Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu diambil dari populasi yang diperkirakan dapat memberikan data dari objek yang diteliti dan dapat mewakili yaitu terdiri:

a. Responden:

1. Member *Multi Level Marketing* 5 Orang

2. Direktur

- b. Informan:

1. Masyarakat 2 Orang

2. Akademisi 1 Orang

4. Cara Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini dilakukan penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu dengan membaca dan mempelajari peraturan perundang-undangan, literatur-literatur, jurnal hukum serta pendapat para sarjana yang relevan dengan penulisan skripsi ini. Sedangkan untuk melengkapi juga dilakukan Penelitian lapangan (*field research*) yang dilakukan dengan cara mewawancarai responden dan informan.

5. Cara Analisis Data

Dari keseluruhan data yang diperoleh baik dari penelitian kepustakaan maupun penelitian lapangan dianalisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif sehingga menghasilkan sebuah karya tulis berbentuk skripsi.

D. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi ini dibagi dalam 4 bab agar mempermudah pemahaman pembaca dalam memahami ruang lingkup skripsi ini. keempat tersebut adalah sebagai berikut.

Bab I, Merupakan Bab Pendahuluan yang terdiri dari 4 (empat) sub bab yang memuat Latar Belakang Masalah, Ruang Lingkup dan Tujuan Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

Bab II, Merupakan Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Hukum dan Perjanjian Penjualan Melalui Sistem MLM yang menguraikan tentang tinjauan umum tentang *Multi Level Marketing*, tinjauan umum tentang Perlindungan Huku , tinjauan umum tentang Perjanjian dan Syarat Sah Perjanjian, Hak dan Kewajiban Para Pihak, Penyelesaian Sengketa dalam Perjanjian *Multi Level Marketing*.

Bab III, Merupakan Bab hasil penelitian yang berjudul Perlindungan Hukum Terhadap Mitra Dalam Perjanjian Penjualan Dengan Sistem *Multi Level Marketing*, yang menguraikan tentang Pelaksanaan Perjanjian Penjualan Melalui Sistem *Multi Level Marketing*, Faktor Penyebab Terjadinya Keluhan Mitra *Multi Level Marketing*, dan Penyelesaian Sengketa Dalam Perjanjian *Multi Level Marketing*.

Bab IV, Merupakan Bab Penutup yang memuat tentang Kesimpulan dan Saran yang menguraikan tentang solusi dalam pelaksanaan Tanggung Jawab Perusahaan Bagi Pekerja Mitra Grab Food Dari Pemesanan Fiktif.

BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN HUKUM DAN PERJANJIAN PENJUALAN MELALUI SISTEM MLM

A. Tinjauan Umum Tentang *Multi Level Marketing*

1. Pengertian *Multi Level Marketing*

MLM atau *Multi Level Marketing* adalah sistem pemasaran yang dilakukan melalui banyak level atau tingkatan distributor, yang biasanya dikenal dengan istilah *Upline* (tingkat atas) dan *Downline* (tingkat bawah). Seorang disebut upline jika mempunyai *downline*, baik satu maupun lebih. *Multi Level Marketing* digerakkan dengan jaringan, terdiri dari *upline* dan *downline*, pemasarannya mengandalkan kekuatan penjualan langsung pada distributornya. Sistem pemasaran seperti ini memang masih baru di kalangan masyarakat.¹

Oleh karena itu banyak masyarakat tidak mengerti tentangnya, namun seiring dengan hal itu bisnis pemasaran jaringan malah semakin bertambah besar. Dengan sistem pemasaran *Multi Level Marketing* banyak biaya yang dapat dikurangi, Sebagai contoh adalah biaya promosi yang sangat besar. Dalam ilmu tentang biaya produk, biaya produksi, biaya produksi lebih kecil daripada biaya promosi. Dalam sistem *Multi Level Marketing* dapat dikatakan sarna sekali tidak ada biaya promosi sehingga mark up biaya (kenaikan harga

¹ Andrias Harefa, *Multi Level Marketing: Alternatif Karier dan Usaha Menyongsong Milenium Ketiga*, 1999, hlm.4

produk) yang besar dapat dikurangi, sehingga harga produk yang sampai di tangan konsumen menjadi lebih murah.²

Penjualan melalui *Multi Level Marketing* dapat mudah dijelaskan dengan melihat apa yang dilakukan oleh orang yang menjual produk *door to door*. Kesuksesan dalam penjualan barang dari rumah ke rumah membutuhkan paling tidak 2 (dua) hal, yaitu:

1. Pengetahuan terhadap produk yang dijual. Informasi mengenai produk yang dijual merupakan keterampilan yang harus dimiliki karena mereka harus mampu "menawan" hati calon pelanggan mereka.
2. Ketekunan yang tinggi. Hal ini diperlukan karena seorang tenaga penjual dari *door to door* harus mempersiapkan dirinya untuk menjual kepada orang-orang yang kemungkinan besar tidak tertarik dengan produk yang mereka tawarkan. Oleh karena itu, sering kali penjual harus "memaksa" calon pembeli mereka untuk membeli produk yang mereka miliki tanpa melihat apakah produk itu bermanfaat atau tidak bagi calon pembeli.

Pengertian normatif diberikan dalam penjelasan Undang-Undang No.7 Tahun 2014 tentang Perdagangan bahwa yang dimaksud dengan "Penjualan langsung secara multilevel" adalah penjualan barang tertentu melalui jaringan pemasaran berjenjang yang dikembangkan oleh mitra usaha yang bekerja atas dasar komisi dan/atau bonus berdasarkan hasil penjualan barang kepada konsumen, berdasarkan pada konsep tersebut, maka sangat dimungkinkan

² Riswandi, 3 *Langkah Mengenali MLM Sejati dan MLM Palsu*, Pustaka Ar Raudhoh, Yogyakarta, hlm.4

konsumen produk dari sebuah perusahaan *Multi Level Marketing* untuk ikut serta memasarkan produk mereka, dengan syarat menjadi anggota atau masuk dalam jaringan pemasaran perusahaan tersebut.

Banyaknya orang yang menganggap *Multi Level Marketing* adalah sebuah terobosan baru dan merupakan cara terbaik untuk dapat mendapatkan uang, fakta yang di dapat di lapangan bahwa *Multi Level Marketing* bukanlah merupakan bisnis yang ajaib yang dengan mudah mendapatkan uang seperti pendapat orang-orang yang mungkin belum mengetahui apa itu *Multi Level Marketing* yang sesungguhnya. *Multi Level Marketing* hanyalah salah satu metode atau cara untuk memasarkan suatu produk. Jadi, perlu ditekankan bahwa *Multi Level Marketing* hanya suatu metode bisnis alternatif yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi.

Secara umum bisnis *Multi Level Marketing* adalah suatu metode bisnis alternatif yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi yang dilakukan dengan melalui banyak level (tingkatan), yang biasa disebut dengan istilah *upline* (tingkat atas) dan *downline* (tingkat bawah). Seseorang dikatakan sebagai *upline* jika mempunyai *downline*. Inti dari bisnis *Multi Level Marketing* ini adalah menggerakkan jaringan baik yang bersifat *vertikal* (atas bawah), maupun *horizontal* (kiri kanan) ataupun gabungan antara keduanya.

Jika ditinjau dari ruang lingkup bisnis, *Multi Level Marketing* ini memiliki 2 (dua) aspek, yaitu produk barang atau jasa yang dijual dengan cara ataupun sistem penjualan (*selling/marketing*). Perusahaan yang menjalankan bisnisnya dengan sistem *Multi Level Marketing* tidak hanya menjalankan

penjualan produk barang tetapi juga jasa, yaitu jasa marketing yang *berlevel-level* (bertingkat-tingkat) dengan imbalan berupa *marketingfee*, bonus, dan sebagainya, yang mana semua itu bergantung pada prestasi, penjualan, dan status keanggotaan distributor."

Secara lebih lanjut Rachmawati Puspitasari mengungkapkan bahwa *Multi Level Marketing* memiliki unsur-unsur:³

- 1) Terdapat jenjang atau level
- 2) Melakukan perekrutan anggota baru
- 3) Penjualan produk
- 4) Terdapat sistem pelatihan
- 5) Adanya komisi

2. Dasar Hukum Bisnis *Multi Level Marketing*

Bisnis *Multi Level Marketing* saat ini semakin marak dan banyak diminati banyak orang, lantaran perdagangan dengan sistem *Multi Level Marketing* ini menjanjikan kekayaan yang melimpah tanpa banyak modal dan tidak begitu ruwet. Di Indonesia terdapat lebih dari 100 perusahaan yang mengatasnamakan dirinya menggunakan *Multi Level Marketing*, dan untuk mengetahui atau mengenal satu persatu perusahaan yang menggunakan sistem ini, tentulah membutuhkan waktu yang panjang namun suatu perusahaan dapat memberikan penjelasan secara utuh tentang program-program perusahaan tersebut melalui buku atau presentasi.

³ Rachmawati Puspitasari, *Multi Level Marketing Pada Perusahaan Tianshi Solo Ditinjau Dari Hukum Islam*, Disertasi, Surakarta, 2008, hlm.5

Perkembangan bisnis *Multi Level Marketing* di Indonesia terdapat Pro kontra di antara para ulama ahli fiqh, sehingga Majelis Ulama Indonesia juga aktif memberikan kepastian status hukum terhadap perdagangan berbasis *Multi Level Marketing* yang menjamur di Indonesia. Walaupun saat ini bisnis MLM masih pro dan kontra, namun seiring berjalannya waktu bisnis *Multi Level Marketing* saat ini sangatlah berkembang dengan pesat dimana banyak sekali leader-leader yang dicetak oleh perusahaan saat ini memiliki penghasilan puluhan juta hingga ratusan juta rupiah perbulan. Ini membuktikan bahwa bisnis *Multi Level Marketing* sangatlah diminati banyak orang dan tidak akan berhenti bahkan akan terus berkembang.

Persoalan bisnis *Multi Level Marketing* yang ditanyakan mengenai hukum halal haramnya bergantung sejauh mana dalam praktiknya setelah dikaji dan dinilai apakah sesuai syariah atau tidak. Semua bisnis yang menggunakan sistem *Multi Level Marketing* dalam literatur syariah Islam pada dasarnya termasuk kategori muamalah yang dibahas dalam bab *al-Buyu*“ (jual beli) yang hukum asalnya secara prinsip boleh berdasarkan kaidah fiqh (*al-ashlu fil asya*“ *al-ibahah*) hukum asal segala sesuatu termasuk muamalah adalah boleh selama bisnis tersebut bebas dari unsur-unsur haram seperti *riba*“ (sistem bunga), *gharar* (tipuan), *dharar* (bahaya), dan *jahalah* (ketidakjelasan). *Dzulm* (merugikan hak orang lain) disamping barang atau jasa yang dibisniskan adalah halal.

Sistem pandangan *Multi Level Marketing* (MLM) diperbolehkan oleh syari'at Islam dengan syarat-syarat sebagai berikut: ⁴

- a. Transaksi (akad) antara pihak penjual (*al-ba'i*) dan pembeli (*al-musyitari*) dilakukan atas dasar suka sama suka (*an-taradhin*), dan tidak ada paksaan.
- b. Barang yang diperjualbelikan (*al-mabi'*) suci, bermanfaat dan transparan sehingga tidak ada unsur kesamaran atau penipuan.
- c. Barang-barang tersebut diperjualbelikan dengan harga yang wajar.

Jika sistem perdagangan *Multi Level Marketing* (MLM) dilakukan dengan cara pemaksaan, atau barang yang diperjualbelikan tidak jelas karena dalam bentuk paket yang terbungkus dan sebelum transaksi tidak dapat dilihat oleh pembeli, maka hukumnya haram karena mengandung unsur kesamaran atau penipuan (*gharar*). Jika harga barang-barang yang diperjualbelikan dalam sistem perdagangan *Multi Level Marketing* (MLM) jauh lebih tinggi dari harga yang wajar, maka hukumnya haram karena secara tidak langsung pihak perusahaan telah menambahkan harga barang yang dibebankan kepada pihak pembeli sebagai sharing modal dalam akad syirkah mengingat pihak pembeli sekaligus akan menjadi member perusahaan, yang apabila ia ikut memasarkan akan mendapat keuntungan secara estafet. Dengan demikian, praktek perdagangan *Multi Level Marketing* (MLM) tersebut mengandung unsur kesamaran atau penipuan (*gharar*) karena terjadi kekaburan antara akad jual beli (*al-ba'i*), syirkah sekaligus mudharabah karena pihak pembeli

⁴ Hafidz Abdurrahman dan Yahya Abdurrahman, *Bisnis & Muamalah Kontemporer*, Al-Azhar Freshzone Publishing, Bogor, 2015, hlm. 116

sesudah menjadi member juga berfungsi sebagai amil (pelaksana/tugas) yang akan memasarkan produk perusahaan kepada calon pembeli (member) baru.

3. Cara Kerja *Multi Level Marketing*

Multi Level Marketing adalah menjual atau memasarkan langsung suatu produk baik berupa barang atau jasa konsumen sehingga biaya distributor dari barang yang dijual atau dipasarkan tersebut sangat sedikit bahkan sampai ke titik nol, yang artinya bahwa dalam bisnis *Multi Level Marketing* ini tidak diperlukan biaya distribusi. *Multi Level Marketing* juga menghilangkan biaya iklan dari produk yang hendak dijual karena distribusi dan promosi ditangani langsung oleh distributor menggunakan sistem berjenjang.⁵

Mekanisme operasional pada *Multi Level Marketing* ini yaitu, seorang distributor dapat mengajak orang lain untuk ikut juga sebagai distributor kemudian, orang lain itu dapat pula mengajak orang lain lagi untuk ikut bergabung. Begitu seterusnya, semua yang diajak dan ikut menjadi suatu kelompok distributor yang bebas merekrut orang lain lagi hingga mencapai level yang tanpa batas. Hal ini merupakan salah satu perbedaan *Multi Level Marketing* dengan pendistribusian secara konvensional yang bersifat single level. Pada pendistribusian konvensional, seorang agen mengajak beberapa orang bergabung ke dalam kelompoknya menjadi penjual atau sales atau disebut juga wiraniaga. Pada sistem single level ini, para wiraniaga tersebut meskipun mengajak temannya, hanya sekedar memberi refrensi yang secara

⁵ Firman Wahyudi, *Multi Level Marketing dalam Kajian Fiqh Muammalah*, Jurnal Al-BAnjari, Vol. 2, Desember, 2014, hlm. 166-167

organisasi terlepas dari koordinasinya. Mereka berada sejajar sama-sama sebagai distributor.

Pada dasarnya cara kerja pemasaran dengan sistem *Multi Level Marketing* berorientasi pada prestasi dari setiap anggota atau distributornya. Para distributor dituntut untuk menjual produk sesuai target dan membangun jaringan seluas-luasnya.

B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Hukum

1. Pengertian Perlindungan Hukum

Kata perlindungan dalam bahasa Inggris adalah *protection* yang berarti sebagai:

- 1) *protecting or being protected;*
- 2) *system protecting;*
- 3) *person or thing that protect.*

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perlindungan diartikan: (1) tempat berlindung; (2) perbuatan atau hal dan sebagainya memperlindungi.⁶

Dari kedua definisi tersebut, maka perlindungan merupakan perbuatan (hal) melindungi, misalnya memberi perlindungan kepada yang lemah. Perlindungan hukum memberikan perlindungan terhadap hak-hak seseorang yang dianggap lemah.

Harjono mengemukakan bahwa perlindungan hukum dalam Bahasa Inggris disebut *legal protection*, sedangkan dalam Bahasa Belanda disebut *rechtsbecherming*. Harjono memberikan pengertian bahwa perlindungan

⁶ Kamus Besar Bahasa Indonesia. <https://kbbi.web.id/>. Diakses tanggal 06 Februari 2023 Pukul 21.46

hukum sebagai perlindungan dengan menggunakan sarana hukum atau perlindungan yang diberikan oleh hukum untuk kemudian ditujukan kepada perlindungan terhadap kepentingan-kepentingan tertentu, yaitu dengan menjadikan kepentingan-kepentingan yang perlu untuk dilindungi tersebut dalam sebuah hak hukum.⁷

Perlindungan hukum bagi seluruh rakyat Indonesia dapat ditemukan dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 (UUD 1945) Pasal 1 ayat (3) yang menyatakan “Negara Indonesia adalah Negara Hukum”. Di samping itu, terdapat beberapa pendapat para sarjana mengenai perlindungan hukum, antara lain:

1. Menurut Satjipto Raharjo, Perlindungan Hukum adalah adanya upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut.
2. Menurut Philipus M. Hadjon Perlindungan Hukum adalah sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal lainnya. Berkaitan dengan konsumen, berarti hukum memberikan perlindungan terhadap hak-hak pelanggan dari sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut.
3. Menurut Muktie A.Fadjar Perlindungan Hukum adalah penyempitan arti dari perlindungan, dalam hal ini hanya perlindungan oleh hukum saja. Perlindungan yang diberikan oleh hukum, terkait pula dengan

⁷ Harjono, *Konstitusi sebagai Rumah Bangsa*, Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi, hlm.357

adanya hak dan kewajiban sebagai subyek hukum dalam interaksinya dengan sesama manusia serta lingkungannya.

Berdasarkan uraian tersebut maka perlindungan hukum merupakan tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat terhadap harkat dan martabatnya yang dimiliki oleh setiap subyek hukum dari tindakan sewenang-wenang oleh penguasa terhadap kepentingan-kepentingan tertentu yang tidak sesuai dengan aturan hukum. Perlindungan hukum dapat digunakan dalam upaya melindungi kepentingan masyarakat dari tindakan sewenang-wenang yang merupakan tujuan dari hukum yang dapat diwujudkan dalam bentuk adanya kepastian hukum.

Perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang memiliki subjek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kewenangan atau sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya. Perlindungan harkat dan martabat kaum pekerja, berikut hak-hak kemanusiannya, baik secara individual maupun sebagai pekerja yang merupakan konsep perlindungan hukum terhadap pekerja di Indonesia. Perlindungan hukum terhadap pekerja meliputi dua hal mendasar, yaitu perlindungan dari pengusaha dan perlindungan dari Tindakan pemerintah.⁸

Philipius M. Hadjon dalam *greta satya yudhana* mengemukakan bahwa perlindungan hukum selalu berkaitan dengan kekuasaan yang selalu menjadi perhatian, yakni kekuasaan pemerintah, permasalahan perlindungan

⁸ Philipus M Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Masyarakat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya, 1983, hlm.30

hukum bagi rakyat (yang diperintah) terhadap perintah (yang memerintah), dalam hubungan dengan kekuasaan ekonomi, permasalahan perlindungan hukum adalah perlindungan bagi si lemah (ekonomi) terhadap si kuat (ekonomi), misalnya perlindungan bagi penggarap tanah terhadap pemilik (tuan tanah).

2. Jenis-Jenis Perlindungan Hukum

Perlindungan dapat dibedakan menjadi 2 (dua), yaitu:

a. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan yang dilakukan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini dilakukan untuk mencegah terjadinya suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban yang terdapat dalam peraturan perundang-undang.

b. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif yang artinya perlindungan akhir yang berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukannya suatu pelanggaran.⁹

C. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian dan Syarat Sah Perjanjian

Dasar hukum mengenai perikatan diatur dalam buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang berjudul tentang perikatan. Perikatan-perikatan yang dilahirkan dari kontrak atau perjanjian, diatur dalam Bab II

⁹ Muchsin, *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia*, Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, 2003, hlm. 20

Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, sebagaimana yang dirumuskan dalam Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang berbunyi: “Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”.¹⁰

Sedangkan menurut R. Subekti perjanjian itu adalah “suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada orang lain atau dimana dua orang saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal”.¹¹

Dalam membuat perjanjian tersebut maka didalamnya terkandung hak dan kewajiban dan hak serta kewajiban tersebut oleh para pihak telah diketahui dan mengenai hak serta kewajiban tersebut dalam pelaksanaannya harus dilakukan sebagaimana pelaksanaan peraturan perundang-undangan, hal ini sesuai bunyi Pasal 1338 ayat 1 KUH Perdata yang menyatakan “Suatu perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”. Suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu. Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.¹²

Mengenai bentuk jual beli tidak diatur secara jelas didalam undang-undang. Perjanjian jual beli adalah suatu perjanjian konsensualitas atau adanya kesepakatan antara kedua belah pihak mengenai hal-hal yang pokok dari apa yang menjadi objek perjanjian, tetapi oleh undang-undang diadakan perbedaan antara perjanjian jual beli secara tertulis dengan perjanjian jual beli

¹⁰Subekti R dan Tjitrosudibio R, *Op. Cit*, hlm.338.

¹¹Subekti R, *Op. Cit*, hlm.2.

¹²Subekti R dan Tjitrosudibio R, *Op. Cit*, Hlm 342

secara lisan. Untuk sahnya suatu perjanjian maka diperlukan empat syarat sahnya perjanjian sebagaimana ditentukan dalam ketentuan Pasal 1320 KUH Perdata yang menyatakan “untuk sahnya suatu perjanjian maka diperlukan empat syarat yaitu:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya.

Syarat sahnya perjanjian adalah adanya kesepakatan yang ditandai dengan perasaan rela atau ikhlas di antara para pihak pembuat perjanjian mengenai hal-hal yang dituangkan didalam isi perjanjian. Kesepakatan ini diatur dalam Pasal 1320 ayat 1 KUHPerdata. Adapun yang dimaksud dengan kesepakatan adalah penyesuaian pernyataan kehendak antara satu orang atau lebih dengan pihak lainnya.

Pada dasarnya, cara yang paling banyak dilakukan oleh para pihak, yaitu dengan bahasa yang sempurna secara lisan dan secara tertulis. Tujuan pembuatan perjanjian secara tertulis adalah agar memberikan kepastian hukum bagi para pihak dan sebagai alat bukti yang sempurna, dikala timbul sengketa dikemudian hari.

2. Kecakapan dalam membuat suatu perjanjian.

Kecakapan dalam membuat suatu perjanjian, yaitu kecakapan atau kemampuan untuk melakukan perbuatan hukum bagi orang-orang yang oleh hukum dinyatakan sebagai subjek hukum. Perbuatan hukum adalah perbuatan yang akan menimbulkan akibat hukum. Orang-orang yang akan mengadakan perjanjian haruslah orang-orang yang cakap dan mempunyai wewenang untuk melakukan perbuatan hukum, sebagai mana yang ditentukan oleh undang-

undang. Orang yang cakap dan berwenang untuk melakukan perbuatan hukum adalah orang yang sudah dewasa, yaitu mereka yang telah berusia 21 tahun atau sudah menikah.

Orang yang tidak berwenang melakukan perbuatan hukum adalah:

- a. Orang yang belum dewasa.
- b. Orang yang berada dibawah pengampunan.
- c. Orang-orang yang dilarang oleh undang-undang.

Pengertian tidak cakap hukum dibagi dalam 3 hal yaitu:¹³

1. Kriteria orang yang belum dewasa didalam KUH Perdata diatur didalam Pasal 330, di mana ditentukan : “belum dewasa adalah mereka yang belum mencapai umur genap 21 tahun bagi laki-laki dan 19 tahun bagi perempuan. Orang-orang yang belum dewasa ini semua perbuatan hukumnya diwakili oleh orang tua atau walinya.
2. Menurut Pasal 433 KUH Perdata, orang-orang yang diletakkan dibawah pengampunan adalah setiap orang dewasa yang selalu berada dalam keadaan dungu, sakit otak atau mata gelap dan boros. Dalam hal ini pembentuk undang-undang memandang bahwa yang bersangkutan tidak mampu menginsyafi tanggung jawabnya dan karena itu tidak dapat bertindak untuk mengadakan perjanjian. Apabila seorang yang belum dewasa, dan mereka yang diletakkan dibawah pengampunan itu mengadakan perjanjian maka yang mewakilinya masing-masing adalah orang tua dan pengampunya.

¹³www.legalakses.com “orang yang tidak cakap Melakukan Perbuatan Hukum” diakses tgl 06 Februari 2023, pukul 21.26 WIB.

3. Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata) juga memandang bahwa seorang wanita yang telah bersuami tidak cakap untuk mengadakan perjanjian yang dalam hal ini apabila ia berbuat harus didampingi oleh suaminya. Sejak tahun 1963 dengan Surat Edaran Mahkamah Agung No. 3/1963 yang ditujukan kepada ketua pengadilan negeri dan pengadilan tinggi diseluruh Indonesia, maka kedudukan seorang wanita yang telah bersuami itu diangkat kederajat yang sama dengan pria, karena untuk mengadakan perbuatan hukum dan menghadap di depan pengadilan ia tidak memerlukan bantuan lagi dari suaminya. Dengan demikian maka sub. 3 dari Pasal 1330 KUH Perdata sekarang tidak berlaku lagi.
4. Orang-orang yang undang-undang memperbolehkan atau melarangnya. Misalnya., menurut undang-undang Perseroan Terbatas (PT) yang dapat melakukan perbuatan hukum PT adalah Direktur. Seorang manajer dianggap tidak cakap mewakili perusahaan tempatnya bekerja jika tidak ada pemberian kuasa dari Direktur.
3. Suatu hal tertentu.

Sebagai syarat ketiga sahnyanya perjanjian, menurut Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) ialah suatu hal tertentu. Ketentuan untuk hal tertentu ini menyangkut objek hukum atau mengenai bendanya. Dalam membuat perjanjian antara para subyek hukum itu menyangkut mengenai objeknya, apakah menyangkut benda berwujud, tidak berwujud, benda bergerak atau benda tidak bergerak.

4. Suatu sebab yang halal.

Dalam pengertian ini pada benda (objek hukum) yang menjadi pokok perjanjian itu harus melekat hak yang pasti dan diperbolehkan menurut hukum sehingga perjanjian itu kuat.¹⁴

Syarat-syarat mengenai sahnya suatu perjanjian sudah diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata yang menyebutkan bahwa untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan 4 (empat) syarat, yaitu

- 1) Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya
- 2) Kecakapan untuk membuat suatu perikatan
- 3) Suatu hal tertentu, dan
- 4) Suatu sebab yang halal

Berkaitan dengan hal ini, R. Subekti mengelompokkannya menjadi dua, yaitu syarat subjektif untuk syarat pertama dan kedua serta syarat objektif untuk syarat yang ketiga dan keempat, yaitu:

a. Syarat Subjektif

Syarat subjektif perjanjian berkenaan dengan subjek hukum atau pihak-pihak yang terikat atau yang melakukan perjanjian. Pasal 1340 KUHPerdata dinyatakan bahwa perjanjian hanya berlaku antara para pihak yang membuatnya. Namun, terkait dengan subjek atau pihak-pihak yang membuat suatu perjanjian, KUHPerdata membedakan menjadi tiga golongan, yaitu: pihak yang mengadakan perjanjian, para ahli waris dan mereka yang mendapat hak daripadanya serta pihak ketiga.

¹⁴Kansil CST, *Modul Asas Hukum Perdata*, Pradya paramita, Jakarta, 2000, hlm 223.

Dalam sebuah perjanjian yang menimbulkan hubungan hukum, subjek perjanjian paling tidak terdiri atas dua pihak yang menduduki tempat yang berbeda. Satu orang menjadi pihak kreditur, dan yang satu orang lagi menjadi pihak kreditur. Kreditur merupakan pihak yang mempunyai hak atas prestasi sedangkan debitur merupakan pihak yang wajib memenuhi pelaksanaan prestasi yang dijanjikan. Agar dapat memenuhi syarat sahny suatu perjanjian, para pihak yang mengikatkan diri harus bersepakat (*toesteming*) secara sukarela. Kesepakatan para pihak merupakan suatu tindakan atau perbuatan hukum yang berisi pernyataan kehendak antara para pihak. Menurut KUHPdata, kesepakatan yang bersifat sukarela dalam suatu perjanjian dapat terpenuhi apabila:¹⁵

- 1) Tidak terdapat paksaan (*dwang*) yang bertentangan dengan undang-undang, misalnya dengan menakut-nakuti agar seseorang mau menyetujui suatu perjanjian.
- 2) Tidak terdapat kekeliruan atau kekhilafan (*dwaling*) yang berkaitan dengan objek/prestasi yang diperjanjikan atau mengenai subjeknya.
- 3) Tidak terdapat unsur penipuan (*bedrog*) yang disengaja, yaitu serangkaian kebohongan (dengan tipu muslihat) sehingga menimbulkan kesan yang keliru.

Pasal 1315 KUHPdata menyatakan bahwa seorang hanya melakukan perjanjian untuk kepentingan diri sendiri (asas kepribadian). Suatu perjanjian hanya meletakkan hak-hak dan kewajiban-kewajiban antara pihak

¹⁵ Yahya Harahap, *Op.Cit*, hlm.15

yang membuatnya. Namun, terdapat pengecualian berdasarkan Pasal 1317 KUHPerdara, bahwa perjanjian juga dapat dilakukan untuk kepentingan pihak ketiga dengan suatu syarat yang ditentukan.

Syarat subjektif yang kedua adalah mengenai kecakapan bertindak dari para pihak. Kecakapan bertindak adalah kecakapan atau kemampuan untuk melakukan perbuatan hukum yang menimbulkan akibat hukum. Artinya, pihak-pihak yang membuat perjanjian haruslah mereka yang berwenang untuk melakukan perbuatan hukum, seperti yang ditegaskan di dalam Pasal 1329 KUHPerdara yang menyebutkan bahwa tiap orang berwenang membuat perikatan, kecuali jika ia dinyatakan tidak cakap untuk hal itu. Selanjutnya, di dalam Pasal 1330 KUHPerdara dinyatakan bahwa: “Yang tidak cakap untuk membuat perjanjian adalah:

- 1) Anak yang belum dewasa. Menurut Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan menetapkan bahwa umur 19 (sembilan belas) tahun sebagai usia kedewasaan untuk pria dan umur 16 (enam belas) tahun untuk wanita. Sementara, Pasal 330 KUHPerdara menyatakan bahwa orang yang belum dewasa adalah mereka yang belum mencapai umur 21 (dua puluh satu) tahun, dan belum kawin atau belum pernah melakukan perkawinan.
- 2) Orang yang di bawah pengampuan;
- 3) Perempuan yang telah kawin dalam hal-hal yang telah ditentukan undang-undang dan pada umumnya semua orang yang oleh undang-undang dilarang untuk membuat perjanjian tertentu.

b. Syarat Objektif

Syarat objektif perjanjian berkenaan dengan objek dari perikatan. Objek perikatan merupakan segala sesuatu yang diperjanjikan oleh kedua belah pihak yang bersangkutan, yang dinamakan prestasi (pokok perjanjian). Dalam hal ini, prestasi adalah sesuatu yang menjadi kewajiban dari debitur dan apa yang menjadi hak dari kreditur. Prestasi berdasarkan Pasal 1234 KUHPdata mencakup 2 (dua) hal yaitu:

1. Memberikan sesuatu memiliki pengertian untuk memberikan hak milik atau hak penguasaan atau hak untuk menikmati sesuatu. Dalam hal ini, yang berpindah adalah haknya, baik yang bersifat nyata maupun abstrak. Penekanannya adalah perpindahan hak, misalnya jual beli, tukar menukar, sewa-menyewa, pinjam-pakai, dan sebagainya;
2. Berbuat sesuatu memiliki pengertian segala perbuatan yang bukan memberikan sesuatu, melainkan janji untuk melakukan suatu hal tertentu. Dalam hal ini, para pihak berjanji untuk melakukan pekerjaan tertentu. Penekanannya adalah pada suatu pekerjaan yang harus dilakukan; tidak berbuat sesuatu adalah menjanjikan untuk tidak melakukan hal-hal dalam bentuk kerja tertentu

Syarat objektif yang pertama mengharuskan suatu prestasi harus dapat ditentukan atau mengenai suatu hal tertentu (certainty). Artinya, dalam mengadakan perjanjian, apa-apa yang menjadi hak dan kewajiban para pihak harus dapat ditentukan sehingga dapat dilaksanakan. Dalam hal ini, pokok

perjanjian dapat berupa barang ataupun jasa. Barang yang dimaksudkan dalam perjanjian paling sedikit harus ditentukan jenisnya. Syarat objektif yang kedua, yaitu suatu sebab yang halal, berkaitan dengan isi perjanjian itu sendiri, apakah perjanjian itu bertentangan dengan hukum, ketertiban umum dan kesusilaan atau tidak.

D. Hak dan Kewajiban Para Pihak

Pemenuhan hak sebagai pelaksanaan kewajiban sesuai kesepakatan para pihak dalam kontrak harus ditaati, mengingat dalam pembuatan kontrak para pihak melakukannya atas dasar adanya asas kebebasan berkontrak, itikad baik dan janji harus ditepati. Kontrak melahirkan perikatan yang menimbulkan konsekuensi hukum kesepakatan para pihak berlaku mengikat dan hal tersebut perlu diwujudkan secara timbal balik antara para pihak untuk melaksanakan kewajibannya sebagai perbuatan hukum untuk memenuhi hak masing-masing pihak.

Kontrak melahirkan hak dan kewajiban karena didasarkan pada Pasal 1338 KUHPdata dan memenuhi syarat-syarat dalam Pasal 1320, sehingga perjanjian yang dibuat merupakan hukum atau undang-undang yang mengikat bagi para pihak untuk dilaksanakan. Apabila diantara para pihak tidak melaksanakan kewajibannya, maka dapat dituntut oleh pihak lain karena melakukan ingkar janji terhadap kontrak yang dibuat.

Pemenuhan hak dilakukan sebagai pemenuhan kewajiban sesuai kesepakatan para pihak dalam kontrak merupakan perbuatan hukum yang dapat dipertanggungjawabkan karena pembuatan kontrak dilakukan oleh pihak sesuai kata sepakat dan pihak-pihak yang membuat kontrak adalah

pihak yang cakap dalam melakukan perbuatan hukum termasuk juga kontrak yang dibuat terbatas pada hal-hal tertentu dan tujuan pembuatan kontrak hukum didasarkan pada itikad baik, yakni untuk sebab-sebab yang halal.¹⁶

Berikut adalah hak dan kewajiban pelaku usaha atau dalam pembahasan ini yaitu *Multi Level Marketing* dalam Pasal 6 hak pelaku usaha adalah:

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatunya 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.
- 5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.

Hak pelaku usaha untuk menerima pembayaran sesuai kondisi nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak dapat menuntut lebih banyak jika kondisi barang dan/atau jasa yang diberikannya kepada konsumen tidak atau kurang memadai menurut

¹⁶ Peter Marzuki Mahmud, *Pengantar Ilmu Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2008, hlm.258

harga yang berlaku pada umumnya atas barang dan/atau jasa yang sama.

Dalam Pasal 7 dijelaskan, kewajiban pelaku usaha adalah:

- a) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- b) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
- c) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- e) 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.
- f) Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g) Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

E. Tanggung Jawab Para Pihak

Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Terhadap Konsumen
 Berdasarkan Pada Buku III KUHPdata Gugatan terhadap pelaku usaha yang dianggap telah merugikan konsumen, dapat didasarkan pada Kitab Undang-

Undang Hukum Perdata, yaitu: Tanggung jawab Karena Wanprestasi dan Tanggung Jawab Karena Kesalahan.

Tanggung jawab karena kesalahan, dapat didasarkan pada Pasal 1365 sampai dengan Pasal 1367 KUH. Perdata mengenai perbuatan melawan hukum. Jika konsumen mengajukan ganti kerugian dengan menggunakan kualifikasi perbuatan melawan hukum (*onrechtmatigedaad*), maka harus dipenuhinya unsur-unsur perbuatan melawan hukum dan membuktikan kesalahan pelaku usaha. Unsur-unsur perbuatan melawan hukum yang harus dipenuhi sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1365 KUH. Perdata, antara lain: Perbuatan tersebut merupakan perbuatan melawan hukum, adanya kesalahan, adanya kerugian, adanya ganti kerugian.

Tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam kajian hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus-kasus pelanggaran hak konsumen diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait.

Konsep tanggung jawab hukum berhubungan dengan konsep kewajiban hukum, bahwa seseorang bertanggung jawab secara hukum atas perbuatan tertentu atau bahwa dia memikul tanggung jawab hukum berarti bahwa dia bertanggung jawab atas suatu sanksi bila perbuatannya bertentangan¹⁷. Tanggung jawab hukum dapat dibedakan atas pertanggungjawaban individu dan pertanggungjawaban kolektif. Pertanggungjawaban individu adalah

¹⁷ Titik Triwulan dan Shinta, *Perlindungan Hukum Bagi Pasien*, Prestasi Pustaka, Jakarta, 2010, hlm. 48

tanggung jawab seseorang atas pelanggaran yang dilakukannya sendiri, sedangkan pertanggungjawaban kolektif adalah tanggung jawab seorang individu atas suatu pelanggaran yang dilakukan oleh orang lain.

F. Penyelesaian Sengketa Dalam Perjanjian

1. Pengertian Sengketa

Semakin kompleksnya kepentingan manusia dalam sebuah peradaban menimbulkan semakin tingginya potensi sengketa yang terjadi antara individu maupun antar kelompok dalam populasi sosial tertentu. Upaya-upaya yang dilakukan oleh manusia untuk menjaga harmoni sosial adalah dengan cara mempercepat penyelesaian sengketa itu, melalui metode-metode yang lebih sederhana, akurat dan terarah.

Sengketa dalam arti luas dapat dibagi menjadi dua kelompok besar, yaitu:

1. Sengketa social (*social dispute*)
2. Sengketa hukum (*legal dispute*)

Sengketa sosial biasanya berhubungan dengan etika, tata karma atau tata Susila yang hidup dan berkembang dalam pergaulan masyarakat tertentu. Pelanggaran terhadap aturan adat termasuk dalam kategori sengketa sosial karena hukum adat bukan bagian dari pranata hukum positif sehingga sanksi yang diterapkan hanya bersifat sanksi internal (*internal sanction*).

Sengketa hukum adalah sengketa yang menimbulkan akibat hukum, baik karena adanya pelanggaran terhadap aturan-aturan hukum positif atau karena adanya benturan dengan hak dan kewajiban seseorang yang diatur

oleh ketentuan hukum positif. Ciri khas dari sengketa hukum adalah pemenuhannya (penyelesaiannya) dapat dituntut dihadapan institusi hukum negara (pengadilan/institusi penegak hukum lainnya).

Sengketa adalah suatu situasi dimana ada pihak yang merasa dirugikan oleh pihak lain, yang kemudian pihak tersebut menyampaikan ketidakpuasan ini kepada pihak kedua. Jika situasi menunjukkan perbedaan pendapat, maka terjadi lah apa yang dinamakan dengan sengketa. Dalam konteks hukum khususnya hukum kontrak, yang dimaksud dengan sengketa adalah perselisihan yang terjadi antara para pihak karena adanya pelanggaran terhadap kesepakatan yang telah dituangkan dalam suatu kontrak, baik sebagian maupun keseluruhan. Dengan kata lain telah terjadi wanprestasi oleh pihak-pihak atau salah satu pihak.¹⁸

Persengketaan yang timbul di antara para pihak tidaklah selalu bersifat negatif, sehingga penyelesaiannya haruslah dikelola dengan baik untuk menuju hasil penyelesaian yang terbaik bagi kepentingan kedua pihak. Oleh karena itu penyelesaian sengketa merupakan salah satu aspek hukum yang penting dalam suatu negara yang berdasarkan atas hukum, untuk terciptanya ketertiban dan kedamaian.¹⁹

¹⁸ Amriani Nurnaningsih, *Mediasi: Alternatif Penyelesaian Sengketa di Pengadilan*, PT. Raja Grafindo, Jakarta, 2012, hlm. 12

¹⁹ Made Sukadana, *Mediasi Peradilan (Mediasi dalam Sistem Peradilan Perdata Indonesia dalam Rangka Mewujudkan Proses Peradilan Yang Sederhana, Cepat dan Biaya Ringan)*, Cetakan Pertama, PT Prestasi Pustaka Publisher, Jakarta, 2002 hlm.2

2. Sebab-sebab Timbulnya Sengketa

Berikut ini beberapa teori tentang sebab-sebab timbulnya sengketa, antara lain:²⁰

1. Teori Hubungan masyarakat

Teori hubungan masyarakat, menitikberatkan adanya ketidakpercayaan dan rivalisasi kelompok dalam masyarakat. Para penganut teori ini memberikan solusi-solusi terhadap konflik-konflik yang timbul dengan cara peningkatan komunikasi dan saling pengertian antara kelompok-kelompok yang mengalami konflik, serta pengembangan toleransi agar masyarakat lebih bisa saling menerima keberagaman dalam masyarakat.

2. Teori Negosiasi Prinsip

Teori negosiasi prinsip menjelaskan bahwa konflik terjadi karena adanya perbedaan-perbedaan diantara para pihak. Para penganjur teori ini berpendapat bahwa agar sebuah konflik dapat diselesaikan, maka pelaku harus mampu memisahkan perasaan pribadinya dengan masalah-masalah dan mampu melakukan negosiasi berdasarkan kepentingan dan bukan pada posisi yang sudah tetap.

3. Teori Identitas

Teori ini menjelaskan bahwa konflik terjadi karena sekelompok orang merasa identitasnya terancam oleh pihak lain. Penganut teori identitas mengusulkan penyelesaian konflik karena identitas yang terancam dilakukan melalui fasilitasi lokakarya dan dialog antara wakil-wakil

²⁰ Rahmadi Takdir, *Mediasi Penyelesaian Sengketa melalui Pendekatan Mufakat*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011, hlm. 8

kelompok yang mengalami konflik dengan tujuan mengidentifikasi ancaman-ancaman dan kekhawatiran yang mereka rasakan serta membangun empati dan rekonsiliasi. Tujuan akhirnya adalah pencapaian kesepakatan bersama yang mengakui identitas pokok semua pihak.

4. Teori Kesalah pahaman antar budaya

Teori kesalah pahaman antar budaya menjelaskan bahwa konflik terjadi karena ketidakcocokan dalam berkomunikasi diantara orang-orang dari latar belakang budaya yang berbeda. Untuk itu, diperlukan dialog antara orang-orang yang mengalami konflik guna mengenal dan memahami budaya masyarakat lainnya, mengurangi *stereotype* yang mereka miliki terhadap pihak lain.

5. Teori Transformasi

Teori ini menjelaskan bahwa konflik dapat terjadi karena adanya masalah-masalah ketidaksetaraan dan ketidakadilan serta kesenjangan yang terwujud dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat baik sosial, ekonomi maupun politik. Penganut teori ini berpendapat bahwa penyelesaian konflik dapat dilakukan melalui beberapa upaya seperti perubahan struktur dan kerangka kerja yang menyebabkan ketidaksetaraan, peningkatan hubungan, dan sikap jangka panjang para pihak yang mengalami konflik, serta pengembangan proses-proses dan sistem untuk mewujudkan pemberdayaan, keadilan, rekonsiliasi dan pengakuan keberadaan masing-masing.

6. Teori kebutuhan atau kepentingan manusia

Pada intinya, teori ini mengungkapkan bahwa konflik dapat terjadi karena kebutuhan atau kepentingan manusia tidak dapat terpenuhi/terhalangi atau merasa dihalangi oleh orang/ pihak lain. Kebutuhan dan kepentingan manusia dapat dibedakan menjadi tiga jenis yaitu substantif, prosedural, dan psikologis. Kepentingan substantif (substantif) berkaitan dengan kebutuhan manusia yang berhubungan dengan kebendaan seperti uang, sandang, pangan, papan/rumah, dan kekayaan. Kepentingan prosedural (*procedural*) berkaitan dengan tata dalam pergaulan masyarakat, sedangkan kepentingan psikologis (*psychological*) berhubungan dengan non-materiil atau bukan kebendaan seperti penghargaan dan empati.

2. Penyelesaian Sengketa Melalui Litigasi

Proses penyelesaian sengketa yang dilaksanakan melalui pengadilan atau yang sering disebut dengan istilah “litigasi”, yaitu suatu penyelesaian sengketa yang dilaksanakan dengan proses beracara di pengadilan di mana kewenangan untuk mengatur dan memutuskannya dilaksanakan oleh hakim.

Litigasi merupakan proses penyelesaian sengketa di pengadilan, di mana semua pihak yang bersengketa saling berhadapan satu sama lain untuk mempertahankan hak-haknya di muka pengadilan. Hasil akhir dari suatu penyelesaian sengketa melalui litigasi adalah putusan yang menyatakan *win-lose solution*.²¹

²¹ Amriani Nurnaningsih, *Op.Cit*, hlm. 35

Prosedur dalam jalur litigasi ini sifatnya lebih formal dan teknis, menghasilkan kesepakatan yang bersifat menang kalah, cenderung menimbulkan masalah baru, lambat dalam penyelesaiannya, membutuhkan biaya yang mahal, tidak responsif dan menimbulkan permusuhan diantara para pihak yang bersengketa. Kondisi ini menyebabkan masyarakat mencari alternatif lain yaitu penyelesaian sengketa di luar proses peradilan formal. Penyelesaian sengketa di luar proses peradilan formal ini lah yang disebut dengan *Alternative Dispute Resolution* atau ADR.²²

3. Penyelesaian Sengketa Melalui Non-Litigasi

Dalam penyelesaian sengketa melalui non-litigasi, kita telah mengenal adanya penyelesaian sengketa alternatif atau *Alternative Dispute Resolution* (ADR), yang dalam perspektif Undang-Undang Nomor 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, *Alternative Dispute Resolution* adalah suatu pranata penyelesaian sengketa di luar pengadilan berdasarkan kesepakatan para pihak dengan mengesampingkan penyelesaian sengketa secara litigasi di pengadilan.

Alternatif dalam penyelesaian sengketa jumlahnya banyak diantaranya:

a. Arbitrase

Arbitrase Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa menjelaskan bahwa arbitrase (wasit) adalah cara penyelesaian suatu sengketa perdata

²² Yahya Harahap, *Hukum Acara Perdata tentang Gugatan, Persidangan, Penyitaan, Pembuktian, dan Putusan Pengadilan*, Sinar Grafika, Jakarta, 2003, hlm.234

di luar pengadilan umum yang didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat secara tertulis oleh para pihak yang bersengketa. Arbitrase digunakan untuk mengantisipasi perselisihan yang mungkin terjadi maupun yang sedang mengalami perselisihan yang tidak dapat diselesaikan secara negosiasi/konsultasi maupun melalui pihak ketiga serta untuk menghindari penyelesaian sengketa melalui Badan Peradilan yang selama ini dirasakan memerlukan waktu yang lama.

b. Negosiasi

Negosiasi Menurut Ficher dan Ury sebagaimana dikutip oleh Nurnaningsih Amriani, negosiasi merupakan komunikasi dua arah yang dirancang untuk mencapai kesepakatan pada saat kedua belah pihak memiliki berbagai kepentingan yang sama maupun yang berbeda. Hal ini selaras dengan apa yang diungkapkan oleh Susanti Adi Nugroho bahwa negosiasi ialah proses tawar menawar untuk mencapai kesepakatan dengan pihak lain melalui proses interaksi, komunikasi yang dinamis dengan tujuan untuk mendapatkan penyelesaian atau jalan keluar dari permasalahan yang sedang dihadapi oleh kedua belah pihak.²³

c. Mediasi

Mediasi pada dasarnya adalah negosiasi yang melibatkan pihak ketiga yang memiliki keahlian mengenai prosedur mediasi yang efektif, dapat membantu dalam situasi konflik untuk mengkoordinasikan aktivitas

²³ Susanti Adi Nugroho, *Mediasi Sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa*, Telaga Ilmu Indonesia, Jakarta, 2009, hlm.21

mereka sehingga dapat lebih efektif dalam proses tawar menawar. Mediasi juga dapat diartikan sebagai upaya penyelesaian sengketa para pihak dengan kesepakatan bersama melalui mediator yang bersikap netral, dan tidak membuat keputusan atau kesimpulan bagi para pihak tetapi menunjang fasilitator untuk terlaksananya dialog antar pihak dengan suasana keterbukaan, kejujuran, dan tukar pendapat untuk tercapainya mufakat.

Para pihak dengan bantuan mediator bersertifikat yang berhasil menyelesaikan sengketa di luar pengadilan dengan kesepakatan perdamaian dapat mengajukan kesepakatan perdamaian tersebut ke pengadilan yang berwenang untuk memperoleh akte perdamaian dengan cara mengajukan gugatan. Pengajuan gugatannya harus dilampiri dengan kesepakatan perdamaian dan dokumen-dokumen yang membuktikan ada hubungan hukum para pihak dengan objek sengketa. Hakim dihadapan para pihak hanya akan menguatkan kesepakatan perdamaian dalam bentuk akta perdamaian apabila kesepakatan perdamaian tersebut memenuhi syarat-syarat:

- 1) Sesuai kehendak para pihak
- 2) Tidak bertentangan dengan hukum
- 3) Tidak merugikan pihak ketiga
- 4) Dapat dieksekusi
- 5) Dengan iktikad baik (Pasal 23 PERMA No. 1 Tahun 2008 tentang Prosedur Mediasi di Pengadilan).

Kecuali perkara yang diselesaikan melalui prosedur pengadilan niaga, pengadilan hubungan industrial, keberatan atas putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, dan keberatan atas putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha, semua sengketa perdata yang diajukan ke Pengadilan Tingkat Pertama wajib lebih dahulu diupayakan penyelesaian melalui perdamaian dengan bantuan mediator, hal ini terdapat dalam Pasal 4 Peraturan Mahkamah Agung No.1 Tahun 2008 tentang Prosedur Mediasi di Pengadilan. Kovach menyebutkan peran mediator mencakup hal-hal berikut:

- a) Mengarahkan komunikasi diantara para pihak
- b) Memfasilitasi atau memimpin proses perundingan
- c) Mengevaluasi kemajuan proses perundingan
- d) Membantu para pihak untuk mempelajari dan memahami pokok masalah dan berlangsungnya proses perundingan secara baik
- e) Mengajukan usul atau gagasan tentang proses dan penyelesaian sengketa
- f) Mendorong para pihak kearah penyelesaian
- g) Mendorong kemampuan diri dan pemberdayaan para pihak untuk melaksanakan proses perundingan
- h) Mengendalikan jalannya proses perundingan

Mediator dalam mediasi, berbeda halnya dengan arbiter atau hakim. Mediator tidak mempunyai kekuasaan untuk memaksakan suatu penyelesaian pada pihak-pihak yang bersengketa. Kelebihan penyelesaian sengketa melalui

mediasi adalah penyelesaian sengketa dilakukan oleh orang yang benar-benar dipercaya kemampuannya untuk mempertemukan kepentingan pihak-pihak yang bersengketa. Mediator membimbing para pihak untuk melakukan perundingan sampai terdapat kesepakatan yang mengikat para pihak. Kesepakatan ini selanjutnya dituangkan dalam suatu perjanjian. Dalam mediasi tidak ada pihak yang menang atau kalah. Masing-masing pihak sama-sama menang, karena kesepakatan akhir yang diambil adalah hasil dari kemauan para pihak itu sendiri.

d. Konsiliasi

Konsiliasi merupakan lanjutan dari mediasi. Mediator berubah fungsi menjadi konsiliator. Dalam hal ini konsiliator menjalankan fungsi yang lebih aktif dalam mencari bentuk-bentuk penyelesaian sengketa dan menawarkannya kepada para pihak. Jika para pihak dapat menyetujui, solusi yang dibuat konsiliator akan menjadi resolution. Kesepakatan yang terjadi bersifat final dan mengikat para pihak. Apabila pihak yang bersengketa tidak mampu merumuskan suatu kesepakatan dan pihak ketiga mengajukan usulan jalan keluar dari sengketa, proses ini disebut konsiliasi.

e. Penilaian ahli

Penilaian ahli merupakan cara penyelesaian sengketa oleh para pihak dengan meminta pendapat atau penilaian ahli terhadap perselisihan yang sedang terjadi.

f. Pencari fakta (*fact finding*)

Pencari fakta adalah sebuah cara penyelesaian sengketa oleh para pihak dengan meminta bantuan sebuah tim yang biasanya terdiri atas para ahli dengan jumlah ganjil yang menjalankan fungsi penyelidikan atau penemuan fakta-fakta yang diharapkan memperjelas duduk persoalan dan dapat mengakhiri sengketa.

BAB III

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MITRA DALAM PERJANJIAN PENJUALAN DENGAN SISTEM MULTI LEVEL MARKETING

A. Pelaksanaan Perjanjian Penjualan Melalui Sistem Multi Level Marketing

Pada umumnya para pelaku usaha berlindung pada standard contract atau perjanjian baku yang telah ditanda-tangani oleh kedua belah pihak (antara pelaku usaha dan konsumen) ataupun melalui berbagai informasi semu yang diberikan oleh pelaku usaha kepada konsumen.

Berdasarkan penelitian dan wawancara dengan Member *Multi Level Marketing*, member yang sudah pernah bergabung di dalam usaha *Multi Level Marketing* tidak semua melakukan pelaksanaan perjanjian di dalam perusahaan dikarenakan SDM pada perusahaan tersebut tidak jelas dan tidak memenuhi aturan dalam perjanjian. Tetapi ada beberapa perusahaan *Multi Level Marketing* melaksanakan perjanjian dan kewajiban sehingga penghasilan yang diperoleh setiap member besar dan komisi yang didapat juga sesuai dengan prosedur yang diperjanjikan. Perjanjian *Multi Level Marketing* dilakukan hanya melalui *Leader*. Perjanjian yang dilakukan hanya oleh *Leader* dianggap sah karena *Leader* dianggap bertanggung jawab terhadap mitra. Selain nilai jual, bisnis *Multi Level Marketing* sendiri mengutamakan nilai manfaat.⁴¹

Berdasarkan penelitian dan wawancara dengan Direktur Q-Net, pelaksanaan perjanjian penjualan melalui sistem *Multi Level Marketing*

⁴¹ Bapak Hafiz Al-Bakrie, *Member Multi Level Marketing*, Wawancara 8 Mei 2023, Jam 10.30 WIB

perjanjian itu ada ketika calon member sudah bergabung. Pelaksanaan perjanjian itu dilaksanakan dengan adanya jaminan. Maksud jaminan disini untuk meyakinkan calon member atau mitra agar lebih percaya dan yakin untuk bergabung dengan bisnis *Multi Level Marketing*. Apabila perjanjian itu dilanggar maka pihak leader akan bertanggung jawab kepada member yang sudah bergabung.⁴²

Berdasarkan penelitian dan wawancara dengan Member *Multi Level Marketing*, perusahaan *Multi Level Marketing* tidak melakukan perjanjian secara tertulis kepada konsumen. Mereka hanya percayakan perjanjian *Multi Level Marketing* kepada *Leader* karena menurut para konsumen *Leader* tidak akan menipu karena *Leader* memberikan jaminan berupa pernyataan kepada konsumen.⁴³

Berdasarkan penelitian dan wawancara dengan Member *Multi Level Marketing*, perjanjian *Multi Level Marketing* hanya dilakukan oleh *Leader* tanpa campur tangan perusahaan. Calon konsumen *Multi Level Marketing* bergabung pada perusahaan hanya melalui *Leader* dan perjanjian dilakukan melalui pernyataan *Leader*. Perjanjian yang di buat oleh *Leader* semata-mata hanya membuat calon konsumen yakin dan percaya bahwa *Multi Level Marketing* menjanjikan.⁴⁴

Berdasarkan wawancara dengan Masyarakat, *Multi Level Marketing* merupakan bisnis yang mencari orang dengan keuntungan pribadinya. Bisnis

⁴² Bapak Fahri Ilham, Direktur Q-Net, Wawancara 6 Juni 2023, Jam 14.00

⁴³ Bapak Syubhan Roni, *Member Multi Level Marketing*, Wawancara 10 Mei 2023, Jam 10.00 WIB

⁴⁴ Bapak Edo Ardiansyah, *Member Multi Level Marketing*, Wawancara 12 Mei 2023, Jam 14.00 WIB

Multi Level Marketing tidak menjalankan peraturan sesuai perusahaan karena banyak dari mitra-mitra yang bergabung pada bisnis *Multi Level Marketing* melanggar peraturan.⁴⁵

Berdasarkan wawancara dengan Masyarakat, bisnis *Multi Level Marketing* merupakan bisnis yang sangat gampang di temui banyak orang karena para member anggota *Multi Level Marketing* meyakinkan orang dengan sangat mudah. Hanya saja perjanjian yang diperjanjikan tidak sesuai dengan perusahaan.⁴⁶

B. Faktor Penyebab Terjadinya Keluhan Mitra *Multi Level Marketing*

Salah satu pola bisnis yang saat ini sangat marak dilakukan adalah bisnis dengan sistem *Multi Level Marketing*. Dalam proses perkembangannya bisnis *Multi Level Marketing* di Indonesia tidak berjalan mulus. Hal ini disebabkan bisnis *Multi Level Marketing* disalah gunakan oleh pihakpihak tertentu untuk meraup untung yang sebesar-besarnya atau sering dikenal dengan istilah *money game*.

Berdasarkan penelitian dan wawancara dengan Member *Multi Level Marketing*, faktor penyebab terjadinya keluhan mitra *Multi Level Marketing* adalah pelaksanaan perjanjian dalam bisnis *Multi Level Marketing* tidak dilaksanakan sesuai dengan prosedur, hak dan kewajiban yang diterima oleh mitra tidak jelas.⁴⁷

⁴⁵ Bapak Andi, *Masyarakat 1*, Wawancara 5 Juni 2023, Jam 11.00 WIB

⁴⁶ Bapak Tantawi, *Masyarakat 2*, Wawancara 7 Juni 2023, Jam 10.30 WIB

⁴⁷ Bapak Hafiz Al-Bakrie, *Member Multi Level Marketing*, Wawancara 8 Mei 2023, Jam 10.30 WIB

Berdasarkan penelitian dan wawancara dengan narasumber yaitu Direktur Q-Net, faktor penyebab terjadinya *keluhan Mitra Level Marketing*, karena para member yang bergabung tidak di kembangkan atau di edukasi, dibimbing dan dibina tentang jenis produk apa saja yang ada pada perusahaan, manfaat dari produk dan produk yang menjadi penjualan terbaik. Di samping itu member juga tidak mendapatkan penjelasan tentang komisi yang didapat dari perusahaan ketika produk berhasil terjual artinya member tidak sepenuhnya mengetahui produk yang diberikan dari produser dan juga komisi yang didapat seharusnya para member harus mengetahui itu ketika ingin mulai melakukan mitra.⁴⁸

Berdasarkan penelusuran yang diperoleh terkait dengan member, dengan melakukan wawancara terhadap narasumber yaitu para member Q-Net, bahwa para member Q-Net telah melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan perjanjian atau kesepakatan yang telah disetujui, namun adapula yang telah menjalankan haknya, melaksanakan dengan sesuai prosedur tetapi tidak dipenuhi kewajibannya, hal tersebut bisa terjadi karena adanya permasalahan pada pendapatan bonus reward yang dapat diperoleh oleh distributor.⁴⁹

Berdasarkan penelitian dan wawancara dengan Member *Multi Level Marketing*, faktor yang sering terjadi terhadap keluhan mitra Multi Level Marketing salah satunya calon member yang bergabung menanyakan perjanjian dan cara bergabung bisnis dengan sistem *Multi Level Marketing*.

⁴⁸ Bapak Fahri Ilham, Direktur Q-Net, Wawancara 6 Juni 2023, Jam 14.00

⁴⁹ Bapak Edo Ardiansyah, *Member Multi Level Marketing*, Wawancara 12 Mei 2023, Jam 14.00 WIB

Sementara perjanjian yang diperjanjian hanya berupa pernyataan dari *donline* kepada calon mitra baru.⁵⁰ ketidak jelasan dalam menentukan hak dan kewajiban para pihak di dalam perjanjian MLM menyebabkan para pihak mitra sering di rugikan karena mereka tidak mendapatkan keuntungan dari hasil usaha mereka dalam menjual produk dari pelaku usaha

Berdasarkan wawancara dengan Masyarakat, faktor keluhan mitra *Multi Level Marketing* yang sering terjadi yaitu penghasilan yang diterima oleh calon mitra tidak sesuai dengan pernyataan *donline*. Sementara perjanjian yang di ajukan melalui pernyataan *donline* mengiming-imingkan penghasilan yang besar.⁵¹

C. Penyelesaian Sengketa Dalam Perjanjian *Multi Level Marketing*

Adanya payung hukum menjadikan masyarakat semakin percaya dan yakin dalam mengikuti bisnis *Multi Level Marketing* sendiri. Peraturan-peraturan tersebut tentunya sudah berkekuatan hukum yang sah dan bersifat mengikat para pihak yang berhubungan. Dalam menjalankan kegiatannya, bisnis *Multi Level Marketing* harus dilakukan berdasarkan perjanjian tertulis antara perusahaan *Multi Level Marketing* dengan para calon membernya.

Berdasarkan penelitian dan wawancara dengan Member *Multi Level Marketing*, penyelesaian sengketa yang dilakukan dalam perjanjian *Multi Level Marketing* dengan cara musyawarah antara perusahaan, *donline* dan member. Tujuan dilakukan musyawarah untuk mempertahankan sistem

⁵⁰ Bapak Edo Ardiansyah, *Member Multi Level Marketing*, Wawancara 12 Mei 2023, Jam 14.00 WIB

⁵¹ Bapak Tantawi, *Masyarakat 2*, Wawancara 7 Juni 2023, Jam 10.30 WIB

marketing agar para *donline* dan member tetap menjadi member yang aktif dan merasa nyaman dalam hal penyelesaian sengketa terhadap perjanjian.⁵²

Dunia hukum sebenarnya sudah sejak lama memperluas penafsiran asas dan normanya ketika menghadapi persoalan yang bersifat tidak berwujud.

Berdasarkan penelitian dan wawancara dengan Direktur Q-Net, penyelesaian sengketa yang dilakukan dengan cara musyawarah untuk mempertahankan sistem yang sudah diterapkan pada perusahaan agar para *donline* dan member tetap menjadi anggota yang aktif. Jika dengan musyawarah tidak ditemukan jalan keluar untuk menyelesaikan sengketa maka kepada *donline* dan member dapat memilih pihak ketiga untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi.⁵³

Berdasarkan penelitian dan wawancara dengan Member *Multi Level Marketing*, penyelesaian sengketa yang terjadi dalam perjanjian yaitu dengan musyawarah dan mufakat, apabila musyawarah dan mufakat tidak ditemukan jalan keluarnya maka member yang bergabung bisa menggunakan sarana pengaduan berbasis *E-Mail* kepada perusahaan agar perusahaan bisa menindak lanjuti *donline* yang dipimpin.⁵⁴

Berdasarkan penelitian dan wawancara dengan Member *Multi Level Marketing*, penyelesaian sengketa yang terjadi dalam perjanjian selain

⁵² Bapak Hafiz Al-Bakrie, *Member Multi Level Marketing*, Wawancara 8 Mei 2023, Jam 10.30 WIB

⁵³ Bapak Fahri Ilham, Direktur Q-Net, Wawancara 6 Juni 2023, Jam 14.00

⁵⁴ Bapak Edo Ardiansyah, *Member Multi Level Marketing*, Wawancara 12 Mei 2023, Jam 14.00 WIB

dengan musyawarah dan mufakat pihak member bisa melakukan pengaduan ke pihak perusahaan. Pihak perusahaan akan melakukan pemeriksaan terhadap Upline yang melanggar perjanjian. Dengan demikian kepada donline yang melakukan kecurangan akan dilakukan pemberian sanksi.⁵⁵

⁵⁵ Bapak Syubhan Roni, *Member Multi Level Marketing*, Wawancara 10 Mei 2023, Jam 10.00 WIB

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada uraian diatas, sebagai rangkaian akhir penutup dari skripsi ini, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut;

1. Bisnis *Multi Level Marketing* tidak menerapkan perjanjian tertulis untuk calon member yang akan bergabung kepada perusahaan *Multi Level Marketing* tersebut sehingga calon member yang bergabung hanya mendapatkan pernyataan dari *Upline*.
2. Faktor penyebab yang sering terjadi pada mitra *Multi Level Marketing* karena perjanjian untuk bergabung pada bisnis *Multi Level marketing* dilakukan secara pernyataan *Upline*, penghasilan yang diperoleh tidak sesuai.
3. Penyelesaian sengketa pada perjanjian *Multi Level Marketing* dengan cara musyawarah dan mufakat untuk mencapai suatu keputusan. Dan apabila dengan cara musyawarah dan mufakat tidak ditemukan jalan keluar maka member dapat melaporkan ke pihak perusahaan agar *Upline* dapat diberikan sanksi oleh perusahaan.

B. Saran

Mengaacu pada kesimpulan diatas yang telah diuraikan diatas, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada perusahaan bisnis berbasis *Multi Level Marketing* untuk dapat menerapkan perjanjian secara tertulis agar tidak banyak

pihak-pihak yang merasa dirugikan oleh perusahaan *Multi Level Marketing*.

2. Diharapkan dalam menetapkan hak dan kewajiban kepada pihak member lebih terperinci dan dapat di jelaskan secara detail sehingga pihak member tidak mengalami kerugian.
3. Diharapkan kepada pihak perusahaan *Multi Level Marketing* agar dapat melakukan upaya penyelesain permasalahan perjanjian secara dengan baik sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati bersama.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-Buku

- Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, Alumni, Bandung, 2002.
- Achmad Busro, *Hukum Perikatan*, Oetama, Semarang, 2002.
- Amriani Nurnaningsih, *Mediasi: Alternatif Penyelesaian Sengketa di Pengadilan*, PT. Raja Grafindo, Jakarta, 2012
- Andrias Harefa, *Multi Level Marketing : Alternatif Karier dan Usaha Menyongsong Milenium Ketiga*, 1999
- Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Sinar Grafika, Jakarta, 2012.
- Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Gajah Mada University Pres, Yogyakarta, 2017.
- Harjono, *Konstitusi sebagai Rumah Bangsa*, Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi
- Hafidz Abdurrahman dan Yahya Abdurrahman, *Bisnis & Muammalah Kontemporer*, Al-Azhar Freshzone Publishing, Bogor, 2015
- Kansil CST, *Modul Asas Hukum Perdata , Pradya paramita, Jakarta, 2000.*
- Mariam Darus Badruzaman, dkk, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001.
- Made Sukadana, *Mediasi Peradilan (Mediasi dalam Sistem Peradilan Perdata Indonesia dalam Rangka Mewujudkan Proses Peradilan Yang Sederhana, Cepat dan Biaya Ringan)*, Cetakan Pertama, PT Prestasi Pustaka Publisher, Jakarta, 2002
- Peter Marzuki Mahmud, *Pengantar Ilmu Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2008,
- Philipus M Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Masyarakat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya, 1983

Rahmadi Takdir, *Mediasi Penyelesaian Sengketa melalui Pendekatan Mufakat*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011

Subekti, R, *Aneka Perjanjian*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1989

Susanti Adi Nugroho, *Mediasi Sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa*, Telaga Ilmu Indonesia, Jakarta, 2009

Titik Triwulan dan Shinta, *Perlindungan Hukum Bagi Pasien*, Prestasi Pustaka, Jakarta, 2010

Yahya Harahap, *Hukum Acara Perdata tentang Gugatan, Persidangan, Penyitaan, Pembuktian, dan Putusan Pengadilan*, Sinar Grafika, Jakarta, 2003

B. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan

C. Jurnal

Firman Wahyudi, *Multi Level Marketing dalam Kajian Fiqh Muammalah*, Jurnal Al-BAnjari, Vol. 2, Desember, 2014

D. Website/Internet

<http://www.apli.or.id/de/> diakses tanggal 06 Februari 2023 pukul 20.36

<https://kbbi.web.id/> .Diakses tanggal 06 Februari 2023 Pukul 21.46

www.legalakses.com “orang yang tidak cakap Melakukan Perbuatan Hukum”
diakses tgl 06 Februari 2023, pukul 21.26 WIB.

ampiran I: Surat perjanjian

SURAT PERJANJIAN

Yang beranda target di bawah ini:

PIHAK I

NAMA :	FACHRI
ALAMAT :	JALAN NARURA, GABUS MONTICA KPR MEDIAN SUNGAIL KOTA MEDAN

Dan apabila masuk di bawah ini:

PIHAK II

NAMA :	ALBAQRI
ALAMAT :	JL. KOMP. BUMI ASRI, KEC. MEDIAN BELUTUA KOTA MEDAN

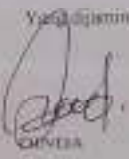
Sehwa pihak kedua sudah terdapat di perusahaan (POT) dengan membeli produk secara
lunas dan telah bisa menggunakan dan apabila terjadi kesalahan ada pembelian produk
1.000 Rp dan apabila bisa membeli produk 1.000 Rp dan membeli produk di sebelah kiri
1.000 Rp dan tidak bisa membeli dan (perusahaan) SYNET dan tidak bisa membeli (sampingan)
maka saya akan bertanggung jawab dan bekerja mengembalikannya dua kali dari modal awal
gabung sebagai:

Rp : 8.400.000 (DELAPAN RUTA EMPAT RATUS RIBU RUPIAH)

Demikian surat ini kami buat dengan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 15 September 2021

Diketahui oleh
Xara Mubandari

Yang dijamin	Saksi	
		
YUDI DJAMIN	MUNI	RUTH

Lampiran II: Wawancara dengan Masyarakat Ibu Neni



Lampiran II: Wawancara dengan Member Qnet Bapak Hafid A



Lampiran IV: Wawancara melalui daring dengan Leader Qnet Bapak Fahri

Ilham



Lampiran V: Member Multi Level Marketing di Takengon



Lampiran VI: Lionton yang di produksi oleh perusahaan Qnet

