

**PERJANJIAN KERJASAMA PEMASARAN PRODUK DENGAN  
SISTEM *MULTI LEVEL MARKETING***

**JURNAL ILMIAH**



**Oleh :**

**SUCI RAMADHANI**  
**D1A118251**

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS MATARAM**

**2023**

**HALAMAN PENGESAHAN JURNAL ILMIAH**  
**PERJANJIAN KERJASAMA PEMASARAN PRODUK DENGAN**  
**SISTEM *MULTI LEVEL MARKETING***

**JURNAL ILMIAH**



**OLEH :**

**SUCI RAMADHANI**  
**D1A118251**

**Menyetujui,**

**Pembimbing Pertama**

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Aris Munandar", is written over a light blue circular stamp. The signature is fluid and cursive.

**Dr. Aris Munandar, SH., M.Hum.**  
**NIP. 196106101987031001**

**PERJANJIAN KERJASAMA PEMASARAN PRODUK DENGAN SISTEM *MULTI LEVEL MARKETING*.**

**SUCI RAMADHANI**  
**D1A118251**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana konsep dan pengaturan perjanjian kerjasama pemasaran produk dengan sistem *Multi Level Marketing* dan Bagaimana hubungan hukum para pihak perjanjian kerjasama dengan sistem *Multi Level Marketing*. Penelitian yang digunakan yaitu hukum normatif, metode pendekatan yang digunakan adalah pendekatan konseptual dan pendekatan perundang - undangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pemasaran *Multi Level Marketing* tenaga penjual (sales) tidak hanya mendapatkan kompensasi atas penjualan yang mereka hasilkan, tetapi juga atas hasil penjualan sales lain yang mereka rekrut. Hubungan hukum para pihak perjanjian kerjasama dengan sistem *Multi Level Marketing* adalah hubungan antara agen dengan distributor yaitu hubungan hukum kontraktual.

**Kata Kunci : Perjanjian Kerjasama, Konsep dan Pengaturan, Hubungan Hukum Para Pihak Kerjasama Sistem MLM**

***PRODUCT MARKETING COOPERATION AGREEMENT WITH MULTI LEVEL MARKETING SYSTEM.***

**ABSTRACT**

This study aims to determine the concept and arrangement of a product marketing cooperation agreement with the multi-level marketing system and the legal relationship of the parties to the agreement of cooperation with the multi-level marketing system. The research used is normative law. The method of approach used is conceptual, and the legal approach is invitation. The results of research suggest that in multi-level marketing, salespeople get compensation not only for the sales they produce but also for the other sales outcomes they recruit. The legal relationship between the parties to the agreement of cooperation with the multi-level marketing system is the relationship between the agent and the distributor, which is a contractual legal relationship.

***Keywords : Cooperation Agreement, Concept and Arrangement, Legal Relationship between the Parties of MLM System Cooperation.***

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan pola kehidupan moderen yang lebih didasarkan pada persaingan bebas di dalam pemasaran barang dan jasa semakin berkembang menimbulkan berbagai permasalahan. Salah satu dari permasalahan tersebut mengenai perjanjian. Semua bidang dalam kehidupan ini tidak lepas dari hal tersebut. Sebenarnya perjanjian dapat dilakukan secara lisan, yang dibuat atas dasar saling percaya. Namun, kita tidak dapat berbuat banyak ketika timbul suatu permasalahan dalam suatu perjanjian. Untuk itu semua perjanjian dan kontrak harus dibuat secara tertulis agar terhindar dari masalah - masalah yang muncul dikemudian hari.<sup>1</sup>

Di dalam ilmu pemasaran, terdapat teori tentang perilaku konsumen. Memahami perilaku konsumen merupakan tugas penting bagi pemasar. Dalam menciptakan produk, penentuan pasar sasaran, dan menentukan aktivitas promosi harus memperhatikan perilaku konsumen agar serangkaian strategi pemasaran yang dijalankan dapat tepat sasaran dan pengelolaan anggaran pemasaran dapat digunakan secara bijak. Berkembangnya pasar produk herbal menjadi daya tarik bagi banyak pelaku usaha untuk memproduksi dan memasarkan produk herbal mereka di Indonesia.<sup>2</sup>

Salah satu hal yang penting dalam setiap kegiatan yang berhubungan dengan memasarkan barang atau jasa kepada konsumen yaitu untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan

---

<sup>1</sup> Adlin Budhiawan, *Telaah Yuridis Terhadap Kontrak Kerjasama Pemasaran Produk Dalam Sistem Multi Level Marketing (Kontrak PT. Ratu Nusantara)*, Sumatra Utara, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri, 2018, hlm. 12

<sup>2</sup> Ardi Kristanto, *Analisis Bauran Pemasaran Promosi dan Tempat dalam Meningkatkan Penjualan Produk Herbal HPA*, Jurnal, 2021, hlm. 1-2

mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang dipilih. Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM), sudah merupakan terobosan baru dalam dunia bisnis, sehingga dapat dijadikan mata pencaharian bagi setiap orang yang dapat menjalankannya. Konsep yang paling utama dari bisnis MLM adalah kepemilikan usaha mandiri, dimana syarat yang mendasar untuk bisa berhasil dalam bisnis ini harus memiliki jiwa kewirausahaan.

Sistem penjualan dalam bisnis *Multi Level Marketing* berbeda dengan sistem penjualan konvensional yaitu dalam *Multi Level Marketing* dikenal sistem penjualan langsung atau "*direct selling*", karena dalam bisnis ini penjualan dilakukan secara langsung oleh pelaku usaha terhadap konsumen.<sup>3</sup> *Multi Level Marketing* juga dapat diartikan sebagai sebuah konsep pemasaran dengan cara memberikan kesempatan pada konsumen maupun pelanggan untuk dapat ikut serta sebagai penjual serta memperoleh keuntungan melalui garis kemitraan. Kemitraan merupakan perjanjian kerjasama antara satu atau dua perusahaan yang saling bekerja sama untuk mencapai kata sepakat.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut : 1) Bagaimana konsep dan pengaturan perjanjian kerjasama pemasaran produk dengan sistem *Multi Level Marketing*?, 2) Bagaimana hubungan hukum para pihak perjanjian kerjasama dengan sistem *Multi Level Marketing*?

Di dalam penelitian ini tentunya diharapkan membawa manfaat dan kegunaan bagi penyusun, adapun manfaat dan kegunaan yang diharapkan adalah : 1) Kegunaan teoritis/akademis terikat dengan kontribusi tertentu dari penyelenggara penelitian terhadap perkembangan teori dan ilmu pengetahuan serta dunia akademis, antara lain ;  
a) Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan hukum

---

<sup>3</sup> Adlin Budhiawan, , *Telaah Yuridis Terhadap Kontrak Kerjasama Pemasaran Produk Herbal Dalam Sistem Multi Marketing (Kontrak PT. Ratu Nusantar)*, 2018 , hlm. 3

pada umumnya, b) Untuk mengetahui secara konkrit sejauh mana perkembangan mengenai perjanjian kerjasama pemasaran produk dengan sistem *Multi Level Marketing*. 2) Kegunaan praktis/fragmatis berkaitan dengan kontribusi praktis yang diberikan dari penyelenggara penelitian terhadap objek penelitian, baik individu, kelompok maupun organisasi, antara lain: a) Melalui penulisan diharapkan dapat memberikan bahan masukan bagi pemerintah sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan dan langkah – langkah dalam perjanjian kerjasama pemasaran produk dengan Sistem *Multi Level Marketing*. b) Dapat memberikan bahan masukan bagi perusahaan mengenai berbagai masalah yang dihadapi dalam menegakkan hak-haknya untuk memperoleh informasi mengenai sistem *Multi Level Marketing*, yang dapat dijadikan sebagai landasan operasional bagi instansi yang terkait dalam menanggulangi hambatan – hambatan dalam melakukan perjanjian kerjasama.

Penyusun menggunakan metode normatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Bahan hukum terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Teknik pengumpulan bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik kepustakaan. Metode analisis yang digunakan penyusun dalam penelitian ini dilakukan dengan metode penafsiran (*interpretasi*).

## II. PEMBAHASAN

### A. Konsep dan Pengaturan Perjanjian Kerjasama Pemasaran Produk Dengan Sistem *Multi Level Marketing*.

Perjanjian kerjasama atau yang dikenal dengan *memorandum of understanding* (MoU) berisi perihal hak dan kewajiban para terkait yang telah disetujui bersama dan bersifat mengikat. Dalam prakteknya suatu perjanjian dapat dibuat secara tertulis maupun lisan. Suatu perjanjian yang di buat secara lisan pada umumnya dibuat berdasarkan atas asas kepercayaan, tetapi apabila perjanjian ini mencakup nilai finansial yang cukup besar dan untuk memberi kepastian hukum pada setiap pihak. Maka sebuah perjanjian dapat dibuat dalam bentuk tertulis. Oleh karena itu perjanjian kerjasama pemasaran mencakup nilai finansial yang cukup besar maka sudah tepat jika perjanjian tersebut dibuat secara tertulis.

Perjanjian kerjasama yang dilakukan merupakan perwujudan dari suatu kemitraan dalam bisnis *multi level marketing*,<sup>4</sup> yang dibuat dalam bentuk tertulis. Pola umum perjanjian kerjasama pemasaran produk dalam sistem MLM dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Judul perjanjian yaitu : perjanjian kerja sama
2. Pembukaan : yang bertanda tangan di bawah ini “*Multi Level Marketing*”
3. Pihak-pihak dalam perjanjian yaitu : MLM, dalam hal ini bertindak atas surat kuasa, yang bermaterai cukup.
4. Recital, yaitu : bahwa pihak pertama adalah perusahaan berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan penjualan berjenjang/MLM di bidang makan, minuman ataupun produk yang telah mendapatkan izin usaha penjualan berjenjang ( IUPB ) dari departemen perdagangan dan perindustrian Republik Indonesia.<sup>5</sup>

Bahwa pihak pertama untuk selanjutnya di sebut MLM bermaksud memberikan fasilitasi untuk pemasaran produk kepada distributor Sedangkan pihak kedua selaku

---

<sup>4</sup> R.Soebekti, *Hukum Perjanjian*, cetakan ke sembilan belas, PT. Intermasa, Jakarta, 2002, hlm, 1.

<sup>5</sup> Editiawarman, *Dalam Materi Kuliah Teknik Penyusunan Kontrak*, “*Cara Membuat Perjanjian*”.

pemohon yang telah memenuhi persyaratan yang ditentukan oleh MLM dengan ini bersedia dan sanggup bekerja sama dengan pihak pertama. Kedua belah pihak telah sepakat untuk kerjasama satu dan lainnya sebagaimana dituangkan dalam perjanjian ini. Syarat-syarat minimal untuk adanya suatu perjanjian pada umumnya sudah terpenuhi dalam perjanjian kerjasama antara pemasaran produk dan MLM. Apabila kita hubungkan dengan Pasal 29 Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil yang bunyinya :

“Hubungan kemitraan di tuangkan dalam bentuk tertulis yang sekurang-kurangnya mengatur bentuk dan lingkup kegiatan usaha kemitraan, hak dan kewajiban masing-masing pihak, bentuk pembinaan dan pengembangan serta jangka waktu dan penyelesaian perselisihan”

Konsep distribusi ini sudah lajim digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar di dunia bentuk distribusi yang di lakukan adalah melalui *downline*, yaitu memanfaatkan pribadi-pribadi sebagai jalur distribusi, sehingga perusahaan tidak lagi memikirkan biaya operasional jalur distribusi yang biasanya mencapai 40% sampai dengan 60% dari harga suatu produk.<sup>6</sup> Dalam bisnis MLM, distributor tidak hanya menjual barang kepada konsumen tetapi juga mencari distributor lain untuk menjual produk. Setiap distributor baru akan terdorong untuk mengajak distributor berikutnya kedalam perusahaan. Hasilnya seorang distributor yang aktif menjalankan tugasnya akan membangun sebuah struktur berjenjang, yang dikenal istilah jaringan *downline* setiap anggota didalam jaringan *downline*, memiliki kesempatan yang sama untuk membangun jaringan *downline*nya sendiri.<sup>7</sup> Setiap distributor akan mendapatkan komisi dari penjualan yang dilakukanya sendiri dan juga mendapatkan sebagian kecil komisi dari penjualan yang dilakukan oleh para distributor di jaringan *downline*nya.

---

<sup>6</sup>Dspace Home, Dspace.Uii.Ac.Id. Diakses Tanggal 23-01-2023

<sup>7</sup> Munir Fuady, *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001, hlm 3



a. Kerjasama memasarkan produk dalam sistem *multi level marketing*

Didalam sebuah *multi level marketing* (MLM) pasti ada yang namanya stokis, karena dengan adanya stokis ini maka produk yang di pasarkan MLM akan lebih mudah mendistribusikan. Tujuan MLM pusat mendirikan stokis, bertujuan agar supaya para konsumen, pemakai distributor dan MLM dapat dengan mudah memesan produk yang di keluarkan MLM sehingga transaksi jual beli atas barang yang tidak bergerak (objek dalam bisnis MLM) berjalan dengan sesuai yang ada.<sup>8</sup>

b. Tanggung jawab MLM terhadap stokis

Sebagai perusahaan yang memberikan kesempatan berusaha bagi setiap orang dengan modal yang relatif kecil, mempunyai tanggung jawab penuh terhadap stokis jika terjadi kelalaian yang di akibatkan oleh stokis secara sengaja, sesuai dengan tata tertib administrasi. Dengan kata lain MLM pusat harus terus menyampaikan setiap informasi bagi stokis baik itu informasi kualitas produk maupun mengenai perkembangan perusahaan dan mempunyai tanggung jawab terhadap pemberian bonus terhadap distributor. MLM pusat juga mempunyai tanggung jawab terhadap akibat yang akan terjadi bagi pengguna produk.

c. Sistem kerja *multi level marketing*

Sistem kerja MLM adalah sebagai berikut :

- 1) pada mulanya anda akan di sponsori oleh seorang member atau distributor perusahaan *multi level marketing*. Pihak sponsor anda adalah distributor yang sudah lebih dulu bergabung dengan perusahaan MLM tugas anda adalah hanya menjual produk perusahaan MLM tersebut dan mulai mencari mitra bisnis baru sebanyak-banyaknya untuk bergabung sebagai member sehingga nantinya mampu membentuk jaringan yang luas. Membayar uang pendaftaran setiap

---

<sup>8</sup>Wirjono Prodjodikoro, *Hukum Perdata Tentang Persetujuan-Persetujuan tertentu*, Sumur Bandung, Bandung, 1991, hlm 11.

orang yang ingin bergabung harus membayar sejumlah uang besarnya sudah di tentukan oleh perusahaan. Uang pendaftaran ini nantinya akan di serahkan kepada pihak stokis terdekat sekaligus memberikan formulir yang sudah di daftarkan dan di isi oleh calon member. Setelah membayar sejumlah uang maka pihak distributor atau member tersebut akan mendapat berbagai fasilitas untuk membantu penjualan dan prekrutan member lain.<sup>9</sup>

- 2) Menandatangani perjanjian atau kontrak, seorang member yang sudah membayar uang pendaftaran diwajibkan untuk menandatangani kontrak yang sifatnya mengikat pihak perusahaan dan member seorang member harus mematuhi berbagai praturan yang sebelumnya di tetapkan, sedangkan pihak perusahaan harus menyediakan produk memberikan komisi, pelayanan, dan pedoman agar membernya mampu menjalankan bisnisnya secara lancar setiap member berhak untuk memperoleh berbagai produk perusahaan dengan harga grosir atau harga distributor
- 3) Melaksanakan aktifitas penjualan produk, selanjutnya para member harus melakukan aktifitas penjualan produk perusahaan pada calon konsumen lainnya. Sebagian besar penjualanya akan di lakukan secara langsung atau *facetoface*, dengan diawali suatu rekomendasi khusus atau pendekatan langsung. Biasanya, setiap member akan memberikan penjelasan tentang berbagai produk perusahaan dan meyakinkan konsumen akan manfaat, keunggulan atau kualitasnya agar calon konsumen bersedia membeli produk tersebut.<sup>10</sup>
- 4) Mengembangkan jaringan selain bertugas dalam menjual produk perusahaan secara langsung pada calon konsumen, Para member juga harus mengembangkan jaringan penjualanya seluas mungkin agar bisa meningkatkan jaringan, maka

---

<sup>9</sup>Roller, David, *Menjadi Kaya Dengan Multi Level Marketing*, PT.Gramedia, Jakarta, 1995, hlm, 20

<sup>10</sup>Ibid, hlm, 22.

pihak member harus rajin mencari pihak prospek beberapa pihak strategi yang bisa di gunakan untuk membangun prospek adalah dengan mengembangkan jaringan seluas-luasnya, menjelajahi seluruh pasar, menemui banyak orang, dan tampil sebagai seorang agen. Jika pihak member berhasil mengembangkan jaringan, maka pihak perusahaan akan memberikan insentif dalam bentuk bonus, seperti potongan harga dan berbagai insentif lainnya strategis MLM ini sangat bergantung pada pengembangan jaringan, semakin banyak member yang bergabung maka akan semakin besar pula bonus yang bisa di dapatkan.<sup>11</sup>

## **B. Hubungan Hukum Para Pihak Perjanjian Kerjasama Dengan Sistem Sistem *Multi Level Marketing***

Dalam hubungan hukum ini hak dan kewajiban pihak yang satu berhadapan dengan hak dan kewajiban pihak lain. Hubungan hukum tercermin pada hak dan kewajiban yang diberikan dan dijamin oleh hukum. Hak dan kewajiban timbul karena adanya peristiwa hukum, menurut Van Apeldorn :

Peristiwa hukum adalah peristiwa yang berdasarkan hukum menimbulkan atau menghapuskan hak”.<sup>12</sup>

Setiap hubungan hukum mempunyai dua segi. Segi *bevoegidheid* (hak) dengan lawannya *plicht* atau kewajiban. Kewenangan yang diberikan oleh hukum kepada subjek hukum orang atau badan hukum dinamakan hak.<sup>13</sup> Dalam *Multi Level Marketing* terdapat hubungan hukum bagi para pihak perjanjian yang telah terikat dalam sistem *Multi Level Marketing* tersebut. Di dalam sistem *Multi Level Marketing* dimulai dengan perusahaan inti, kemudian terdapat agen, mitra niaga atau distributor yang akan mengajak orang lain untuk ikut menjadi anggota atau *member* sehingga

---

<sup>11</sup> [www.npslawoffice.com/hak-sewa-untuk-bangunan](http://www.npslawoffice.com/hak-sewa-untuk-bangunan), diakses pada tanggal 30 oktober 2021.

<sup>12</sup> R. Soeroso, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta, Sinar Grafika, 2011, hlm. 269

<sup>13</sup> *Op Cit*

jaringan pelanggan atau pasarnya bisa semakin luas dan besar. Ketika sudah mendapatkan banyak anggota karena keuletan dan keberhasilan distributor, hal ini akan meningkatkan pendapatan perusahaan sehingga dapat memberikan keuntungan yang maksimal. Distributor mendapat keuntungan berdasarkan persentase penjualan mereka dan penjualan yang mereka rekrut. Istilah bagi orang baru yang direkrut oleh distributor disebut sebagai “*downline*”.<sup>14</sup> Lingkungan kerja di *Multi Level Marketing* memiliki istilah yaitu :

“*Downline* dan *upline*. *Downline* adalah bawahan atau orang yang direkrut dalam bisnis untuk melakukan penjualan produk bersama - sama. Sementara *upline* adalah atasan, yaitu orang yang merekrut, atau orang yang sebelumnya telah melakukan penjualan dan berhasil merekrut tenaga penjual baru untuk digandeng sebagai *downline*. Singkatnya, *Upline* adalah seseorang yang memiliki anggota, sementara *downline* adalah anggota dari *upline*. Secara umum, tugas *downline* dan *upline* dalam *Multi Level Marketing* tidak jauh berbeda. Kedua pihak ini sama-sama menjadi distributor langsung yang menjual produk ke masyarakat. Baik *upline* maupun *downline* akan terus mempromosikan keuntungan yang didapat saat berbisnis sehingga akan semakin banyak tenaga rekrutan baru yang bergabung.”<sup>15</sup>

Berdasarkan uraian di atas, hubungan hukum para pelaku perjanjian kerjasama dalam sistem *Multi Level Marketing* dapat dijelaskan dengan mengacu pada penelitian.<sup>16</sup> Tentang Tanggung Jawab Hukum dalam Perjanjian *Multi Level Marketing*. Pertama yaitu hubungan antara perusahaan dengan agen ataupun distributor pertama. Hubungan Perusahaan dengan agen adalah sama tinggi dan sama rendah. Dimana hubungan hukum antara perusahaan dan agen merupakan hubungan hukum yang dibangun melalui mekanisme layanan lepas jual, dimana hak milik atas produk yang dijual oleh agen tidak lagi berada pada perusahaan melainkan sudah berpindah kepada agen, karena pada prinsipnya agen telah membeli produk dari perusahaan. Hubungan perusahaan dengan agen bersifat tetap, karena agen adalah

---

<sup>14</sup> Moedasir, Andiana, *Sistem, Tujuan, dan Contoh Bisnis MLM*, 2022, <https://majoo.id/solusi/detail/mlm-adalah> diakses tanggal 23 januari 2023 Pukul 02.04 WITA

<sup>15</sup> <https://www.jurnal.id/blog/bisnis-network-marketing=abc/>

seorang yang diberi wewenang oleh perusahaan herbal untuk menjual barang herbal tersebut untuk dan atas nama pihak prinsipal atau perusahaan. Selanjutnya adalah hubungan hukum antara agen dengan distributor yaitu hubungan hukum kontraktual, agen diartikan sebagai suatu hubungan hukum dimana seseorang mendapatkan kuasa (petunjuk) dari pihak lain yaitu prinsipal atau perusahaan untuk menjual barang atau jasa dalam menjalankan usahanya, di sisi lain, distributor tidak bertindak untuk dan atas nama pihak perusahaan, melainkan bertindak atas namanya sendiri. Oleh sebab itu, hubungan yang terjadi dapat bermacam –macam seperti :

- 1) Perusahaan itu membeli barang-barang itu dengan modalnya sendiri dengan perhitungan sendiri bahwa barang yang dibeli dari “pusatnya” si agen akan mendapat komisi dan kemudian menjualnya kembali serta mendapat untung.
- 2) Perusahaan itu merupakan wakil dari perusahaan yang memproduksi atau memproduksi barang-barang itu.
- 3) Perusahaan itu bertindak sebagai penyalur untuk menemui pembelinyadan mengusahakan suatu penawaran pembelian.

Arti penting dari kedudukan agen adalah adanya hubungan tetap dengan perusahaan yang memproduksi barang /jasa itu sehingga perusahaan itu tidak akan menjual barang/jasa itu melalui perusahaan lain. Agen seperti itu dalam praktik dikenal dengan agen tunggal.

Di samping agen tunggal, dijumpai pula distributor yang memiliki perbedaan perbedaan prinsip sebagai berikut.

- a) Hubungan dengan prinsipal  
Seorang agen akan menjual barang/jasa untuk dan atas nama pihak prinsipal, sementara seorang distributor bertindak untuk dan atas nama sendiri .
- b) Pendapatan  
Pendapatan seorang agen adalah berupa komisi dari hasil penjualan produk/barang ke konsumen dan distributor pendapatnya adalah berupa laba dari selisih harga beli (dari prinsipal) dengan harga jual kepada konsumen.
- c) Pengiriman barang  
Agen dikirim langsung dari prinsipal kepada konsumen dan distributor langsung dikirim ke konsumen jadi dalam hal ini distribusi pihak prinsipal bahkan tidak mengetahui siapa konsumen itu.
- d) Pembayaran harga barang

Pihak prinsipal akan langsung menerima pembayaran harga dari pihak konsumen tanpa melalui agen, sedangkan dalam hal distribusi pihak distributorlah yang menerima harga bayaran dari konsumen<sup>17</sup>.

Jadi dapat diketahui bahwa pihak perusahaan atau agen yang mewakili perusahaan tersebut memiliki hubungan hukum kontraktual dengan pihak distributor. Dalam *Multi Level Marketing*, perusahaan dapat memiliki atau membutuhkan agen yang menghubungkannya dengan pihak distributor, namun dapat pula tidak memiliki atau membutuhkan agen dalam melakukan bisnis tersebut, melainkan langsung berhubungan dengan distributor pertamanya. Selain itu, pihak distributor dalam *Multi Level Marketing* sangat fleksibel dimana mereka dapat berkedudukan sebagai agen, distributor atau konsumen.

Berdasarkan uraian tentang hubungan hukum para pihak perjanjian kerjasama dengan sistem *Multi Level Marketing* yang telah disinggung di atas, dapat diketahui hubungan hukum antara perusahaan dengan agen pada dasarnya bahwa perusahaan didasarkan pada suatu kesepakatan ( *consent* ), yaitu agen setuju untuk melakukan suatu perbuatan hukum bagi suatu perusahaan dan pada sisi lain perusahaan setuju atas perbuatan hukum yang di lakukan oleh agen tersebut.

Dengan adanya kesepakatan tersebut, maka tanggung jawab atas perbuatan hukum yang di lakukan oleh agen yang di bebaskan kepada perusahaan karena agen adalah seorang. Kemudian terdapat pihak kedua, yaitu Agen selaku pihak distributor atau penjual langsung yang bertindak dan atas nama perusahaannya sendiri. Hubungan hukum antara agen dengan distributor yaitu hubungan hukum kontraktual, agen diartikan sebagai suatu hubungan hukum dimana seseorang mendapatkan kuasa (petunjuk) dari pihak lain yaitu prinsipal atau perusahaan untuk menjual barang atau jasa dalam menjalankan usahanya. di sisi lain, distributor tidak bertindak untuk dan

---

<sup>17</sup> Budiningsih, C. Ria, Dkk. *Evaluasi Hukum Dagang Di Fakultas Hukum Unpar*, Bandung , Lembaga Penelitian Unpar, 1999

atas nama pihak perusahaan, melainkan bertindak atas namanya sendiri. Pendapatan seorang agen adalah berupa komisi dari hasil penjualan barang/ jasa kepada konsumen, sementara bagi distributor, pendapatannya adalah berupa laba dari selisih harga beli dengan harga jual kepada konsumen. Dalam hal keagenan barang dikirim langsung dari kepada konsumen, sedangkan dalam distribusi barang dikirim kepada distributor dan baru dari distributor dikirim kepada konsumen. Kemudian hubungan hukum antara distributor dengan *upline* memiliki hubungan kontraktual, dimana hubungan ini ditandai dengan adanya surat pernyataan antara distributor dengan *upline*, yang berisi kesediaan *upline* untuk menanggung semua resiko ketika *upline* tidak menjalankan isi dari surat pernyataan tersebut, dan hubungan hukum antara *upline* dengan *downline* memiliki hubungan jual beli. Dalam sistem pemasaran MLM seseorang yang mengajak atau merekrut orang lain untuk bergabung menjadi distributor maka distributor sebelumnya disebut sebagai *Downline*, antara *Upline* dengan *Downline* adalah mitra usaha.

Hubungan *upline dan downline* berlaku apabila mitra yang satu dengan yang lainnya berada dalam satu garis jaringan. *Upline* menunjukkan posisi seorang mitra yang berada diatas mitra lainnya dan biasanya juga bertindak sebagai sponsor dari mitra barunya yang kemudian bergabung dibawahnya dan biasa disebut sebagai *downline*. *Multi Level Marketing* adalah tentang anda bermitra dengan orang lain untuk membantu mereka mewujudkan mimpi mereka.

### III. PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut, 1. Dalam pemasaran *Multi Level Marketing* tenaga penjual (sales) tidak hanya mendapatkan kompensasi atas penjualan yang mereka hasilkan, tetapi juga atas hasil penjualan sales lain yang mereka rekrut. Tenaga penjual yang di rekrut tersebut di kenal dengan anggota downline. *Multi level marketing* menjadi salah satu metode menjual produk perusahaan dengan menggunakan inovasi di bidang pemasaran dan distribusi, dengan menjual suatu produk lebih efisien ke pasar. *Multi level marketing* mencoba untuk memasarkan produk melalui distribusi dengan banyak tingkatan melalui downline, yaitu memanfaatkan pribadi-pribadi sebagai jalur distribusi. Konsep distribusi ini sudah lajim digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar di dunia bentuk distribusi yang di lakukan adalah melalui downline, yaitu memanfaatkan pribadi-pribadi sebagai jalur distribusi, sehingga perusahaan tidak lagi memikirkan biaya operasional jalur distribusi yang biasanya mencapai 40% sampai dengan 60% dari harga suatu produk. 2. Hubungan hukum para pihak perjanjian kerjasama dalam sistem *Multi Level Marketing* (MLM) adalah hubungan hukum yang bersifat kontraktual adalah hubungan hukum antara perusahaan inti dengan distributor dan seterusnya antara distributor dengan pihak *upline* sebagai pihak yang melakukan perekrutan anggota, melalui hubungan kontraktual tersebut terdapat perjanjian tertulis yang telah disepakati antara kedua belah pihak. Sementara itu, hubungan hukum yang bersifat jual beli adalah hubungan hukum yang terjadi antara pihak *upline* dengan pihak *downline*, yaitu adanya transaksi yang dilakukan dan tidak bersifat kontraktual. Pihak *downline* sebagai jaringan bawah dalam sistem *Multi Level Marketing* memberika sejumlah uang pendaftaran atau



uang investasi kepada *upline* untuk mendapatkan produk yang akan dia jual atau promosikan (bentuk transaksi). Hubungan hukum antara perusahaan dengan agen pada dasarnya bahwa perusahaan didasarkan pada suatu kesepakatan ( *consent*) yaitu agen setuju untuk melakukan suatu perbuatan hukum bagi suatu perusahaan dan pada sisi lain perusahaan setuju atas perbuatan hukum yang di lakukan oleh agen tersebut.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, beberapa hal yang penulis sarankan yaitu, Hukum perlu ditingkatkan lagi, baik berkenaan dengan regulasi ataupun yang berkenaan dengan perkembangan kejahatan bisnis yang tersamarkan. Disamping itu dalam lingkup substansi hukum, regulasi melalui perundang-undangan yang membatasi praktik bisnis MLM yang menyimpang belum cukup memadai, dan diperlukan implementasi lebih serius dan profesional, selain itu dalam lingkup budaya hukum aparaturnya penegak hukum harus bekerja sama secara totalitas. Kepada masyarakat agar dapat membedakan secara jelas mana bisnis MLM dan mana bisnis *money game* yang berkedok MLM dan Pemerintah Indonesia perlu membentuk suatu lembaga yang berfungsi sebagai pengawas dalam melakukan pengontrolan dan pengawasan kegiatan usaha penjualan berjenjang atau *Multi Level Marketing* (MLM). Dalam memberikan rasa aman kepada setiap pelaku yang tergabung dalam perusahaan *Multi Level Marketing*, kiranya pemerintah dapat membentuk suatu Undang-Undang yang khusus mengatur tentang larangan praktek *money game* atau penggandaan uang di dalam suatu usaha *Direct selling* atau *Multi Level Marketing*.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU-BUKU

Editiawarman, *Dalam Materi Kuliah Teknik Penyusunan Kontrak, "Cara Membuat Perjanjian*.

Munir Fuady, 2021, *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung

R. Soebekti, 2002, *Hukum Perjanjian*, cetakan ke sembilan belas, PT. Intermedia, Jakarta

R. Soeroso, 2011 *Pengantar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta

Wirjono Prodjodikoro, 1991, *Hukum Perdata Tentang Persetujuan-Persetujuan tertentu*, Sumur Bandung, Bandung

Roller, David, 1995, *Menjadi Kaya Dengan Multi Level Marketing*, PT. Gramedia, Jakarta.

### JURNAL

Ardi Kristanto, 2021 *Analisis Bauran Pemasaran Promosi dan Tempat dalam Meningkatkan Penjualan Produk Herbal HPA*, Jurnal

Budhiawan, Adlin, 2018, *Tealaah Yuridis Terhadap Kontrak Kerjasama Produk Dalam Sistem Multi Level Marketing (Kontrak PT. Ratu Nusantara)*.

Budiningsih, C. Ria, Dkk, 1999 *Evaluasi Hukum Dagang Di Fakultas Hukum Unpar*, Bandung.

Moedasir, Andiana, 2002, *Sistem, Tujuan, dan Contoh Bisnis MLM*

### INTERNET

Dspace Home, Dspace.Uii.Ac.Id

[www.npslawoffice.com/hak-sewa-untuk-bangunan](http://www.npslawoffice.com/hak-sewa-untuk-bangunan)

<https://majoo.id/solusi/detail/mlm-adalah>