



SKRIPSI

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK  
ORIFLAME YANG DIPASARKAN MELALUI MEKANISME  
*MULTI LEVEL MARKETING* OLEH PT. ORINDO ALAM AYU  
CABANG SURABAYA**

***CONSUMER PROTECTION ORIFLAME PRODUCTS ARE  
MARKETED THROUGH MECHANISM FOR MULTI LEVEL  
MARKETING BY PT. ORINDO ALAM AYU  
SURABAYA BRANCH***

**VIRA ARISTA INDIKA YANTI  
NIM. 090710101230**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS HUKUM  
2014**

**SKRIPSI**

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK  
ORIFLAME YANG DIPASARKAN MELALUI MEKANISME  
MULTI LEVEL MARKETING OLEH PT. ORINDO ALAM AYU  
CABANG SURABAYA**

***CONSUMER PROTECTION ORIFLAME PRODUCTS ARE  
MARKETED THROUGH MECHANISM FOR MULTI LEVEL  
MARKETING BY PT. ORINDO ALAM AYU  
SURABAYA BRANCH***

**VIRA ARISTA INDIKA YANTI  
NIM. 090710101230**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS HUKUM  
2014**

## **MOTTO**

“Pilihlah kerugian daripada keuntungan yang tidak jujur, yang satu membawa derita untuk seketika, yang satu lagi untuk sepanjang masa,- Chilton”\*

---

\* <http://www.katamutiaraindonesia.com>. di akses tanggal 10 januari 2014.

## **PERSEMBAHAN**

Kupersembahkan karya ilmiah berupa skripsi ini sebagai ungkapan rasa cinta kasih yang tulus dan rasa terima kasih kepada :

1. Ayahanda tercinta Yayan Musiyani dan Ibunda tercinta Sumiyati yang selalu memberikan motivasi dan iringan doa kepada penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
2. Alma Mater Tercinta Universitas Jember yang sangat penulis banggakan sebagai tempat untuk menimba ilmu pengetahuan.
3. Bapak/Ibu Guru TK, Bapak/Ibu Guruku mulai tingkat SD, SLTP, dan SMA, dan Bapak/Ibu Dosenku tercinta di Fakultas Hukum Universitas Jember, serta semua orang yang telah dengan tulus memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman dengan penuh keikhlasan.

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK  
ORIFLAME YANG DIPASARKAN MELALUI MEKANISME  
MULTI LEVEL MARKETING OLEH PT. ORINDO ALAM AYU  
CABANG SURABAYA**

***CONSUMER PROTECTION ORIFLAME PRODUCTS ARE  
MARKETED THROUGH MECHANISM FOR MULTI LEVEL  
MARKETING BY PT. ORINDO ALAM AYU  
SURABAYA BRANCH***

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
menyelesaikan untuk Program Studi Ilmu Hukum (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Hukum

**VIRA ARISTA INDIKA YANTI  
NIM. 090710101230**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS HUKUM  
2014**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI  
TANGGAL 3 FERBRUARI 2014**

**Oleh :  
Pembimbing,**

**Dr. FENDI SETYAWAN, S.H., M.H.  
NIP. 197202171998021001**

**Pembantu Pembimbing,**

**MARDI HANDONO, S.H., M. H.  
NIP. 196312011989021001**

## **PENGESAHAN**

Skripsi dengan Judul :

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK ORIFLAME  
YANG DIPASARKAN MELALUI MEKANISME *MULTI LEVEL*  
MARKETING OLEH PT. ORINDO ALAM  
AYU CABANG SURABAYA**

Oleh :

**VIRA ARISTA INDIKA YANTI**  
**NIM. 090710101230**

**Pembimbing,**

**Pembantu Pembimbing,**

**Dr. FENDI SETYAWAN, S.H., M.H.**  
**NIP. 197202171998021001**

**MARDI HANDONO, S.H., M.H.**  
**NIP. 196312011989021001**

**Mengesahkan :**  
**Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan**  
**Universitas Jember**  
**Fakultas Hukum**  
**Dekan,**

**Dr. WIDODO EKATJAHJANA, S.H., M.Hum**  
**NIP. 197105011993031001**

## **PENETAPAN PANITIA PENGUJI**

Dipertahankan di hadapan Panitia Penguji pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 13

Bulan : Februari

Tahun : 2014

Diterima oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember

### **Panitia Penguji :**

**Ketua,**

**Sekretaris,**

**Iswi Hariyani, S.H., M.H.**  
**NIP. 196212161988022001**

**Edi Wahjuni, S.H., M.Hum.**  
**NIP. 196812302003122001**

### **Anggota Penguji :**

**Dr. FENDI SETYAWAN, S.H., M.H.**  
**NIP. 197202171998021001**

.....

**MARDI HANDONO, S.H., M.H.**  
**NIP. 196312011989021001**

.....



## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

**NAMA : VIRA ARISTA INDIKA YANTI**

**NIM : 090710101230**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berbentuk skripsi dengan judul : **“PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK ORIFLAME YANG DIPASARKAN MELALUI MEKANISME *MULTI LEVEL MARKETING* OLEH PT. ORINDO ALAM AYU CABANG SURABAYA”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak lain serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 13 Februari 2014

Yang menyatakan,

**VIRA ARISTA INDIKA YANTI**  
**NIM. 090710101230**

## UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama-tama penulis panjatkan puji syukur kehadirat Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Terima kasih tak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis ucapkan kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yaitu adalah :

1. Bapak Dr, Fendi Setyawan, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing dan Bapak Mardi Handono, S.H., M.H. selaku Dosen Pembantu Pembimbing dan sekaligus sebagai Pembantu Dekan II, yang telah bersedia meluangkan waktu dengan sabar dan ikhlas untuk memberikan ilmu dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini;
2. Ibu Iswi Hariyani ,S.H.,M.H. selaku Ketua Penguji dan Ibu Edi Wahjuni ,S.H.,M.Hum. selaku Sekretaris Penguji yang telah memberikan pengarahan demi perbaikan skripsi ini;
3. Bapak Dr. Widodo Ekatjahjana, S.H., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember;
4. Bapak Dr. H. Nurul Ghufron, S.H., M.H. selaku Pembantu Dekan I, Bapak Iwan Rachmad Soetijono, S.H., M.H. selaku Pembantu Dekan III;
5. Bapak Sugijono, S.H., M.H. selaku Ketua Bagian Hukum Perdata yang telah memberikan dorongan dan bimbingan selama di Fakultas Hukum Universitas Jember;
6. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Hukum Universitas Jember atas ilmu dan bantuan yang diberikan selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Hukum Universitas Jember;
7. Segenap pimpinan dan staf Bank BRI Jember, atas bimbingan serta ilmu selama penulis melaksanakan Kuliah Kerja Mahasiswa;

8. Kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Yayan Musiyani serta Ibunda Sumiyati, terima kasih atas segala doa, kasih sayang, nasehat, dukungan, dan kepercayaan yang selama ini telah diberikan sepenuhnya kepada saya;
9. Adikku tersayang Bernat Dwi Anggara yang selalu memotivasi dan mewarnai hari-hari saya;
10. Motivator dan Pendamping setiaku, Deka Andhika Prayudi Tama terima kasih atas dukungan, nasihat, dan bantuannya selama penulisan skripsi ini;
11. Sahabat-sahabat terbaik penulis Darma Adi, Yussela Fitriyani, Diska Triana Devi, Ana Atika Helmi Vida, Chasmita Yulinda, Herni Chandra Sari yang telah mewarnai hari-hari penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Hukum Universitas Jember, semoga kebersamaan kita akan tetap terjalin selepas sarjana;
12. Teman-teman dan ibu kos Tercinta di Jalan Jawa 4B no.8, Siti Bashiroh, Handini Maisyaroh, Wildatul Aminah, Siti Nur Fajriah, Novita Ayu Laraswati, Amelia Ratiasri SDP, Rahmi Asti Harumi, yang telah memberi doa dan dukungan selama penulisan skripsi ini;
13. Seluruh teman-teman angkatan 2009 Fakultas Hukum Universitas Jember.
14. Semua orang yang telah menginspirasi hidup penulis sehingga membuat penulis termotivasi untuk menjadi manusia yang lebih baik.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang lebih berharga atas segala kebaikan yang telah mereka berikan dengan ketulusan dan keikhlasan. Akhir kata, peribahasa menyatakan, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari tiada ciptaan manusia yang sempurna, begitu pula dengan skripsi ini, dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua. Amin.

Jember, 13 Februari 2014

Penulis

## RINGKASAN

Perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Tujuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah memberikan perlindungan memadai serta menciptakan kemandirian konsumen dalam bertransaksi dengan pelaku usaha. Tujuan perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, tetapi juga membantu pelaku usaha yang memiliki itikad baik agar tetap dapat melanjutkan kelangsungan usahanya serta dapat bersaing dengan sehat. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk mengambil judul : **“Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Oriflame yang Dipasarkan Melalui Mekanisme *Multi Level Marketing* Oleh PT Orindo Alam Ayu Cabang Surabaya”**.

Tujuan penelisan dalam skripsi ini ada 2 (dua) terdiri dari tujuan umum yaitu, untuk memenuhi dan melengkapi persyaratan akademik guna mencapai gelar Sarjana Hukum di Fakultas Universitas Jember, dan tujuan khusus yaitu *pertama* untuk mengetahui dan memahami pengaturan dibidang pemasaran produk melalui *Multi Level Marketing* dalam menciptakan perlindungan terhadap konsumen, *kedua* untuk mengetahui dan memahami tanggung jawab hukum *Service Point Oriflame* atas produk yang dipasarkan melalui *Multi Level Marketing* jika merugikan konsumen. *Ketiga*, untuk mengetahui dan memahami upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen jika dirugikan atas penggunaan Oriflame yang dipasarkan melalui *Multi Level Marketing* oleh *Service Point Oriflame*.

Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini: tipe penelitian menggunakan yuridis normatif, pendekatan masalah yang digunakan adalah Pendekatan Undang-Undang (*Statute Approach*) dan konseptual (*conceptual approach*). Sumber bahan hukum yang digunakan adalah bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Analisis bahan hukum yang dilakukan dengan cara

mengidentifikasi fakta hukum, mengumpulkan bahan-bahan hukum, melakukan telaah atas isu hukum, menarik kesimpulan dan memberikan preskripsi berdasarkan argumentasi yang dibuat dalam bentuk kesimpulan.

Kesimpulan dalam skripsi ini *pertama*, pemerintah lebih memperhatikan undang-undang perlindungan konsumen karena lemahnya perlindungan konsumen. Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. *Kedua* jika konsumen menderita kerugian berupa terjadinya kerusakan, pencemaran, atau kerugian financial dan kesehatan karena mengonsumsi produk yang diperdagangkan, produsen sebagai pelaku usaha wajib memberikan penggantian kerugian, baik dalam bentuk pengembalian uang, penggantian barang, perawatan, maupun dengan pemberian santunan. Penggantian kerugian itu dilakukan dalam waktu paling lama tujuh hari setelah tanggal transaksi. *ketiga* Upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen apabila mengalami kerugian atas penggunaan Oriflame yang dipasarkan melalui Multi Level Marketing oleh Service Point Oriflame (SPO) adalah upaya hukum di luar pengadilan dan upaya hukum melalui pengadilan. Upaya hukum di luar pengadilan dilakukan melalui konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi maupun penilaian ahli.

Saran dari skripsi ini adalah *pertama* Perusahaan produk yang melaksanakan pemasaran melalui Multi Level Marketing (MLM) seharusnya mengatur hubungan hukum antara perusahaan produk dengan mitra usaha maupun konsumen yang lebih berorientasi pada perlindungan konsumen dalam perjanjian kontraknya. *Kedua* Pemerintah sebaiknya membentuk peraturan yang mewajibkan perusahaan untuk mengatur hubungan hukum antara perusahaan produk dengan mitra usaha maupun konsumen yang lebih berorientasi pada perlindungan konsumen dan melakukan pengawasan terhadap kepatuhan perusahaan tersebut untuk melaksanakan peraturan dimaksud. *Ketiga* Masyarakat/Konsumen sebaiknya memahami peraturan per Undang-Undang terkait *Multi Level Marketing* dan peraturan internal perusahaan. Selain itu, Konsumen sebaiknya memahami macam-macam penyelesaian sengketa konsumen yang dapat dilakukan dan menggunakannya dalam hal konsumen dirugikan,

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b> .....	i
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM</b> .....	ii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PRASYARAT GELAR</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	vi
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	vii
<b>HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI</b> .....	viii
<b>HALAMAN ORISINALITAS</b> .....	ix
<b>HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	x
<b>HALAMAN RINGKASAN</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiv
<b>HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penulisan .....	4
1.4. Metode Penelitian .....	5
1.4.1 Tipe Penelitian .....	5
1.4.2 Pendekatan Masalah .....	6
1.4.3 Sumber Bahan Hukum .....	6
1.4.3.1 Sumber Bahan Primer .....	7
1.4.3.2 Sumber Bahan Sekunder .....	7
1.4.4 Analisis Bahan Non Hukum .....	7
1.4.5 Analisis Bahan Hukum .....	8
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1 Perlindungan Hukum .....	9
2.1.1 Pengertian Perlindungan Hukum .....	9
2.1.2 Macam-Macam Perlindungan Hukum .....	10
2.1.3 Unsur-Unsur Perlindungan Hukum .....	11

2.2	Perlindungan Konsumen.....	12
2.2.1	Pengertian Perlindungan Konsumen .....	12
2.2.2	Asas-asas Perlindungan Konsumen.....	13
2.2.3	Tujuan Perlindungan Konsumen .....	14
2.3	Konsumen .....	16
2.3.1	Pengertian Konsumen.....	16
2.3.2	Hak dan Kewajiban Konsumen .....	17
2.4	Tanggung Jawab Hukum .....	18
2.4.1	Hubungan Hukum .....	18
2.4.2	Tanggung Jawab Pelaku Usaha di Bidang Pemasaran .....	19
2.4.3	Perbuatan yang Dilarang bagi Pelaku Usaha.....	21
2.5	<i>Multi Level Marketing</i> .....	22
2.5.1	Pengertian <i>Multi Level Marketing</i> .....	22
2.5.2	Pihak-Pihak dalam <i>Multi Level Marketing</i> .....	23
2.5.3	<i>Service Point Oriflame</i> .....	24
2.5.4	PT Orindo Alam Ayu .....	25
<b>BAB 3.</b>	<b>PEMBAHASAN</b> .....	23
3.1	Pengaturan di bidang pemasaran produk melalui <i>Multi Level Marketing</i> dalam menciptakan perlindungan terhadap konsumen.....	29
3.2	Tanggung jawab hukum <i>Service Point Oriflame</i> atas produk yang dipasarkan melalui <i>Multi Level Marketing</i> merugikan konsumen .....	31
3.2	Upaya penyelesaian yang dapat dilakukan oleh konsumen bila mengalami kerugian atas penggunaan Oriflamme yang dipasarkan melalui <i>Multi Level Marketing</i> oleh <i>Service Point Oriflame (SPO)</i> .....	42
3.3.1	Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan .....	44
3.3.2	Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan ....	50
<b>BAB 4.</b>	<b>PENUTUP</b> .....	63
4.1	Kesimpulan .....	63
4.2	Saran .....	63

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**



## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung.