

EKSISTENSI PRODUK *MULTI LEVEL MARKETING* DENGAN SKEMA PIRAMIDA DALAM SISTEM HUKUM DI INDONESIA

Arliyanda

Email: arliyanda20@gmail.com

Universitas Tadulako

Abstrak

The problem of this research was criteria for MLM products with pyramid schemes and legal view in Indonesia for MLM products with pyramid schemes. This research was normative legal research that used primary and secondary legal material which then legal materials are analyzed qualitatively normatively by interpreting and constructing the statements contained in documents and legislation. The results of the discussion find out that good and healthy of MLM is in accordance with the Minister of Trade Regulation Republic of Indonesia Number: 13/M-Dag/Per/3/1006 concerning Provisions and Procedures for Issuance of Direct Selling Business Licenses and also fulfills the Good Corporate Governance principles, namely: Transparency, Accountability, Responsibility, Independency And Fairness. So, the criteria for MLM products with pyramid schemes are: first, products with low prices but not useful. Secondly, the product is expensive, but not qualified in accordance with regulations and does not meet the principles of Good Corporate Governance. While the legal view in Indonesia about MLM products with pyramid schemes is that this business is strictly against the law and prohibited in Indonesia, because business activities are not obtained from sales goods. However, by utilizing the opportunities for business partners to obtain rewards or income mainly from the costs of participating other people who join later and not from the sale of products, or from the sale of products, the products sold do not have quality that can be accounted for.

Kata Kunci: *Legal Protection; Multi-Level Marketing; Pyramid Schemes*

PENDAHULUAN

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 1 ayat (3) menyatakan bahwa “Negara Indonesia adalah negara hukum”. Secara gramatikal maka konsekuensi dari sebuah negara hukum atau biasa dikenal dengan istilah *rechtstaat* adalah semua bentuk keputusan, tindakan alat-alat perlengkapan negara, segala sikap, tingkah laku dan perbuatan termasuk yang dilakukan oleh warga negara, harus memiliki

landasan hukum atau dengan kata lain semua harus punya legitimasi secara hukum.

Indonesia adalah Negara hukum, hal ini berarti bahwa yang harus dijadikan panglima dalam dinamika kehidupan kenegaraan adalah hukum, bukan politik, ataupun ekonomi. Salah satu unsur penting dari negara hukum adalah perlindungan hukum yang diberikan oleh negara kepada setiap warga negaranya, baik dalam bentuk perlindungan hukum preventif ataupun perlindungan hukum represif.

Perlindungan hukum merupakan gambaran dari bekerjanya fungsi hukum untuk mewujudkan tujuan hukum, yaitu keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum. Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum sesuai dengan aturan hukum, baik itu yang bersifat preventif maupun yang bersifat represif, baik yang secara tertulis maupun tidak tertulis dalam rangka menegakkan peraturan hukum¹.

Manusia sebagai makhluk rasional akan selalu mencari cara agar kebutuhannya dapat terpenuhi, untuk itulah ilmu ekonomi hadir. Di sisi lain manusia membutuhkan agar kegiatan perekonomian yang dilakukannya berjalan dengan tertib dan adil, untuk itulah hukum hadir. Salah satu produk hukum yang mengatur kegiatan perekonomian yaitu Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan (selanjutnya disebut UU Perdagangan).

Peraturan hukum nasional di bidang ekonomi dilaksanakan untuk memajukan kesejahteraan umum melalui pelaksanaan demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional. Sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Dasar

Negara Republik Indonesia Tahun 1945, termasuk perlindungan konsumen.

Perlindungan konsumen adalah istilah untuk menggambarkan adanya hukum yang memberikan perlindungan kepada konsumen dari kerugian atas penggunaan produk barang dan atau jasa.² Dalam arti sempit perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.³

Pada saat ini sasaran setiap negara, setiap perusahaan (setiap produsen) adalah menuju pada penjualan produk global. Orientasi penjualan produk global pada dasarnya dapat merubah berbagai konsep, cara pandang dan cara pendekatan mengenai banyak hal termasuk strategi penjualan produk. Salah satu strategi penjualan produk yang sedang marak saat ini adalah MLM atau sistem pemasaran berjenjang. Sistem penjualan produk berjenjang ini tumbuh dan mekar dimana-mana serta mengesankan “idaman masa depan”.

MLM merupakan salah satu bentuk penjualan produk dalam penjualan langsung (*direct selling*). Penjualan langsung (*direct selling*) adalah metode penjualan barang dan/atau jasa tertentu melalui jaringan penjualan produk yang dikembangkan oleh

¹ <http://statushukum.com/perlindungan-hukum.html>. Diakses pada tanggal 21 November 2018

² Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*, Cetakan I, Malang: UIN-Maliki Press, 2011, Hlm. 1.

³ Pasal 2 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

mitra usaha yang bekerja atas dasar komisi dan/atau bonus atas penjualan kepada konsumen di luar lokasi eceran tetap.⁴

Konsideran Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung menyatakan bahwa dalam rangka penataan, peningkatan tertib usaha, perlindungan konsumen, kepastian hukum, dan penciptaan iklim usaha yang kondusif guna mendorong peningkatan investasi di bidang perdagangan, guna mengatur mengenai penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung.

Pengertian penjualan produk multi tingkat tidak ditemukan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor:32/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung namun frasa “penjualan produk multi tingkat” dapat ditemukan dalam Pasal 1 angka 10 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 32/M-DAG/PER/8/2008 yang menyatakan Program penjualan produk (*Marketing Plan*) adalah program perusahaan dalam memasarkan barang dan/atau jasa yang akan dilaksanakan dan dikembangkan oleh mitra usaha melalui jaringan penjualan produk

dengan bentuk penjualan produk satu tingkat atau penjualan produk multi tingkat.

Pada situasi ekonomi global dan menuju era perdagangan bebas, upaya mempertahankan pelanggan/konsumen, atau mempertahankan pasar atau memperoleh kawasan pasar baru yang lebih luas merupakan dambaan bagi setiap produsen, mengingat makin ketatnya persaingan untuk berusaha. Persaingan yang makin ketat ini juga dapat memberikan dampak negatif terhadap konsumen pada umumnya, misalnya dengan menjalankan bisnis MLM berskema piramida tanpa memperhatikan kualitas barang.

Indonesia merupakan salah satu sasaran bisnis *MLM Internasional* dengan jumlah perusahaan *MLM* yang berkembang pada saat ini di Indonesia mencapai 101 jenis dan itu belum termasuk bisnis *MLM* yang muncul dengan mengendap-endap (tanpa kantor).⁵ Diantaranya ada yang sudah terdaftar pada APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia) atau yang belum terdaftar sebagai anggota APLI. Tetapi pada umumnya yang tidak terdaftar sebagai anggota APLI, adalah perusahaan yang hanya berkedok *MLM*, namun dalam menjalankan bisnisnya cenderung menipu.⁶

MLM merupakan salah satu metode penjualan produk yang memotong atau

⁴ Pasal 1 Butir 1 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 32/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung.

⁵ Perbedaan Direct Selling dan Sistem Piramida, <http://www.apli.or.id>, diakses tanggal 12 Desember 2018

⁶ *Ibid*

mempersingkat rangkaian distribusi dari produsen ke konsumen hanya dengan melalui satu tahap yaitu pada distributor. Konsep *MLM* pertama kali muncul pada tahun 1930 oleh Carl Rehnborg yang merupakan pengusaha Amerika.⁷

Sebagian dari pelaku *MLM* tersebut ada yang berhasil bahkan ada yang dapat dikatakan sangat berhasil, karena penghasilan yang didapat dari bisnis tersebut bisa seimbang atau bahkan melebihi dari penghasilan tetap mereka, namun, tak sedikit dari orang-orang yang tertarik terhadap bisnis *MLM* tersebut mengalami kegagalan, kegagalan tersebut disebabkan oleh berbagai faktor seperti kurang ulet dan sabar yang merupakan faktor dari dalam diri sendiri dan juga ada faktor lain yang menyebabkan kegagalan, yaitu para pelaku *MLM* tersebut menjadi korban penipuan.

Berkembangnya bisnis berkedok *MLM* atau biasa disebut MLM dengan skema piramida itu dikarenakan kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap praktik bisnis *MLM* dan mungkin juga kurangnya pengawasan dari pemerintah. Ketika akan terjun kedalam dunia *MLM*, masyarakat perlu memperhatikan profil perusahaan, praktik usahanya, perjanjian antara perusahaan dan calon mitra usahanya dll.

Strategi bisnis dengan bentuk skema piramida biasanya dapat ditemui dalam

bisnis *MLM*. Kegiatan bisnis ini berbentuk penjualan barang dengan oleh seorang agen sebagai mitra usaha yang diberikan oleh seorang distributor sebagai pemilik bisnis (owner). Namun keikutsertaan mitra usaha dalam kegiatan bisnis *MLM* dikenakan tarif, artinya ketika seseorang ingin bergabung menjadi mitra usaha, maka dia diwajibkan membayar sejumlah uang kepada owner dan sebagai gantinya dia akan mendapatkan sejumlah barang untuk dijual ke masyarakat.

MLM Tiens misalnya yang memanfaatkan peluang keikutsertaan mitra yang disebutnya sebagai distributor. Setiap distributor baru wajib menyetorkan sejumlah uang, dan sebagai timbal baliknya akan mendapatkan sejumlah barang yang dapat dia jual kepada masyarakat. Namun untuk memperoleh kenaikan peringkat demi mendapatkan bonus yang lebih besar, maka distributor ini akan mencari mitra baru untuk dijadikan distributor Tiens.

RUMUSAN MASALAH

Apa kriteria Produk MLM dengan skema piramida telah memenuhi prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* dan Bagaimana pandangan dalam sistem hukum di Indonesia tentang produk MLM dengan skema piramida

METODE

Penulisan karya ilmiah ini menggunakan jenis atau metode penelitian yuridis normatif yaitu dengan

⁷ *Ibid*

menginventarisasi, mengkaji dan menganalisis serta memahami hukum sebagai perangkat peraturan atau norma-norma positif di dalam sistem perundang-undangan yang mengatur mengenai kehidupan manusia⁸.

Jenis pendekatan yang dilakukan adalah penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu penelitian dilakukan dengan mengumpulkan bahan baku utama, menelaah hal yang bersifat teoritis yang menyangkut asas-asas hukum, konsepsi hukum, pandangan dan doktrin hukum, peraturan dan sistem hukum dengan menggunakan data sekunder.⁹

Untuk memperoleh bahan hukum penelitian ini, maka digunakan tiga jenis sumber bahan hukum, yaitu¹⁰ :

- a. bahan hukum primer yaitu bahan hukum yang mengikat. Dalam hal ini adalah:
 - 1) Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945
 - 2) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
 - 3) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Pelindungan Konsumen
 - 4) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan
 - 5) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor:13/M-DAG/PER/3/2006 Tentang

Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Penjuala Langsung disempurnakan melalui Permendag Nomor: 32/M-DAG/ PER/8/2008 dan Perubahannya pada Permendag No. 47/M-DAG/9/2009 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung.

- b. bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan tentang bahan hukum primer, buku-buku yang terkait dengan Hasil-hasil penelitian, dan setiap publikasi ilmiah lainnya.
- c. Bahan hukum tersier yang memberikan penjelasan lebih mendalam mengenai bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder antara lain, ensiklopedia Indonesia, kamus hukum, kamus bahasa Inggris-Indonesia dan kamus besar bahasa Indonesia.

Bahan hukum dianalisis secara normatif kualitatif dengan jalan menafsirkan dan mengkonstruksikan pernyataan yang terdapat dalam dokumen dan perundang-undangan. Normatif karena penelitian ini bertitik tolak dari peraturan-peraturan yang ada sebagai norma hukum positif, sedangkan kualitatif berarti analisis bahan hukum yang bertitik tolak pada usaha penemuan asas-asas dan informasi baru.¹¹

HASIL DAN PEMBAHASAN

⁸ Soerjono Soekanto, *Penelitian Hukum Normatif*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003, hlm. 13

⁹ *Ibid* hlm 24

¹⁰ *Ibid*, hlm. 13

¹¹ *Ibid*, hlm. 33

Kriteria Produk MLM dengan skema piramida

Suatu MLM yang baik tidak boleh menerapkan sistem skema piramida sebagaimana disebutkan dalam Pasal 9 Undang-Undang Perdagangan yang menyatakan bahwa pelaku usaha distribusi dilarang menerapkan sistem skema piramida dalam mendistribusikan barang. Selain itu, MLM yang baik dan sehat juga harus sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 13/M-Dag/Per/3/1006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung. Sebagaimana yang disebutkan pada Pasal 2 bahwa usaha MLM wajib memenuhi, antara lain :

- a. Berbadan hukum Indonesia dalam bentuk Perseroan Terbatas (PT)
- b. Memiliki modal yang sepenuhnya dimiliki badan hukum Indonesia dan/atau warga negara Indonesia dengan jumlah modal disetor sekurang-kurangnya sebesar Rp. 500.000.000,- (Lima Ratus Juta Rupiah)
- c. Memiliki kantor dengan alamat yang benar, tetap dan jelas
- d. Melakukan penjualan dan rekrutmen anggota melalui sistem jaringan
- e. Memiliki program pemasaran yang jelas, transparan, rasional dan tidak berbentuk skema jaringan pemasaran terlarang
- f. Memiliki kode etik dan peraturan perusahaan yang lazim berlaku di bidang usaha penjualan langsung
- g. Memiliki barang dan/atau jasa yang nyata dan jelas dengan harga yang layak dan memenuhi ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku di Indonesia
- h. Memberikan komisi, bonus dan penghargaan lainnya berdasarkan hasil penjualan barang dan/atau jasa yang dilakukn oleh mitra usaha dan jaringannya sesuai dengan yang diperjanjikan
- i. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- j. Memiliki ketentuan tentang harga barang dan/atau jasa yang dijual dalam mata uang rupiah (Rp) dan berlaku untuk mitra ushaa dan konsumen
- k. Menjamin mutu dan pelayanan purna jual kepada konsumen atas barang dan/atau jasa yang dijual
- l. Memberikan alat bantu penjualan (starter kit) kepada setiap mitra usaha yang paling sedikit berisikan keterangan tentang barang dan/atau jasa, program pemasaran, kode etik dan/atau peraturan perusahaan
- m. 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
- n. Memberikan tenggang waktu selama 7(tujuh) hari kerja kepada mitra usaha dan konsumen untuk mengembalikan barang dan/atau jasa apabila barang dan/atau jasa tersebut tidak sesuai dengan yang diperjanjikan
- o. Membeli kembali barang, bahan promosi (brosur, katalog, 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
- p. Memberikan kompensasi berupa ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan akibat kesalahan perusahaan yang dibuktikan dengan perjanjian
- q. Memberikan kompensasi berupa ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian
- r. Melaksanakan pembinaan dan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan mitra usaha agar bertindak dengan benar, jujur dan bertanggung jawab
- s. Memberikan kesempatan yang sama kepada semua mitra usaha untuk berprestasi dalam memasarkan barang dan/atau jasa
- t. Melakukan pendaftaran atas barang dan/atau jasa yang menurut suatu peraturan perundang-undangan wajib didaftarkan pada instansi yang berwenang.
- Skema piramida menurut WFDSA (*World Federation Of Direct Selling Association*) diartikan sebagai sebuah bentuk penipuan yang dilakukan promotor dalam kegiatan yang disebutnya “investasi” atau “perdagangan” dengan tujuan untuk memperkaya promotor itu sendiri. Kekayaan itu diperoleh dari pembayaran iuran keanggotaan anggota baru dan menempatkannya sedemikian rupa hingga membentuk sebuah piramida. Skema piramida sendiri dalam berbagai yurisdiksi internasional dikenal dalam praktik surat berantai, *chain selling*, *Skema piramida*, *referral selling*, dan *investment lotteries*.¹²

¹² WFDSA, http://www.wdfs.org/index.cfm%20pyramid%20schemes_files/subArchive. Diakses tanggal 10 Februari 2019

Menurut hemat penulis, ada beberapa kriteria dalam skema piramida, yaitu:

1. biaya pendaftaran keanggotaan berikut paket produk, sangat mahal
2. harga jual produk-produknya juga sangat tinggi, ada yang mencapai 10 kali lipat harga produk sejenis dipasaran.
3. Sistem dilakukan menyerupai multi level marketing, tapi tidak sama. Misalnya masing-masing anggota dibatasihanya boleh merekrut maksimum 2 orang. Dua orang tersebut rekrut dua orang lain dan seterusnya hingga terbentuk satu piramida juga cara-cara lain yang mirip cara ini, missal merekrut max. 3,4,5 anggota.
4. Satu orang anggota boleh membeli lebih dari 1 keanggotaan (disebut kavling).
5. Imbalan diberikan berdasarkan tersusunya satu jaringan berbentuk piramida dengan jumlah orang dalam format tertentu; imbalan bukan berdasarkan presentasi atas volume penjualan dan tidak ada unsur-unsur memasarkan produk sampai kepada konsumen.
6. Masa keanggotaan kadang kala berlangsung sangat singkat (hanya sampai dengan terbentuknya format tertentu). Beda dengan perusahaan penjualan langsung, dimana anggota dapat aktif minimal 1 tahun atau bahkan seumur hidup.

7. Program pemasaran (marketing plan) skema piramida sangat rumit dan susah dipelajari. titik berat pada rekruting, bukan pada penjualan.

Pandangan Dalam Sistem Hukum Di Indonesia Tentang Produk MLM Dengan Skema Piramida

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

Terjadinya proses jual beli produk MLM Skema piramida berasal dari kesepakatan yang telah dibuat oleh pihak penjual (distributor) dan pembeli (downline) untuk melakukan transaksi jual beli. Kesepakatan yang dibuat oleh pihak penjual dan pembeli dalam KUHPerdata ditimbulkan dari adanya perjanjian. Perjanjian merupakan hubungan antara dua pihak dimana pihak yang satu berjanji kepada pihak yang lain untuk melakukan suatu hal.

Perjanjian dalam KUHPerdata terdapat pada Pasal 1313 yang disebutkan bahwa suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Perjanjian jika dibuat memenuhi syarat sahnya perjanjian, maka perjanjian tersebut mengikat kedua belah pihak sejak tercapainya kata sepakat mengenai hal-hal yang pokok dalam perjanjian tersebut. Demikian halnya dengan perjanjian jual beli

sesuai dengan ketentuan Pasal 1458 KUHPerduta.

Secara yuridis, di Indonesia, syarat-syarat sahnya sebuah perjanjian tertuang dalam Pasal 1320 Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerduta), dimana Pasal tersebut mensyaratkan 4 hal agar perjanjian dianggap sah secara hukum yaitu:

- 1) adanya kesepakatan dari para pihak
- 2) Cakap
- 3) hal tertentu
- 4) sebab yang halal

Selanjutnya, para pihak dalam membuat perjanjian harus didasarkan atas kemauan yang bebas sebagai perwujudan dari asas kebebasan berkontrak. Perjanjian yang telah dibuat memenuhi syarat sahnya perjanjian berarti bahwa perjanjian tersebut mengikat kedua belah pihak sebagaimana mengikatnya Undang-undang, perjanjian tersebut tidak dapat ditarik atau dibatalkan selain sepakat antara kedua belah pihak atau Undang-undang memperkenankan untuk membatalkan perjanjian tersebut dan perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik, sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (1), ayat (2) dan ayat (3) KUHPerduta.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal

Pasal 30 ayat 1 UUPM menegaskan bahwa kegiatan usaha sebagai perusahaan efek harus berbentuk perseroan dan mendapat izin dari Badan Pengawas Pasar

Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK). Sejak tanggal 31 Desember 2012, fungsi, tugas, dan wewenang pengaturan dan pengawasan kegiatan jasa keuangan di sektor pasar modal, perasuransian, dana pensiun, lembaga pembiayaan, dan lembaga jasa keuangan lainnya sudah beralih dari Menteri Keuangan dan Bapepam-LK ke Otoritas Jasa Keuangan.

Pasal 103 ayat 1 UUPM juga menyatakan bahwa kegiatan di Pasar Modal yang berjalan tanpa adanya izin dari Bapepam (sekarang OJK) dapat dipidana dengan penjara hingga 5 (lima) tahun. Hal ini dapat digunakan sebagai landasan hukum untuk perusahaan efek yang menjalankan skema piramida. Sejarah mencatat, ada beberapa praktik skema piramida yang menggunakan dalih sebagai perusahaan efek dan mengantongi izin dari Bapepam-LK.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan

Berdasar pada Undang-undang perbankan, bisnis MLM yang berskema piramida juga termasuk salah satu tindak pidana terkait dengan perizinan, sebagaimana yang dijelaskan pada Pasal 46 UU Perbankan yaitu :

- 1) Barang siapa menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan tanpa izin usaha dari pimpinan Bank Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16, diancam dengan pidana

penjara sekurang-kurangnya 5 (lima) tahun dan paling lama 15 tahun (lima belas) tahun serta denda sekurang-kurangnya Rp. 10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah) dan paling banyak Rp. 200.000.000.000 (dua ratus miliar rupiah).

- 2) Dalam hal kegiatan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan oleh badan hukum yang berbentuk perseroan terbatas, perserikatan, yayasan atau koperasi, maka penuntutan terhadap badan-badan dimaksud dilakukan baik terhadap mereka yang memberi perintah melakukan perbuatan itu atau yang bertindak sebagai pimpinan dalam perbuatan itu atau terhadap keduanya.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen, konsumen (UUPK) adalah konsumen akhir, Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa dalam sistem MLM dengan skema piramida yang dapat dilindungi dengan UUPK adalah hanya konsumen akhir, dalam hal ini bukan distributor seperti dalam sistem MLM dengan skema piramida. Kedudukan distributor dalam skema piramida adalah sebagai pelaku usaha.

Dalam hal konsumen merasa dirugikan, terutama mengalami kerugian yang diakibatkan oleh pelaku usaha yang menjalankan kegiatan usahanya menggunakan sistem MLM dengan skema piramida, seperti halnya dengan kerugian-kerugian akibat pelaku usaha lain, konsumen dapat menggunakan haknya yang juga telah diatur dalam UUPK Pasal 4 huruf h bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan (selanjutnya disebut UU OJK) memiliki keterkaitan yang sangat penting dengan praktik perdagangan berbasis *Multi Level Marketing*. Sebagai lembaga yang memiliki kewenangan besar, OJK saat ini yang berwenang untuk mengeluarkan perizinan yang berhubungan dengan kegiatan usaha yang sifatnya mengumpulkan dana masyarakat. Berkaitan dengan kegiatan yang menggunakan sistem penjualan berjenjang secara langsung dalam menghimpun dana masyarakat maka usaha kegiatan ini dapat digolongkan sebagai lembaga jasa keuangan lainnya.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

Pasal 7 ayat 3 UUP mengatakan bahwa distribusi secara langsung sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan menggunakan pendistribusian khusus melalui sistem penjualan langsung secara :

- a. Single level; atau
- b. Multilevel.

Kemudian Pasal 9 UUP menerangkan, Pelaku usaha distribusi dilarang menerapkan sistem skema piramida dalam mendistribusikan barang. Pasal 9 UUP secara tegas menyatakan bahwa praktik skema piramida dalam perusahaan berbasis *Multi Level Marketing* adalah ilegal dan melawan ketentuan hukum. Undang-undang sendiri menjelaskan apa yang dimaksud dengan skema piramida. Sebuah perusahaan dikategorikan menggunakan skema piramida apabila pendapatan kegiatan usaha tersebut bukan diperoleh dari penjualan barang. Kegiatan usaha itu memanfaatkan peluang keikutsertaan mitra usaha untuk memperoleh imbalan atau pendapatan terutama dari biaya partisipasi orang lain yang bergabung kemudian atau setelah bergabungnya mitra usaha tersebut sehingga mirip dengan bentuk piramid. Tujuan penggunaan skema ini adalah untuk mendapat kekayaan atau keuntungan yang besar dalam waktu singkat dengan cara-cara yang melanggar hukum.

Skema piramida dalam pandangan Hukum Islam

Berbicara tentang *Multi Level Marketing (MLM)*, bahwa kita tidak bisa mensamaratakan hukumnya, tergantung proses yang dilakukan, karena bisnis *Multi Level Marketing* ini bervariasi bentuknya, tergantung pada akad, barang dan hal-hal yang melingkupi jual beli secara umum. Bisnis *Multi Level Marketing (MLM)* bisa menjadi haram apabila barang yang dijadikan bisnis adalah barang yang haram dan akad yang dilakukan tidak jelas.

Hampir semua *Multi Level Marketing* dipastikan mempraktekkan *samsarah 'ala samsarah* (pemakelaran terhadap pemakelaran). Karena justru inilah yang menjadi kunci bisnis *Multi Level Marketing (MLM)*. Karena itu dilihat dari aspek *samsarah 'ala samsarah*, bisa dikatakan *Multi Level Marketing (MLM)* yang ada saat ini tidak ada yang terlepas dari praktek ini. Padahal, sebagaimana yang dijelaskan di atas, praktek *samsarah 'ala samsarah* jelas bertentangan dengan praktek *samsarah* dalam Hukum Islam.¹³

Maka, dari aspek ini, *Multi Level Marketing (MLM)* yang ada saat ini, prakteknya jelas telah menyimpang dari syariat Islam. Dengan demikian hukumnya haram. Mengenai produk atau barang yang

¹³ Bisnis MLM dalam Tinjauan Syari'ah Islam, <http://www.ahad-net@yahoo.com>. Diakses tanggal 01 April 2019

dijual apakah halal atau haram semua tergantung kandungannya, apakah terdapat sesuatu yang diharamkan Allah seperti unsur babi, khamr, bangkai atau darah. Begitu pula dengan jasa yang dijual apakah mengandung unsur kemaksiatan seperti perjudian, dan ini semua bisa kita rujuk pada serifikasi Halal dari LPPOM MUI.¹⁴

PENUTUP

Kesimpulan

1. MLM baik dan sehat adalah yang sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 13/M-Dag/Per/3/1006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung dan juga memenuhi prinsip *Good Corporate Governance* yaitu: *Transparency, accountability, responsibility, independency* dan *fairness*. Jadi, kriteria produk MLM dengan skema piramida yaitu: pertama, produk dengan harga murah tetapi tidak bermanfaat. Kedua, Produk mahal, tetapi tidak berkualitas tidak sesuai dengan peraturan dan tidak memenuhi prinsip *Good Corporate Governance*.
2. Pandangan hukum di Indonesia tentang produk MLM berskema piramida yaitu bisnis ini secara tegas melawan hukum

dan dilarang di Indonesia, karena pendapatan kegiatan usaha bukan diperoleh dari penjualan barang. Akan tetapi dengan memanfaatkan peluang keikutsertaan mitra usaha untuk memperoleh imbalan atau pendapatan terutama dari biaya partisipasi orang lain yang bergabung kemudian dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggungjawabkan.

Saran

1. Hendaknya Pemerintah melalui OJK secara aktif dan konsisten melakukan *roadshow* untuk mengedukasi masyarakat tentang seluk beluk praktik skema piramida dan masyarakat agar lebih hati-hati, selektif dan teliti apabila ingin atau ditawarkan untuk mengikuti bisnis Multi Level Marketing dengan skema piramida.
2. Perlunya keseriusan pemerintah dalam mengeluarkan regulasi khusus berkaitan dengan praktik skema piramida agar dapat memberikan perlindungan bagi masyarakat Indonesia.

¹⁴ *Ibid*

DAFTAR PUSTAKA

Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*, Cetakan I, Malang: UIN-Maliki Press, 2011.

Soerjono Soekanto, *Penelitian Hukum Normatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003
Bisnis MLM dalam Tinjauan Syari'ah Islam, <http://www.ahad.net@yahoo.com>.
<http://statushukum.com/perlindunganhukum.html>.

Perbedaan Direct Selling dan Sistem Piramida, <http://www.apli.or.id>,

WDFSA, http://www.wdfsa.org/index.cfm%20pyramid%20schemes_files/subArchive

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 13/M-Dag/Per/3/1006 Tentang
Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung