

**ANALISIS YURIDIS TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN
DALAM PELAKSANAAN PERJANJIAN MULTILEVEL
MARKETING PADA PT. SEHAT SUGIH SEJAHTERA
DI JEMBER**

SKRIPSI



Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi
Syarat - syarat untuk menyelesaikan program
Studi Ilmu Hukum dan mencapai
Gelar Sarjana Hukum



Agg. **Meliana**
No. **170105**
82f

343.07
ANB
a

Oleh:

Meliana Anggraini

NIM: 000710101173

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL RI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM
2004**

**ANALISIS YURIDIS TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN
DALAM PELAKSANAAN PERJANJIAN MULTILEVEL
MARKETING PADA PT. SEHAT SUGIH SEJAHTERA
DI JEMBER**

OLEH :

MELIANA ANGGRAINI
NIM. 000710101173

PEMBIMBING

Hj. HARDININGSIH, S.H.
NIP. 130 256 854

PEMBANTU PEMBIMBING

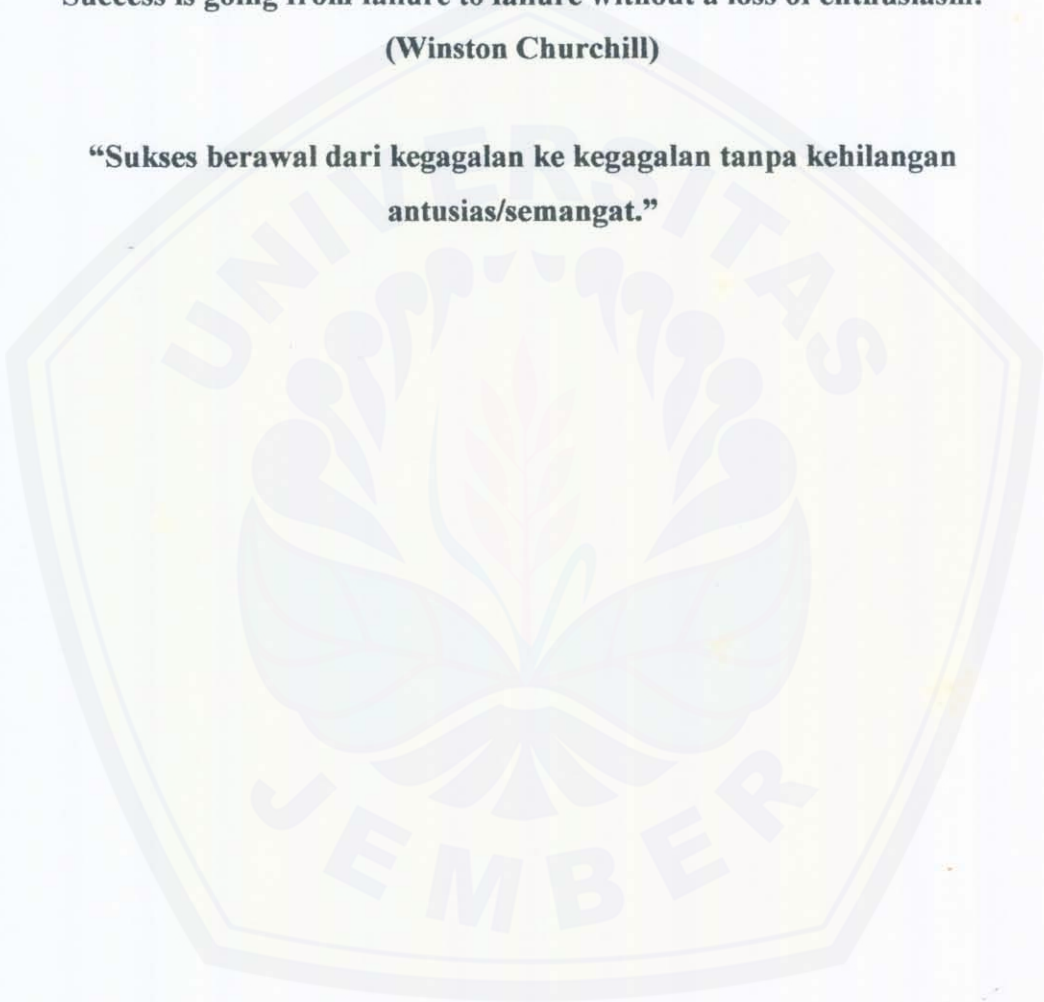
HIDAJATI, S.H.
NIP. 130 781 336

MOTTO

“Success is going from failure to failure without a loss of enthusiasm.”

(Winston Churchill)

“Sukses berawal dari kegagalan ke kegagalan tanpa kehilangan antusias/semangat.”



PERSEMBAHAN

Dengan ucapan tulus dan penuh kasih saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Papa dan Mamaku (Tan Gien Tjai (Alm). dan Sri Puji Utami (Almh)), atas kasih sayangnya, dan pengorbanannya yang tiada ternilai.
2. Alma Materku yang kubanggakan sebagai tempat untuk menempa diri dalam ilmu dan pola pemikiran.
3. Bapak/Ibu Guru dan Dosen, atas ilmu, bimbingan, kesabaran dan didikannya selama saya menuntut ilmu di bangku sekolah.
4. Kakekku (Sutanto), atas didikan dan dukungannya hingga hari ini aku bisa berdiri tegak.
5. Kakakku, Yudy Susnanto, yang telah memberikan dukungan, spirit dan penghiburan selama penyusunan skripsiku ini.
6. Kakak dan Adikku tercinta (Christine Anggraini dan Antonius Kurniawan), atas kasih sayang, dukungan, dan waktu yang telah kalian sediakan khusus untuk mendampingiku.

PERSETUJUAN

Dipertahankan dihadapan Panitia Penguji pada :

Hari : Sabtu
Tanggal : 30 (tiga puluh)
Bulan : Oktober
Tahun : 2004

Diterima oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember

Panitia Penguji

Ketua



Hj. SAADIAH TERUNA, S.H.
NIP. 130 674 837

Sekretaris



MARDI HANDONO, S.H., M.H.
NIP. 131 832 299

Anggota Panitia Penguji

1. **Hj. HARDININGSIH, S.H.**
NIP. 130 256 854



2. **HIDAJATI, S.H.**
NIP. 130 781 336



PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS YURIDIS TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN
DALAM PELAKSANAAN PERJANJIAN MULTILEVEL
MARKETING PADA PT. SEHAT SUGIH SEJAHTERA
DI JEMBER**

Oleh :

MELIANA ANGGRAINI
NIM. 000710101173

Pembimbing



Hj. HARDININGSIH, S.H.
NIP. 130 256 854

Pembantu Pembimbing



HIDAJATI, S.H.
NIP. 130 781 336

Mengesahkan,

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL RI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM

Dekan



KOPONG PARON PIUS, S.H. S.U.
NIP. 130 808 985

KATA PENGANTAR

Segala puji, hormat, kemuliaan, dan kuasa hanya bagi Tuhan Allah semesta alam atas segala curahan kasih dan anugerah-NYA kepada penulis, sehingga penulis telah dapat menyelesaikan karya tulis dalam bentuk skripsi dengan judul “ANALISIS YURIDIS TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PELAKSANAAN PERJANJIAN MULTILEVEL MARKETING PADA PT. SEHAT SUGIH SEJAHTERA DI JEMBER”.

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember.

Didalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Ibu Hj. Hardiningsih, S.H., selaku Dosen Pembimbing, yang telah banyak memberikan bantuan, arahan, dan motivasi.
2. Ibu Hidajati, S.H., selaku Dosen Pembantu Pembimbing, atas segala koreksi, motivasi, dan bimbingannya.
3. Ibu Hj. Saadiah Teruna, S.H., dan Bapak Mardi Handono, S.H., M.H., selaku ketua dan sekretaris Panitia Penguji, atas kritik, dan sarannya.
4. Bapak Kopong Paron Pius, S.H. S.U., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember, beserta Pembantu Dekan I, II, dan III, yang telah banyak memberikan bantuan dan juga kemudahan selama kuliah.
5. Bapak I Wayan Yasa, S.H., dan Bapak Nanang Suparto, S.H., selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Jember, atas segala arahan, bantuan dan dukungannya.
6. Ibu Dwi Endah N., S.H., selaku Dosen Wali, atas segala arahan, petunjuk dan dorongan semangat selama kuliah.
7. Seluruh dosen, Fakultas Hukum Universitas Jember, yang sudah mencurahkan segala tenaga, waktu, ilmunya. Beserta seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Hukum atas segala pelayanan.

8. Bapak Mugi Rahardjo, selaku pimpinan Stokis 227 PT. Sehat Sugih Sejahtera di Jember, yang telah memberikan izin, data, dan keterangan selama penulis melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi ini.
9. Saudara-saudara KTBku (Kelompok Tumbuh Bersama), Mbak Bayu, Nana, Yiyin, Yopi, Peri, Erina, dan Yashi yang telah bertumbuh bersama-sama dengan aku dalam segala hal kearah DIA.
10. Seluruh teman-teman di Rumah Persekutuan PERKANTAS (Persekutuan Kristen Antar Universitas), yang telah banyak memberikan dukungan dalam doa, waktu, tenaga, perhatian, serta dorongan semangat.
11. Teman-teman Bengawan Solo II, buat dukungannya selama aku di BS II.

Semoga berkat, anugerah, serta sukacita dari Tuhan tercurah pada mereka semua atas segala bantuannya baik secara moril maupun materiil.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangannya, untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Juga apabila terdapat kesalahan kata maupun penulisan, baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja, penulis mohon maaf. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi setiap pihak yang membacanya sebagai sumbangan pemikiran yang sederhana.

Sekian, terima kasih.

Jember, Oktober 2004

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN MOTTO.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
RINGKASAN.....	xi
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penulisan	
1.4.1 Tujuan Umum.....	4
1.4.2 Tujuan Khusus.....	4
1.5 Metode Penulisan	
1.5.1 Pendekatan Masalah.....	5
1.5.2 Sumber Data.....	5
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	
1.5.3.1 Studi Kepustakaan.....	5
1.5.3.2 Studi Lapangan.....	5
1.5.4 Analisis Data.....	6
II. FAKTA, DASAR HUKUM, DAN LANDASAN TEORI	
2.1 Fakta.....	7
2.2 Dasar Hukum.....	8
2.3 Landasan Teori	
2.3.1 Pengertian Perjanjian.....	10
2.3.2 Pengertian Perlindungan Konsumen.....	15

2.3.3	Pengertian Sistem Pemasaran Multilevel Marketing.....	16
2.3.4	Sejarah Singkat Sistem Pemasaran Multilevel Marketing.....	20
2.3.5	Sejarah Singkat PT. Sehat Sugih Sejahtera	23
III. PEMBAHASAN		
3.1	Mekanisme Pembuatan Perjanjian Multilevel Marketing.....	25
3.2	Hak dan Kewajiban Konsumen Dan Pelaku Usaha Sebagai Akibat Dari Perjanjian Multilevel Marketing.....	32
3.3	Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Multilevel Marketing Bila Terjadi Wanprestasi Oleh PT. Sehat Sugih Sejahtera.....	35
IV. KESIMPULAN DAN SARAN		
4.1	Kesimpulan.....	48
4.2	Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran I : Surat Konsultasi dari Fakultas Hukum Universitas Jember pada Stokis 227 PT. Sehat Sugih Sejahtera Di Jember
2. Lampiran II : Formulir Pendaftaran Keanggotaan PT. Sehat Sugih Sejahtera.
3. Lampiran III : Kode Etik, Peraturan, Rencana Pemasaran PT. Sehat Sugih Sejahtera.
4. Lampiran IV : Paket Usaha Atau Starter Kit PT. Sehat Sugih Sejahtera.
5. Lampiran V : Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

RINGKASAN

Dalam rangka mencapai tujuan pembangunan ekonomi tidak terlepas dari keterlibatan pemerintah, swasta dan masyarakat. Pemerintah dan swasta berkewajiban mengupayakan agar masyarakat dapat berinisiatif dalam memperoleh peluang atau kesempatan yang cukup untuk meningkatkan kualitas, pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan mereka. Perwujudan partisipasi itu antara lain dalam bentuk usaha pemberdayaan masyarakat sebagai konsumen sekaligus distributor, yaitu sebagai pemasar atau penjual dari produk-produk yang dikonsumsinya, yang dikenal dengan sistem penjualan berjenjang atau sistem pemasaran Multilevel Marketing.

Hambatan dari pengembangan partisipasi masyarakat ini adalah penyalahgunaan atau penyelewengan dalam sistem pemasaran Multilevel Marketing, sangat merugikan masyarakat sebagai konsumen sekaligus distributor. Sehingga perlu adanya pengkajian tentang “Analisis Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Pelaksanaan Perjanjian Multilevel Marketing Pada PT. Sehat Sugih Sejahtera Di Jember”.

Permasalahan yang dikaji adalah mekanisme pembuatan perjanjian Multilevel Marketing, penegasan hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha sebagai akibat dari perjanjian Multilevel Marketing menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen Kode Etik dan Peraturan PT. Sehat Sugih Sejahtera, serta perlindungan konsumen dalam Perjanjian Multilevel Marketing terhadap wanprestasi yang dilakukan PT. Sehat Sugih Sejahtera.

Metodologi penulisan yang digunakan adalah pendekatan masalah dengan metode yuridis normatif, dan metode analisis data yang digunakan adalah dengan metode deskriptif kualitatif.

Bentuk perjanjian antara PT. Sehat Sugih Sejahtera dengan distributor adalah tertulis, dalam bentuk perjanjian baku, yang berupa formulir pendaftaran keanggotaan. Hubungan hukum antara perusahaan dan distributor adalah mitra usaha yang independen, yang tidak berdasarkan atas ikatan kontrak kerja. Mekanisme pembuatan perjanjian Multilevel Marketing adalah : presentasi atau

pernyataan kehendak masing-masing pihak, sepakat, dan pemenuhan prestasi. Berdasarkan hal ini masing-masing pihak harus memenuhi hak dan kewajibannya, sebagai akibat yang timbul dari perjanjian tersebut. Telah ditentukan dan dipilih cara-cara sengketa yang dianggap efektif bila terjadi wanprestasi, yang pertama adalah musyawarah mufakat atau kekeluargaan, yang kedua adalah arbitrase, dan yang terakhir adalah pengajuan tuntutan melalui pengadilan.

Saran bagi pemerintah yaitu supaya membuat undang-undang yang mengatur Multilevel Marketing secara khusus, serta lebih kompleks lagi Undang-undang Perlindungan Konsumen. Bagi pelaku usaha supaya menjaga kualitas produk-produknya, mempertahankan moral yang baik, motivasi yang baik, visi dan misi yang jelas, dan terus memperhatikan keinginan dan kebutuhan anggota. Sedangkan bagi distributor, agar dalam melakukan usahanya sopan, tidak memaksa, ramah, mau menunjukkan demo setiap produk sehingga konsumen percaya dan melihat bukti yang nyata, mau membimbing *downlinenya* sesuai tugasnya, serta mempunyai motivasi yang benar dalam menawarkan produk-produk PT. Sehat Sugih Sejahtera.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Dunia memasuki era globalisasi dewasa ini, dengan dimotori pengembangan teknologi informasi, yang telah membawa kemajuan peradaban dunia menjadi luar biasa. Era globalisasi ini, tidak saja membawa perubahan-perubahan di bidang sosial budaya, tetapi juga bidang ekonomi. Yang tidak dapat dielakkan adalah globalisasi menuntut adanya kualitas sumber daya manusia yang unggul, yang ditunjang keterampilan, kemampuan dan etos kerja yang baik. Hanya bangsa yang memiliki kualitas yang unggul saja yang dapat berkompetisi dengan bangsa-bangsa lain, sedangkan bangsa yang mempunyai berbagai aspek kehidupan dengan kualitas rendah, bukan saja tidak dapat bersaing atau berkompetisi, tetapi akan tertinggal dari kemajuan dan perkembangan peradaban dunia. Oleh karena itu pembangunan ekonomi di Indonesia haruslah bisa mengejar ketertinggalannya dari negara-negara maju lainnya, untuk dapat berkompetisi dalam kancah dunia.

Membangun suatu negara khususnya dalam bidang ekonomi, tentuiah tidak terlepas dari banyak faktor yang terkait. Faktor-faktor yang mendukung, antara lain yaitu modal, ilmu pengetahuan, ekonomi, dan hukum yang berlaku. Dalam rangka mencapai tujuan pembangunan ekonomi tidak terlepas dari keterlibatan pemerintah, swasta dan masyarakat. Jadi seharusnya dalam membangun manusia Indonesia yang berpotensi hendaklah tidak hanya dibebankan kepada pemerintah saja. Sekarang ini telah terjalin kerjasama antara pemerintah dan pengusaha, sebagai gambaran dari swasta, dan tidak terlepas dari partisipasi seluruh masyarakat, dimana dibutuhkan dukungan dan dorongan dalam pelaksanaan peningkatan sumber daya manusia.

Masyarakat diharapkan dapat terlibat dalam berpartisipasi langsung dalam pembangunan ekonomi yang ada. Pemerintah dan swasta berkewajiban mengupayakan agar masyarakat dapat berinisiatif dalam memperoleh peluang atau kesempatan yang cukup untuk meningkatkan kualitas, pengetahuan,

keterampilan, dan kemampuan mereka. Sebaliknya pengusaha perlu memprogramkan suatu program sebagai salah satu perwujudan partisipasi masyarakat untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja yang ada di lingkungan perusahaan. Perwujudan partisipasi itu antara lain dalam usaha pemberdayaan masyarakat sebagai konsumen sekaligus distributor, yaitu sebagai pemasar atau penjual dari produk-produk yang dikonsumsi. Sistem pemasaran ini dikenal dengan sistem penjualan berjenjang atau sistem pemasaran Multilevel Marketing. Dunia usaha sekarang ini terdapat gejala dari pihak perusahaan untuk melakukan perbaikan dalam bidang pemasaran dengan sistem pemasaran Multilevel Marketing seperti yang dikenal selama ini, tetapi masih lebih dikenal segi negatifnya daripada segi positif dari sistem pemasaran ini.

Sistem pemasaran Multilevel Marketing ini sedikit banyak telah memberikan keuntungan bagi perusahaan maupun konsumen sebagai pengonsumsi sekaligus distributor. Keuntungan bagi perusahaan antara lain yaitu dapat menekan biaya pemasaran, dan meningkatkan pemasukan atau pendapatan perusahaan. Sedangkan keuntungan bagi masyarakat yaitu bahwa masyarakat dapat ikut serta dalam kegiatan pemasaran, mengurangi pengangguran, menambah wawasan dalam hal menjalankan bisnis, sebagai usaha sampingan yang menambah pendapatan dan dapat dikerjakan paruh waktu atau *part time*.

Penyalahgunaan atau penyelewengan dalam sistem pemasaran Multilevel Marketing ini sering dijumpai antara lain yaitu perusahaan yang bergerak dengan pemasaran dalam sistem binari atau piramid yang tidak berbasis produk. Rasa tanggung jawab perusahaan nyaris tidak tampak sama sekali. Kualitas, manfaat, dan harga produk tidaklah sesuai dengan jumlah modal yang dikeluarkan. Bahkan tidak ada jaminan uang kembali bila produk rusak, karena perusahaan sendiri tidak peduli dengan kualitas atau mutu produknya, mereka mengutamakan bagaimana caranya agar seorang distributor itu dapat merekrut anggota sebanyak-banyaknya, sehingga laba perusahaan meningkat.

Masyarakat Indonesia dengan pengetahuannya yang masih minim tentang penipuan dengan kedok sistem pemasaran Multilevel Marketing ini, menjadikannya sebagai sasaran empuk, dengan iming-iming yang menggairkan

sehingga ketika perusahaan jatuh bangkrut atau mengalami pailit, mereka akan mengalami banyak kerugian, karena dalam bisnis ini tidak ada perjanjian yang mengikat antara kedua belah pihak, yang bisa melindungi hak-hak masing-masing pihak. Bahkan hanya dengan menyakinkan calon anggota yang akan direkrutnya, tanpa ada perjanjian tertulis, hal ini dapat berjalan, dengan kata lain hanya berdasarkan kata sepakat. Sedangkan seharusnya dalam sistem pemasaran Multilevel Marketing kedua pihak mempunyai kedudukan yang sama dengan adanya perjanjian.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan membahasnya dalam suatu karya ilmiah berbentuk skripsi dengan judul “ANALISIS YURIDIS TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PELAKSANAAN PERJANJIAN MULTILEVEL MARKETING PADA PT. SEHAT SUGIH SEJAHTERA DI JEMBER”.

1.2 RUANG LINGKUP

Ruang lingkup dari pembahasan skripsi ini adalah mengenai Hukum Keperdataan, khususnya berkenaan dengan pembahasan pada mekanisme pembuatan perjanjian Multilevel Marketing, hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha, serta perlindungan konsumen bila terjadi wanprestasi.

1.3 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang hendak dikaji dibatasi dengan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana mekanisme pembuatan perjanjian Multilevel Marketing?
2. Apa hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha sebagai akibat dari perjanjian Multilevel Marketing menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen dan Kode Etik PT. Sehat Sugih Sejahtera?
3. Bagaimana perlindungan konsumen dalam perjanjian Multilevel Marketing bila terjadi wanprestasi oleh PT. Sehat Sugih Sejahtera?

1.4 TUJUAN PENULISAN

Dalam penyusunan skripsi ini ada dua tujuan yang hendak dicapai, yaitu meliputi tujuan umum dan tujuan khusus yang diuraikan sebagai berikut :

1.4.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penulisan skripsi ini adalah merupakan tujuan yang bersifat akademis, yaitu :

1. Untuk memenuhi dan melengkapi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember.
2. Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang didapat dari bangku perkuliahan dengan praktik yang terjadi di dalam kehidupan masyarakat, sehingga dapat memperluas wawasan secara teori dan praktik.
3. Untuk menyumbangkan pemikiran kepada masyarakat pada umumnya dan segenap mahasiswa Fakultas Hukum pada khususnya, agar dapat dijadikan bahan acuan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan.

1.4.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penulisan skripsi ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pembuatan perjanjian Multilevel Marketing
2. Untuk membahas dan menganalisis hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha, sebagai akibat dari perjanjian Multilevel Marketing menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen dan kode etik PT. Sehat Sugih Sejahtera .
3. Untuk membahas dan menganalisis perlindungan konsumen dalam perjanjian Multilevel Marketing bila terjadi wanprestasi oleh PT. Sehat Sugih Sejahtera .

1.5 METODE PENULISAN

Metode penulisan skripsi ini menggunakan metode ilmiah. Metode ilmiah merupakan faktor penting dalam pembuatan karya ilmiah, karena merupakan cara-cara untuk menentukan, mengembangkan, dan menguji kebenaran serta untuk menjalankan prosedur yang benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

Penulisan skripsi ini agar mengandung kebenaran yang merupakan syarat karya ilmiah, maka digunakan beberapa metode, yang antara lain :

1.5.1 Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah dilakukan untuk memperoleh suatu pembahasan sesuai dengan apa yang terdapat dalam tujuan penulisan, maka digunakan metode yuridis normatif, yaitu pendekatan permasalahan dengan melakukan kajian-kajian terhadap peraturan perundang-undangan, teori hukum, dan yurisprudensi yang berhubungan dengan permasalahan. (Soekanto, 1991 : 91).

Pendekatan masalah ini dilakukan dengan mengkaji peraturan perundang-undangan yang terkait dengan permasalahan, sehingga penulis mencari perundang-undangan, teori hukum, dan literatur-literatur yang mencakup tentang permasalahan dan yang mendukung data serta fakta yang dibahas dan dicari penyelesaiannya.

1.5.2 Sumber Data

Sumber data merupakan sarana dari suatu penelitian yang dipergunakan untuk memecahkan permasalahan yang ada. Data yang diperoleh diharapkan dapat menunjang penulisan skripsi ini. Didalam penulisan skripsi ini sumber data diperoleh melalui sumber data yang berbentuk :

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber yang tidak tertulis yang diperoleh langsung dari responden di lokasi penelitian atau dari sumbernya, yang berupa hasil konsultasi, wawancara, dan informasi tentang masalah-masalah yang menjadi pokok bahasan. (Soekanto, 1990 : 12, 91).

Jadi sumber data ini, diperoleh penulis secara langsung dari penelitian yang dilakukan di stokis 227 PT. Sehat Sugih Sejahtera.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber yang tertulis yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan, yang berupa data tertulis yang didapat dari literatur-literatur, majalah, surat kabar, serta kajian terhadap peraturan perundang-undangan, teori hukum, dan yurisprudensi yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas untuk mendapatkan pengetahuan dasar yang lengkap. (Soekanto, 1990 : 12, 91).

Data yang dicantumkan selain dari penelitian juga diambil dari studi pustaka, yang dilakukan berdasarkan peraturan perundang-undangan, literature-literatur, dan sumber-sumber data lain yang mendukung.

1.5.3 Metode Pengumpulan data

Metode yang dipergunakan dalam mengumpulkan data untuk penulisan skripsi ini adalah :

1.5.3.1 Studi Kepustakaan

Pengumpulan data melalui studi kepustakaan dalam penulisan skripsi ini dilakukan untuk mengumpulkan sumber data sekunder, yaitu dengan mempelajari peraturan perundang-undangan, literatur, karya ilmiah, dan artikel-artikel yang erat hubungannya dengan penulisan skripsi ini (Soemitro, 1990 : 52).

Pengumpulan data dilakukan dengan cara membaca, mengutip, serta mengambil ide dari peraturan perundang-undangan, literatur, serta dokumen-dokumen yang mendukung penyelesaian permasalahan pada skripsi ini.

1.5.3.2 Studi Lapangan

Pengumpulan data melalui studi lapangan dalam penulisan skripsi ini dilakukan untuk mengumpulkan sumber data primer, yaitu menggunakan teknik wawancara yaitu dengan mempersiapkan terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan sebagai pedoman, tetapi masih dimungkinkan adanya variasi-variasi pertanyaan yang disesuaikan dengan situasi wawancara. Wawancara dilakukan terhadap pihak perusahaan sebagai sumber data utama, tetapi juga ditunjang dari pihak konsumen yang sudah direkrut menjadi anggota dan distributor.

1.5.4 Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah dengan metode deskriptif kualitatif, yaitu data yang diperoleh kemudian disusun secara sistematis, obyektif, rasional, dan tidak didasarkan atas angka-angka statistik melainkan didasarkan atas suatu peraturan perundang-undangan yang berlaku dan berkaitan dengan permasalahan yang dibahas, untuk mendapatkan jawaban riil, kemudian ditarik kesimpulan secara deduktif, yaitu suatu cara pengambilan kesimpulan dari pembahasan yang bersifat umum menuju ke pembahasan yang bersifat khusus, dengan demikian maka tercapailah hasil yang sesuai dengan tujuan dari penyusunan skripsi ini. (Soemitro, 1990 : 98).

Metode analisis data yang digunakan yaitu secara verbal, dalam arti penjelasan secara kata-kata, tidak berdasarkan penghitungan dengan angka-angka statistik.



BAB II

FAKTA, DASAR HUKUM, DAN LANDASAN TEORI

2.1 FAKTA

Pembahasan tentang analisis yuridis terhadap Perlindungan Konsumen dalam pelaksanaan perjanjian Multilevel Marketing pada PT. Sehat Sugih Sejahtera, ini dimulai dengan penulis melakukan survei secara informal kepada perusahaan-perusahaan yang menggunakan sistem pemasaran Multilevel Marketing, dan didapat bahwa pada umumnya perusahaan Multilevel Marketing itu, menjual barang-barang yang sangat mahal, langka atau sulit didapat, dan orientasi pasarnya hanya bagi kalangan atas saja atau yang menjadi kebutuhan kalangan atas saja. Misalnya, makanan atau nutrisi kesehatan, minuman kesehatan, dan lain sebagainya. Jadi mereka hanya menjual “apa yang mereka sukai dan yang mereka anggap disukai oleh pasar atau masyarakat”, tetapi mereka tidak menjual “apa yang dibutuhkan oleh pasar atau masyarakat”.

Penulis juga sudah melakukan survei secara informal kepada perusahaan-perusahaan yang menggunakan sistem pemasaran Multilevel Marketing, dan didapat bahwa pada saat ini sudah banyak perusahaan Multilevel Marketing yang menjual produknya berdasarkan kebutuhan konsumen. Misalnya, kebutuhan pokok rumah tangga sehari-hari, alat keperluan dapur, makanan dan minuman instan, kebutuhan perawatan kecantikan dan kebutuhan pribadi kewanitaan, dan produk-produk lain. Tetapi ditemukan orientasi usaha mereka adalah keuntungan perusahaan semata, yaitu dengan adanya uang pendaftaran, rencana pemasaran muluk-muluk dan rumit yang membuat distributornya harus bekerja sekeras mungkin untuk mencapai target, tetapi mendapatkan penghasilan serta bonus sesedikit mungkin, dan lain-lain. Dapat dilihat bahwa distributor, yang awalnya adalah konsumen, sangat dirugikan, jadi apabila distributor merekrut anggota sebagai *downlinenya*, iapun sedang merugikan konsumen atau calon distributor tersebut, sehingga diperlukan adanya perlindungan terhadap hak-hak konsumen dan kewajiban-kewajiban perusahaan yang harus diberikan kepada distributor sebagai konsumen juga calon konsumen lain yang akan dirugikan.

Penulis sudah melihat dan mensurvei secara formal dan informal perusahaan dengan sistem pemasaran Multilevel Marketing ini, yaitu kepada PT. Sehat Sugih Sejahtera, yang orientasi usahanya ditekankan kepada kepuasan dan keuntungan konsumen, antara lain yaitu tanpa uang pendaftaran, terjangkau semua lapisan masyarakat, dan lain sebagainya. Karena hal inilah penulis membuat karya tulis skripsi ini, salah satu maksudnya untuk merubah *image* atau pandangan masyarakat terhadap perusahaan dengan sistem pemasaran Multilevel Marketing yang dinilai buruk, dengan ciri khas piramidnya, menjadi sesuai kenyataannya, dengan menganalisis secara yuridis tentang perlindungan konsumen dalam pelaksanaan pembuatan perjanjian Multilevel Marketing pada PT. Sehat Sugih Sejahtera. Kasus wanprestasi yang pernah terjadi antara lain yaitu : keluhan dari para konsumen tentang kualitas produk-produknya, stok barang yang terbatas, dan lain sebagainya.

PT. Sehat Sugih Sejahtera adalah salah satu perusahaan yang menggunakan sistem pemasaran Multilevel Marketing, yang mempunyai agen atau biasa disebut stokis, yaitu agen yang menyediakan produk-produk PT. Sehat Sugih Sejahtera pada wilayah tertentu. Salah satunya di wilayah Jember ini, yaitu Stokis 227, dimana penelitian skripsi ini diadakan, stokis ini terletak di Jalan Panglima Besar Sudirman nomor 37 Jember.

2.2 DASAR HUKUM

Sesuai dengan permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini, maka peraturan-peraturan yang menjadi dasar hukum dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

2.2.1 Kitab Undang-undang Hukum Perdata

- Pasal 1234

“Tiap-tiap perikatan adalah untuk memberikan sesuatu, untuk berbuat sesuatu, atau untuk tidak berbuat sesuatu.”

- Pasal 1243

“Penggantian biaya, kerugian, dan bunga karena tidak dipenuhinya suatu perikatan mulai diwajibkan, bila debitur, walaupun telah dinyatakan lalai, tetap

lalai untuk memenuhi perikatan itu, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dilakukannya hanya dapat diberikan atau dilakukannya dalam waktu yang melampaui waktu yang telah ditentukan.”

- Pasal 1313

“Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.”

- Pasal 1320

“Untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat :

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
3. Suatu hal tertentu;
4. Suatu sebab yang halal

- Pasal 1337

“Suatu sebab adalah terlarang, apabila dilarang oleh undang-undang, atau apabila berlawanan dengan kesusilaan baik atau ketertiban umum.”

- Pasal 1338

“Semua 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 alasan itu.”

“Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.”

- Pasal 1365

“Tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada seorang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut.”

2.2.2 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

a. Pasal 1 angka 1

“Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”

b. Pasal 1 angka 2

“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia didalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”

c. Pasal 1 angka 3

“Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha berbagai bidang ekonomi.”

d. Pasal 1 angka 10

“Klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.”

2.2.3 Kode Etik Dan Peraturan Sistem Pemasaran Multilevel Marketing PT. Sehat Sugih Sejahtera

a. Pasal 1 ayat 1

“Kesempatan untuk menjadi distributor adalah sama untuk setiap orang dan tidak tergantung pada jenis kelamin, suku bangsa, golongan, latar belakang, maupun agama.”

b. Pasal 1 ayat 2

“Pemohon (calon distributor) adalah perorangan, tidak boleh suatu perusahaan, badan usaha atau perkumpulan dan tidak dibenarkan menggunakan nama pihak ketiga ataupun nama **fiktif** untuk pendaftaran keanggotaannya.”

c. Pasal 1 ayat 3

“Pemohon harus disponsori oleh seorang yang telah menjadi distributor sebelumnya.”

d. Pasal 1 ayat 4

“Pemohon harus sudah berumur 17 tahun pada saat permohonan diajukan, serta memiliki KTP, kecuali dalam hal pewarisan dikarenakan meninggal dunia.”

e. Pasal 1 ayat 5

“Pemohon wajib mengisi formulir pendaftaran yang disediakan perusahaan dengan sejujur-jujurnya dan dianggap sah bila telah menandatangani formulir pendaftaran dan disetujui oleh perusahaan, serta melampirkan fotocopy KTP yang masih berlaku.”

f. Pasal 2 ayat 2

“Seorang distributor adalah berdiri sendiri (tidak mempunyai ikatan kerja) dan tidak menjadi wakil dari perusahaan. Distributor tidak boleh mengaku bahwa dia mempunyai kedudukan atau dapat mewakili perusahaan dalam hal misalnya, membuat ikatan kerja, menjual saham perusahaan, ataupun memberikan penjelasan kepada media massa.

2.3 LANDASAN TEORI

Untuk membahas permasalahan-permasalahan yang ada, maka perlu didukung oleh landasan teori dengan tujuan memberikan kemudahan-kemudahan didalam memahami pengertian-pengertian yang ada.

2.3.1 Pengertian Perjanjian

Pengertian Perjanjian berdasarkan Kitab Undang-undang Hukum Perdata, tercantum dalam pasal 1313, yaitu : “Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.”

Para Sarjana memberikan banyak batasan atau definisi tentang perjanjian ini yang berbeda-beda, antara lain yaitu menurut :

1. Prof. Subekti, S.H.

“Perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal.”

2. K.R.M.T. Tirtodiningrat, S.H.

“Perjanjian adalah suatu perbuatan hukum berdasarkan kata sepakat diantara dua orang atau lebih untuk menimbulkan akibat-akibat hukum yang diperkenankan oleh undang-undang.”

3. Yahya Harahap, S.H.

“Perjanjian adalah suatu hubungan hukum kekayaan atau harta benda antara dua orang atau lebih yang memberi kekuatan hak pada satu pihak untuk memperoleh prestasi dan sekaligus mewajibkan pihak lain untuk menunaikan prestasi.”

4. Prof. R. Wirjono Prodjodikoro, S.H.

“Perjanjian merupakan suatu hubungan hukum mengenai harta benda kekayaan antara dua pihak, dalam mana satu pihak berjanji untuk melakukan suatu hal atau untuk tidak melakukan suatu hal, sedangkan pihak lain berhak menuntut pelaksanaan janji tersebut.”

Dari pengertian-pengertian diatas terdapat unsur-unsur yang selalu muncul dalam setiap batasan-batasan tersebut, yang bila disusun akan memberi wujud pengertian perjanjian tersebut. Unsur-unsur tersebut adalah :

1. Adanya hubungan hukum atau peristiwa hukum yang terjadi.
2. Adanya subyek yang lebih dari satu orang.
3. Adanya prestasi yang diperjanjikan. (minimal ada satu hak dan satu kewajiban).
4. Adanya obyek tentang hal tertentu.

Kekuatan hukum dan mengikatnya suatu perjanjian ditentukan oleh terpenuhinya syarat-syarat sahnya perjanjian, karena dengan terpenuhinya syarat-syarat sahnya perjanjian tersebut, maka perjanjian dapat dianggap batal atau dapat dibatalkan. Syarat-syarat sahnya perjanjian diatur pada pasal 1320 Kitab Undang-undang Hukum Perdata, yaitu :

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya

Sepakat atau mengenai pemberian izin, dimaksudkan bahwa kedua subyek yang mengadakan perjanjian tersebut harus sepakat, setuju, seia-sekata mengenai hal-hal yang pokok dari perjanjian yang diadakan itu.

2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan

Orang yang membuat perjanjian harus cakap menurut hukum, pada dasarnya maksudnya ialah orang yang sudah dewasa dan sehat pikirannya. Berdasarkan pasal 1330 Kitab Undang-undang Hukum Perdata, ditentukan kriteria untuk orang yang tidak cakap hukum, yaitu :

1. Orang yang belum dewasa.
2. Mereka yang ditaruh dibawah pengampuan.

3. Orang-orang perempuan, dalam hal-hal yang ditetapkan oleh undang-undang, dan pada umumnya semua orang kepada siapa undang-undang telah melarang membuat perjanjian-perjanjian tertentu.

Pada kriteria ketiga ini ditegaskan pada pasal 108 Kitab Undang-undang Hukum Perdata, yang berbunyi bahwa : “Seorang perempuan yang bersuami, untuk mengadakan suatu perjanjian, memerlukan bantuan atau izin (kuasa tertulis) dari suaminya.” Dalam praktik para notaris sekarang sudah mulai mengizinkan seorang istri, yang tunduk kepada Hukum Perdata Barat untuk membuat suatu perjanjian dihadapannya, tanpa bantuan suaminya. Hal ini juga ditegaskan oleh Surat Edaran Mahkamah Agung (SEMA) Nomor 3 Tahun 1963 tanggal 4 Agustus 1963 kepada Ketua Pengadilan Negeri dan Ketua Pengadilan Tinggi diseluruh Indonesia, ternyata bahwa Mahkamah Agung menganggap pasal-pasal 108 dan 110 Kitab Undang-undang Hukum Perdata tentang wewenang seorang istri untuk melakukan perbuatan hukum dan untuk menghadap di depan pengadilan tanpa izin atau bantuan dari suaminya, sudah tidak berlaku lagi.

3. Suatu hal tertentu

Suatu hal tertentu, maksudnya adalah dapat dikatakan sebagai obyek dari perjanjian atau isi dari perjanjian yaitu prestasi yang dilakukan salah satu pihak. Hal atau prestasi itu harus tertentu atau dapat ditentukan menurut ukuran yang obyektif, misalnya harga atau nilai yang telah ditafsirkan dari suatu barang. Hal tertentu itu harus ditentukan jenis dan jumlahnya. Kebendaan yang diluar perdagangan tidak dapat menjadi obyek dari perjanjian, misalnya kebendaan yang digunakan untuk kepentingan negara, kantor-kantor, gedung-gedung negara, dan sebagainya yang dilarang oleh undang-undang. Obyek dari perjanjian dapat pula mengenai kebendaan yang akan ada di kemudian hari, baik yang akan ada secara mutlak maupun secara relatif yang sesuai dengan pasal 1334 Kitab Undang-undang Hukum Perdata .

4. Suatu sebab yang halal

Barang-barang atau produk-produk yang dipasarkan atau diperjualbelikan oleh PT. Sehat Sugih Sejahtera itu bukan produk-produk yang cacat hukum, tidak

halal, atau hasil dari mencuri. Motivasi terjadinya hubungan hukum antara kedua belah pihak juga benar dan halal.

Dua syarat yang pertama, dinamakan syarat-syarat subyektif, karena mengenai orang-orangnya atau subyeknya yang mengadakan perjanjian, dan bila syarat-syarat ini tidak terpenuhi, maka perjanjian dapat dibatalkan; sedangkan dua syarat yang terakhir dinamakan syarat-syarat obyektif, karena mengenai perjanjian tersebut atau obyek dari perbuatan hukum yang dilakukan itu, dan bila syarat-syarat ini tidak terpenuhi, maka perjanjian akan batal demi hukum.

Asas-asas hukum dalam perjanjian antara lain yaitu :

1. Asas Konsensualisme

Bahwa pada dasarnya perjanjian dan perikatan yang timbul karenanya sudah dilahirkan sejak detik tercapainya sepakat atau dengan kata lain, perjanjian itu sudah ada apabila tercapai sepakat mengenai hal-hal yang pokok dan tidak diperlukan sesuatu formalitas.

2. Asas Kebebasan Berkontrak

Asas kebebasan berkontrak ini berkaitan dengan sifat hukum perjanjian yang menganut sistem terbuka, artinya hukum perjanjian memberikan kebebasan yang seluas-luasnya kepada masyarakat untuk mengadakan perjanjian yang berisi bermacam-macam apa saja asal tidak melanggar ketertiban umum dan kesusilaan.

3. Asas Kekuatan Mengikat

Asas kekuatan mengikat adalah suatu asas yang menentukan bahwa sesuatu perjanjian yang dibuat secara sah akan mengikat para pihak sebagaimana undang-undang.

4. Asas Kepastian Hukum

Dengan adanya kekuatan hukum dan mengikatnya suatu perjanjian, maka tersiratlah asas kepastian hukum dari perjanjian, yaitu sebagai undang-undang bagi para pihak dan tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak atau dengan alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan

cukup untuk itu (pasal 1338 ayat 1 dan 2 Kitab Undang-undang Hukum Perdata).

5. Asas Personalitas

Asas ini tercermin pada pasal 1315 Kitab Undang-undang Hukum Perdata, yaitu pada umumnya tidak seorangpun dapat mengikatkan diri atau meminta ditetapkannya suatu janji dari pada untuk dirinya sendiri.

6. Asas Itikad Baik

Menurut ketentuan pasal 1338 ayat 3 Kitab Undang-undang Hukum Perdata, bahwa yang dimaksudkan dengan itikad baik adalah :

- a. Pengertian obyektif yaitu perjanjian yang dibuat harus dilaksanakan dengan mengindahkan norma-norma dan kesusilaan, bila tidak diindahkan, maka hakim dapat melakukan intervensi atau campur tangan terhadap perjanjian yang mereka buat.
- b. Pengertian subyektif yaitu terletak pada sikap batin seseorang.

Berdasarkan pasal 1381 Kitab Undang-undang Hukum Perdata, perjanjian dapat hapus karena :

1. pembayaran
2. penawaran pembayaran tunai, diikuti dengan penyimpanan atau penitipan
3. pembaharuan hutang
4. perjumpaan hutang atau kompensasi
5. pencampuran hutang
6. pembebasan hutang
7. musnahnya barang yang terhutang
8. kebatalan atau pembatalan
9. berlakunya suatu syarat batal yang diatur dalam bab kesatu buku ini
10. lewatnya waktu, hal mana akan diatur dalam suatu bab tersendiri.

2.3.2 Pengertian Perlindungan Konsumen

Pengertian Perlindungan Konsumen berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 1 angka 1, dan Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, pasal 1 angka 1, yang berbunyi sebagai berikut :

“Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”

Sebelum lahirnya undang-undang tentang perlindungan konsumen tersebut sudah ada peraturan yang terkait dengan perlindungan konsumen, yang juga memberikan pengertian perlindungan konsumen yaitu :

Undang-undang Nomor 21 Tahun 1961 pasal 10 (1) jo Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 pasal 72 jo Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 pasal 72 jo Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 Pasal 76 tentang Merek, yang menyatakan bahwa :

(1). Pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa yang berupa :

- a. Gugatan ganti rugi, dan/atau,
- b. Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan menggunakan merek tersebut.

(2). Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diajukan kepada Pengadilan Niaga.

2.3.3 Pengertian Sistem Pemasaran Multilevel Marketing

Definisi Multilevel Marketing menurut para pakarnya adalah sebagai berikut :

1. Benny Santoso, S.T., M.Com

Sistem pemasaran Multilevel Marketing adalah suatu program pemasaran dimana para partisipan membeli hak untuk merekrut partisipan tambahan, menjual produk, dan mendapatkan kompensasi dari penjualan mereka sendiri maupun dari hasil penjualan orang yang mereka rekrut (*downline*). (Benny Santoso, 2003 : 287).

2. Prof Hendrawan Supratikno

Multilevel Marketing atau Sistem pemasaran berjenjang ini pada dasarnya adalah sistem pemasaran langsung yang menggunakan asas duplikasi dan multiplikasi. Setiap orang yang menjadi konsumen dalam sistem ini dituntut untuk menjadi produsen, mengajak orang lain berlaku seperti diri sendiri, ini disebut Duplikasi. Kalau satu orang bisa menduplikasi diri lebih dari satu, maka terjadi yang disebut Multiplikasi. Dengan asas ini maka jumlah konsumen bisa bertambah dengan sangat cepat. (Andreas Harefa, 2000:27)

3. Multilevel Marketing adalah sebuah bisnis yang berhubungan dengan merekomendasi, yakni merekomendasi hal-hal yang disukai. Kata kuncinya

adalah kata “rekomendasi”. Perbedaannya pada kata “rekomendasi” pada kehidupan sehari-hari adalah terletak pada “penghargaan”, dimana dalam Multilevel Marketing “penghargaan” dilakukan secara finansial, yaitu hadiah berupa bonus uang atau komisi. Rekomendasi penjualannyapun dilakukan kepada orang-orang yang sudah dikenal baik.

4. Multilevel Marketing (pemasaran Multi Tingkat), maksudnya adalah metode pemasaran barang dan atau jasa dari sistem penjualan langsung melalui program pemasaran berbentuk lebih dari satu tingkat, dimana mitra usaha mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan atau jasa yang dilakukannya sendiri dan anggota jaringan di dalam kelompoknya.

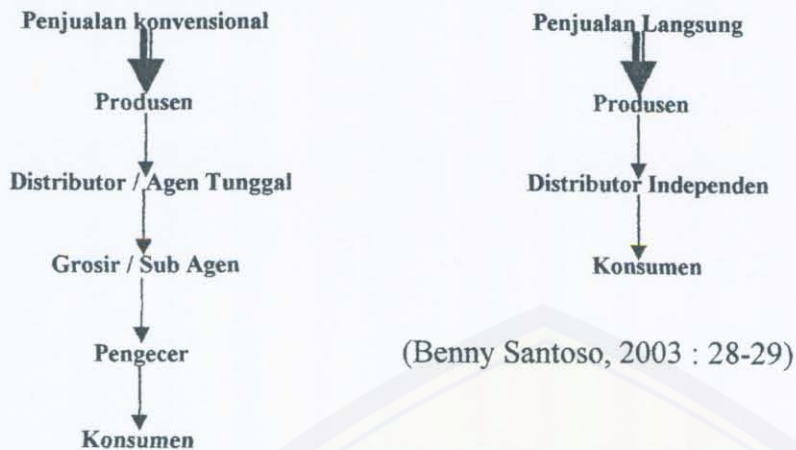
5. Andreas Harefa

Multilevel Marketing adalah merupakan cara yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau pabrik (produsen) untuk memasarkan atau mendistribusikan atau menjual produknya kepada pelanggan eceran dengan memberdayakan distributor independennya untuk melaksanakan tugas pemasaran atau pendistribusian atau penjualan produk, melalui mandiri, tanpa campur tangan langsung perusahaan. (Andreas Harefa, 1999 : 25).

Jadi dapat dikatakan bahwa sistem pemasaran Multilevel Marketing adalah suatu cara pemasaran dimana target penjualan sepenuhnya ditentukan oleh distributor independen dan jaringan penjualan langsung yang dikembangkannya.

Distributor Independen adalah seseorang yang tergabung dalam perusahaan Multilevel Marketing dimana ia tidak terikat kerja dengan perusahaan namun ia merupakan mitra perusahaan yang satu dengan yang lain saling bahu-membahu memasarkan produk dari perusahaan tersebut.

Konsep atau mekanisme dari sistem pemasaran Multilevel Marketing adalah berusaha memperpendek jalur pemasaran atau distribusi secara konvensional, yaitu dengan cara mempersingkat alur distribusi barang dari produsen ke konsumen. Perbedaan antara sistem pemasaran konvensional dan sistem pemasaran Multilevel Marketing menurut Benny Santoso, S.T., M.Com, dapat dilihat dari diagram dibawah ini :



Andreas Harefa menyatakan bahwa sistem pemasaran Multilevel Marketing bisa memotong biaya pemasaran dan distribusi hingga sekitar 60 % dari harga jual dan memberikannya kepada distributor independen sebagai komisi dan bonus dari penjualan mereka secara sistem berjenjang. Dengan demikian harga dari produk yang dijual melalui sistem pemasaran Multilevel Marketing, seharusnya dapat bersaing bahkan lebih rendah dari produk yang dijual melalui sistem pemasaran konvensional. (Andreas Harefa. 1999 : 4).

Keunggulan sistem pemasaran Multilevel Marketing dibanding dengan sistem pemasaran konvensional, bila dipandang dari segi perusahaan yaitu:

a. Menghemat biaya distribusi

Karena jalur distribusi dari produsen ke konsumen diperpendek, sehingga hanya melalui distributor saja, maka biaya distribusi dihemat hingga 60 % dari harga jual. Ini sama artinya mendekatkan gudang-gudang tempat penyimpanan produk menjadi dekat sekali ke konsumen atau pelanggan.

b. Menghemat biaya pemasaran

Pemasaran yang dilakukan oleh para distributor ke konsumen hanya pemasaran dari mulut ke mulut, sehingga biaya pemasaran yang biasa dikeluarkan untuk biaya iklan di banyak media dapat dihemat sebanyak mungkin. Efek positif dari hal ini adalah penjelasan ke konsumen-konsumen secara langsung akan membuat calon konsumen lebih jelas dan lebih tertarik. Bahkan umumnya para distributor membuat pamflet atau brosur sendiri, sehingga sangat meringankan beban perusahaan.

c. Menghemat biaya pelatihan

Anggaran untuk pengembangan sumber daya manusia dari perusahaan, adalah salah satu biaya yang dianggarkan cukup besar. Pada perusahaan Multilevel Marketing ini, tanggungjawab pelatihan diserahkan kepada pekerja sendiri, yaitu para distributor, sehingga para *upline* bertanggungjawab terhadap pelatihan para *downlinenya*, baik pelatihan secara pribadi maupun mengikuti seminar atau *workshop* yang diadakan perusahaan.

d. Menghemat biaya gaji tenaga kerja

pada perusahaan dengan sistem pemasaran konvensional, seorang karyawan baik dengan etos kerja dan motivasi yang baik maupun yang tidak baik, perusahaan wajib membayar tenaga mereka dengan gaji yang telah ditentukan, sehingga ini tidak bisa memotivasi karyawan sendiri untuk meningkatkan omset perusahaan, dan ini menyebabkan baik perusahaan dalam kondisi penjualan yang meningkat maupun menurun, perusahaan harus membayar dengan gaji yang sama besarnya. Sedangkan pada perusahaan dengan sistem pemasaran Multilevel Marketing, biaya gaji tenaga penjualan berdasarkan komisi dari penjualannya, ini bisa sangat memotivasi tenaga kerja untuk meningkatkan etos kerjanya bagi perusahaan bisa meningkatkan omset perusahaan, karena jumlah komisi penjualan dihitung dari jumlah barang yang laku terjual.

Tujuan dari metode pemasaran Multilevel Marketing ini sama dengan metode pemasaran yang lain yaitu untuk meningkatkan keuntungan perusahaan, ini bisa dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan meningkatkan pemasukan dan mengurangi pengeluaran.

Beberapa istilah yang dipakai sistem pemasaran Multilevel Marketing yang berbeda dengan sistem pemasaran yang lain adalah :

1. Distributor yaitu seorang yang telah mendapatkan persetujuan dari perusahaan untuk menjadi anggota dari usaha perusahaan, dengan mengisi formulir pendaftaran yang merupakan surat perjanjian antara perusahaan dan konsumen yang menjadi anggota.

2. *Upline* yaitu :

- Distributor yang berada diatas distributor tertentu didalam hirarki Multilevel Marketing dan yang menerima komisi dari penjualan distributor dibawahnya.
- Distributor yang menjadi sponsor atau yang memberi rekomendasi kepada distributor lain.
- Seorang distributor yang secara struktural berada diatas dari distributor yang masuk ke dalam jaringannya.

3. *Downline* yaitu :

- Distributor yang direkrut oleh distributor tertentu yang akan menerima komisi penjualan yang mereka lakukan dan hasil penjualan dari distributor yang mereka rekrut.
- Distributor yang disponsori atau yang menerima rekomendasi dari distributor lain.
- Seorang distributor yang berada dia dalam jaringan seorang distributor lainnya, yang secara struktural berada dibawah dari distributor yang lebih dahulu menjadi anggota tersebut.

2.3.4 Sejarah Singkat Sistem Pemasaran Multilevel Marketing

Asal mula adanya sistem pemasaran Multilevel Marketing ini diambil dari tulisan Stephen Barret, M.D. yang berjudul "*The Origin of Multilevel Marketing*". (Benny Santoso, 2003 : 23-25).

Akar dari Multilevel Marketing tidak bisa dipisahkan dari berdirinya *Amway Corporation* dan produknya *Nutrilite*. Konsep dari *Nutrilite* dimulai pada awal tahun 1930 oleh Carl Rehnberg, seorang pengusaha Amerika yang pernah tinggal di Cina pada tahun 1917-1927. Berdasarkan publikasi dari *Amway*, pengalamannya ketika tinggal di Cina menyebabkan Rehnberg memperoleh kesempatan yang sangat besar untuk meneliti pengaruh dari diet yang tidak cukup. Pengaruh kehidupan keras di Cina juga membuat Rehnberg mempelajari banyak literatur mengenai nutrisi pada waktu itu. Akhirnya, dia menyimpulkan bahwa diet yang seimbang dibutuhkan untuk membuat seluruh tubuh bisa tetap berfungsi secara seimbang. Penemuan ini menyebabkan dia merasakan adanya kebutuhan

untuk makanan suplemen bagi diet yang mampu menyediakan nutrisi yang diperlukan oleh tubuh tanpa memperdulikan kebiasaan makan seseorang.

Setelah melakukan eksperimen selama 7 tahun, akhirnya Rehnborg berhasil menghasilkan makanan suplemen. Dia memberikan hasil temuannya tersebut kepada teman-temannya untuk dicoba. Sam, anak dari Rehnborg, yang akhirnya menjadi *President* dan *Chief Operating Officer* dari Nutrilite menyatakan :

Setelah beberapa waktu, ayah akan mengunjungi teman-temannya untuk melihat hasil yang didapatkan. Seringkali dia melihat produk yang diberikannya berada pada laci, tidak digunakan dan terlupakan. Hal ini tidak mendatangkan kerugian apa-apa pada mereka, karena mereka menganggap produk tersebut tidak memiliki arti apa-apa. Akhirnya dia menemukan prinsip dasar, yaitu mengharuskan teman-temannya untuk membayar produk yang diberikan kepada mereka. Ketika dia menjual produk tersebut, teman-temannya memakan produk tersebut, benar-benar memakannya dan menyukainya. Bahkan mereka juga menginginkan teman-teman mereka untuk mendapatkan produk tersebut. Ketika mereka meminta ayah saya untuk menjual produk tersebut kepada teman-teman mereka, ayah saya berkata, "Kamu yang menjual kepada teman-teman kamu dan saya akan memberikan komisi kepada kamu."

Bisnis makanan suplemen dari Carl Rehnborg ini diberi nama *California Vitamin Corporation* yang akhirnya berganti nama menjadi *Nutrilite Products* pada tahun 1939.

Perusahaan ini berkembang dengan pesat pada tahun 1945 di bawah kepemimpinan Lee S. Mytinger dan William S. Casselberry. Pada saat itu, distribusi perusahaan ini mulai menyebar ke beberapa negara bagian. Rehnborg berperan sebagai penasihat bidang sains pada skema distribusi. Kepada setiap tenaga penjualan yang ada, dijelaskan bahwa makanan suplemen yang diproduksi mengandung ramuan khusus yang merupakan jawaban bagi setiap manusia yang mendambakan kesehatan.

Penjualan kotor segera meningkat menjadi 500.000 dolar per bulan, tetapi perusahaan mulai mempunyai masalah dengan hukum yang berlaku saat itu. Pada tahun 1947, *FDA* (jaksa distrik) memulai perlawanan untuk memaksa Mytinger, Casselberry, Rehnborg, dan 15.000 tenaga penjualan dari rumah ke rumah menghentikan pernyataan yang berlebihan mengenai produk mereka.

Perusahaan ini memberikan kepada calon pelanggan mereka sebuah brosur "*How to Get Well and Stay Well*" yang berisi penjelasan mengenai kemampuan produk Nutrilite. Brosur itu menyatakan bahwa produk mereka mampu mengatasi segala kasus, mulai dari jenis alergi, asma, depresi mental, detak jantung yang tidak normal, dan sekitar 20 penyakit yang lain. Brosur ini juga berisi kesaksian yang menyatakan bahwa kanker, kelainan hati, TBC, penyakit tulang, dan beberapa penyakit serius lainnya akan bereaksi positif terhadap produk Nutrilite.

Pada tahun 1951, Pengadilan mengeluarkan keputusan untuk melarang penjualan produk Nutrilite dengan menggunakan kutipan "*How to Get Well and stay Well*" dan lebih dari 50 bahan publikasi lain yang melebih-lebihkan peran dari makanan suplemen. Putusan Pengadilan juga terdiri dari daftar yang panjang mengenai pernyataan yang dilarang dan pernyataan yang diizinkan mengenai nutrisi dan produk Nutrilite.

Rich DeVos dan Jay Van Andel adalah distributor dari produk Nutrilite setelah mereka lulus dari SMU. Mereka adalah distributor yang sangat sukses dan mengorganisasi lebih dari 2000 distributor. Ketakutan akan kebangkrutan produk Nutrilite membuat mereka mendirikan perusahaan baru yang mereka beri nama *American Way Association* yang kemudian berganti nama menjadi Amway. Mereka mulai dengan menjual produk *biodegradeable detergent* dan beberapa produk pembersih alat rumah tangga lainnya. Kemudian mereka mulai mendiversifikasi produk mereka menjadi sangat bervariasi yang melingkupi alat-alat kecantikan, perhiasan, furnitur, barang-barang elektronik, dan beberapa barang lainnya. Penjualan kotor meningkat secara terus-menerus dari setengah juta dolar pada tahun 1959 menjadi lebih dari 1 milyar dolar pada awal 1980.

Multilevel Marketing yang sudah dimulai sekitar tahun 1930-an ini, baru disahkan secara hukum pada tahun 1953 di California, Amerika Serikat. Multilevel Marketing dengan konsep barunya ini tidak secara langsung dapat diterima masyarakat sebagai bisnis yang resmi. Selama sekitar dua sampai tiga dasawarsa, bisnis Multilevel Marketing mengalami banyak persoalan, karena kurangnya informasi yang benar bagi masyarakat terutama banyak juga *money game* bermunculan, yang menyebabkan masyarakat sulit membedakan Multilevel

Marketing murni dan yang sudah diselewengkan, dan pada akhir tahun 1980-an konsep Multilevel Marketing mulai dimengerti oleh masyarakat dan tumbuh menjamur hampir di seluruh dunia, tetapi di Indonesia baru menjamur pada akhir tahun 1990-an.

Tujuan utama lahirnya Multilevel Marketing, dapat dilihat dari sejarah lahirnyanya Multilevel Marketing ini, bisa diketahui bahwa Multilevel Marketing muncul dengan tujuan utama untuk menjual produk baru yang belum dikenal luas oleh umum. Hubungan dari teman yang satu ke teman yang lain digunakan untuk memperkenalkan produk baru tersebut. Seseorang akan mengenalkan atau berusaha memberikan produk baru tersebut kepada teman yang dikenal setelah merasakan kegunaannya. Jadi pada awalnya Multilevel Marketing tidak diperuntukkan sebagai cara yang cepat dan mudah untuk mendapatkan uang.

Sejarah singkat dari sistem pemasaran multilevel Marketing ini menegaskan bahwa sistem pemasaran ini bukan terobosan baru yang luar biasa dan juga bukan merupakan cara terbaik untuk mendapatkan uang melalui sistem pemasarannya, ini menyebabkan kerancuan, karena sebenarnya Multilevel Marketing hanyalah salah satu metode atau sistem untuk memasarkan suatu produk.

2.3.5 Sejarah Singkat PT. Sehat Sugih Sejahtera

PT. Sehat Sugih Sejahtera atau sering juga dikenal dengan nama sebutan Triple - S ini adalah sebuah inovasi dari perusahaan jamu terbesar di Indonesia, yaitu PT. Sido Muncul, perusahaan ini diresmikan pada bulan Juni 2003. Visi atau tujuan utama jangka panjang dari PT. Sehat Sugih Sejahtera adalah terwujudnya kesejahteraan konsumen dan keluarganya. Misinya yaitu merekrut masyarakat dari semua kalangan menjadi anggota atau konsumennya, yang sekaligus nanti bisa menjadi distributor bagi produk-produk sesuai Rencana Pemasarannya.

Visi dan misi inilah yang membuat PT. Sido Muncul menciptakan suatu sistem usaha yang realistis pada PT. Sehat Sugih Sejahtera, yaitu : dengan modal kecil, sistem yang sederhana, tidak memerlukan keahlian khusus, menggunakan produk sehari-hari, harga terjangkau, waktu dan tempat usaha bisnis yang fleksibel, penghasilan meningkat dalam waktu singkat, dan dapat diwariskan;

dengan sistem usaha yang seperti ini semua orang yang cakap dan dewasa menurut undang-undang pasti bisa melakukannya, dan pasti bisa meraih sukses yang ditawarkan oleh PT. Sehat Sugih Sejahtera ini.

Prestasi PT. Sehat Sugih Sejahtera ini adalah pernah mendapatkan penghargaan “Bung Hatta Awards”, ini dikarenakan PT. Sehat Sugih Sejahtera ini ternyata telah dapat dirasakan manfaatnya bukan hanya oleh masyarakat kalangan atas saja, tetapi terlebih lagi masyarakat ekonomi lemah. Kepedulian perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat ekonomi lemahlah yang membuat perusahaan ini berhasil mendapatkan penghargaan tersebut. Selain itu, perusahaan Multilevel Marketing ini, juga sudah terdaftar menjadi salah satu anggota APLI (Asosiasi Penjual Langsung Indonesia), yang merupakan bukti telah diakui sebagai perusahaan Multilevel Marketing yang sehat dan tidak merugikan konsumennya.

PT. Sehat Sugih Sejahtera ini mempunyai prospek bisnis yang cerah dan peluang pasar yang besar, karena masih baru saja diresmikan tahun 2003 yang lalu, dan sampai bulan Juni 2004, di tahun pertama, sudah memiliki ± 700 stokis tersebar hampir di semua kota besar atau kecil di Indonesia, serta mempunyai omset 10 besar diantara ± 200 perusahaan Multilevel Marketing lain yang ada di Indonesia (wawancara, 2004 : -), hal ini menunjukkan begitu besar minat masyarakat terhadap bisnis yang unik ini. Selain karena prospek dan peluang yang besar; harga produk-produknya terjangkau atau murah, sehingga mudah dipasarkan; kualitas produknya juga sudah diakui oleh Departemen Kesehatan Republik Indonesia; pada setiap bulannya selalu ada penambahan produk-produk baru, sehingga akan terus berkembang sesuai dengan kebutuhan atau permintaan masyarakat; juga karena sistemnya yang sederhana ini, sehingga semua orang bisa menjalankannya dengan mudah. Jadi untuk memulai menjalankan bisnis ini hanya perlu menjadi konsumen setia untuk produk-produk PT. Sehat Sugih Sejahtera dan mengajak orang lain untuk melakukan hal yang sama, hingga terjadi duplikasi dan multiplikasi yang menjadi ciri sistem piramid atau binari pada sistem pemasaran Multilevel Marketing.

BAB III

PEMBAHASAN



3.1 MEKANISME PEMBUATAN PERJANJIAN MULTILEVEL MARKETING

Negara Indonesia ini sebenarnya belum mempunyai undang-undang yang mengatur secara khusus mengenai perjanjian Multilevel Marketing. Padahal dalam realitanya banyak terjadi kasus-kasus yang mengakibatkan kerugian yang cukup besar bagi masyarakat, karena penyelewengan dan wanprestasi yang dilakukan oleh perusahaan Multilevel Marketing tersebut.

Undang-undang yang ada sekarang ini hanya mengatur secara umum, tentang hal-hal yang berkaitan dengan esensi dari perjanjian, misalnya asas-asas perjanjian, unsur-unsur perjanjian, syarat-syarat perjanjian, dan perjanjian berdasarkan kesepakatan bersama diberikan kebebasan oleh undang-undang untuk membuat aturan tersendiri bagi para pihaknya. Setiap perjanjian yang dibuat harus memenuhi unsur-unsur perjanjian yang tercakup dalam pengertian perjanjian yaitu adanya hubungan atau peristiwa hukum, subyek hukum lebih dari satu, prestasi, obyek; asas-asas perjanjian, yaitu asas konsensualisme, asas kebebasan berkontrak, asas kekuatan mengikat, asas kepastian hukum, asas personalitas, asas itikad baik; juga syarat sahnya perjanjian yang meliputi kesepakatan para pihak, kecakapan, obyek tertentu, dan sebab yang halal.

Perjanjian yang terjadi antara distributor dan perusahaan Multilevel Marketing pada umumnya, jika ditinjau dari segi hukumnya, maka diketahui adanya hubungan hukum yang didasarkan pada pemberian kuasa, yang bila dilihat dari isi perjanjian, telah sesuai dengan ketentuan pasal 1792 kitab Undang-undang hukum Perdata, dimana pemberian kuasa adalah suatu persetujuan dimana seseorang memberikan kekuasaan kepada orang lain yang menerimannya untuk atas namanya menyelenggarakan suatu urusan. Tetapi pada PT. Sehat Sugih Sejahtera, hubungan hukum yang terjadi tidak didasarkan pada pemberian kekuasaan, hal ini diatur pada kode etik perusahaan pasal 2 ayat 2, dimana seorang distributor adalah berdiri sendiri (tidak mempunyai ikatan kerja) dan tidak

menjadi wakil dari perusahaan; distributor tidak boleh mengaku bahwa dia mempunyai kedudukan atau dapat mewakili perusahaan dalam hal misalnya membuat ikatan kerja, menjual saham perusahaan, ataupun memberikan penjelasan kepada media massa. Jadi hubungan hukum yang terjadi adalah sebatas sebagai anggota sesuai dengan hak dan kewajibannya yang diatur dalam kode etik PT. Sehat Sugih Sejahtera, dan sebagai mitra usaha, bila distributor menjalankan fungsinya sebagai distributor independen, yaitu menjalankan usahanya sebagai distributor dengan menjual produk-produk, tetapi tanpa ikatan kontrak kerja dengan perusahaan.

PT. Sehat Sugih Sejahtera menjalankan usahanya dengan menggunakan sistem pemasaran Multilevel Marketing, yaitu cara pemasaran yang digunakan oleh suatu perusahaan dimana perusahaan memberikan kesempatan kepada distributornya untuk lebih bebas dalam mengembangkan diri dengan jalan menjual produk-produk dari perusahaan dan memperluas jaringan usahanya dengan jalan merekrut anggota atau dengan kata lain melakukan penjualan langsung dengan strategi pemasaran bertingkat. Dalam hal ini peranan PT. Sehat Sugih Sejahtera adalah membimbing dan menyediakan produk bagi tenaga pemasar (distributor), yang dianggap sebagai mitra usaha perusahaan, melalui agen-agen atau yang dikenal dengan nama stokis, salah satu yang ada di Jember adalah stokis 227. Seorang distributor untuk menjadi mitra usaha, maka dituntut untuk memenuhi beberapa prosedur atau aturan yang ada pada PT. Sehat Sugih Sejahtera. Prosedur atau aturan yang ada disebut Kode Etik dan Rencana Pemasaran PT. Sehat Sugih Sejahtera (lihat Lampiran III).

Suatu perjanjian merupakan suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang lain, atau dimana dua orang saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu. Definisi diatas menunjukkan bahwa awal dari terjadinya suatu perjanjian adalah adanya dua pihak yang saling bertemu, bersepakat dalam suatu peristiwa tertentu mengenai suatu prestasi.

Sama halnya dengan perjanjian pada umumnya, maka mekanisme pembuatan Multilevel Marketing adalah diawali dengan bertemunya kedua pihak dalam suatu peristiwa yang kemudian saling menjanjikan prestasi. Dalam

proses menuju kesepakatan, akan terjadi saling menukar informasi atau pengutaraan kehendak masing-masing, yang meliputi kecakapannya, domisili hukumnya, hal tertentu yang menjadi obyek prestasi, dan sebab yang halal terjadinya perjanjian, dan lain-lain sesuai kehendak para pihak sehingga menyebabkan kesepakatan perjanjian Multilevel Marketing itu dibuat.

Perjanjian Multilevel Marketing yang dibuat antara perusahaan Multilevel Marketing PT. Sehat Sugih Sejahtera dengan calon distributornya adalah perjanjian dalam bentuk baku. Menurut ketentuan pasal 18 Undang-undang nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen. Klausula baku dalam setiap dokumen atau perjanjian dibuat oleh salah satu pihak yang lebih dominan dari pihak lainnya, dalam arti lebih menguasai jalannya pembuatan perjanjian. Dikatakan bersifat baku karena tidak dapat dan tidak mungkin dinegosiasikan atau ditawarkan oleh pihak lainnya, atau dikenal dengan sebutan atau motto "*take it or leave it*".

Bentuk perjanjian Multilevel Marketing yang terdapat di PT. Sehat Sugih Sejahtera telah memenuhi syarat-syarat perjanjian, sebagaimana tertuang dalam pasal 1320 Kitab Undang-undang Hukum Perdata, yaitu :

1. Sepakat mereka yang mengikatkan diri

Pihak perusahaan PT. Sehat Sugih Sejahtera yang diwakili oleh distributornya mempresentasikan produk-produk dan sistem pemasarannya, juga dijelaskan tentang hak dan kewajiban masing-masing pihak, ketentuan harus mematuhi kode etik perusahaan, dan penjelasan mengenai rencana pemasaran perusahaan. Persetujuan kehendak dari para calon distributor ini sifatnya bebas artinya betul-betul atas kemauan sukarela antara pihak-pihak tidak ada unsur paksaan, unsur penipuan dan unsur kelalaian dari masing-masing pihak.

2. Kecakapan untuk membuat perjanjian

Perjanjian yang dibuat oleh pihak perusahaan dengan pihak distributor dilakukan oleh orang-orang yang cakap. Pada Kitab Undang-undang Hukum

Perdata pasal 29, seorang pria dianggap dewasa dan dapat melakukan perjanjian pada usia 18 tahun, sedangkan wanita pada usia 15 tahun. Pada kode etik PT. Sehat Sugih Sejahtera, pasal 1 ayat 4, yang menyatakan bahwa “pemohon harus sudah berumur 17 tahun pada saat permohonan diajukan, serta memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP), kecuali dalam hal pewarisan dikarenakan meninggal dunia”.

3. Suatu hal tertentu

obyek perjanjian yang dipergunakan dalam perjanjian tersebut yaitu suatu barang berupa produk-produk yang jelas, yang telah ditentukan macam atau jenis benda, serta harganya pada daftar harga yang diterbitkan oleh PT. Sehat Sugih Sejahtera secara resmi.

4. Suatu sebab yang halal

Barang-barang atau produk-produk yang dipasarkan atau diperjualbelikan oleh PT. Sehat Sugih Sejahtera itu bukan produk-produk yang cacat hukum, tidak halal, atau hasil mencuri. Motivasi terjadinya hubungan hukum antara kedua belah pihak juga benar dan halal. Motivasi PT. Sehat Sugih Sejahtera adalah sesuai dengan nama dan mottonya, yaitu membuat semua anggotanya sehat, *sugih* (kaya), dan sejahtera. Motivasi calon distributor adalah membeli produk untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan lainnya, serta meraih kesempatan menjalankan bisnisnya sesuai aturan yang berlaku dan benar..

Perjanjian Multilevel Marketing dalam bentuk baku, tertuang dalam formulir permohonan keanggotaan yang harus diisi dengan sebenar-benarnya oleh calon distributor, dengan ketentuan tertulis, bahwa calon distributor bersedia mengikuti dan menjalankan aturan yang berlaku bagi distributor. Sebagai persetujuan atas ketentuan pada perjanjian baku tersebut, yaitu dilakukan penandatanganan formulir pendaftaran keanggotaan tersebut oleh calon distributor dan distributor sebagai sponsornya.

Isi dari formulir pendaftaran keanggotaan PT. Sehat Sugih Sejahtera, selain dari identitas dari konsumen atau calon distributor, dan identitas dari distributor sponsornya, juga ada pernyataan menjadi distributor, yang isinya adalah :

Dengan disetujuinya Formulir Pendaftaran Keanggotaan ini oleh PT. Sehat Sugih Sejahtera (Triple – S), dan sebelumnya Pemohon yang bertanda tangan di Formulir Pendaftaran Keanggotaan ini menjalankan bisnis Triple - S (selanjutnya disebut distributor Triple - S), Distributor menyetujui dan memahami bahwa :

1. Distributor adalah seorang pemilik usaha mandiri, bukan merupakan karyawan Triple - S, perwakilan resmi ataupun agen dari Triple – S.
2. Distributor hanya akan menjalankan bisnisnya sendiri, membeli dan menjual produk-produk Triple - S secara tunai berdasarkan rekening Distributor sendiri, dan akan mematuhi semua aturan, ketentuan, kebijakan, dan tata cara Triple - S sebagaimana tertuang dalam Kode Etik dan Peraturan dan Rencana Pemasaran Triple - S serta publikasi resmi Triple - S lain yang dibuat untuk dipergunakan sebagai acuan, termasuk perubahan-perubahan yang dilakukan dari waktu ke waktu.
3. Triple - S akan menjual secara tunai kepada Distributor, produk-produk Triple - S sejumlah yang diperlukan oleh Distributor.
4. Distributor hanya akan memberikan deskripsi, penjelasan, pernyataan mengenai usaha Triple - S dan produk-produknya sesuai publikasi resmi yang dikeluarkan oleh Triple – S.
5. Triple - S dapat secara mutlak atas alasan apapun menerima dan menolak aplikasi ini, menolak permohonan perpanjangan hak distributor, memberhentikan sementara, dan / atau memutuskan perjanjian ini berdasarkan keputusan tunggalnya, dengan mengirimkan pemberitahuan tertulis kepada Distributor apabila Distributor yang bersangkutan telah melanggar ketentuan dalam perjanjian ini atau peraturan yang ditetapkan dalam Kode Etik dan Peraturan Triple – S.
6. Hak Distributor ini tidak dapat dialihkan tanpa izin tertulis dari Triple – S.
7. Penandatanganan Formulir Pendaftaran Keanggotaan dan pembelian Paket Usaha merupakan satu-satunya hal yang dipersyaratkan untuk menjadi seorang Distributor. Jika dalam jangka waktu 14 (empat belas) hari Distributor memutuskan untuk tidak melanjutkan sebagai Distributor, maka yang bersangkutan harus mengajukan surat pengunduran diri secara resmi kepada Triple – S, mengembalikan Paket Usahanya kepada Triple – S. Setelah surat pengunduran dirinya diproses oleh Triple – S, Distributor dan / atau suami / istri atau rekanan harus menunggu 6 (enam) bulan sebelum mengajukan permohonan kembali untuk kedistributoran Triple - S lain, dan Distributor tidak membeli atau menjual produk-produk Triple - S serta tidak mengambil bagian dalam segala kegiatan Triple - S dalam waktu tersebut.
8. perjanjian ini mengikat dan menjamin manfaat bagi kedua belah pihak, pewaris, dan penerus kepentingannya.

KETERANGAN YANG DIBERIKAN PADA FORMULIR PERMOHONAN KEANGGOTAAN INI ADALAH BENAR DAN JUJUR.

Formulir pendaftaran setelah diisi lengkap dan ditandatangani, maka diproses pada stokis-stokis terdekat untuk mendapatkan nomor anggota, barang-barang kebutuhan yang dibeli dengan minimal 26 Nilai poin (NP), maka distributor tersebut akan mendapat Paket Usaha, kartu anggota, dan mulai saat itu

distributor baru berhak untuk membeli produk-produk PT. Sehat Sugih Sejahtera dengan harga distributor. Penghargaan dan fasilitas lain untuk distributor setelah mencapai peringkat tertentu antara lain adalah : PIN, sertifikat, foto dan kisah sukses, buletin Triple - S.

Perjanjian dalam PT. Sehat Sugih Sejahtera merupakan wujud dari adanya hubungan hukum antara perusahaan selaku pemasok barang dan distributor selaku pemasar. Dimana adanya perjanjian ini melahirkan hak dan kewajiban antara perusahaan dan distributor. Pada PT. Sehat Sugih Sejahtera, seorang distributor yang telah terikat perjanjian haruslah mengerjakan kewajiban yang telah disepakati, dan memperoleh hak dari apa yang telah dilakukan bagi PT. Sehat Sugih Sejahtera, begitu pula sebaliknya. Distributor independen sebagai mitra usaha memiliki arti bahwa tidak terikat pada kontrak kerja, sehingga mempunyai kedudukan yang sama dalam menjalankan peranannya masing-masing.

PT. Sehat Sugih Sejahtera memiliki prosedur yang jelas, hal ini mempermudah baik bagi perusahaan maupun distributor untuk melakukan perekrutan bagi calon distributor baru. PT. Sehat Sugih Sejahtera dalam menjalankan usahanya berusaha untuk bisa memberikan yang terbaik bagi para anggotanya, antara lain adalah : sebagai balas jasa dari perusahaan atas kerja keras dari distributornya, maka PT. Sehat Sugih Sejahtera memberikan penghargaan berupa jenjang prestasi. Jenjang prestasi haruslah memenuhi kriteria-kreteria tersendiri yang telah diatur dalam perjanjian antara perusahaan dengan distributor. Jenjang prestasi dalam PT. Sehat Sugih Sejahtera antara lain adalah Distributor 1 (D1), Distributor 2 (D2), Asisten Manager (AM), Manager (M), Asisten Direktur (AD), Wakil Direktur (WD), Direktur (D), Wakil Direktur Eksekutif (WDE), Direktur Eksekutif (DE). Dimana dalam pemberian penghargaan jenjang ini salah satu kriteria untuk memperolehnya adalah berdasarkan pada omzet penjualan yang berhasil dilakukan oleh seorang distributor, baik untuk dipakai sendiri maupun dijual kepada orang lain. Dengan kata lain bagi anggota yang berminat menjalankan bisnis Multilevel Marketing ini, semakin besar omzet penjualannya, maka semakin besar pula jenjang prestasi yang akan diraihnya, dan ini berkaitan erat dengan komisi dan nilai bonus yang diberikan kepada distributor.

Selain penghasilan dari penjualan produk, PT. Sehat Sugih Sejahtera juga menjanjikan kepada mitra usahanya berupa bonus-bonus, yaitu Bonus Pembelian (BP), Bonus Aktif (BA), Bonus Pembinaan (BPb), Bonus Kepemilikan (BKPM), Bonus Kepemimpinan (BK), Bonus Wisata (BW), Bonus Religi / Umroh (BRU), Bonus Royalti (BRO). Bonus-bonus ini disesuaikan dengan posisi dan jenjang prestasi yang sudah mampu diraih oleh seorang distributor. Untuk memperoleh keuntungan, bonus-bonus, dan posisi prestasi yang ingin diraih, maka seorang distributor haruslah memiliki jiwa yang ulet dalam arti tidak mudah menyerah dan mau bekerja keras dalam menghadapi tantangan di era perdagangan dan persaingan antara perusahaan Multilevel Marketing. Untuk itu PT. Sehat Sugih Sejahtera juga mendukung, dengan berusaha memproduksi produk-produk yang berkualitas dengan harga bersaing.

Produk-produk yang diproduksi oleh PT. Sehat Sugih Sejahtera antara lain yaitu : Kuat Joss, Pace Kapsul, Triplebalm Balsem Gosok, Mie Ginseng instant, Triple Kool Jelly, Minyak Goreng, Teh Celup Paling Wangi, Lampu Super Light, Selimut Multifungsi, Spot Clean, Claire Ladies Cardigan, Colour Labs Lipstick, dan lain-lain. Dimana dalam menjaga kualitas dari produk-produk yang ada, maka PT. Sehat Sugih Sejahtera bekerjasama dalam bidang penelitian dan pengembangan produk dengan perusahaan-perusahaan lain yang ahli dalam bidangnya. Produk-produk PT. Sehat Sugih Sejahtera terdaftar di Departemen Kesehatan Republik Indonesia. PT. Sehat Sugih Sejahtera sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dengan sistem pemasaran Multilevel Marketing, juga sudah terdaftar dalam APLI (Asosiasi Penjual Langsung Indonesia), sehingga PT. Sehat Sugih Sejahtera terbukti bahwa produk-produknya halal dan sistemnya tidak merugikan konsumen yang bergabung menjadi anggotanya.

PT. Sehat Sugih Sejahtera pernah mendapatkan penghargaan “Bung Hatta Awards”, yang membuktikan bahwa PT. Sehat Sugih Sejahtera peduli dan memperhatikan kesejahteraan masyarakat ekonomi lemah sebagai konsumen, dalam arti harga produknya tidak hanya dapat dijangkau mulai dari masyarakat menengah keatas, tetapi dapat juga dijangkau mulai dari masyarakat dengan ekonomi sosial lemah hingga konglomerat, dan memberikan perlindungan

konsumen bagi anggotanya, sesuai Undang-undang Nomor 8 tahun 1999, tentang Perlindungan Konsumen.

Prospeknya cerah, karena baru berdiri pada bulan Juni tahun 2003, sehingga kesempatan atau peluang pasar masih banyak, juga karena produk-produk yang dihasilkan adalah produk-produk dengan harga pasar yang cenderung stabil, sehingga tidak mudah naik turun harganya, ketika harga pasaran mulai bergoncang.

3.2 HAK DAN KEWAJIBAN KONSUMEN DAN PELAKU USAHA SEBAGAI AKIBAT DARI PERJANJIAN MULTILEVEL MARKETING

Hubungan hukum antara perusahaan dengan distributor terjadi sejak seseorang setuju dan sepakat untuk mengikatkan diri dalam perjanjian Multilevel Marketing, menjadi distributor, meskipun hanya sebagai distributor pasif, yaitu bagi pemenuhan kebutuhannya pribadi dan keluarganya, maupun distributor aktif, yaitu menjalankan bisnis sesuai rencana pemasaran. Seorang distributor sebagai akibat dari perjanjian Multilevel Marketing diberikan kewenangan khusus oleh perusahaan, juga kewajiban-kewajiban atau keharusan-keharusan khusus, yang bisa dilihat dari hak dan kewajiban konsumen sekaligus distributor dan P.T. Sehat Sugih Sejahtera, selaku pelaku usaha yaitu :

- A. - Hak-hak calon distributor dan distributor sebagai konsumen, yaitu sebagai berikut :
1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
 2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
 3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
 4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;

5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
 6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
 7. Hak untuk diperlakukan dan dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
 8. Hak untuk mendapat kompensasi, dan ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
 9. Konsumen sekaligus distributor berhak memasarkan atau menjual produk-produk PT. Sehat Sugih Sejahtera di seluruh wilayah Indonesia;
 10. Hak-hak lain yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.
- Kewajiban-kewajiban calon distributor dan distributor sebagai konsumen, antara lain yaitu :
1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
 2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
 3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
 4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut;
 5. Para konsumen sekaligus distributor wajib menjaga dan tidak mencemarkan nama baik perusahaan serta rekan kerja, yaitu distributor lain.
- B. - Hak PT. Sehat Sugih Sejahtera dan distributornya sebagai pelaku usaha, yaitu sebagai berikut:
1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
 2. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;

3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya 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. Mendapatkan kerjasama yang baik dari distributor selaku mitra usaha, yang diwujudkan dalam peningkatan omset penjualan dan promosi-promosi (presentasi) dari tiap-tiap distributor yang menjadi distributor aktif.
 6. Memutuskan hubungan sebagai mitra usaha (pasal 10 Kode Etik dan Peraturan PT. Sehat Sugih Sejahtera), apabila ada komplain dari konsumen, yang sudah diselidiki dan merupakan itikad tidak baik dari distributor tersebut;
 7. Hak-hak lain yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.
- Kewajiban-kewajiban PT. Sehat Sugih Sejahtera dan distributor sebagai pelaku usaha, yaitu sebagai berikut :
1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
 2. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
 3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
 4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
 5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberikan jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;

6. Memberikan kompensasi atau ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
7. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian;
8. Mengawasi dan mengontrol pelaksanaan setiap hak, kewajiban dan larangan yang diberikan bagi distributor;
9. Memberikan kebebasan kepada distributor untuk menentukan sendiri jam kerjanya, tempat pemasarannya, orang yang akan direkrut, serta memberikan kartu anggota yang telah menjadi hak distributor;
10. Memberikan potongan harga dan bonus-bonus sesuai dengan janjinya yang tercantum dalam kode etik dan peraturan;
11. Memberikan produk-produk dengan kualitas yang baik dan terjamin serta dapat dipertanggungjawabkan menurut hukum;
12. Memberikan program-program pelatihan pada para distributor yang telah tergabung dalam PT. Sehat Sugih Sejahtera sebagai salah satu penunjang dalam pengembangan kualitas sumber daya manusia.

3.3 PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PERJANJIAN MULTILEVEL MARKETING BILA TERJADI WANPRESTASI OLEH PT. SEHAT SUGIH SEJAHTERA

Sistem pemasaran di dunia ini sangat banyak jenisnya, salah satunya adalah sistem pemasaran Multilevel Marketing. Setiap orang bila mendengar sistem pemasaran Multilevel Marketing ini, pasti yang mereka pikirkan adalah bahwa produk-produk yang dijual sangat mahal dengan kualitas, yang menurut penjualnya adalah hebat dan luar biasa, dengan kata lain adalah produk ajaib, dan banyak janji muluk-muluk lainnya, yang tidak selalu terbukti benar. Banyak pikiran negatif lain yang terlintas di pikiran masyarakat saat mendengar "Multilevel Marketing". Tetapi, hal ini tidak menyurutkan PT. Sehat Sugih Sejahtera untuk bergerak dengan sistem pemasaran Multilevel Marketing, karena perusahaan ini sudah melihat, bahwa banyak sekali keunggulan dari sistem

pemasaran Multilevel Marketing yang menguntungkan, dan dengan analisis yang tepat PT. Sehat Sugih Sejahtera yakin dapat meminimalisir kelemahan dari sistem pemasaran Multilevel Marketing ini.

Kelemahan-kelemahan dari sistem pemasaran Multilevel Marketing pada umumnya, yang telah dapat ditanggulangi oleh PT. Sehat Sugih Sejahtera antara lain yaitu :

1. *Market Saturation* atau Masalah Kejenuhan Pasar

Ada dua istilah yang berhubungan dengan masalah *market saturation* ini, yaitu *market saturation* dan *market penetration* (penetrasi pasar). *Market saturation* adalah kondisi suatu pasar di dalam menanggapi kehadiran suatu produk. Suatu pasar dikatakan *saturate* atau jenuh, jika ada banyak produk yang ditawarkan dipasar sehingga pasar mengalami kesulitan atau tidak mampu untuk menyerap produk tersebut. (Benny Santoso, 2003 : 58). *Market penetration* adalah suatu tindakan untuk “melemparkan” suatu produk kedalam pasar, penetrasi pasar ini akan mengalami kesulitan yang besar, jika pasar yang akan dituju sudah dalam kondisi jenuh. (Benny Santoso, 2003 : 58). Dari keterangan-keterangan diatas, maka bisa dinilai ini adalah masalah bagi perusahaan Multilevel Marketing, dan seolah tidak menjadi masalah bagi konsumen sebagai konsumen, maupun sebagai distributor. Padahal ini adalah merupakan permasalahan terbesar bagi para distributor.

Pertanyaan yang timbul dari permasalahan ini adalah : “Bagaimana nasib distributor yang ada dibawah, jika terjadi kejenuhan pada pasar?”. Umumnya para *upline* akan menjawab “Ini urusan nanti, karena pangsa pasar dari produk perusahaan ini masih luas, dan walaupun benar terjadi kejenuhan suatu saat nanti, maka saya akan membantu sekuat tenaga.” Tetapi jika memang pasar sudah jenuh, bagaimana mereka bisa membantu? Satu-satunya cara adalah dengan membeli sendiri produk-produk yang mereka tawarkan itu, istilah ini sering disebut *inventory loading*, yang artinya adalah membeli produk untuk memenuhi target penjualan. Tindakan ini dilakukan untuk membuat distributor baru bisa mendapatkan bonus yang lebih tinggi atau menempati kedudukan yang lebih

tinggi dengan lebih cepat. Padahal tindakan ini meningkatkan risiko untuk mengalami kerugian yang lebih tinggi juga, jika penjualan tidak bisa dilakukan.

Masalah ini sudah dipikirkan oleh PT. Sehat Sugih Sejahtera, yaitu dengan menjual produk-produk yang didominasi oleh kebutuhan rumah tangga sehari-hari, jadi pasti dibutuhkan dan dikonsumsi terus-menerus dalam kehidupan sehari-hari oleh setiap konsumen, selama hidup konsumen. Misalnya, pasar untuk mie instan, pasti lebih luas daripada pasar kamera digital, karena mie instan termasuk dalam bahan kebutuhan sehari-hari. Selain itu yang menjadi ciri khas dari PT. Sehat Sugih Sejahtera ini adalah tidak menekankan pada perekrutan anggota sebanyak-banyaknya saja, tetapi terencana dan pencapaian target penjualan yang tidak terlalu tinggi. Tetapi yang ditekankan adalah mengajak pindah belanja, yang biasa dilakukan para konsumen di warung-warung atau toko-toko, menjadi pindah belanja ke PT. Sehat Sugih Sejahtera.

Perekrutan anggota diatur lebih lanjut pada peraturan sistem pemasaran dan rencana strategis pemasaran PT. Sehat Sugih Sejahtera, jadi tidak terlalu membebani anggota. Harga untuk produk-produk tersebut juga terjangkau untuk semua kalangan konsumen, dari ekonomi lemah hingga tingkat atas. Dikatakan *upline* akan membantu sekuat tenaga untuk menyelesaikan setiap kesulitan para *downlinenya*, bahkan *upline* akan memberikan pelatihan untuk menunjang pengembangan sumber daya manusia dari para *downlinenya*. Hal ini sudah diatur dalam pasal 3 ayat 4 Kode Etik dan Peraturan PT. Sehat Sugih Sejahtera, yang berbunyi “*Upline* wajib memberikan bimbingan, pelatihan, dan penjelasan segala sesuatu hal yang berhubungan dengan usaha Triple-S dengan benar dan tulus.”

2. Problem Organisasi

Jika kita menghitung pemberian beras pada suatu papan catur, untuk kotak pertama diberi satu butir beras, dan kotak kedua digandakan 2 kali, kotak ketiga 4, kotak keempat 8, dan seterusnya, maka pada kotak papan catur yang terakhir yaitu ke-64 akan terdapat 36.893.488.147.419.100.000 butir, jika dimisalkan 1 kilogram beras terdiri dari 1.000.000 butir beras (ini hanya perkiraan saja), maka jumlah beras dalam jumlah hitungan kilogram adalah 36.893.488.147.419 Kg (lebih dari 36 trilyun Kilogram beras), jumlah ini lebih daripada jumlah produksi beras

selama satu tahun dari seluruh negara didunia ini. Sifat penggandaan ini sangat luar biasa sekali, dan sistem inilah yang dipakai oleh sistem pemasaran Multilevel Marketing. Jumlah penduduk di bumi ini sekitar 8 milyar, maka hanya diperlukan penggandaan hingga level 33 saja, bila ingin berpartisipasi semua penduduk bumi sebagai konsumen. Skema seperti diatas ini adalah skema piramid, karena sesuai dengan bentuk piramid, dimana mempunyai anggota sedikit dibagian atasnya, dan semakin banyak di level-level berikutnya. Pengertian dari skema piramid adalah sebuah rencana yang menjanjikan keuntungan yang besar hanya dari merekrut orang lain untuk bergabung pada program dan bukannya berdasarkan pada keuntungan dari investasi yang sejati atau menjual produk kepada publik.

Skema piramid sendiri dibedakan menjadi dua yaitu :

1. Skema Piramid Murni (*Naked Pyramid Scheme*)

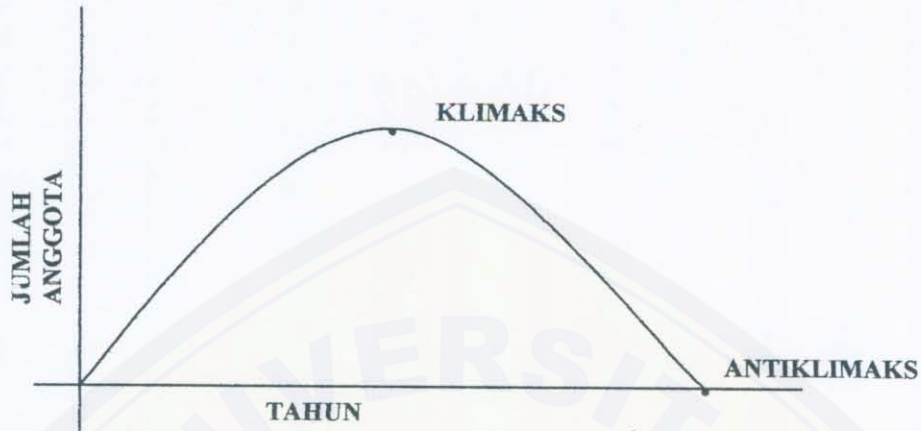
Yaitu skema piramid yang tidak melibatkan penjualan produk. Para partisipan membayar biaya partisipasi dan berharap mendapatkan keuntungan dari merekrut orang lain saja kedalam sistem, salah satu contoh dari skema ini adalah surat berantai.

2. Skema Piramid berbasis produk (*Product Based Pyramid Scheme*)

Skema piramid dimana para partisipan baru dipikat untuk membeli produk yang seharusnya mereka jual. Rencana Multilevel Marketing seharusnya hanya membayarkan komisi untuk penjualan *retail* dari produk dan bukannya untuk merekrut distributor baru. Tetapi, perusahaan Multilevel Marketing biasanya membuat struktur dari pembayaran mereka sedemikian rupa sehingga merekrut orang menjadi lebih menguntungkan daripada hanya sekedar menjual produk. (Benny Santoso, 2003 : 78).

Sudah dapat dibayangkan bagaimana keunggulan dari sistem pemasaran Multilevel Marketing dengan skema piramid, dimana pasti akan didapat banyak sekali komisi bagi para distributor dengan perekrutan anggota sesuai dengan level-levelnya dalam skema piramid. Tetapi perlu juga dibayangkan bagaimana kelemahannya yang pasti bahwa struktur organisasi seperti skema piramid ini

akan berhenti sampai suatu titik tertentu, yaitu pada antiklimaksnya, yang dapat digambarkan seperti ini :



Keterangan :

- Jumlah anggota pada suatu tahun tertentu akan berbanding naik, pada saat kondisi perusahaan belum mengalami klimaks atau titik jenuh
- Jumlah anggota pada suatu tahun tertentu akan berbanding turun, pada saat kondisi perusahaan akan mendekati titik antiklimaks, dan akan berhenti pada titik antiklimaks.

Keadaan seperti ini bisa juga terjadi pada perusahaan dengan sistem pemasaran lainnya di dunia nyata, yang juga mempunyai titik dimana penjualan akan berhenti sama sekali, umumnya mereka tidak mepedulikan hal ini, atau jika peduli sekalipun, ketika mempresentasikan atau menawarkan perekrutan dan penjualan, perusahaan tidak akan pernah memberikan informasi ini kepada para calon anggotanya. Situasi ini akan sangat merugikan bagi anggota yang berada di level bawah, karena akan membutuhkan jumlah orang yang lebih banyak lagi untuk membentuk level dibawahnya.

Masalah organisasi inipun sudah dipikirkan solusinya oleh PT. Sehat Sugih Sejahtera. PT. Sehat Sugih Sejahtera mengantisipasi dan memberikan perlindungan bagi setiap konsumen, supaya tidak memberikan beban, dan merugikan konsumen sekaligus distributornya, bahkan yang diharapkan oleh PT. Sehat Sugih Sejahtera adalah terpenuhinya semua kebutuhan anggotanya, juga ada tambahan-tambahan berupa penghasilan perbulan yang berasal dari komisi

pembelian pribadi maupun dari para *downlinenya*, serta macam-macam bonus tambahan, bila distributor dinyatakan *qualified*.

Solusi yang ditemukan oleh PT. Sehat Sugih Sejahtera adalah bahwa tiap konsumen yang menjadi anggota tidak diwajibkan untuk menjadikan keanggotaannya ini menjadi suatu bisnis, dalam arti bahwa konsumen tidak diharuskan merekrut anggota dan menjalankan rencana pemasarannya sesuai rencana pemasaran perusahaan, konsumen hanya diminta untuk mulai mengalihkan tempat belanja pada PT. Sehat Sugih Sejahtera, dan diharapkan konsumen juga mengajak keluarga, teman, tetangga, rekan bisnis, dan banyak orang lain lagi yang konsumen kenal, untuk juga mulai mengalihkan belanja pada PT. Sehat Sugih Sejahtera. Jadi PT. Sehat Sugih Sejahtera tidak menekankan pada perekrutan anggota saja, sehingga risiko skema piramid murni yang tidak berbasis produk, dapat dihindarkan dan menjadi tidak menguatirkan. Tetapi bila distributor tersebut memang terpacu untuk mencari atau merekrut banyak anggota untuk menjadi *downlinenya* dan *downline-downline* level bawahnya, maka pasti akan tetap bisa merekrut banyak *downline*, karena produk yang dipasarkan oleh PT. Sehat Sugih Sejahtera ini, adalah bahan kebutuhan hidup sehari-hari, jadi pasti dibutuhkan sekali oleh sebagian besar orang diseluruh dunia, khususnya Indonesia, dengan jumlah penduduk yang banyak ini, maka masih besar sekali peluang pasar yang belum dimasuki oleh produk-produk PT. Sehat Sugih Sejahtera, yang masih baru berdiri tahun 2003.

Sistem Pemasaran Multilevel Marketing pada PT. Sehat Sugih Sejahtera ini, tidak ada risiko kerugiannya sama sekali, seperti yang biasa terdapat pada bisnis Multilevel Marketing lain, misalnya :

1. Untuk menjadi anggota di PT. Sehat Sugih Sejahtera, hanya dengan membeli produk yang disesuaikan dengan kebutuhan, dan dalam jumlah tertentu yang relatif ringan dengan harga yang murah dan tidak dimahal-mahalkan.
2. Bila bisnis tidak dijalankan, tidak menjadi masalah atau kerugian bagi konsumen, karena tidak ada uang pendaftaran yang harus dibayarkan, waktu mendanai.

3. Poin yang sudah dikumpulkan, tidak mungkin hangus untuk seumur hidup, dengan syarat yang mudah sekali, dan dapat diwariskan sesuai keinginan pewaris.

Semua bisnis Multilevel Marketing, pasti mempunyai ciri khas piramid atau berjenjang, sesuai dengan namanya yaitu penjualan dengan banyak level. PT. Sehat Sugih Sejahtera ini termasuk dalam golongan Sistem Pemasaran Multilevel Marketing dengan skema piramid yang berbasis produk. Jadi merupakan salah satu perusahaan dengan sistem pemasaran Multilevel Marketing yang halal dan legal.

3. Problem etika dan moral

Setiap profesi atau pekerjaan pasti ada etika dan moralnya, yang salah satu aturannya dikenal dengan sebutan kode etik. Etika dan moral merupakan topik yang relatif sulit untuk didiskusikan, karena setiap orang pasti mempunyai sudut pandang yang berbeda, selain itu, dalam kondisi yang berbeda, respon masyarakat terhadap dua hal inipun, pasti berbeda. Suatu etika pada situasi yang berbeda akan berbeda juga respon dan pandangan masyarakat, tetapi untuk norma dan moral, seharusnya akan tetap sama pada kondisi apapun juga.

Etika adalah sistem daripada prinsip-prinsip moral tentang baik dan buruknya terhadap tindakan dan perilaku; atau tata susila (kesusilaan) dan tata sopan santun (kesopanan) dalam pergaulan hidup sehari-hari baik dalam keluarga, masyarakat, pemerintahan, bangsa dan bernegara. Sedangkan moral bertolak pada ilmu pengetahuan (kognitif) bukan pada afektif, berkaitan dengan jiwa dan semangat pada kelompok masyarakat, dan kesadaran kolektif.

Problem etika dan moral ini akan lebih difokuskan pada masalah “materialisme” dan “keserakahan” yang merupakan titik negatif dari pandangan setiap orang bila mendengar “Multilevel Marketing “. Semua agama menyatakan hal ini buruk, bahkan banyak orang yang tidak beragama sekalipun akan menolak bisnis ini.

Permasalahan tersebut membuktikan perlunya etika profesi didalam menjalankan setiap profesi atau pekerjaan, sehingga setiap profesi pasti mempunyai aturan main yang jelas, untuk mengantisipasi dan mengatasi hal-hal

tersebut. Tujuan umum adanya etika profesi ini, agar setiap orang yang melakukan profesi tersebut tidak akan menjadi seperti yang tidak diinginkan, salah satunya adalah materialistis dan serakah.

Beberapa profesi sudah ditetapkan kode etik profesinya yang sangat ketat, untuk menjaga supaya orang-orang yang terlibat bisa bertindak profesional, tetapi tetap sesuai dengan etikanya. Bagi yang bertindak tidak sesuai dengan kode etiknya akan ditindak dengan tegas, bahkan bisa dikucilkan dan dipecat dari profesi tersebut, karena dianggap sudah mempermalukan profesi tersebut.

Penyimpangan etika dan moral yang biasa terjadi pada bisnis Multilevel Marketing yaitu :

1. Menyebarkan isu tentang kompetitor atau saingan

Memang untuk menunjukkan keunggulan diri sendiri atau sesuatu milik sendiri, seseorang perlu membandingkannya dengan diri maupun sesuatu milik orang lain, dan perbandingan itu umumnya dengan menunjukkan kejelekan atau sisi negatif lawan, sehingga seseorang itu terlihat lebih baik dan lebih unggul dalam hal-hal tertentu. Tetapi jika ini sudah menyangkut isu, maka bisa dikatakan adalah sesuatu yang negatif, yang mungkin tidak pernah ada pada lawan, tetapi sengaja dimunculkan untuk menjatuhkan saingan. Jadi perlu sekali ada aturan main yang menjadi pengontrol tindakan setiap distributor PT. Sehat Sugih Sejahtera yang diwujudkan dalam Kode Etik dan Peraturan PT. Sehat Sugih Sejahtera.

2. Beberapa kebohongan

kebohongan-kebohongan ini bisa memang sengaja diciptakan oleh perusahaan Multilevel Marketing untuk memperbesar rasa aman yang dimiliki oleh calon anggota Multilevel Marketing, atau mungkin juga kebohongan-kebohongan ini tercipta, karena tidak ada standar yang jelas saat presentasi dilakukan, sehingga tercipta dengan tidak sengaja. Setelah dilihat sumber dari kebohongan-kebohongan tersebut, PT. Sehat Sugih Sejahtera sudah memikirkan solusinya, antara lain sebagai berikut :

a. Untuk kebohongan yang sengaja diciptakan oleh perusahaan Multilevel Marketing :

PT. Sehat Sugih Sejahtera berusaha mengatakan dan menyatakan yang sebenarnya tentang produk-produknya, sistem pemasaran Multilevel Marketing dan rencana pemasaran perusahaan yang dijalankannya, dan bila ternyata masih terjadi kesalahan atau ketidaksesuaian dengan kenyataannya, maka setiap distributor atau konsumen bisa mengajukan komplain, supaya dilakukan riset dan perbaikan, serta pengembangan kearah yang lebih baik lagi. Untuk setiap kerugian yang sudah terjadi, akan diberikan ganti kerugian, tetapi hal ini disesuaikan dengan aturan yang terdapat pada kode etik dan peraturan perusahaan yang ada dan yang sudah disetujui oleh distributor saat mengisi formulir pendaftaran keanggotaan..

b. Untuk kebohongan yang tercipta secara tidak sengaja

Contoh kebohongan yang tercipta secara tidak sengaja adalah ketika seorang distributor secara tidak sengaja melebih-lebihkan, atau menyesatkan konsumen mengenai produk, rencana pemasaran, atau lainnya. Untuk mengantisipasi hal ini, maka PT. Sehat Sugih Sejahtera sudah mencantumkan aturan tentang ini pada pasal 3 ayat 5 Kode Etik dan Peraturan PT. Sehat Sugih Sejahtera, yang berbunyi : “*Upline* tidak diperbolehkan memberikan keterangan yang menyesatkan (menipu) kepada *downline* (calon *downline*), baik mengenai produk maupun Rencana Pemasaran (RP), ataupun melebih-lebihkan keberhasilan seseorang dalam usaha Triple-S untuk kepentingan pribadinya.” Juga untuk menstandarisasi presentasi para distributornya, maka diadakan workshop dan pelatihan-pelatihan untuk mengembangkan keahlian seorang distributor, ini biasanya diadakan oleh stokis atau agen, bahkan oleh *upline* dengan biaya sendiri.

4. Hubungan

Proses perekrutan calon *downline* bisa menimbulkan kemungkinan adanya eksploitasi hubungan ketika menjalankan bisnisnya oleh *upline* kepada *downline*. Bahkan banyak orang akan mengatakan bahwa eksploitasi hubungan ini, bukan suatu eksploitasi, tetapi adalah pembuatan jaring-jaring atau berjejaring.

Promosi yang disampaikan pasti akan menyatakan bahwa program Multilevel Marketing ini akan sangat menguntungkan bagi siapa saja yang terlibat. Akibatnya banyak orang yang percaya begitu saja dengan promosi ini, sehingga akan terlebih dahulu melibatkan keluarga, kerabat, teman-teman dekat, atau bahkan klien dan pasien. Hubungan bisnis yang dimiliki setiap orang akan berpotensi besar untuk menjadi lebih baik apabila dikerjakan bersama-sama dengan teman-teman maupun kerabat yang dimiliki, suatu proyek yang memberikan keuntungan bagi semua pihak yang terlibat. Tetapi juga ada potensi besar, bahwa hubungan itu menjadi renggang atau rusak jika proyek tersebut hanya menguntungkan sebagian orang saja, tetapi merugikan sebagian orang yang lain. Pihak yang dirugikan pasti merasa sudah dimanfaatkan, dengan demikian hubungan mereka akan menjadi rusak dan tidak harmonis lagi.

PT. Sehat Sugih Sejahtera ini sudah memikirkan solusinya, agar meskipun terjadi perekrutan teman atau kerabat menjadi anggota atau *downline* distributor, tetapi hubungan mereka tidak akan rusak, yaitu bahwa *downline* yang direkrut tidak perlu membayar uang pendaftaran, atau kehilangan uang seolah-olah membeli produk dengan harga yang murah, tetapi dengan harga yang sangat mahal, tetapi di PT. Sehat Sugih Sejahtera ini hanya diharuskan untuk membeli produk-produk sesuai kebutuhan, dan yang harganya sesuai dengan harga pasaran dengan kualitas terjamin, dan tidak dipaksakan untuk melakukan bisnis lebih lanjut, jadi jika mereka tidak cocok, maka mereka bisa komplain ke setiap distributor, yang akan dilanjutkan atau diselesaikan di stokis terdekat, dan bila tidak dapat diterima, baru dibawa ke perusahaan cabang atau pusat, supaya diselesaikan, dan bila ada kerugian akan diselesaikan secara kekeluargaan.

Wanprestasi merupakan tindakan yang melanggar prestasi yang diperjanjikan, yang mungkin dilakukan oleh perusahaan maupun konsumen. Wanprestasi ini pada pasal 1243 Kitab Undang-undang Hukum Perdata, bisa berupa tidak berbuat sesuatu, berbuat yang tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan, atau terlambat melakukan sesuatu. Pada bagian ini akan dibahas secara khusus wanprestasi yang dilakukan oleh PT. Sehat Sugih Sejahtera terhadap distributor atau konsumennya.

Wanprestasi pada PT. Sehat Sugih Sejahtera dapat berbentuk pemberian barang yang telah kadaluarsa atau yang mengalami kerusakan-kerusakan lainnya kepada distributor, sehingga konsumen merasa dirugikan; atau karena pembagian bonus yang dianggap tidak sesuai ketentuan yang ada pada kode etik dan peraturan PT. Sehat Sugih Sejahtera; juga tentang kualitas produk; stok yang terbatas pada stokis, sehingga konsumen harus menunggu agak lama; dan lain-lain. Dengan adanya wanprestasi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut, maka konsumen atau distributor dapat mengajukan gugatan atau komplain berisi keberatan-keberatannya, ataupun tuntutan. Adapun beberapa cara yang dapat digunakan untuk penyelesaian sengketa ini yaitu :

1. *Riele Executie* (Penyelesaian sengketa melalui pengadilan)

Dalam berbagai sengketa konsumen, menurut Hukum Acara Perdata, apabila konsumen mengajukan gugatannya, maka ia harus membuktikan bahwa gugatannya benar, biasa dikenal dengan sebutan “pembuktian terbalik”. Ketentuan ini tidak akomodatif dalam menampung kepentingan konsumen. Konsumen yang pada umumnya awam tentang proses produksi, dan hal-hal lain, dituntut untuk membuktikan adanya kelalaian perusahaan dalam memproduksi barang, maka secara teknis ini bukanlah hal yang mudah. Akan lebih adil, apabila dalam sengketa konsumen, pihak perusahaanlah yang membuktikan, sebagai pihak yang lebih berkompetensi dan ahli, yang harus membuktikan bahwa produknya tidak berbahaya bila dikonsumsi konsumen. Pengadilan yang dimaksud disini adalah Pengadilan Niaga

Penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi ini, dibedakan menjadi dua, sesuai dengan prosedur penyelesaiannya, yaitu :

a. Dengan Hukum Acara Pada Umumnya

Dimana prosedurnya lebih kompleks dan rumit, dengan hakim majelis, umumnya para pihak didampingi pengacara atau penasihat hukum, serta dengan waktu yang relatif lama dan biaya yang tidak ringan.

b. *Small Claim Court* (Peradilan Hakim Tunggal)

Secara sederhana *small claim court* dapat diartikan sebagai penyelesaian sengketa di pengadilan dengan peradilan hakim tunggal, karena dianggap

bukan suatu masalah yang kompleks, prosedurnya sederhana, tidak ada keharusan menggunakan pengacara atau penasihat hukum, serta dengan waktu yang relatif singkat, dan biaya yang ringan.

2. *Parate Executie* (Penyelesaian sengketa melalui Musyawarah kekeluargaan)

Penyelesaian sengketa dilakukan melalui cara musyawarah mufakat atau secara kekeluargaan, dimaksudkan adanya perdamaian atau dicapai suatu kata sepakat yang dapat menjadi solusi yang tidak merugikan atau memberatkan masing-masing pihak.

3. *Arbitrage* (Arbitrase)

Arbitrase merupakan salah satu metode penyelesaian sengketa, sengketa yang harus diselesaikan tersebut berasal dari sengketa atas sebuah kontrak dalam bentuk sebagai berikut

1. Perbedaan penafsiran (*disputes*), mengenai pelaksanaan perjanjian berupa :
 - a. Kontraversi pendapat (*controversy*)
 - b. Kesalahan pengertian (*misunderstanding*)
 - c. Ketidaksepakatan (*disagreement*)
2. Pelanggaran perjanjian (*breach of contract*), antara lain yaitu :
 - a. Sah atau tidaknya kontrak
 - b. Berlaku atau tidaknya kontrak
3. Pengakhiran kontrak
4. Klaim mengenai ganti rugi atas wanprestasi atau perbuatan melawan hukum.

Keuntungan dari cara Arbitrase ini antara lain :

- a. Para pihak dapat terlindungi identitas kasusnya, maupun para pihaknya masing-masing.
- b. Para pihak diberi kebebasan menentukan siapa yang diangkat untuk menyelesaikan sengketa, baik secara teknis, maupun dari segi legal.
- c. Para pihak dapat mengetahui perkembangan penyelesaiannya baik secara langsung, maupun melalui wakil resminya.
- d. Diharapkan proses dapat dijalankan dengan cara seksama dan *cost effective*

- d. Diharapkan proses dapat dijalankan dengan cara seksama dan *cost effective*
- e. Bersifat non-formil, fleksibel, dan dapat disesuaikan dengan kondisi sengketa, dan penyelesaiannya dapat dinegosiasikan sampai pada akhir proses.
- f. Para pihak mempunyai hak untuk dapat mereview keputusan dari para teknisi yang diberi kuasa (*engineer*), supaya keputusan yang dibuat mempengaruhi segi teknis, legal dapat diubah atas dasar keadilan, kewajaran, dan kepatutan.
- g. Diharapkan waktu penyelesaian relatif singkat, cepat, dan tepat.

Pada Undang-undang no 30 Tahun 1999, tentang Arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa, pasal 3, 11 ayat (1,2), dilakukan pembatasan tugas antara arbitrase dan jalur litigasi atau pengadilan, yang bunyinya adalah :

Pasal 3 : Pengadilan Negeri tidak berwenang untuk mengadili sengketa para pihak yang telah terikat pada perjanjian arbitrase.

Pasal 11 :

(1). Adanya suatu perjanjian arbitrase tertulis meniadakan hak para pihak-pihak untuk mengajukan penyelesaian sengketa atau beda pendapat yang termuat dalam perjanjiannya, ke Pengadilan Negeri.

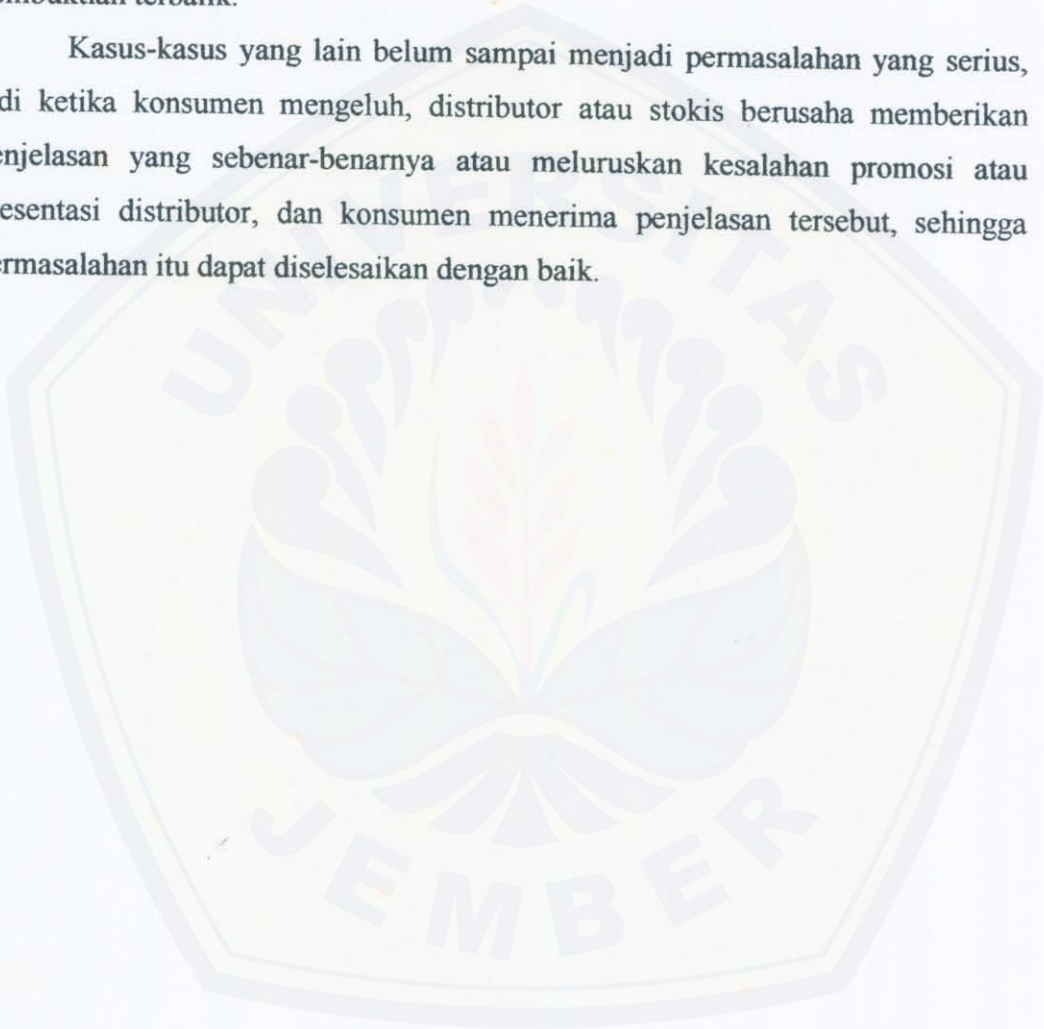
(2). Pengadilan Negeri wajib menolak dan tidak akan campur tangan.

Pada ketiga bagian ini, yang paling diutamakan untuk dilakukan adalah penyelesaian secara *Parate Executie* atau penyelesaian dengan cara musyawarah mufakat atau kekeluargaan, kemudian baru arbitrase sebagai alternatif kedua, dan bila sudah tidak memungkinkan lagi, maka digunakan prosedur gugatan melalui pengadilan hakim tunggal maupun sesuai hukum acara pada umumnya.

Kasus yang pernah terjadi adalah tentang kualitas produk, yaitu H029 Lampu Super Light, dimana mereka mengeluhkan bahwa kualitas produk tersebut tidak sesuai dengan presentasi dari distributor; produk C09 Medibath sabun mandi anti nyamuk, mereka mengeluhkan ternyata anti nyamuknya tidak tahan selama yang dijanjikan; produk H007 Tripleclin Detergent, mereka mengeluhkan bahwa pada demo yang ditunjukkan memang terlihat kemampuan detergen tersebut dalam melenyapkan noda, pada pemakaian awalnupun masih dirasakan memuaskan, tetapi pada sekitar 2 (dua) bulan pemakaian terjadi ketidaksesuaian seperti yang

dijanjikan. Kasus ini diselesaikan dengan musyawarah, prosedur penyampaian keluhan ini adalah dari konsumen kepada distributor di atasnya, ke stokis terdekat, yang dilanjutkan ke pusat, yaitu berupa permohonan penyelesaian keluhan yang ada, yaitu dengan perbaikan mutu produknya, dengan uji coba terlebih dahulu yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga tidak membebankan konsumen untuk pembuktian terbalik.

Kasus-kasus yang lain belum sampai menjadi permasalahan yang serius, jadi ketika konsumen mengeluh, distributor atau stokis berusaha memberikan penjelasan yang sebenar-benarnya atau meluruskan kesalahan promosi atau presentasi distributor, dan konsumen menerima penjelasan tersebut, sehingga permasalahan itu dapat diselesaikan dengan baik.



BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 KESIMPULAN

Dari apa yang telah diuraikan dalam pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Bentuk perjanjian antara PT. Sehat Sugih Sejahtera dengan distributor adalah tertulis, dalam bentuk perjanjian baku, yang berupa formulir pendaftaran keanggotaan. Mekanisme pembuatan perjanjian Multilevel Marketing adalah adanya presentasi oleh distributor sponsor, kata sepakat dan setuju untuk menaati peraturan dan sistem yang diterapkan perusahaan, pengisian dan penandatanganan formulir serta serah terima yang menjadi hak dan kewajiban masing-masing pihak., dan selanjutnya adalah pelaksanaan peraturan dan sistem pemasaran. Seperti dalam halnya pengertian sistem pemasaran Multilevel Marketing, maka hubungan hukum antara perusahaan dan distributor adalah mitra usaha.
2. Seseorang bisa menjadi distributor, bila mau memenuhi hak dan kewajiban yang timbul dari perjanjian tersebut, yang sudah diatur secara terperinci dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta Kode Etik, Peraturan dan Rencana Pemasaran PT. Sehat Sugih Sejahtera. Begitu juga dengan perusahaan, harus konsekuen, yaitu memenuhi hak dan kewajibannya, sesuai peraturan tersebut..
3. Wanprestasi pada dasarnya terjadi apabila salah satu pihak tidak melakukan kewajibannya sesuai dengan yang diperjanjikan, atau terlambat dalam pemenuhan kewajibannya. Fenomena-fenomena tersebut belum pernah terjadi secara serius pada stokis 227 PT. Sehat Sugih Sejahtera di Jember. Namun telah ditentukan dan dipilih cara-cara sengketa yang dianggap efektif, yang pertama adalah musyawarah mufakat atau kekeluargaan, yang kedua adalah arbitrase, dan yang terakhir adalah melalui Pengadilan.



4.2 SARAN

Saran-saran yang dapat penulis sampaikan sehubungan dengan penulisan skripsi ini adalah :

1. Bagi PT. Sehat Sugih Sejahtera, agar tetap menjaga kualitas produk-produknya, mempertahankan moral yang baik, motivasi yang baik, visi dan misi yang jelas, dan terus memperhatikan keinginan dan kebutuhan anggota.
2. Bagi distributor PT. Sehat Sugih Sejahtera, agar dalam melakukan usahanya harus sopan, tidak memaksa, ramah, mau menunjukkan demo setiap produk sehingga konsumen percaya dan melihat bukti yang nyata, mau membimbing *downlinenya* sesuai tugasnya, serta mempunyai motivasi yang benar dalam menawarkan produk-produk PT. Sehat Sugih Sejahtera.
3. Bagi Pemerintah :
 - Supaya membuat peraturan yang lebih khusus, yaitu undang-undang tentang perjanjian Multilevel Marketing ini, agar tidak lagi terjadi penyelewengan sistem pemasaran Multilevel Marketing yang digunakan.
 - Agar Undang-undang Perlindungan Konsumen dibuat mengatur lebih kompleks lagi dan tidak malah membebani konsumen, dalam pembuktiannya, terutama pembuktian terbalik oleh yang mengajukan gugatan.

4.2 SARAN

Saran-saran yang dapat penulis sampaikan sehubungan dengan penulisan skripsi ini adalah :

1. Bagi PT. Sehat Sugih Sejahtera, agar tetap menjaga kualitas produk-produknya, mempertahankan moral yang baik, motivasi yang baik, visi dan misi yang jelas, dan terus memperhatikan keinginan dan kebutuhan anggota, antara lain : meresponi keluhan anggota, mengecek *expired* produknya.
2. Bagi distributor PT. Sehat Sugih Sejahtera, agar dalam melakukan usahanya harus sopan, tidak memaksa, ramah, mau menunjukkan demo setiap produk sehingga konsumen percaya dan melihat bukti yang nyata, mau membimbing *downlinenya* sesuai tugasnya, serta mempunyai motivasi yang benar dalam menawarkan produk-produk PT. Sehat Sugih Sejahtera.
3. Bagi Pemerintah :
 - Supaya membuat peraturan yang lebih khusus, yaitu undang-undang tentang perjanjian Multilevel Marketing ini, agar tidak lagi terjadi penyelewengan sistem pemasaran Multilevel Marketing yang digunakan.
 - Agar Undang-undang Perlindungan Konsumen dibuat mengatur lebih kompleks lagi dan tidak malah membebani konsumen, dalam pembuktiannya, terutama pembuktian terbalik oleh yang mengajukan gugatan.

LAMPIRAN I





Nomor : 1414 /J25.1.1/PP.9/ 2004

Jember, 26 April 2004

Lampiran :

Perihal : K O N S U L T A S I

Yth. Pimpinan PT. Sehat Sugh Sejahtera
di -

J E M B E R

Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember bersama ini dengan hormat
menghadapkan kepada Saudara seorang mahasiswa :

N a m a : MELIANA ANGRAINI

N I M : 000710101173

Program : S 1. Ilmu Hukum

Alamat : Jl. PB. Sudirman Jember

Keperluan : Konsultasi tentang Masalah

"ANALISIS WREDEK (WORLD OF LAW) DAN KONSEP
DALAM PEMESANAN PERSANJAWI MULTILEVEL (KERUMAH
KAWAN HUKUM GABUNG INDONESIA PADA PT. SEHAT -
SUGEN BAJAJENGA DI JEMBER)".

Sehubungan dengan hal tersebut diatas kami mohon bantuan secukupnya,
Karena hasil dari konsultasi ini digunakan untuk melengkapi bahan
penyusunan

Atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih.

Dekan,

KORPANG PARON PIUS, S.II., S.U.

NIP. 130 808 985

Tembusan Kepada :

Yth. Ketua Bagian Kejur. Perdana

Yang bersangkutan

Arsip

LAMPIRAN II





TRIPLE - S

TRIPLE - S

PT. SEHAT SUGIH SEJAHTERA

Jl. Biak No. 23 AB. Jakarta Pusat

Telp. (021) 631 8111 (Hunting) Fax. : (021) 631 8222

Website : www.triple-s.co.id

Diisi Oleh Pihak Perusahaan

No. Anggota :

1.459848

Tanggal Bergabung :

Berlaku s/d. Tanggal :

Diisi Oleh Pemohon

Isilah dengan jelas, benar dan teliti tanpa coretan

KETERANGAN PEMOHON

NAMA (SESUAI DENGAN KTP / SIM)	No. KTP / SIM	TGL LAHIR	JENIS KELAMIN	
			P	W

NAMA PASANGAN (SESUAI DENGAN KTP / SIM)	No. KTP / SIM	TGL LAHIR	JENIS KELAMIN	
			P	W

ALAMAT

KOTA & KODE POS	KABUPATEN	PROPINSI

No.TELP. RUMAH	No.TELP. KANTOR	No. FAX.	No. HAND PHONE

KETERANGAN SPONSOR

NAMA (SESUAI DENGAN KTP / SIM)	No. ANGGOTA	TGL LAHIR	JENIS KELAMIN	
			P	W

KETERANGAN AHLI WARIS

NAMA (SESUAI DENGAN KTP / SIM)	No. KTP / SIM	TGL LAHIR	JENIS KELAMIN	
			P	W

JENIS HUBUNGAN

Suami / Istri / Anak kandung / Saudara kandung / Lain - lain

PERNYATAAN PENGIRIMAN BONUS LEWAT BANK

Jika jumlah / nilai Bonus saya mencapai batas minimal transfer, maka saya minta agar Bonus tersebut ditransfer ke :

NAMA BANK	CABANG	KOTA / LOKASI BANK
NAMA NASABAH	No. REKENING	

PERNYATAAN PENGIRIMAN KORESPONDENSI

Jika memenuhi persyaratan, maka saya mohon agar kartu anggota, bonus bulanan, buletin Triple - S dan semua korespondensi dapat dikirimkan ke :

NAMA	ALAMAT	
KOTA & KODE POS	KABUPATEN	PROPINSI

CATATAN :

1. Biaya pengiriman bonus (transfer) anggota akan ditanggung oleh masing-masing anggota.
2. Perusahaan tidak bertanggung-jawab jika dikarenakan oleh sesuatu atau lain hal, pengiriman korespondensi ke alamat yang dicantumkan diatas tidak sampai atau tidak dapat dijangkau oleh pihak pos.

Pernyataan diatas saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa paksaan dari pihak manapun. Saya juga telah membaca dan memahami peraturan serta kode etik TRIPLE - S dan bersedia untuk tunduk pada peraturan tersebut.

Tanggal : _____

Tanggal : _____

()
Tanda tangan & Nama jelas pemohon

()
Tanda tangan & Nama jelas Sponsor

* Lampirkan Fotocopy KTP.

LAMPIRAN III



Kode Etik, Peraturan & Rencana Pemasaran



ehat Sugih Sejahtera dan Ber'etika

KATA PENGANTAR

Salam Sukses *Triple-S* !!!

Kesuksesan anda di *Triple-S* sangat ditentukan oleh keinginan kuat serta kerja keras dari anda sendiri. Disamping itu anda juga diwajibkan untuk mengetahui secara rinci dan benar buku petunjuk dari *Triple-S* karena hal tersebut akan sangat berpengaruh terhadap penghasilan anda. Semakin anda memahami bagaimana mengembangkan konsep jaringan secara efektif dan efisien semakin mantap pula keyakinan anda terhadap prospek serta konsep jaringan pemasaran ini.

Di buku petunjuk *Triple-S* ini kami memberikan penjelasan dan ringkasan singkat mengenai berbagai keuntungan serta bonus yang dapat anda peroleh bila anda mencapai peringkat tertentu dan memenuhi persyaratan-persyaratannya. Bonus-bonus tersebut terdiri dari 3 jenis, yaitu Bonus Pembelian (BP), Bonus Kepemimpinan (BK), serta Bonus Wisata (BW). Total bonus yang kami berikan mencapai 70% dari Nilai Bonus produk-produk *Triple-S*.

Disamping bonus-bonus yang sangat menarik tersebut, *Triple-S* juga memberikan berbagai tanda penghargaan kepada anda yang sukses meraih peringkat seperti PIN, Sertifikat, penghargaan lainnya. Kisah sukses anda akan kami sajikan juga di *Triple-S NEWS*, sebuah buletin bulanan kami.

Kami berharap buku petunjuk *Triple-S* ini dapat bermanfaat bagi anda semua untuk meraih kesuksesan yang anda idam-idamkan bersama kami.

Sukses untuk Anda semua !!!

Jakarta, Januari 2003

KODE ETIK & PERATURAN DISTRIBUTOR

>KODE ETIK & PERATURAN

DIADAKAN DENGAN MAKSUD UNTUK :

- Menegaskan hubungan antara perusahaan dengan distributor.
- Menegaskan hubungan antar distributor demi meningkatkan kerukunan dan kerja sama.
- Menjaga dan melindungi kepentingan semua distributor yang bergabung di dalam perusahaan.
- Memberikan kesempatan yang sama dalam sistem usaha yang unik bagi semua distributor.
- Mengatur standar sopan santun / etika berusaha dan tanggung jawab diantara para distributor.
- Menyatakan hak, tugas, tanggung jawab dan kewajiban para distributor dalam menjalankan usahanya.

>BEBERAPA ISTILAH YANG DIPAKAI

- Perusahaan adalah PT. Sehat Sugih Sejahtera alias *Triple-S*.
- Distributor adalah seorang yang telah mendapatkan persetujuan dari perusahaan untuk menjadi anggota dari usaha perusahaan.
- Upline adalah distributor yang menjadi sponsor dari distributor lain.
- Downline adalah distributor yang disponsori oleh distributor lain.
- Triple-S* News adalah buletin bulanan yang diberikan kepada distributor sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan perusahaan.
- Konsumen adalah pembeli akhir dari produk-produk *Triple-S* dengan tujuan untuk dipakai sendiri.
- Rencana Pemasaran (RP) adalah sistem perhitungan bonus / komisi, keuntungan lainnya dan jenjang karier / posisi yang akan dicapai oleh distributor dalam mengembangkan usahanya.
- Barang adalah seluruh produk-produk / benda-benda lain yang dipasarkan oleh perusahaan kepada para distributor.
- Peringkat adalah jenjang karier distributor. Penjelasan dapat dilihat dalam Rencana Pemasaran (RP) *Triple-S*.
- Laringan adalah seluruh distributor yang berada dalam kelompok distributor yang bersangkutan.
- Kartu anggota adalah tanda pengenal yang diberikan oleh perusahaan untuk

dipegang sebagai tanda bukti dalam berhubungan dengan perusahaan, distributor dan konsumen.

12. Starter Kit adalah panduan yang diberikan oleh perusahaan kepada distributor baru yang berisi antara lain: Kode Etik, Peraturan dan Rencana Pemasaran, Daftar Harga.
13. Periode bulan berjalan adalah dimulai tanggal 01 s.d. tanggal 30 / 31 bulan berjalan.
14. Kode Etik, Peraturan dan Rencana Pemasaran ini hanya berlaku di wilayah Indonesia.
15. Formulir Permohonan Distributor adalah Formulir untuk menjadi Distributor.

>>> PASAL 1

DISTRIBUTOR BARU

1. Kesempatan untuk menjadi distributor adalah sama untuk setiap orang dan tidak tergantung pada jenis kelamin, suku bangsa, golongan, latar belakang maupun agama.
2. Pemohon (calon distributor) adalah perorangan, tidak boleh suatu perusahaan, badan usaha atau perkumpulan dan tidak dibenarkan menggunakan nama pihak ketiga ataupun nama fiktif untuk pendaftaran keanggotaannya.
3. Pemohon harus disponsori oleh seorang yang telah menjadi distributor sebelumnya.
4. Pemohon harus sudah berumur 17 tahun pada saat permohonan diajukan, serta memiliki KTP, kecuali dalam hal pewarisan dikarenakan meninggal dunia.
5. Pemohon wajib mengisi formulir pendaftaran yang disediakan perusahaan dengan sejujurnya dan dianggap sah bila telah menanda tangani formulir pendaftaran dan disetujui oleh perusahaan, serta melampirkan fotocopy KTP yang masih berlaku.
6. Dengan disetujuinya keanggotaan seseorang, maka secara otomatis distributor yang bersangkutan terikat dengan segala ketentuan yang terdapat dalam Kode Etik, Peraturan dan Rencana Pemasaran ini.

>>> PASAL 2

PERIHAL KEANGGOTAAN DISTRIBUTOR

1. Seorang distributor hanya boleh memiliki satu nomor keanggotaan, apabila

distributor memiliki lebih dari satu keanggotaan, maka yang diakui / digunakan / dipakai adalah keanggotaan yang terdahulu.

Seorang distributor adalah berdiri sendiri (tidak mempunyai ikatan kerja) dan tidak menjadi wakil dari perusahaan. Distributor tidak boleh mengaku bahwa dia mempunyai kedudukan atau dapat mewakili perusahaan dalam hal misalnya membuat ikatan kerja, menjual saham perusahaan, ataupun memberikan penjelasan kepada media massa.

Dalam kaitannya sebagai seorang distributor lepas, maka setiap distributor tidak mempunyai ikatan jam kerja dengan perusahaan dan tidak akan berhak mendapatkan tunjangan dari perusahaan dalam bentuk apapun juga. Distributor juga tidak bisa menuntut perusahaan untuk memberikan tunjangan seperti dimaksud di atas.

Keanggotaan seseorang tidak dapat diperjualbelikan. Namun dapat diwariskan kepada pihak yang telah ditentukan, dan telah mendapat persetujuan dari perusahaan.

PASAL 3

PENSPONSORAN DISTRIBUTOR BARU DAN LARANGAN

Semua distributor berhak mensponsori calon distributor-distributor baru di seluruh wilayah Indonesia.

Pemberi sponsor (upline) tidak boleh merebut calon distributor (downline) baru yang sudah mempunyai calon sponsor (upline) lain, termasuk :

- a. Mensponsori distributor yang keanggotaannya masih berlaku, baik yang berada dalam jaringannya maupun dalam jaringan distributor lainnya.
- b. Jika hal sebagaimana dimaksudkan dalam 2.a. di atas terjadi, maka perusahaan akan segera memberikan sanksi (lihat bagian lain dari Kode Etik, Peraturan dan Rencana Pemasaran), termasuk peringatan dan maksimum pemutusan hak keanggotaan di *Triple-S*.

Jumlah distributor yang boleh disponsori tidak terbatas. Namun, upline hendaknya memperhatikan kemampuan dirinya dalam hal membina para downlinenya tersebut.

Upline wajib memberikan bimbingan, pelatihan dan penjelasan segala sesuatu yang berhubungan dengan usaha *Triple-S* dengan benar dan tulus.

Upline tidak diperbolehkan memberikan keterangan yang menyesatkan (menipu) kepada downline (calon downline), baik mengenai produk maupun Rencana Pemasaran (RP), ataupun melebih-lebihkan keberhasilan seseorang dalam usaha *Triple-S* untuk kepentingan pribadinya:

6. Para distributor dilarang menggunakan nama, logo perusahaan, billboard, spanduk, kartu nama, kop surat atau lainnya yang berhubungan dengan perusahaan dalam kegiatan pemasaran, periklanan terkecuali telah mendapatkan persetujuan tertulis dari pihak perusahaan.
7. Para distributor tidak boleh mencari / memperoleh downline baru dengan cara mengesankan seolah-olah memberikan suatu lowongan pekerjaan baru, melalui periklanan, media cetak, maupun elektronik.
8. Para distributor tidak dibenarkan memonopoli penjualan atas suatu daerah / wilayah tertentu.
9. Para distributor tidak diperkenankan menggunakan fasilitas perusahaan selain untuk kegiatan pemasaran produk *Triple-S*.

>>> PASAL 4

HAK DAN KEWAJIBAN ANGGOTA

1. Para distributor wajib menjaga nama baik perusahaan dan tidak mencemarkan nama baik perusahaan serta rekan distributor lainnya.
2. Setiap anggota mempunyai hak dan kewajiban sesuai dengan jenjang keanggotaannya masing-masing. Jenjang keanggotaan dimulai dari Anggota Pemula sampai Anggota Teratas yang mempunyai susunan sebagai berikut:
 1. Distributor 1 (D1)
 2. Distributor 2 (D2)
 3. Asisten Manager (AM)
 4. Manager (M)
 5. Asisten Direktur (AD)
 6. Wakil Direktur (WD)
 7. Direktur (D)
 8. Wakil Direktur Eksekutif (WDE)
 9. Direktur Eksekutif (DE)
3. Distributor berhak memasarkan / menjual produk di seluruh wilayah Indonesia.

>>> PASAL 5

SANKSI

Distributor yang melanggar Kode Etik, Peraturan dan Rencana Pemasaran Perusahaan akan dikenakan sanksi sebagai berikut :

1. Pelanggaran pertama, perusahaan akan mengirimkan surat teguran.
2. Pelanggaran kedua, perusahaan akan mencabut keanggotaannya.

Pelanggaran yang menyangkut tindak pidana akan diselesaikan melalui jalur hukum yang berlaku di Indonesia.

>>> PASAL 6

PEMBELIAN PRODUK

1. Seorang distributor harus membeli produk-produk *Triple-S* melalui garis sponsorisasi atau langsung ke PT. *Triple-S* atau stockist-stockist yang telah ditunjuk.
2. Produk yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan dalam bentuk uang.
3. Perusahaan tidak bertanggung-jawab terhadap segala pembelian atau pendaftaran distributor baru yang tidak dilakukan ditempat yang telah ditunjuk oleh perusahaan.
4. Seorang distributor berhak untuk mendapatkan harga yang sama (Harga Anggota) untuk setiap barang yang dibeli dari perusahaan sesuai dengan daftar harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
5. Harga distributor yang tercantum dalam daftar harga yang dikeluarkan perusahaan sudah termasuk Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebesar 10%.

>>> PASAL 7

PENJUALAN PRODUK

1. Harga jual dari semua produk (harga konsumen / harga eceran) ditentukan oleh perusahaan. Distributor tidak diperkenankan untuk menjual produk-produk *Triple-S* dengan harga yang lebih rendah. Dan jika terjadi, maka perusahaan akan memberikan sanksi kepada distributor tersebut.
2. Ketika seorang distributor menjual produk (dalam keadaan bagaimanapun) tidak boleh salah menjelaskan kualitas, daya guna, cara pemakaian ataupun kandungan dari produk-produk yang dipasarkan oleh perusahaan. Distributor tidak boleh membuat suatu penjelasan sendiri berkenaan dengan produk-produk *Triple-S*, selain dari yang tertulis pada label barang atau pada brosur-brosur resmi yang dikeluarkan perusahaan. Perusahaan tidak bertanggung jawab jika terjadi pelanggaran seperti di atas dan distributor yang melanggar hal tersebut harus mengganti segala kerugian yang mungkin timbul, baik kepada perusahaan maupun pihak ketiga yang dirugikan termasuk dari segi aspek hukum yang berlaku di Indonesia.
3. Pada setiap aktivitas penjualan, distributor wajib memberikan penjelasan yang benar mengenai jaminan kepuasan konsumen, Jika di kemudian hari, konsumen tersebut menggunakan haknya sesuai dengan jaminan tersebut, distributor yang bersangkutan wajib melayaninya sebaik dan secepat mungkin

sebagaimana diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen.

4. Distributor harus sopan dan tidak memaksa pada saat menawarkan produk-produk perusahaan.
5. Distributor tidak berhak memberikan penjelasan atas nama perusahaan berkenaan dengan kesalahan pemakai / konsumen dalam hal pemakaian dan / atau penggunaan produk-produk perusahaan.
6. Distributor dilarang mencabut dan / atau merusak dan / atau mengganti segala label atau stiker yang tertera pada setiap kemasan produk, brosur ataupun alat bantu jual lainnya yang dikeluarkan perusahaan yang dapat menyebabkan kesalah pengertian konsumen.
7. Setiap distributor wajib melakukan pelayanan purna jual terhadap setiap konsumennya.
8. Distributor tidak boleh melakukan transaksi jual beli di jaringan distributor lainnya.
9. Distributor tidak diperkenankan melakukan kegiatan ekspor import segala macam produk yang dipasarkan *Triple-S* ke negara lain ataupun membantu pihak lain untuk melakukan hal tersebut.
10. Pameran dan / atau penjualan produk-produk *Triple-S* saat adanya bazar harus mendapat izin tertulis terlebih dahulu dari perusahaan.
11. Distributor wajib menjaga nama baik perusahaan dan tidak boleh menjelek-jelekkan / mencemarkan nama baik perusahaan atau distributor lainnya.

>>> PASAL 8

PERHITUNGAN POIN DAN PEMBAYARAN KOMISI

1. Suatu periode penjualan adalah tanggal 01 s.d. tanggal 30 / 31 bulan berjalan.
2. Waktu pembayaran dilakukan setiap minggu ketiga bulan berikutnya.
3. Hanya distributor yang memenuhi persyaratan saja yang akan mendapatkan komisi/bonus.
4. Bonus/Komisi yang berhak diterima distributor akan dikirimkan dengan cara: **Ditransfer langsung** ; oleh karena itu, maka setiap distributor **dianjurkan** untuk memiliki rekening BCA atau LIPPO BANK guna memudahkan dan mempercepat pembayaran bonus. Dan apabila terdapat biaya transfer yang dikenakan oleh pihak bank, maka biaya tersebut akan dipotong langsung dari jumlah bonus yang dikirimkan. Dan apabila ada keterlambatan transfer akibat kesalahan yang dilakukan Bank adalah diluar tanggung jawab perusahaan. Jumlah / Nilai Bonus yang ditransfer minimal adalah Rp. 25.000,# (Dua Puluh Lima Ribu Rupiah).
Diambil langsung; bonus anggota yang di bawah Rp. 25.000, # (Dua Puluh

Lima Ribu Rupiah), dapat diambil di stockis-stockis yang telah ditunjuk oleh perusahaan.

5. Apabila sampai dengan akhir bulan tertentu seorang distributor belum mendapatkan komisinya untuk bulan sebelumnya, diharapkan untuk segera memberitahukan dan / atau menanyakan kepada perusahaan (Kantor Cabang atau Kantor Pusat *Triple-S*).
6. Mengikuti sistem perpajakan yang berlaku di Indonesia, setiap distributor yang mendapat komisi akan langsung dipotong Pajak Penghasilan (PPh) sesuai dengan besarnya pendapatan yang diperoleh. Segala urusan perpajakan dari seorang distributor menjadi tanggung jawab sendiri dan tidak ada sangkut pautnya dengan perusahaan.
7. Untuk pengambilan komisi dapat diwakilkan atas permintaan distributor berdasarkan surat kuasa dari distributor yang bersangkutan secara tertulis di atas materai dilampiri dengan fotocopy kartu identitas (KTP/SIM/Paspor).
8. Penutupan poin kualifikasi dilakukan pada tanggal (30 / 31) terakhir bulan berjalan. Bila jatuh di hari Minggu / Libur, maka penutupan poin terakhir akan dilakukan pada tanggal 01 bulan berikutnya.

>>> PASAL 9

PEWARISAN KEANGGOTAAN

Jika seorang distributor meninggal dunia, maka keanggotaannya dapat diwariskan kepada orang yang namanya tercantum dalam data penerima warisan (baik itu pasangannya atau orang lain) atau berdasarkan surat-surat perubahan ahli waris terakhir yang sah (setelah tanggai yang tercantum dalam formulir pendaftaran distributor) yang dibuat oleh distributor tersebut semasa hidupnya. Jika terjadi tuntutan dari pihak lain, maka perusahaan akan menuruti keputusan akhir pengadilan.

Dalam hal si penerima warisan juga meninggal dunia, maka perusahaan akan mengalihkan keanggotaan distributor tersebut kepada urutan penerima warisan terdekat sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Indonesia atau untuk mengantisipasi kemungkinan ini, seorang distributor boleh membuat urutan penerima warisan, menanda tangannya di atas materai dengan mengirimkannya ke perusahaan.

Jika seorang penerima warisan masih berumur di bawah 17 tahun, maka perusahaan bisa (menunjuk seseorang) menjadi walinya sampai yang bersangkutan mencapai umur 17 tahun).

>>> **PASAL 10**

PEMUTUSAN HUBUNGAN

1. Disaat terjadi pemutusan hubungan antara *Triple-S* dan distributor, maka produk-produk *Triple-S* yang sudah dibeli oleh anggota tetapi belum terjual dan dalam kondisi layak jual dapat dikembalikan ke *Triple-S*.
2. *Triple-S* akan membeli kembali produk-produk tersebut senilai harga anggota dikurangi biaya administrasi 10% dari harga anggota dan biaya-biaya lain dan dikurangi juga dengan nilai bonus yang sudah diberikan, termasuk biaya pengiriman, atau biaya-biaya/hadiah-hadiah yang diberikan tidak dalam bentuk uang.
3. Produk yang dikembalikan harus dalam kondisi layak jual yang kriterianya ditentukan oleh *Triple-S*. Produk makanan/minuman yang sudah kadaluwarsa tidak bisa dikembalikan.

>>> **PASAL 11**

PENUTUP

1. Seluruh distributor wajib mematuhi Kode Etik, Peraturan dan Rencana Pemasaran *Triple-S*. Setiap perubahan dan / atau penyempurnaan dari waktu ke waktu oleh perusahaan akan diberitahukan melalui *Triple-S* News atau secara tertulis kepada setiap distributor.
2. Perusahaan berhak untuk merubah, menambah, memperbaiki, dan atau menyempurnakan Kode Etik, Peraturan dan Rencana Pemasaran ini sewaktu-waktu sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada, tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada para distributor.
3. Kode Etik, Peraturan dan Rencana Pemasaran ini mulai berlaku terhitung sejak tanggal 01 Januari 2003 sampai dengan adanya perubahan dan / atau pembaharuan selanjutnya.
4. Dengan adanya Kode Etik, Peraturan dan Rencana Pemasaran yang telah diperbaharui, maka secara otomatis Kode Etik, Peraturan dan Rencana Pemasaran yang terdahulu menjadi tidak berlaku lagi.

RENCANA PEMASARAN

*** MENJADI ANGGOTA *TRIPLE-S* ***

Anda tidak dipungut uang anggota, namun cukup dengan berbelanja produk sebesar minimum 26 NP saja, maka Anda akan mendapatkan bisnis kit, kartu anggota dari *TRIPLE-S* beserta nomor keanggotaan. Dan mulai saat itu juga Anda berhak untuk membeli produk-produk *TRIPLE-S* dengan harga distributor.

*** MEMPERTAHAKAN KEANGGOTAAN *TRIPLE-S* ANDA ***

Untuk menjadi anggota yang aktif, maka Anda diwajibkan untuk membeli produk-produk *TRIPLE-S* minimal sekali dalam setahun, sebesar 50 NP saja. Dan bila Anda tidak melakukannya, maka secara otomatis keanggotaan Anda akan habis dengan sendirinya, dalam jangka waktu 12 bulan dari saat Anda terakhir berbelanja sebesar 50 NP dari *TRIPLE-S*.

*** MEMPEROLEH BONUS DARI JARINGAN DISTRIBUSI ***

Untuk memperoleh bonus dari Pembelian Pribadi dan jaringan distribusi, maka Anda diharuskan memiliki minimum pembelian pribadi (PP) sebesar 50 NP setiap bulannya.

*** MENJADI DISTRIBUTOR DENGAN PERINGKAT ***

DISTRIBUTOR 1 (D1) :

Anggota baru yang memiliki Pembelian Pribadi (PP) sebesar 50 NP dan Pembelian Group (PG) kumulatif dibawah 999 NP di bulan kualifikasi.

DISTRIBUTOR 2 (D2) :

Anggota yang memiliki Pembelian Pribadi (PP) sebesar 50 NP dan Pembelian Group (PG) kumulatif antara 1.000 NP sampai dengan 2.999 NP di bulan kualifikasi.

ASISTEN MANAGER (AM)

Anggota yang memiliki Pembelian Pribadi (PP) 50 NP dan Pembelian Group (PG) kumulatif antara 3.000 NP sampai dengan 9.999 NP di bulan kualifikasi.

MANAGER (M) :

Anggota yang memiliki Pembelian Pribadi (PP) 50 NP dan Pembelian Group

(PG) kumulatif antara 10 000 NP sampai dengan 19.999 NP di bulan kualifikasi.

ASISTEN DIREKTUR (AD) :

Anggota yang memiliki Pembelian Pribadi (PP) 50 NP dan Pembelian Group (PG) kumulatif antara 20.000 NP sampai dengan 59.999 NP di bulan kualifikasi.

WAKIL DIREKTUR (WD) :

Anggota yang memiliki Pembelian Pribadi (PP) 50 NP dan Pembelian Group (PG) kumulatif antara 60.000 NP sampai dengan 99.999 NP di bulan kualifikasi.

DIREKTUR (D) :

Anggota yang memiliki Pembelian Pribadi (PP) 50 NP dan Pembelian Group (PG) kumulatif antara 100.000 NP sampai dengan 149.999 NP di bulan kualifikasi.

WAKIL DIREKTUR EKSEKUTIF (WDE) :

Anggota yang memiliki Pembelian Pribadi (PP) 50 NP dan memiliki 3 downline berperingkat Direktur (D) di jalur yang berbeda di dalam jaringan pemasarannya di bulan kualifikasi.

DIREKTUR EKSEKUTIF (DE) :

Anggota yang memiliki Pembelian Pribadi (PP) 50 NP dan memiliki 3 downline berperingkat wakil Direktur Eksekutif (WDE) di jalur yang berbeda di dalam jaringan pemasarannya di bulan kualifikasi. Untuk lebih jelasnya lihat Tabel 1.

***** BONUS-BONUS TRIPLE-S *****

1. BONUS PEMBELIAN (BP) : Max. 60% TOTAL NB PRODUK2 TRIPLE-S

- Bonus Pembelian (BP) adalah bonus yang dibagikan kepada Distributor yang membeli produk-produk dari *TRIPLE-S*. Besar bonus yang dibagikan kepada Distributor tergantung dari peringkatnya. Dengan rumus :

$$\begin{aligned} \text{Bonus Pembelian Pribadi (BPP)} &= \sum \text{Produk} \times \text{NB Produk tersebut} \times \% \text{ Peringkat} \\ \text{Bonus Pembelian Dari Jaringan} &= \sum \text{Totál Produk} \times \text{NB Produk} \times \text{Selisih \%} \\ & \text{(Omzet Jaringan)} \quad \left(\frac{\text{Peringkat anda dengan front line}}{\text{anda}} \right) \end{aligned}$$

Untuk lebih jelasnya lihat Tabel 1.

Tabel 1. Penentuan Peringkat Berdasarkan Kumulatif Nilai Poin (NP) Pembelian Group

Peringkat	Singkatan	Nilai Poin Pembelian Group	Bonus Pembelian (BP) (%)
Distributor 1	D1	NP ≤ 999	20%
Distributor 2	D2	1.000 ≤ NP ≤ 2.999	25%
Asisten Manager	AM	3.000 ≤ NP ≤ 9.999	30%
Manager	M	10.000 ≤ NP ≤ 19.000	35%
Asisten Direktur	AD	20.000 ≤ NP ≤ 59.999	40%
Wakil Direktur	WD	60.000 ≤ NP ≤ 99.999	45%
Direktur	D	100.000 ≤ NP ≤ 149.999	50 %
Wakil Direktur Eksekutif	WDE	Memiliki 3 downline Direktur (D) di jalur yang berbeda	55%
Direktur Eksekutif	DE	Memiliki 3 downline Wakil Direktur Eksekutif (WDE) di jalur yang berbeda	60%

- Anda juga akan mendapat Bonus Pembelian (BP) dari pembelian yang dilakukan oleh anggota jaringan anda. Besar bonus yang dibagikan tergantung dari selisih % BP peringkat Anda terhadap Front line Anda. Untuk lebih jelasnya lihat Tabel 2.

Tabel 2. Persentase Bonus Pembelian (BP) Yang Diperoleh Dari Downline Anda

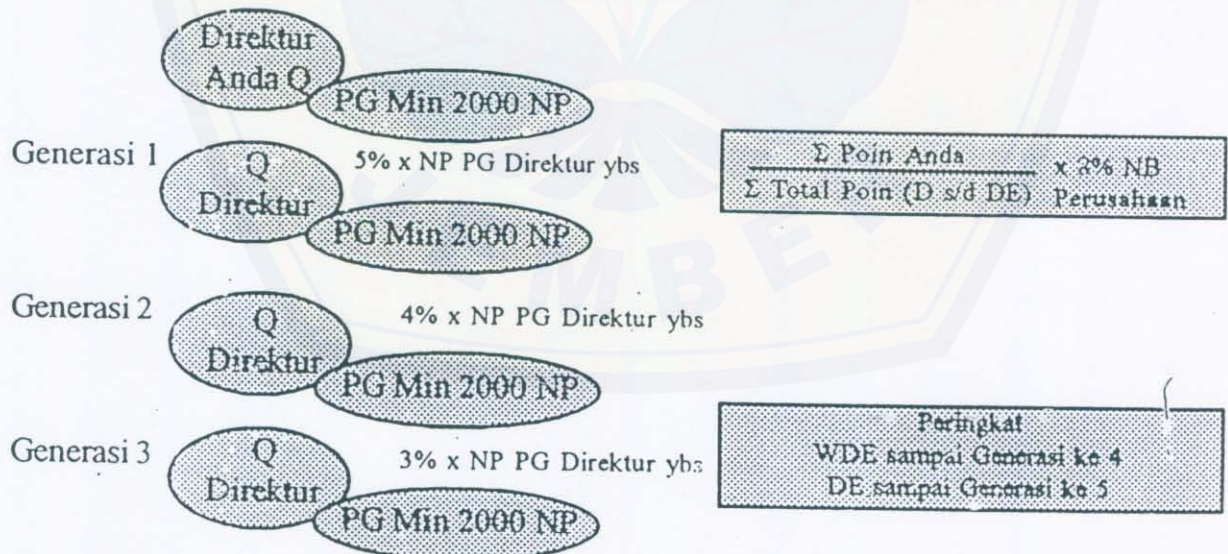
Peringkat Anda	Downline								
	D1	D2	AM	M	AD	WD	D	WDE	DE
DE	40	35	30	25	20	15	10	5	-
WDE	35	30	25	20	15	10	5	-	
D	30	25	20	15	10	5	-		
WD	25	20	15	10	5	-			
AD	20	15	10	5	-				
M	15	10	5	-					
AM	10	5	-						
D2	5	-							
D1	-								

- Bila peringkat Anda sama dengan peringkat (front line) Anda, maka Anda tidak akan mendapat Bonus Pembelian (BP) dari front line Anda dan seluruh jaringannya.

2. BONUS KEPEMIMPINAN (BK) : 8% TOTAL NB PERUSAHAAN

- Bonus Kepemimpinan (BK) ini diberikan kepada Distributor dengan peringkat minimum Direktur ke atas yang "Qualified" atau memenuhi persyaratan dan memiliki downline Distributor dengan peringkat Direktur di dalam jaringan pemasarannya.
Qualified adalah bila pembelian Group (PG) anda dibulan kualifikasi mencapai minimal 2000 nilai poin (NP) di luar pembelian Group (PG) Down Line (DL) Direktur (D) qualified atau minimal 2000 NP dengan pembelian group (PG) Down Line (DL) direktur (D) yang tidak qualified.
- Bonus ini akan diberikan dengan menghitung PG sampai dengan Direktur generasi ke-5, bila peringkat Anda mencapai Direktur Eksekutif (DE). Untuk lebih jelasnya lihat Tabel 3 dan Tabel 4.

Tabel 3. Bonus Kepemimpinan (BK) D, WDE, DE Qualified di Bulan Kualifikasi



Tabel 4. Bonus Kepemimpinan (BK) dan Peringkat Distributor

Peringkat Anda	Singkatan	DL Direktur Generasi Ke -				
		1	2	3	4	5
Direktur	D	5%	4%	3%	—	—
Wakil Direktur Eksekutif	WDE	5%	4%	3%	2%	—
Direktur Eksekutif	DE	5%	4%	3%	2%	1%

BONUS WISATA (BW) : 2% TOTAL NB PERUSAHAAN

- Bonus Wisata (BW) adalah bonus yang diberikan kepada Distributor dengan peringkat Direktur ke atas yang "Qualified" atau memenuhi persyaratan dan diberikan pada akhir tahun, untuk tujuan wisata. Bonus ini hanya akan diberikan bila Anda yang memperolehnya ikut bepergian bersama.
- Untuk setiap bulan, bagi Anda yang memenuhi persyaratan ini, maka akan mendapat 1 (satu) poin yang nantinya akan di jumlahkan di akhir tahun.

*** PENGHARGAAN & FASILITAS UNTUK DISTRIBUTOR *****

Setelah seorang Distributor mencapai peringkat tertentu, Pihak TRIPLE-S akan memberikan penghargaan serta berbagai fasilitas untuknya. Untuk lebih jelasnya lihat Tabel 5.

Tabel 5. Jenis Penghargaan dan Fasilitas Berdasarkan Peringkat

No.	Jenis Penghargaan & Fasilitas	Peringkat Distributor & Fasilitas			
		WD	D	WDE	DE
1	Pin	*	*	*	*
2	Sertifikat	*	*	*	*
3	Foto Dan Kisah Sukses	*	*	*	*
4	Buletin TRIPLE-S	*	*	*	*

ISTILAH-ISTILAH

Harga Distributor (HD)

Adalah harga dari produk-produk *TRIPLE-S* dan merupakan harga beli untuk anggota *TRIPLE-S*. Harga tersebut merupakan harga yang ada di Kantor Pusat, Kantor Cabang, serta Kantor Stokis resmi yang telah ditunjuk oleh *TRIPLE-S*.

Harga Eceran

Adalah harga produk-produk *TRIPLE-S* untuk yang bukan anggota *Triple-S*. Harga ini merupakan harga rekomendasi dari *TRIPLE-S*.

Nilai Poin (NP)

Adalah Nilai yang di-alokasikan untuk masing-masing produk *TRIPLE-S*.

Nilai Bonus (NB)

Adalah nilai dari bonus sebuah produk *TRIPLE-S*. Nilai ini berfungsi untuk menghitung bonus yang akan diperoleh oleh seorang Distributor.

Pembelian Pribadi (PP)

Adalah pembelian yang dilakukan oleh seorang Distributor atas namanya sendiri setiap bulannya.

Pembelian Group (PG)

Merupakan jumlah total NP dari Pembelian Pribadi (PP) Anda ditambah dengan total pembelian Pribadi (PP) dari jaringan Anda sampai bulan tertentu.

Pembelian Group (PG) Anda akan dihitung ke atas (digabung ke PG Upline Anda).

Qualified

Adalah istilah yang digunakan untuk menyatakan bahwa seorang distributor telah memenuhi persyaratan yang menjadi kewajibannya, setelah mencapai peringkat tertentu dibulan kualifikasi.

Un-Qualified

Adalah istilah yang digunakan untuk menyatakan bahwa seorang distributor tidak memenuhi persyaratan yang menjadi kewajibannya, setelah mencapai peringkat tertentu dibulan kualifikasi.

Sponsor

Adalah seorang distributor yang terdaftar dan mengajak seseorang untuk menjadi anggota *TRIPLE-S*. Dan anggota baru tersebut berada di dalam jaringan distributor tersebut.

LAMPIRAN IV



DUPLIKASIKAN SEMANGAT ANDA KEPADA
SELURUH DOWNLINE ANDA MAKA
RATUSAN JUTA MENJADI MILIK ANDA

BONUS TRIPLE-S: PETER SENIAWAN

DENPASAR - BALI

Digital Repository Universitas Jember

BONUS TRIPLE-S: YVONNE WENAS

JAKARTA

BONUS TRIPLE-S: MULYO SANTOSO

JAKARTA

Informasi Bonus

No.	Periode	Posisi	NP Pribadi	NP Group	Akumulasi NP Group	Total Bonus PPH & Adm	Total Diterima
1	28-02-03	DISTRIBUTOR 1	51.00	51.00	51.00	4,280.00	0.00
2	31-03-03	DISTRIBUTOR 2	45.50	1,313.50	1,364.50	0.00	0.00
3	30-04-03	MANAGER	2,326.00	18,274.00	19,638.50	682,590.00	22,129.50
4	31-05-03	WAKIL DIREKTUR	50.50	45,120.50	64,759.00	1,679,450.00	71,972.50
5	30-06-03	DIREKTUR	50.00	70,415.00	135,174.00	3,717,020.00	173,851.00
6	31-07-03	DIREKTUR	109.00	145,510.00	280,684.00	4,560,941.00	216,047.05

T. Sehat Sugih Sejahtera
karta

Tgl : 22-08-03
Jam : 22:36:03

Informasi Bonus

No.	Periode	Posisi	NP Pribadi	NP Group	Akumulasi NP Group	Total Bonus PPH & Adm	Total Diterima
1	31-12-02	ASISTEN MANAGER	1,205.00	3,170.00	3,170.00	308,900.00	3,445.00
2	31-01-03	ASISTEN DIREKTUR	980.00	21,402.50	24,572.50	1,815,520.00	78,776.00
3	28-02-03	WAKIL DIREKTUR	360.50	43,840.50	68,413.00	3,765,965.00	176,298.25
4	31-03-03	DIREKTUR	140.50	91,884.00	160,297.00	5,551,595.00	265,579.75
5	30-04-03	DIREKTUR	50.00	173,054.50	333,351.50	6,504,805.00	313,240.25
6	31-05-03	DIREKTUR	198.00	301,397.50	634,749.00	7,782,392.29	377,119.61
7	30-06-03	WAKIL DIREKTUR EKSEKUTIF	99.50	385,922.02	1,020,671.02	15,429,424.64	759,471.23
8	31-07-03	WAKIL DIREKTUR EKSEKUTIF	53.50	492,897.80	1,513,741.82	18,296,663.56	902,833.18

T. Sehat Sugih Sejahtera
akarta

Tgl : 25-08-03
Jam : 22:58:05

Informasi Bonus

No.	Periode	Posisi	NP Pribadi	NP Group	Akumulasi NP Group	Total Bonus PPH & Adm	Total Diterima
1	31-12-02	MANAGER	795.00	12,331.00	12,331.00	681,330.00	22,066.50
2	31-01-03	DIREKTUR	183.00	160,465.50	172,796.50	8,902,075.00	433,103.75
3	28-02-03	DIREKTUR	127.00	220,472.00	393,268.50	6,883,349.15	332,167.46
4	31-03-03	WAKIL DIREKTUR EKSEKUTIF	81.50	289,135.50	682,404.00	16,877,363.90	831,868.20
5	30-04-03	WAKIL DIREKTUR EKSEKUTIF	69.50	414,500.00	1,096,904.00	19,417,307.40	958,865.37
6	31-05-03	WAKIL DIREKTUR EKSEKUTIF	93.00	728,833.00	1,825,737.00	28,443,825.54	1,570,382.55
7	30-06-03	WAKIL DIREKTUR EKSEKUTIF	127.00	892,285.52	2,718,022.52	22,277,708.83	1,101,885.44
8	31-07-03	WAKIL DIREKTUR EKSEKUTIF	53.50	1,081,300.20	3,799,495.72	26,041,979.50	1,330,197.95

21,175,823.39
24,711,781.55

PROGRAM 6 BULAN MENJADI JUTAWAN

TRIPLE – S **Digital Repository Universitas Jember**

CEHAT, SUGIH DAN SEJAHTERA)

apa?

TRIPLE – S ADALAH ANAK PERUSAHAAN JAMU TERBESAR DI INDONESIA, AITU PT SIDOMUNCUL

restasi Perusahaan :

mendapatkan penghargaan “BUNG HATTA AWARDS” karena memperhatikan kesejahteraan orang cilik.

Prospek Bisnis :

- Baru diresmikan Bulan Juni 2003 yang lalu,
- Saat ini hampir di semua kota besar/kecil di Indonesia telah terdapat cabang/stokist,
- Hal diatas menunjukkan BEGITU BESAR minat masyarakat terhadap bisnis ini.

Mengapa demikian?

- Harga produk TERJANGKAU (murah), sehingga MUDAH dipasarkan.
- Kualitas barang diakui oleh Depkes RI.
- Setiap bulan ada penambahan produk-produk baru, sehingga akan TERUS BERKEMBANG sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
- Sistemnya sangat SEDERHANA, sehingga semua orang dapat menjalankannya dengan mudah.

Keuntungan Menjadi Anggota

Pendaftaran untuk menjadi anggota adalah GRATIS.

Anggota Baru HANYA diharuskan untuk mengenal beberapa macam produk dengan membeli senilai minimal 26 NP (Nilai Poin), atau seharga Rp. 40.000,- dengan harga distributor.

Setelah mendaftar dan berbelanja, Anggota Baru berhak atas:

- o Starter Kit gratis
- o Pembelian produk dengan Harga Distributor (HA)
- o Bonus Pembelian (BP):
 - Besarnya BP sesuai dengan posisi Anggota
 - Posisi Anggota ditentukan dari Jumlah NP baik Pribadi maupun Group
 - Besarnya BP mencapai antara 20% sampai 60% dari Total Nilai Bonus (NB) barang yang telah dibeli
- o Bonus Kepemimpinan (BK), mencapai 8%
- o Bonus Wisata (BW), mencapai 2%

Untuk mempertahankan keanggotaan di PT Triple-S, anda HANYA diharuskan untuk berbelanja produk senilai 50 NP (Nilai Poin), atau seharga Rp. 80.000,- dalam satu tahun.

Untuk menjadi Anggota Aktif, anda dapat membangun jaringan/anggota dan SETIAP bulan melakukan REPEAT ORDER senilai minimal 50 NP, atau seharga Rp. 80.000,-.

BAGAIMANA MENJALANKAN BISNIS INI?

PERTAMA, PINDAH BELANJA

Menjalankan bisnis ini sama artinya dengan PINDAH BELANJA.

Setiap hari Anda memerlukan barang-barang untuk kebutuhan sehari-hari, misalnya: sabun mandi, pasta gigi, sabun cuci, mie, sandal, alat-alat masak, minyak goreng, kosmetik, santan, kecap, saus, saus sambal, pakaian/pakaian dalam, pembalut wanita, dan lain-lain.

Biasanya, ketika membutuhkan barang-barang tersebut Anda berbelanja di warung, toko, atau di swalayan. Nah, untuk menjalankan bisnis ini, mulailah dengan mengalihkan belanja Anda ke PT Triple-S. Tentu saja, barang-barang yang memang ada di PT Triple-S, yaitu seperti yang telah disebutkan diatas.

TIDAK ADA RESIKO KERUGIAN SAMA SEKALI seperti yang biasanya ada pada bisnis yang lain. Misalnya:

1. Untuk menjadi anggota di Triple-S, ANDA TIDAK PERLU BAYAR! Jadi kalau sewaktu-waktu tidak dijalankan, no-problem. Anda tidak RUGI!
2. Anda bukannya akan belanja sesuatu yang tidak Anda butuhkan, apalagi dengan harga yang sangat mahal. Melainkan, kebutuhan sehari-hari dengan harga yang murah, dan tidak dimahal-mahalkan.

Sebaliknya, Anda akan mendapatkan BEGITU BANYAK KEUNTUNGAN, jika dibandingkan dengan belanja di swalayan. Perhatikanlah perbandingan berikut:

BELANJA DI TRIPLE-S	BELANJA DI SWALAYAN
1. MENDAPAT BARANG	1. MENDAPAT BARANG
2. MENDAPAT POIN (AKUMULASI)	2. TIDAK ADA
3. MENDAPAT BONUS PEMBELIAN PRIBADI & KELOMPOK	3. TIDAK ADA
4. MENDAPAT PENGHASILAN (HAK USAHA)	4. TIDAK ADA
5. MENDAPAT SAHAM/ROYALTI	5. TIDAK ADA
6. MENDAPAT BONUS WISATA KE LUAR NEGERI	6. TIDAK ADA
7. MENDAPAT BELANJA GRATIS	7. TIDAK ADA
8. MENDAPAT KUPON UNDIAN BERHADIAH	8. TIDAK ADA

Keterangan Tabel.

1. Mendapatkan Barang
 - a. Produk yang dijual adalah produk kebutuhan sehari-hari.
 - b. Produk akan terus bertambah setiap bulan sesuai kebutuhan masyarakat.
 - c. Harga dan kualitas produk sangat kompetitif di pasaran.
2. Mendapat Poin Secara Akumulasi
 - a. Setiap barang yang dibeli memiliki Nilai Poin (NP).
 - b. Nilai Poin TIDAK AKAN hangus ataupun hilang, melainkan terus bertambah setiap ada pembelian (baik pribadi maupun kelompok).
 - c. Nilai Poin akan diakumulasikan untuk menentukan POSISI atau PERINGKAT Anda di PT Triple-S (Tabel peringkat ada di Starter Kit, diperoleh gratis bagi anggota).
 - d. Semakin banyak Nilai Poin yang Anda kumpulkan, semakin tinggi posisi Anda, dan semakin besar pula Bonus yang Anda terima.
3. Mendapat Bonus Pembelian (BP) Pribadi dan Kelompok
 - a. Setiap barang memiliki Nilai Bonus (NB)

- b. Belanja di Triple-S, tidak hanya akan mendapat barang, melainkan juga Bonus Pembelian.
 - c. Besarnya Bonus Pembelian yang diperoleh adalah 20% - 60% dari Nilai Bonus barang yang dibeli, tergantung posisi Anda.
 - d. Nilai Poin (NP) tidak dapat hangus, tetapi Bonus Pembelian (BP) DAPAT HANGUS, yaitu jika anggota tidak melakukan REPEAT ORDER senilai 50 NP (Nilai Poin), atau seharga Rp. 80.000,-
4. Mendapat Penghasilan
- a. Anggota PT Triple-S mendapat hak untuk pembelian barang dengan harga distributor (HA).
 - b. Anggota juga mendapat hak untuk memasarkan barang dengan harga eceran (HE), sehingga mendapat keuntungan dari penjualan tersebut.
 - c. Contoh: Anda belanja Coffe Ginseng I, seharga: Rp. 5.500,-
 Anda menjualnya dengan harga: Rp. 6.000,-
 Anda mendapat keuntungan sebesar: Rp. 500,-
5. Mendapat Saham/Royalti
- a. Jika total Nilai Poin (NP) Anda mencapai lebih dari 100.000, berarti posisi anda adalah Direktur (D), Wakil Direktur Eksekutif (WDE) atau Direktur Eksekutif (DE), maka Anda akan mendapat Bonus Kepemimpinan (BK) sebesar 8% dari NB Perusahaan.
 - b. Contoh: Pada bulan ke 6 NP Pribadi Anda : 300
 NP Total : 100.000
 Maka BK Anda adalah: $300/100.000 \times 8\%$ NB Perusahaan
6. Mendapat Bonus Wisata ke Luar Negeri
- a. Jika total Nilai Poin (NP) Anda mencapai lebih dari 100.000, berarti posisi anda adalah Direktur (D), Wakil Direktur Eksekutif (WDE) atau Direktur Eksekutif (DE), maka Anda akan mendapat Bonus Wisata (BW) sebesar 2% dari NB Perusahaan.
 - b. Contoh: Pada bulan ke-6 NP Pribadi Anda : 300
 NP Total : 100.000
 Maka BW Anda adalah: $300/100.000 \times 2\%$ NB Perusahaan
7. Mendapat Belanja Gratis
- Artinya: bonus yang Anda dapatkan dari PT TRIPLE-S sangatlah cukup untuk berbelanja kembali di PT TRIPLE-S.
8. Mendapat Kupon Undian Berhadiah
- Secara rutin akan ada kupon undian berhadiah, khusus bagi anggota yang melakukan Repeat Order senilai minimal 50 NP.

KEDUA, RENCANAKAN KESUKSESAN ANDA

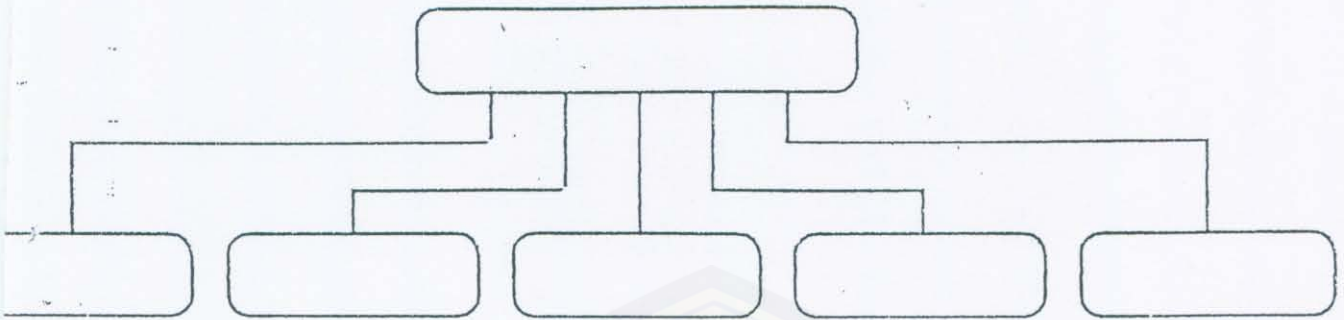
Dengan menggunakan Strategi 5x5, Anda akan benar-benar ditolong untuk meraih kesuksesan dalam waktu singkat,

- Tidak perlu keahlian khusus, semua orang dapat menjalankannya.
- Cukup jadilah pemakai produk kita sendiri dan AJAKLAH orang lain juga memakainya.
- Tentukan Target Pemasaran (anggota baru), mulai dari 5 orang saja (sebut saja Gelombang I).
- Duplikasikan semangat Anda kepada 5 orang tersebut, bagikan strategi ini (Lih. Lamp berikut).
- Buatlah Gelombang II dengan 5 orang yang lain, kemudian Gelombang III, dan seterusnya semampu Anda. Idealnya, pada Gelombang I saja dalam waktu 6 bulan Anda sudah bisa meraih 120 juta. Kalau toh Anda tidak begitu berhasil, ambil contoh keberhasilan Anda hanya 10 % dari angka ideal. Maka itu sudah 12 juta perbulan dalam waktu 6 bulan.

**PROGRAM RENCANA KERJA
STRATEGI 5 X 5**

TANGGAL : _____
GELOMBANG : _____

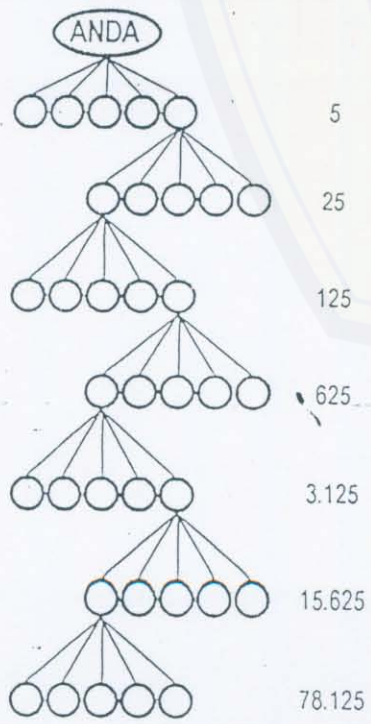
Anggota : _____
P : _____



NAMA	NO ANGGOTA	TELP / HP

- CATATAN :**
- IMPIAN (95% Anda sudah mencapai sukses, tinggal 5% lagi adalah faktor teknis)
 - TARGET (Kapan Anda menetapkan waktu untuk mewujudkan Impian Anda)
 - RENCANA KERJA (Dengan cara apa/bagaimana Anda mencapai Target Anda)
 - USAHA (Seberapa banyak kegiatan-kegiatan yang terus Anda lakukan)

**DUPLIKASIKAN SEMANGAT ANDA KEPADA SELURUH DOWNLINE,
MAKA RATUSAN JUTA JADI MILIK ANDA !!**



TOTAL DOWNLINE	NP.GROUP	PERINGKAT	BONUS PP (RUPIAH)	BONUS PG (RUPIAH)	
5					
25	31	1.550	D2 (25%)	6.250	37.500
125	155	9.350	AM (30%)	7.500	193.750
625	780	48.400	AD (40%)	10.000	1.950.000
3.125	3.905	243.700	D (50%)	12.500	9.762.500
15.625	19.530	1.220.250	WDE (55%)	13.750	24.412.500
78.125	97.655	6.103.050	DE (60%)	15.000	122.068.750

Digital Repository Universitas Jember
SEBUAH INOVASI
TRIPLE-S (SEHAT, SUGIH DAN SEJAHTERA)

Sistem Usaha yang realistis, dengan:

MODAL KECIL
SISTEM SEDERHANA
TIDAK MEMERLUKAN KEAHLIAN KHUSUS
MENGUNAKAN PRODUK SEHARI-HARI
HARGA TERJANGKAU
WAKTU & TEMPAT FLEKSIBEL.
PENGHASILAN JUTAAN DALAM WAKTU SINGKAT
DAPAT DIWARISKAN

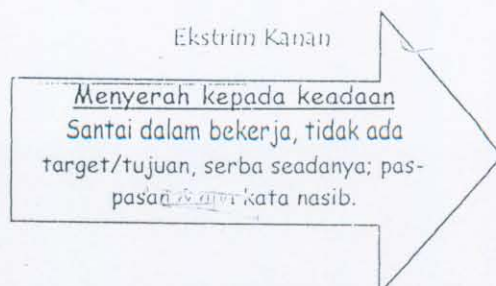
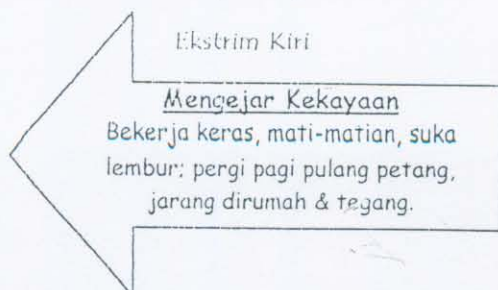
Semua orang bisa menjalankannya,
termasuk ANDA!

KESEJAHTERAAN

Tujuan dari usaha ini adalah KESEJAHTERAAN Anda dan Keluarga Anda.
Setiap Anda berhak mendapatkannya!

Inilah hak setiap orang	Tanpa
❖ Penghasilan Jutaan Rupiah per bulan	❖ Meninggalkan pekerjaan Anda saat ini
❖ Pasive Income dalam waktu singkat atau pensiun dini	❖ Mengabaikan waktu untuk keluarga
❖ Dapat diwariskan ke anak cucu	❖ Bekerja terus menerus
	❖ Modal besar & berkeahlian khusus

2 Ekstrim dalam pekerjaan:



Bagaimana mendapatkan KESEJAHTERAAN tanpa masuk pada kedua ekstrim ini?

POLA PIKIR ORANG PADA UMUMNYA

Bekerja untuk menghasilkan uang

Menurut Business Week Magazine:

- ☞ Diperlukan $\frac{1}{2}$ umur untuk bekerja demi masa depan Anda dan keluarga:

Belajar	Bekerja	Pilihan Anda ???
$\frac{1}{2}$ Umur (\pm 5 - 24 Tahun)	$\frac{1}{2}$ Umur (\pm 24 - 65 Tahun)	Sisa umur Anda?
❖ Penuh kegembiraan	❖ Penuh dengan beban	Kesejahteraan atau
❖ Penuh kebebasan	❖ Penuh dengan tanggung jawab	kesengsaraan

Walaupun demikian:

- ☞ Tidak semua pekerjaan menjamin kesejahteraan Anda dan Keluarga Anda di masa depan
- ☞ Semua pekerjaan justru semakin menyita waktu Anda untuk keluarga

Akhirnya, survei di Amerika menunjukkan bahwa pada usia 65 keatas:

54%	36 %	5 %	4 %	1 %
Jatuh miskin dan sangat tergantung kepada orang lain	Meninggal	Masih terus bekerja	Dapat membiayai hidup sendiri secukupnya	Tetap kaya (investor dan pengusaha)

Bagaimanakah akhir yang Anda inginkan?

PARADIGMA YANG BARU

Konsep Laba-laba: bekerja membangun aset untuk masa depan.

Serangga lain:

- | | |
|--------------|--|
| Konsep hidup | ➔ Bekerja untuk mencari mangsa |
| Pola hidup | ➔ Bekerja terus menerus agar mendapat mangsa |
| | ➔ Kalau tidak bekerja, tidak mendapat makan/mangsa |
| | ➔ Kurang bisa menikmati hidup |

Laba-laba:

- | | |
|--------------|--|
| Konsep hidup | ➔ Membangun jaring-jaring untuk menangkap mangsa |
| Pola hidup | ➔ Dimulai dengan membangun jaringan |
| | ➔ Tidak bekerja terus menerus karena mangsa datang sendiri |
| | ➔ Banyak waktu untuk hal-hal yang lain |
| | ➔ Lebih dapat menikmati hidup |

Keduanya adalah ~~baik~~. Tetapi, manakah yang lebih menjamin KESEJAHTERAAN Anda dan keluarga Anda di masa depan?

Dengan hanya memindahkan belanja kebutuhan sehari-hari Anda sebesar Rp.80.000,- ke Triple-S, Anda telah memulai usaha yang besar.

Apakah Anda mempercayakan masa depan Anda pada perusahaan yang tepat?

- ❖ Anak Perusahaan PT Sido Muncul.
- ❖ PT Sido Muncul adalah perusahaan jamu tradisional TERBESAR di Indonesia/Asia.
- ❖ Pernah meraih "BUNG HATTA AWARD" karena memperhatikan kesejahteraan wong cilik.
- ❖ Menciptakan Sistem Usaha terbaru yang REALISTIS dan MUDAH melalui Sistem Penjualan Berjenjang (multi level marketing), sehingga SEMUA ORANG BISA MENJALANKANNYA.
- ❖ Kelebihan TRIPLE-S:

Kelebihannya dari bisnis lain		Kelebihannya dari toko/swalayan	
TRIPLE-S	USAHA LAIN	TRIPLE-S	SWALAYAN
1. Modal Kecil	???	1. Mendapat barang	1. YA
2. Tidak Perlu Keahlian Khusus		2. Mendapat potongan langsung	2. TIDAK
3. Sistem Sederhana		3. Mendapat poin secara akumulasi	3. TIDAK
4. Tempat dan waktu Fleksibel		4. Mendapat bonus (7 jenis bonus lainnya)	4. TIDAK
5. Produk Sehari-hari		5. Mendapat saham/royalti	5. TIDAK
6. Harga Terjangkau		6. Mendapat kupon undian berhadiah	6. TIDAK
7. Waktu singkat			

- ❖ Pada Tahun 2004 (berusia 1 Th) sudah memiliki ± 700 stokis tersebar di tanah air.
- ❖ Saat ini TRIPLE-S memiliki omset 10 besar diantara ± 200 MLM lain yang ada di Indonesia.

TRIPLE-S didukung oleh PT. Sido Muncul.

LANGKAH SUKSES MENJALANKAN USAHA TRIPLE-S

Hanya ada 3 langkah untuk berhasil dalam menjalankan usaha ini.

1. Mendaftar tanpa biaya pendaftaran:
 - a. Mengisi formulir pendaftaran
 - b. Belanja produk TRIPLE-S minimal 26 NP (Rp. 40.000,-)
 - c. Menjadi anggota TRIPLE-S dan akan menerima kartu anggota
2. Melakukan repeat order setiap bulan minimal 50 NP (Rp. 80.000,-)
 - a. Repeat order merupakan syarat diperolehnya bonus pada bulan tersebut
 - b. Nilai Poin setiap produk diperoleh secara AKUMULASI (tidak hilang=investasi)
 - c. Nilai Poin yang Anda kumpulkan dipergunakan untuk menentukan JENJANG KARIER ANDA
3. Duplikasikan kepada 5 orang saja:
 - a. Buatlah daftar orang-orang yang akan diprospek
 - b. Bagikan sistem usaha TRIPLE-S kepada mereka
 - c. Ajaklah mereka untuk menjadi pemakai produk TRIPLE-S
 - d. Ajaklah mereka untuk membagikan sistem ini kepada 5 orang yang lain
 - e. Bantulah mereka untuk sukses (pembinaan)

*Duplikasikan semangat Anda kepada yang lain, maka bonus jutaan rupiah menanti!
 Anda tidak dapat sukses jika tidak membuat downline Anda sukses.*

Di dunia pekerjaan saat ini, jarang ada pekerjaan yang benar-benar dapat meningkatkan kemampuan finansial seseorang. Yang sering terjadi justru menurunnya gaji. Memang tampaknya gaji seorang pekerja mengalami kenaikan per periode tertentu, namun sering kali, kenaikan itu tidak seimbang dengan laju inflasi (10%) yang menyebabkan kenaikan harga barang-barang kebutuhan setiap tahunnya. Ironisnya, banyak pekerja yang merasa puas, dan tidak sadar bahwa sebenarnya, dari sisi terjadinya inflasi, gaji mereka justru tidak mengalami kenaikan sama sekali.

Di era informasi ini, seseorang yang ingin meningkatkan kemampuan finansialnya tidak bisa hanya puas dengan gaji sebagai pegawai. Karena gaji ini hanya mampu mengejar kecukupan akan kebutuhan sehari-hari/bulanan saja, dan tidak dapat meningkatkan kemampuan finansial seseorang.

Seseorang dikatakan "kaya", bukan karena gajinya yang cukup untuk kebutuhan keluarganya. Melainkan karena ia memiliki uang yang mengalami pelipatgandaan. Hal ini bisa diperoleh jika seseorang memiliki kelebihan uang dan kemudian menjalankannya supaya berlipat ganda. Inilah yang kita sebut BISNIS. Beberapa contoh bisnis adalah: (1) Menjadi investor, (2) Mendirikan perusahaan atau (3) Membeli bisnis waralaba.

Saat ini, untuk menjalankan bisnis, orang perlu modal ratusan juta ditambah dengan keterampilan berbisnis yang handal. Jika tidak ada kedua hal tersebut, ia tidak dapat berbisnis. Keterampilan tanpa modal, tidak berarti bagi seseorang. Ada modal tetapi tanpa keterampilan yang memadai, akan sangat beresiko.

SAATNYA MENJALANKAN SISTEM USAHA TRIPLE-S

Jika untuk menjalankan bisnis-bisnis tersebut banyak resiko dan prasyarat yang harus dipenuhi, maka TRIPLE-S menciptakan sistem usaha yang SEDERHANA, REALISTIS, dengan MODAL KECIL, dan TIDAK ADA RESIKO KERUGIAN.

Dengan mengalihkan belanja bulanan Anda sebesar Rp. 80.000,- ke TRIPLE-S, Anda sudah bisa menjalankan BISNIS INVESTASI tanpa RESIKO kerugian sama sekali. Anda HANYA diminta untuk menjalankan sistem yang telah disediakan oleh perusahaan. Jika sistem tersebut berjalan dengan baik, maka pada BULAN I, bonus Anda berkisar Rp. 8.000,-, BULAN II, bonus Anda sekitar Rp. 15.000,-. Jika sistem itu terus berjalan dengan baik, BULAN III, bonus Anda sudah RATUSAN RIBU RUPIAH. Akhirnya, pada BULAN IV, bonus Anda sudah JUTAAN RUPIAH. Inilah yang disebut pelipatgandaan uang Anda.

Sistem penentuan NILAI BONUS (NB) barang yang dilakukan TRIPLE-S telah diuji dan diterima oleh APLI (ASOSIASI PENJUAL LANGSUNG INDONESIA), yang berarti HALAL dan TIDAK MERUGIKAN SIAPAPUN. Namun, jika sampai BULAN IV Anda masih belum mendapatkan kenaikan bonus yang berarti, itu mungkin disebabkan karena Anda tidak MENJALANKAN SISTEM, atau Anda TIDAK BERBISNIS. Barangkali Anda hanya suka berbelanja dan menjadi MEMBER yang PASIF. Itu berarti Anda BELUM BERBISNIS!!!

BAGAIMANAKAH MENJALANKAN SISTEM USAHA TRIPLE-S?

Sistem usaha TRIPLE-S sangatlah SEDERHANA, artinya mudah dipahami dan mudah dilakukan:

1. JADILAH KONSUMEN SETIA PRODUK-PRODUK TRIPLE-S
2. AJAKLAH ORANG LAIN UNTUK MELAKUKAN HAL YANG SAMA DENGAN ANDA

Jika kedua hal ini Anda lakukan dengan komitmen seperti halnya ketika Anda berkomitmen dalam pekerjaan Anda, sistem ini akan berjalan dengan baik dan BONUS JUTAAN RUPIAH menanti Anda. Jadi, jika Anda menginginkannya, JALANKANLAH BISNIS YANG REALISTIS DAN MUDAH INI, DENGAN ARAH DAN KOMITMEN YANG JELAS !!!

TIPS MENJADI ANGGOTA TRIPLES YANG AKTIF

Support System adalah kunci untuk mengembangkan jaringan.

iki Support System secara lengkap (HANYA Rp. 1.500,-):

Alat Presentasi (9 lembar)

Business Planning (2 lembar)

Wawasan Pelengkap (4 lembar)

Tips Menjadi Anggota Aktif (1 lembar)

ajarlah dari Up-line Anda, baik dengan simulasi maupun latihan lapangan.
Gunakan Alat Presentasi dengan baik (sistematis dan jelas), agar calon anggota memahami konsep dari sistem usaha TRIPLE-S.
Insori anggota baru secara benar:

Beri calon anggota formulir (gratis) untuk mendaftar

Ajak calon anggota berbelanja 26 NP (Rp. 40.000,-) di Stokis TRIPLE-S
kan Downline Anda aktif:

Bagikan Business Planning kepada Downline Anda dan bimbing pengisiannya
Bantu Downline Anda merealisasikan perencanaan tersebut

Ajak Downline Anda untuk Tutup Poin (50 NP) setiap bulan
ah Leader dengan mengorganisasikan Group Anda sendiri.

1. MI
2. Bel
3. Per
4. Spo
5. Jad
6. Jadi

Macam Bonus	D1	D2	AM	M	AD	WD	D	WDE	DE	Total % NB
1. Bonus Pembelian (BP)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	40%
2. Bonus Aktif (BA)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5%
3. Bonus Pembiayaan (BPb)			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8%
4. Bonus Kepemilikan (BKpm)										7%
Total Bonus Kepemilikan = 14%										
A. Bonus Poin Reward			✓	✓	✓	✓	✓			2%
Bi. Sepeda Motor (BKSM)				✓	✓	✓	✓			5%
B2. Mobil Standar (BKMS)							✓	✓	✓	3%
B3. Mobil Mewah (BKMM)								✓	✓	2%
B4. Rumah Mewah (BKRM)									✓	2%
						✓	✓	✓	✓	18%
						✓	✓	✓	✓	2%
						✓	✓	✓	✓	2%
							✓	✓	✓	1%
								✓	✓	90%
Total Bonus										90%

1. Bonus Pembelian (BP) 40%

Penentuan Peringkat berdasarkan Kumulatif Nilai Poin (NP) Pembelian Group dan % Bonus Pembelian.

Peringkat	Singkatan	Nilai Poin Pembelian Group	Bonus Pembelian (BP) (%)
Di tributor 1	D1	NP < 999	15%
Distributor 2	D2	1.000 < NP < 2.999	19%
Asisten Manager	AM	3.000 < NP < 9.999	23%
Manager	M	10.000 < NP < 19.999	27%
Asisten Direktur	AD	20.000 < NP < 49.999	30%
Wakil Direktur	WD	NP > 50.000	33%
Direktur	D	Memiliki 3 downline Wakil Direktur (WD) di jalur yang berbeda	36%
Wakil Direktur Eksekutif	WDE	Memiliki 3 downline Direktur (D) di jalur yang berbeda	39%
Direktur Eksekutif	DE	Memiliki 3 downline Wakil Direktur Eksekutif (WDE) di jalur yang berbeda	40%

Anda juga akan mendapat Bonus Pembelian (BP) dari pembelian yang dilakukan oleh anggota jaringan Anda. Besar bonus yang dibagikan tergantung dari selisih % BP peringkat Anda terhadap Front Line Anda.

Bonus Aktif (BA) 5%

- Syarat:
1. Peringkat Distributor 1 – Distributor 2
 2. Mensponsori 5 anggota baru yang tupo 50 NP atau mempunyai 5 FL yang tupo 50 NP (tidak berlaku kelipatan)
 3. Pembelian pribadi minimal 50 NP

Rumus: $1 \text{ (Anda)} \times 5\% \text{ NB Perusahaan}$
 Jumlah distributor (Q)

Note: Q = Qualified

Bonus Pembiayaan (BPb) 8%

Syarat:

Generasi	Tupo 50 NP	Tupo 100 NP	Tupo 200 NP
1	2%	1%	8%
2	1%	3%	7%
3	1%	2%	6%
4		1%	5%
5		1%	4%
6		1%	3%
7			2%
8			1%

Jika Anda berperingkat AM s/d WD mendapatkan BPb sebesar 8%

Rumus:
$$\frac{\text{Poin Anda}}{\text{Total Poin AM s/d WD}} \times 8\% \text{ NB Perusahaan}$$

$$\text{Poin Anda} = (\% \text{ generasi } 1 - 8) \times \text{NB Total Generasi } 1 - 8$$

Bonus Kepemilikan (BKSPK) 10%

A. Bonus Poin Reward 2%

Poin Reward yang Anda kumpulkan, dapat ditukar dengan hadiah yang disediakan Triple-S Syarat:

1. Peringkat minimal Asisten Manager s/d Direktur (yang belum menerima Bonus Kepemilikan Kendaraan dan Rumah)
2. Mempunyai 3 jaringan dengan omset masing-masing minimal 500.000 NB di bulan kualifikasi (berlaku kelipatan)

- Contoh:
- a. Mempunyai 3 kaki dengan omset masing-masing 1 juta NB = 2 poin reward
 - b. Mempunyai 3 kaki dengan omset masing-masing 1,5 juta NB = 3 poin reward

3. Pembelian pribadi 50 NP

Poin Reward (PR)	Hadiah
3 poin	Blender
4 poin	Magic Jar / Rice Cooker
5 poin	Kompor Gas
9 poin	Mini Compo
20 poin	DVD Player
25 poin	HP Nokia
30 poin	TV 14"
35 poin	Mesin Cuci
37 poin	Kulkas

Catatan: Biaya pengiriman hadiah ditanggung oleh pemenang

B. Bonus Kepemilikan Kendaraan dan Rumah 12%

Peryaratan secara umum:

1. Khusus untuk anggota yang menerima Bonus Kepemilikan Kendaraan dan Rumah, tidak diperkenankan mengikud MLM lain. Bila terbukti maka bonus tersebut akan dibatalkan.
2. Bonus ini hanya berlaku untuk 1 kali perolehan

Contoh: Jika Anda sudah mendapatkan Bonus Kepemilikan Sepeda Motor maka Anda tidak bisa mendapatkan BKSM yang kedua.

3. Bila pada periode angsuran Anda tidak mencapai kualifikasi, maka Anda tidak berhak mendapat angsuran pada bulan tersebut, tapi apabila bulan berikutnya kualifikasi dicapai maka angsuran akan tetap didapat dan jumlah...

Contoh: ...angsuran dan berkurang atau lainnya angsuran tanpa batas waktu.

Angsuran motor adalah 24 kali kualifikasi tapi pencapaian angsuran tidak harus dalam 24 bulan tapi bisa saja sampai 3 tahun atau lebih.

4. Untuk Bonus Kepemilikan Kendaraan ini perusahaan membolehkan 1 orang untuk mengikuti 2 macam jenis Bonus Kepemilikan Kendaraan dari 4 jenis yang disediakan perusahaan dalam waktu yang

seorang disubutor yang sedang mengambil BKSM dan masih dalam masa angsuran tapi sudah mempunyai 3 jaringan dengan masing-masing 40 juta NB maka setelah 3 kali kualifikasi periode posting berhak mendapat uang muka (DP) BKM I dan angsuran sepeda motornya masih berjalan.

Bonus Kepemilikan Kendaraan dan Rumah dibagi dalam beberapa kategori:

- | | |
|------------------------------------|----|
| 1. Bonus Kepemilikan Sepeda Motor | 5% |
| 2. Bonus Kepemilikan Mobil Standar | 3% |
| 3. Bonus Kepemilikan Mobil Mewah | 2% |
| 4. Bonus Kepemilikan Rumah | 2% |

- B1. Bonus Kepemilikan Sepeda Motor (BKSM) 5%

Syarat:

1. Peringkat Manager s/d Direktur Eksekutif
2. Mempunyai 3 jaringan dengan omset masing-masing 2 juta NB di bulan kualifikasi atau mempunyai 4 jaringan dengan omset masing-masing 1,5 juta NB di bulan kualifikasi. Jika dapat mempertahankan omset tersebut sampai 3 kali kualifikasi (tanpa batas waktu) maka Anda akan menerima uang muka (DP) BKSM sebesar maksimum Rp 1,5 juta
3. Untuk angsuran, Anda cukup memenuhi syarat di bulan kualifikasi, maksimum Rp 750.000,00 sebanyak 24 kali dengan 24 kali kualifikasi tanpa batas waktu
4. Total bonus maksimum Rp 19.500.000,00
5. Pembelian pribadi 200 NP

- B2. Bonus Kepemilikan Mobil Standar (BKMS) 3%

Syarat:

1. Peringkat Direktur s/d Direktur Eksekutif
2. Mempunyai 3 jaringan dengan omset masing-masing 40 juta NB di bulan kualifikasi atau 4 jaringan dengan omset masing-masing 30 juta NB di bulan kualifikasi. Jika dapat mempertahankan omset tersebut sampai 3 kali kualifikasi (tanpa batas waktu) maka Anda akan menerima uang muka (DI) BKMS sebesar maksimum Rp 15 juta
3. Untuk angsuran, Anda cukup memenuhi syarat di bulan kualifikasi maksimum Rp 5 juta sebanyak 36 kali dengan 36 kali kualifikasi tanpa batas waktu
4. Total bonus maksimum Rp 195.000.000,00
5. Pembelian pribadi 200 NP

- B3. Bonus Kepemilikan Mobil Mewah (BKMM) 2%

Syarat:

1. Peringkat Wakil Direktur Eksekutif s/d Direktur Eksekutif
2. Mempunyai 3 jaringan dengan omset masing-masing 40 juta NB di bulan kualifikasi atau 4 jaringan dengan omset masing-masing 30 juta NB di bulan kualifikasi. Jika dapat mempertahankan omset tersebut sampai 3 kali kualifikasi (tanpa batas waktu) maka Anda akan menerima uang muka (DI) BKMM sebesar maksimum Rp 30 juta
3. Untuk angsuran, Anda cukup memenuhi syarat di bulan kualifikasi maksimum Rp 10 juta sebanyak 36 kali dengan 36 kali kualifikasi tanpa batas waktu
4. Total bonus maksimum Rp 390.000.000,00
5. Pembelian pribadi 200 NP

Bonus Kepemilikan Rumah Mewah (BKRM) 2%

1. Peringkat Direktur Eksekutif
2. Mempunyai 3 jaringan dengan omset masing-masing minimal 200 juta NB di bulan kualifikasi atau mempunyai 4 jaringan dengan omset masing-masing minimal 150 juta NB di bulan kualifikasi. Jika dapat mempertahankan omset tersebut sampai 3 kali kualifikasi (tanpa batas waktu) maka Anda akan menerima uang muka (DP) BKRM sebesar maksimum Rp 45 juta
3. Untuk angsuran, Anda cukup memenuhi syarat di bulan kualifikasi, maksimum Rp 15 juta sebanyak 60 kali dengan 60 kali kualifikasi tanpa batas waktu
4. Total bonus maksimum Rp 945.000.000,00.
5. Pembelian pribadi 200 NP

Syarat:

1. Peringkat Direktur s/d Direktur Eksekutif
2. Mempunyai jaringan dengan perbandingan rasio NB group FL dengan NB group Anda (lihat tabel kualifikasi)
3. Mempunyai minimal 2 Wakil Direktur pada 2 jalur yang berbeda

Qualifikasi untuk mendapatkan BK

Ratio NB Group FL dan NB Group Anda	Kedalaman/ Generasi	Syarat Anda Kualifikasi	
		TUPO	FL TUPO
85 - 100%	2	100 NP	2 FL
70 - 84,9%	4	150 NP	3 FL
0 - 69,9%	6 s/d tak terbatas	200 NP	5 FL

Besarnya % setiap Generasi

Peringkat	KELOMPOK		
	D - DE	D - DE	WDE - DE
Generasi	1 jt NB	6 jt NB	12 jt NB
1	1.5%	1%	0.5%
2	1.5%	1%	0.5%
3	1.5%	1%	0.5%
4	1.5%	1%	0.5%
5	1.5%	1%	0.5%
6	1.5%	1%	0.5%
Total	9%	6%	3%

Bonus Wisata (BW) 2%

Syarat:

1. Peringkat Asisten Direktur s/d Direktur Eksekutif
2. Mempunyai 3 jaringan dengan omset masing-masing 3 juta NB (tidak berlaku kelipatan)
3. Total bonus maksimum Rp 4.800.000,00
4. Pembelian pribadi 100 NP

Ketentuan:

- Di bulan kualifikasi Anda akan menerima maksimum Rp 400.000,00 yang akan dikumpulkan oleh perusahaan sampai tahun kalender berakhir.
- Bagi yang sudah mencapai biaya yang ditentukan untuk wisata pada periode berjalan wajib ikut wisata.
- Apabila belum mencapai biaya yang ditentukan, maka:
 - a. Dapat diakumulasikan untuk wisata tahun berikutnya (max. 2 periode wisata)
 - b. Dapat digunakan untuk biaya perjalanan kegiatan resmi Triple-S

rumus perhitungan:

Poin Anda
 ----- x 2% NB Perusahaan
 Total Poin Distr. (Q)

at: ... (BRU) 2%
Peringkat Wakil Direktur s/d Direktur Eksekutif
Memiliki 3 jaringan dengan omset masing-masing 10 juta NB di bulan kualifikasi (tidak berlaku
kelipatan)
Total bonus maksimum Rp 20.000.000,00
Pembelian pribadi 200 NP

ntuan:
dan kualifikasi Anda akan menerima maksimum Rp 1 juta yang akan dikumpulkan oleh perusahaan sampai
apai 20 kali kualifikasi dan hanya diperuntukkan keperluan agama.

Bonus Royalti (BRO) 1%

Bonus ini hanya untuk distributor berperingkat DE dan diberikan setiap bulannya dan dibagi sesuai jumlah DE yang tupo 200 NP.

alam Sukses *Triple-5*!!!

tu tahun sudah kemitraan *Triple-5* berjalan. *Triple-5* menjadi besar seperti sekarang karena
rjalannya kerja sama yang baik antara semua mitra kerja *Triple-5*

rkenankan kami atas nama management *Triple-5* mengucapkan Terima Kasih, semoga kemitraan ini
an lebih mantap dan berjaya menuju masa depan yang penuh harapan dan membawa kita pada
hidupan yang lebih Sehat, Sugih dan Sejahtera.

rtuk menjawab harapan masa depan yang lebih memberikan tantangan, kami berani memberikan
mbahan dalam sistim bonus yang akan diberlakukan mulai 1 Juni 2004 (Khusus untuk Bonus
pemilikan Motor dan Mobil serta Bonus Kepemilikan Rumah, bulan kualifikasi sudah dimulai pada
lan Mei 2004)

au ditahun 2003 total bonus yang dibagikan adalah 70 % dari NB maka mulai 1 Juni 2004 total
us yang dapat dibagikan adalah 90 % dari NB.

ambahan 20 % NB ini pasti akan meningkatkan semangat kerja seluruh mitra *Triple-5* karena
ua yang diperoleh akan lebih besar untuk semua tingkatan sesuai dengan usaha dan kerja keras
ra kerja *Triple-5*

kses untuk Anda!

arta medio April 2004

Anda ingin Sukses ???
Pilih *Triple-5*!!!

Berlaku mulai 1 Mei 2004

Produksikan belanja binatang anda di Triple-S belanja murah dan bermanfaat bagi



Rp. 16.500,-
H017 Rugs & Mats (Kesei Kaki)
NP:9,0 NB:4.000 HA:15.000



Rp. 12.000,-
C012 Colour Labs Loose Powder
NP:7,0 NB:4.000 HA:11.000

Bonus Puff



Rp. 88.000,-
P018 Sandal Alcon (Pisoi)
NP:50,0 NB:17.000 HA:80.000



Rp. 22.000,-
C009/C010 Blanche Refill (Ivory / Natural Beige)
NP:13,0 NB:9.000 HA:20.000



Rp. 11.000,-
C011 Colour Labs Lipstick
NP:5,5 NB:3.000 HA:9.900



Rp. 11.000,-
C199 Claire Transparent Soap 100 gr
NP:6,0 NB:4.000 HA:10.000



Rp. 3.800,-
B101 Kiat Jossiss 6 X 4 gr
NP:2,0 NB:1.100 HA:3.500



Rp. 6.200,-
B002 Coffee Ginseng 5 X 20 gr
NP:3,5 NB:2.000 HA:5.700



Rp. 4.000,-
B103 X-Tra Kool 6 X 8 gr
NP:2,0 NB:1.200 HA:3.700



Rp. 7.700,-
B005 Kopi Sehat untuk Masuk Angin 5 X 20 gr
NP:4,5 NB:2.400 HA:7.600



Rp. 16.500,-
K001 Pace Isi: 10 kapsul
NP:9,0 NB:8.000 HA:15.000



Rp. 5.700,-
K002 Phytostim 6 X 8 gr
NP:3,0 NB:1.300 HA:5.200



Rp. 3.100,-
K003 Triplebalm Balsem Gosok 20 gr
NP:1,5 NB:550 HA:2.850



Rp. 9.000,-
F001 Mie Ginseng Kaki, Ayam, 10 bks
NP:4,5 NB:2.000 HA:6.200



Rp. 10.700,-
F003 Mie Goreng Spesial Ginseng 10 bks
NP:5,5 NB:2.400 HA:9.750



Rp. 11.500,-
F019 Mie Goreng Ginseng Pedas 10 bks
NP:6,0 NB:2.600 HA:10.500



Rp. 11.500,-
F106 Cookies Cheese 4 X 120 gr
NP:6,0 NB:2.600 HA:10.500



Rp. 9.900,-
F107 Kecap Manis 2X230 ml
NP:5,0 NB:1.800



Rp. 11.000,-
F108 Chili Sauce 2 X 230 ml
NP:6,0 NB:2.200

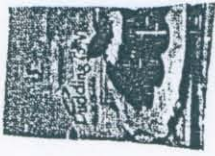


Rp. 12.300,-
F009 Sambal Bangkok 2 X 230 ml
NP:7,0 NB:2.000



Rp. 11.500,-
F105 Cookies Chocolate 4 X 120 gr
NP:6,0 NB:2.600 HA:10.500

Rp. 5.300,-
F025 Triple Kool
Jelly New 4 X 80 gr
NP:3,0 NB:1.000 HA:4.800



Rp. 13.700,-
F020 Puding Instant + Vls
NP:7,5 NB:3.000 HA:12.500



Rp. 15.400,-
F028 Minyak Goreng 2 L
NP:6,5 NB:1.500 HA:14.000



Rp. 7.100,-
H002 Daisy Roll Tissue 4 pcs
NP:4,0 NB:1.000 HA:6.500



Rp. 6.000,-
P119 Triplesoft Maxi Wings
Pembalut Wanita 10 pcs
NP:2,0 NB:1.100 HA:5.500

Rp. 11.300,-
F015 Coconut Cream
Pembalut 4 X 50 gr
NP:6,0 NB:2.500 HA:10.200



Rp. 6.250,-
F021 Bumbu Rendang
Special 2 X 60 gr
NP:3,3 NB:1.200 HA:5.700



Rp. 21.500,-
F010 Butter Cookies 3 x 200 gr
F023 Single 1 X 200 gr Rp. 00,-
NP F010:12,0 NP F023:0,0



Rp. 6.600,-
F015 Daisy Compact Tissue 13 pcs
NP:4,0 NB:800 HA:6.000



Rp. 4.400,-
P101 Triplesoft
Pembalut Wanita 10 pcs
NP:2,0 NB:1.000 HA:4.000

Rp. 13.200,-
H009 Cooking Utensils -
Spatula (Sodet)
NP:7,0 NB:3.500 HA:12.000



Rp. 90.800,-
T008 Selimut Multifungsi
NP:50,0 NB:15.000 HA:82.500



Rp. 30.000,-
H005 Tripleware Serving 1 set
NP:16,0 NB:12.500 HA:25.000



Rp. 10.800,-
H112 Spot Clean
Det. Super Busa 1 X 1000 gr
NP:6,0 NB:2.000 HA:9.900



Rp. 33.000,-
P015 BH Claire Smooth Shaping
NP:19,0 NB:7.000 HA:30.000

Rp. 24.000,-
H011 One Set Cooking
Utensils 1 Set
NP:12,0 NB:6.000 HA:22.000



Rp. 5.500,-
H028 Sabut Stainless
NP:3,0 NB:1.500 HA:5.000



Rp. 23.000,-
H019 Tripleware
Serving Platter 1 set
NP:12,0 NB:8.500 HA:20.000



Rp. 6.000,-
H007 Triplekulin
Detergen 500 gr
NP:3,5 NB:900 HA:5.500



Rp. 31.000,-
P005 BH Claire Basic
NP:18,0 NB:6.000 HA:28.000

Rp. 13.200,-
H022 Centong Nasi
NP:7,0 NB:3.500 HA:12.000



Rp. 6.900,-
H026 Cairan Pencuci Piring 800 ml
NP:2,0 NB:700 HA:6.350



Rp. 20.000,-
H006 Tripleware Glass Set
NP:12,0 NB:9.000 HA:18.000

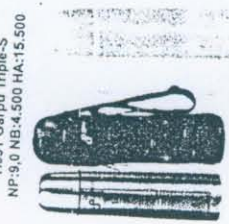


Rp. 4.400,-
H125 Sabun Krim (Sabun Colek)
2 X 400 gr
NP:1,5 NB:800 HA:4.000



Rp. 33.000,-
P008 BH Claire Exclusive
NP:19,0 NB:7.000 HA:30.000

Rp. 17.000,-
H031 Garpu Triple-S
NP:9,0 NB:4.500 HA:15.500



Rp. 60.000,-
H008 Vacuum Flask Deluxe 0,5 L
NP:35,0 NB:16.000 HA:56.700



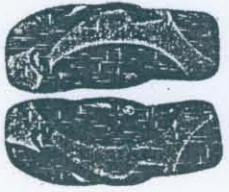
Rp. 17.000,-
H030 Sendok Triple-S
NP:9,0 NB:4.500 HA:15.500



Rp. 82.500,-
P017 Claire Ladies Cardigan
NP:48,0 NB:14.000 HA:75.000



Rp. 16.500,-
P009 Regular Claire Panties
NP:9,0 NB:3.000 HA:15.000



Rp. 50.500,-
P016 Sandal Kahuna (Piero)
NP:29,0 NB:10.000 HA:46.000



Rp. 31.000,-
C007/C008 Blanche TWC
(Ivory / Natural Beige)
NP:18,0 NB:12.000 HA:28.000



Rp. 9.900,-
PC01
Blanche Beauty
Shampoo 200 ml
NP:6,0 NB:2.500



Rp. 7.200,-
PC10 Olive Beauty Soaps
6 X 80 gr
NP:3,5 NB:1.300 HA:6.600

Rp. 15.400,-

F011 Bumbu Nasi Goreng 5 X 50 gr
NP:3,0 NB:3,000 HA:14,000

FLORA FEMINA
RUBUK BENING

Mediba
Sabun kesihatan
Mendungi Al
Keluarga dan
gigitan nyamuk

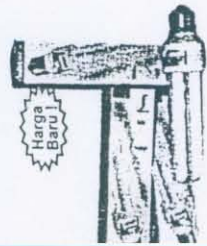


Rp. 4.400,-
Medibath Sabun Mandi Anti Nyamuk
2 X 90 gr
NP:2,0 NB:1,100 HA:1,000



Rp. 6.600,-
Daisy Facial Tissue
H001 Daisy Facial Tissue
NP:4,0 NB:1,000 HA:7

Rp. 22.000,-
H027 Visicom Energy S
(14-75 W)
NP:12,0 NB:5,000 HA:20



Rp. 6.600,-
H029 Lampu Super Light
NP:3,0 NB:1,600 HA:6,000



LAMPIRAN V

Digitized by Repository Universitas Jember

UNDANG-UNDANG REPUBLIK
INDONESIA
NOMOR 8 TAHUN 1999

TENTANG

PERLINDUNGAN KONSUMEN

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA,

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

Menimbang:

- a. bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
- b. bahwa pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;
- c. bahwa semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar;
- d. bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan,

badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

4. Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.
5. Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
6. Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan.
7. Impor Barang adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam daerah pabean.
8. Impor Jasa adalah kegiatan penyediaan jasa asing untuk digunakan di dalam wilayah Republik Indonesia.
9. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat adalah lembaga nonpemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menanganai perlindungan konsumen.
10. Klausula Baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.
11. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah badan

- e. bahwa ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai;
- f. bahwa berdasarkan pertimbangan tersebut di atas diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat;
- g. bahwa untuk itu perlu dibentuk Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen.

Mengingat:

Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27, dan Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945.

Dengan persetujuan

**DEWAN PERWAKILAN RAKYAT
REPUBLIK INDONESIA**

MEMUTUSKAN:

Menetapkan:

**UNDANG-UNDANG TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN.**

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam undang-undang ini yang dimaksud dengan:

1. Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.
2. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi

- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Bagian Kedua

Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pasal 6

Hak pelaku usaha adalah:

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 7

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;

dan/atau mencooa Data dig dan/atau jasa...
memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;

- f. memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat 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 tidak sesuai dengan perjanjian.

BAB IV

PERBUATAN YANG DILARANG BAGI PELAKU USAHA

Pasal 8

(1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

- a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau *netto*, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;

- potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
- b. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
 - c. barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja, atau aksesori tertentu;
 - d. barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
 - e. barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
 - f. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
 - g. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
 - h. barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
 - i. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
 - j. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko, atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
 - k. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

- (2) Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.
- (3) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 10

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat

- penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
 - h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
 - i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau *netto*, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
 - j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
 - (3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
 - (4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Pasal 9

- (1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:

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

Pasal 11

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/ menyestakan konsumen dengan:

- a. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu;
- b. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
- c. tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;
- d. tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/ atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain;
- e. tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain;
- f. menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

Pasal 12

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.

- (1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/ atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.

- (2) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

Pasal 14

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:

- a. tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
- b. mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa;
- c. memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;
- d. mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Pasal 15

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.

Pasal 16

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:

- a. tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;

prestasi.

Pasal 17

- (1) Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:
- mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, penggunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa, serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
 - mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
 - memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
 - tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;
 - mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
 - melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.
- (2) Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1).

BAB V

KETENTUAN PENCANTUMAN KLAUSULA BAKU

Pasal 18

- (1) Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:
- menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha;

- menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen;
 - menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
 - mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
 - memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi objek jual beli jasa;
 - menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau perubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;
 - menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.
- (2) Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.
- (3) Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang membatasi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum.
- (4) Pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan undang-undang ini.

TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA

Pasal 19

- (1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- (2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- (4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Pasal 20

Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.

Pasal 21

- (1) Importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri.
- (2) Importir jasa bertanggung jawab sebagai penyedia jasa

dilakukan oleh agen atau perwakilan penyedia jasa asing.

Pasal 22

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (4), Pasal 20, dan Pasal 21 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pembuktian.

Pasal 23

Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

Pasal 24

- (1) Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila:
 - a. pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apa pun atas barang dan/atau jasa tersebut;
 - b. pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.
- (2) Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibebaskan dari tanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha lain yang membeli barang dan/atau jasa menjual kembali kepada konsumen dengan melakukan perubahan atas barang dan/atau jasa tersebut.

tanggung jawab pelaku usaha.

BAB VII

PEMBINAAN DAN PENGAWASAN

Bagian Pertama Pembinaan

Pasal 29

- (1) Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajibannya konsumen dan pelaku usaha.
- (2) Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh menteri dan/atau menteri teknis terkait.
- (3) Menteri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) melakukan koordinasi atas penyelenggaraan perlindungan konsumen.
- (4) Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi upaya untuk:
 - a. terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
 - b. berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
 - c. meningkatnya kualitas sumber daya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.
- (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dengan Peraturan Pemerintah.

aatannya berkelanjutan dalam batas waktu g-kurangnya 1 (satu) tahun wajib menyediakan idang dan/atau fasilitas purna jual dan wajib hi jaminan atau garansi sesuai dengan yang ijikan.

usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) zung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau konsumen apabila pelaku usaha tersebut: ik menyediakan atau lalai menyediakan suku ang dan/atau fasilitas perbaikan; ik memenuhi atau gagal memenuhi jaminan i garansi yang diperjanjikan.

Pasal 26

usaha yang memperdagangkan jasa wajib ninan dan/atau garansi yang disepakati dan/ perjanjikan.

Pasal 27

saha yang memproduksi barang dibebaskan jawab atas kerugian yang diderita konsumen, rsebut terbukti seharusnya tidak diedarkan ; dimaksudkan untuk diedarkan; ang timbul pada kemudian hari; bul akibat ditaatinya ketentuan mengenai i barang; yang diakibatkan oleh konsumen; jangka waktu penuntutan 4 (empat) tahun ng dibeli atau lewatnya jangka waktu yang can.

Pasal 28

in terhadap ada tidaknya unsur kesalahan

Pasal 32

Badan Perlindungan Konsumen Nasional berkedudukan di Ibu Kota Negara Republik Indonesia dan bertanggung jawab kepada Presiden.

Pasal 33

Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia.

Pasal 34

(1) Untuk menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33, Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai tugas:

- a. memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
- b. melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
- c. melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
- d. mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- e. menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap berperihakian kepada konsumen;
- f. menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;

g. melaksanakan pengawasan terhadap pelaksanaan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.

h. melaksanakan koordinasi dan/atau membantu pelaksanaan tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

i. melaksanakan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.

j. melaksanakan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.

k. melaksanakan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.

l. melaksanakan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.

PELAKU

Tugas

Badan Perlindungan Konsumen Nasional

pemerintah
sekelompok
suku-suku
memerintahkan
diperintahkan

(2) Pelaku
bertanggung jawab

a. tidak
causam
tidak
atau

Pelaku
menyebabkan
atau yang

Pelaku
dari tanggungan
apabila:

- a. barang atau tidak
- b. cacat ba
- c. cacat tir
- d. kelalaian
- e. kewatnya

Pembukt

Persyaratan keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah:

- a. warga negara Republik Indonesia;
- b. berbadan sehat;
- c. berkelakuan baik;
- d. tidak pernah dihukum karena kejahatan;
- e. memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen; dan
- f. berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.

Pasal 38

Keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional berhenti karena:

- a. meninggal dunia;
- b. mengundurkan diri atas permintaan sendiri;
- c. bertempat tinggal di luar wilayah negara Republik Indonesia;
- d. sakit secara terus-menerus;
- e. berakhir masa jabatan sebagai anggota; atau
- f. diberhentikan.

Pasal 39

- (1) Untuk kelancaran pelaksanaan tugas, Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibantu oleh sekretariat.
- (2) Sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipimpin oleh seorang sekretaris yang diangkat oleh Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.
- (3) Fungsi, tugas, dan tata kerja sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dalam keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 40

- (1) Apabila diperlukan Badan Perlindungan Konsumen

(1) Pengawasan terhadap penyelesaian sengketa konsumen serta penerapan keadilan dalam penyelesaian sengketa konsumen diatur dalam undang-undang yang ditetapkan oleh lembaga yang berwenang.

(2) Pengawasan oleh pemerintah atas pelaksanaan undang-undang yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dilakukan oleh instansi teknis terkait.

(3) Pengawasan oleh masyarakat dan konsumen swadaya masyarakat dilakukan dengan cara menyampaikan saran, kritik, dan/atau laporan.

(4) Apabila hasil pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ternyata menunjukkan adanya pelanggaran atau tindakan yang merugikan masyarakat, Menteri dan/atau menteri teknis yang bersangkutan dapat melakukan tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

(5) Hasil pengawasan yang diselenggarakan oleh lembaga perlindungan konsumen dan/atau masyarakat dapat diselesaikan secara damai dan/atau dapat dilanjutkan ke pengadilan.

(6) Ketentuan pelaksanaan tugas pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) diatur dalam Peraturan Pemerintah.

BAKV VIII BADAN PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL

Bagian Pertama
Nama, Kedudukan, Fungsi, dan Tugas

Pasal 31

Dalam rangka mengembangkan dan meningkatkan perlindungan konsumen

- hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
 - c. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
 - d. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
 - e. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (3) diatur dalam Peraturan Pemerintah.

BAB X

PENYELESAIAN SENGKETA

Bagian Pertama

Umum

Pasal 45

- (1) Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
- (2) Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
- (3) Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam undang-undang.

- (2) Dalam melaksanakan tugas sebagaimana di ayat (1), Badan Perlindungan Konsumen dapat bekerja sama dengan organisasi internasional.

Bagian Kedua

Susunan Organisasi dan Keanggotaan

Pasal 35

- (1) Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri dari seorang ketua merangkap anggota, seorang wakil ketua merangkap anggota, serta sekurang-kurangnya lima orang dan sebanyak-banyaknya 25 (二十五) orang anggota yang mewakili semua golongan masyarakat.
- (2) Anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional diangkat dan diberhentikan oleh Presiden dan Wakil Presiden, setelah dikonsultasikan kepada Menteri Koordinator Bidang Kesejahteraan Rakyat dan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia.
- (3) Masa jabatan ketua, wakil ketua, dan anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional selama 3 (tiga) tahun, dapat diangkat kembali untuk 1 (satu) kali jabatan berikutnya.
- (4) Ketua dan wakil ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional dipilih oleh anggota.

Pasal 36

Anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas unsur:

- a. pemerintah;
- b. pelaku usaha;
- c. lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- d. akademisi; dan
- e. tenaga ahli.

sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Badan Perlindungan Konsumen Nasional, dan Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah melindungi dan meningkatkan pendapatan masyarakat yang sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibentuk oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional dan diatur dalam Peraturan

BADAN KONSUMEN

PERATURAN

Badan Perlindungan Konsumen Nasional bertugas melindungi konsumen yang dirugikan.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional berperan aktif dalam menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional membantu konsumen swadaya masyarakat.

... dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para yang bersengketa.

Pasal 46

... atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan

... orang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;

... kelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama;

... biaya perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk hukum atau yawasan, yang dalam anggaran belanjanya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuannya meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab masyarakat untuk melindungi konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran belanjanya;

... perintah dan/atau instansi terkait apabila barang atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.

... yang diajukan oleh sekelompok konsumen, perlindungan konsumen swadaya masyarakat, perintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c, atau huruf d diajukan kepada pengadilan

... lebih lanjut mengenai kerugian materi yang atau korban yang tidak sedikit sebagaimana pada ayat (1) huruf d diatur dengan Peraturan

Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan

Pasal 47

Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

Bagian Ketiga Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan

Pasal 48

Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan dalam Pasal 45.

BAB XI

BADAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN

Pasal 49

(1) Pemerintah membentuk Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Daerah Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan.

(2) Untuk dapat diangkat menjadi anggota Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, seseorang harus memenuhi syarat sebagai berikut:

- warga negara Republik Indonesia;
- berbadan sehat;
- berkelakuan baik;
- tidak pernah dihukum karena kejahatan;
- memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen;
- berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.

nya.

(2) Pembentukan perwakilan ayat (1) ditetapkan lebih Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal

Dalam pelaksanaan t Konsumen Nasional bekerja diatur dengan keputusan ketua Nasional.

Pasal

Biaya untuk pelaksanaan Konsumen Nasional dibebankan dan belanja negara dan sumbu peraturan perundang-undangan.

Pasal

Ketentuan lebih lanjut mengenai Perlindungan Konsumen Nasional Pemerintah.

BAB

LEMBAGA PERLINDUNGAN SWADAYA MASYARAKAT

Pasal

- Pemerintah mengakui lembaga swadaya masyarakat yang
- Lembaga perlindungan konsumen memiliki kesempatan untuk mewujudkan perlindungan
- Tugas lembaga perlindungan masyarakat meliputi kegiatan

etiap unsur sebagaimana dimaksud pada ayat
mahl sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang, dan
banyaknya 5 (lima) orang.

atan dan pemberhitan anggota Badan Penye-
ngketa Konsumer ditetapkan oleh menteri.

Pasal 50

Penyelesaian Sengketa Konsumer sebagaimana
gan Pasal 49 ayat (1) terdiri atas:
rangkap anggota,
ua merangkap anggota;

Pasal 51

Penyelesaian Sengketa Konsumer dalam men-
tugasnya dibantu oleh sekretariat.
at Badan Penyelesaian Sengketa Konsumer
as kepala sekretariat dan anggota sekretariat.
katan dan pemberhentian kepala sekretariat
ota sekretariat Badan Penyelesaian Sengketa
en ditetapkan oleh menteri.

Pasal 52

an wewenang Badan Penyelesaian Sengketa
meliputi:
anakan penanganan dan penyelesaian sengketa
n, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase
siliasi;
kan konsultasi perlindungan konsumen;
an pengawasan terhadap pencantuman klausula
kan kepada penyidik umum apabila terjadi
aran ketentuan dalam undang-undang ini;

f. melakukan penelitian
perlindungan konsumen;
g. memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan
pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
h. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli, dan/
atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran
terhadap undang-undang ini;

i. meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku
usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana
dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia
memenuhi panggilan Badan Penyelesaian Sengketa
Konsumer;

j. mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen,
atau alat bukti: lain guna penyelidikan dan/atau peme-
riksaan;

k. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya
kerugian di pihak konsumen;

l. memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang
melakukan pelanggaran terhadap perlindungan kon-
sumen;

m. menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha
yang melanggar ketentuan undang-undang ini.

Pasal 53

Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan tugas
dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumer
Daerah Tingkat II diatur dalam surat keputusan menteri.

Pasal 54

- (1) Untuk menangani dan menyelesaikan sengketa kon-
sumen, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumer
membentuk majelis.
- (2) Jumlah anggota majelis sebagaimana dimaksud pada
ayat (1) harus ganjil dan sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang

(1) Gugatan
oleh:

a.

b.

c.

d.

d.

d.

d.

m

at

at

at

at

at

5) Pengadilannya sebagai

6) Pengadilannya sebagai

Pasal 55

Badan penyelesaian sengketa konsumen wajib melaksanakan putusan paling lambat dalam waktu 21 (dua puluh satu) hari kerja setelah gugatan diterima.

Pasal 56

Badan penyelesaian sengketa konsumen wajib melaksanakan putusan paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sejak diterima putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 55 pelaku yang wajib melaksanakan putusan tersebut.

Pihak dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri paling lambat 14 (empat belas) hari kerja setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut.

Usaha yang tidak mengajukan keberatan dalam waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (2) wajib menerima putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

Jika ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3) tidak dijalankan oleh pelaku usaha, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen menyerahkan perkara tersebut kepada penyidik untuk melakukan tindakan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (3) merupakan bukti yang cukup bagi penyidik untuk melakukan tindakan.

Pasal 57

Majelis sebagaimana dimaksud dalam Pasal

Pasal 58

(1) Pengadilan Negeri wajib mengeluarkan putusan atas keberatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 56 ayat (2) dalam waktu paling lambat 21 (dua puluh satu) hari sejak diterimanya keberatan.

(2) Terhadap putusan Pengadilan Negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1), para pihak dalam waktu paling lambat 14 (empat belas) hari dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung Republik Indonesia.

(3) Mahkamah Agung Republik Indonesia wajib mengeluarkan putusan dalam waktu paling lambat 30 (tiga puluh) hari sejak menerima permohonan kasasi.

**BAB XII
PENYIDIKAN**

Pasal 59

(1) Selain Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia, Pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu di lingkungan instansi pemerintah yang lingkup tugas dan tanggung jawabnya di bidang perlindungan konsumen juga diberi wewenang khusus sebagai penyidik sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang Hukum Acara Pidana yang berlaku.

(2) Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berwenang:

- a. melakukan pemeriksaan atas kebenaran laporan atau keterangan berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
- b. melakukan pemeriksaan terhadap orang atau badan hukum yang diduga melakukan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
- c. meminta keterangan dan bahan bukti dari orang atau badan hukum sehubungan dengan peristiwa tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;

4) Anggaran Negeri di tempat konsumen yang terdapat.
(3) sebagai
5) Pengadilannya sebagai

Badan penyelesaian sengketa konsumen wajib melaksanakan putusan paling lambat dalam waktu 21 (dua puluh satu) hari kerja setelah gugatan diterima.

Badan penyelesaian sengketa konsumen wajib melaksanakan putusan paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sejak diterima putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 55 pelaku yang wajib melaksanakan putusan tersebut.

Pihak dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri paling lambat 14 (empat belas) hari kerja setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut.

Usaha yang tidak mengajukan keberatan dalam waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (2) wajib menerima putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

Jika ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3) tidak dijalankan oleh pelaku usaha, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen menyerahkan perkara tersebut kepada penyidik untuk melakukan tindakan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (3) merupakan bukti yang cukup bagi penyidik untuk melakukan tindakan.

Pasal 61

Penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya.

Pasal 62

- (1) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
- (2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap, atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

Pasal 63

Terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, dapat dijatuhkan hukuman tambahan, berupa:

- a. perampasan barang tertentu;
- b. pengumuman keputusan hakim;
- c. pembayaran ganti rugi;
- d. perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
- e. kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
- f. pencabutan izin usaha.

ngan konsumen;
ksaan di tempat tertentu yang
ahan bukti serta melakukan
barang hasil pelanggaran yang
ti dalam perkara tindak pidana
ngan konsumen;

hili dalam rangka pelaksanaan
tindak pidana di bidang
umen.

vai Negeri Sipil sebagaimana
memberitahukan dimulainya
nyidikannya kepada Penyidik
epublik Indonesia.

vai Negeri Sipil sebagaimana
enyampaikan hasil penyidikan
nelalui Penyidik Pejabat Polisi
esia.

XIII

KSI

ertama
ministratif

I 60

gketa Konsumen berwenang
ustratif terhadap pelaku usaha
ayat (2) dan ayat (3), Pasal
26.

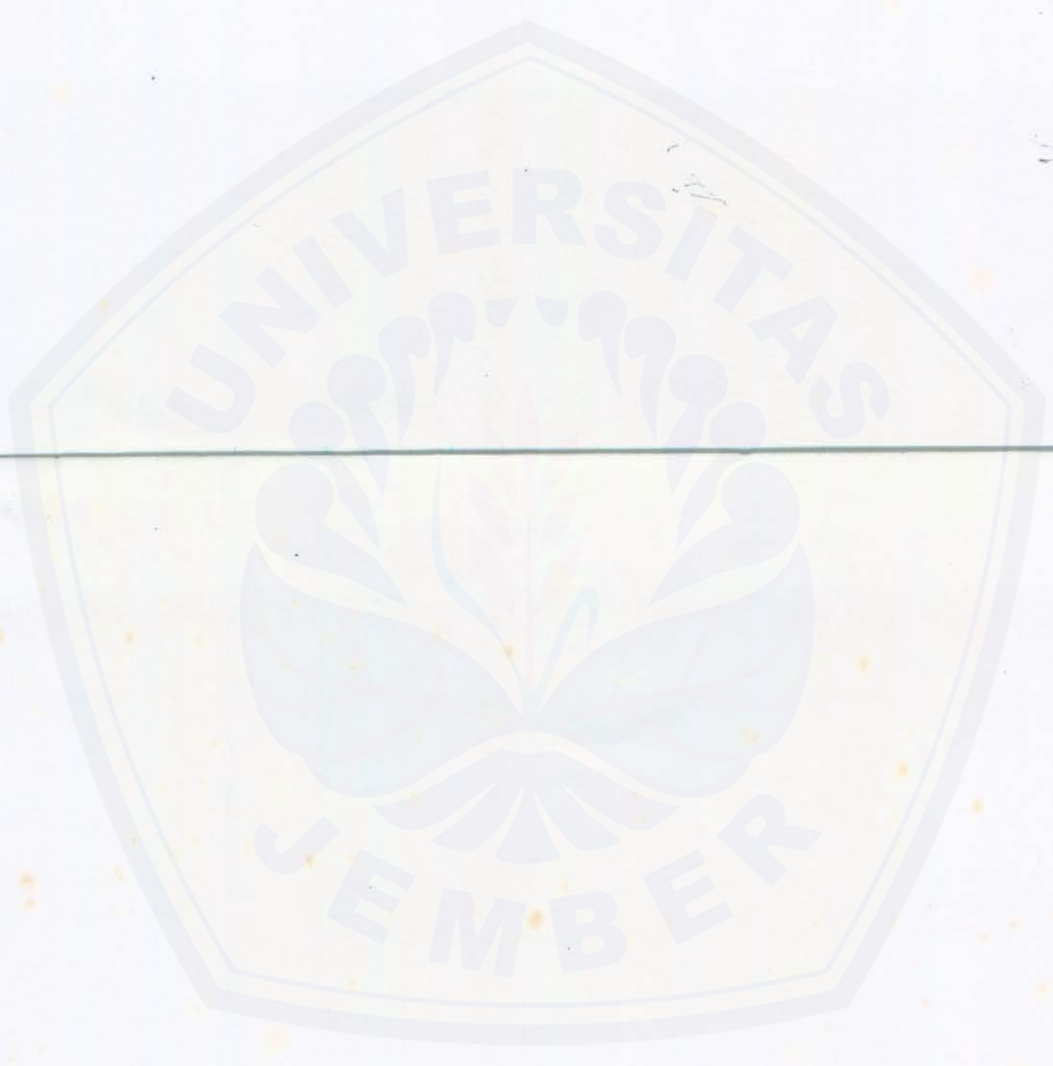
pa penetapan ganti rugi pa-
0,00 (dua ratus juta rupiah).
si administratif sebagaimana
ur lebih lanjut dalam peraturan

di bidang perlin
e. melakukan pem
diduga terdapat
penyitaan terhad
dapat dijadikan b
di bidang perlin
f. meminta bantuan
tugas penyidika
perlindungan kon

- (3) Penyidik Pejabat Pega
dimaksud pada ayat (1)
penyidikan dan hasil p
Pejabat Polisi Negara
- (4) Penyidik Pejabat Pega
dimaksud pada ayat (1)
kepada Penuntut Umum
Negara Republik Indon

BAI
SAS
Bagian
Sanksi Ad
Pas

- (1) Badan Penyelesaian Se
menjatuhkan sanksi admi
yang melanggar Pasal 1
20, Pasal 25, dan Pasal
- (2) Sanksi administratif ber
ling banyak Rp200.000.000
- (3) Tata cara penetapan san
dimaksud pada ayat (1) dia
perundang-undangan.



an yang
ada saat
berlaku
u tidak
lang ini.

(satu)
itahkan
atannya

39
NESIA

BIBIE

SIA