



**PERLINDUNGAN HAK-HAK PEKERJA TENAGA PEMASARAN DALAM  
KEGIATAN BISNIS *MULTI LEVEL MARKETING (MLM)*  
MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 13 TAHUN 2003  
TENTANG KETENAGAKERJAAN**

Albert NichoF.T.\*, Sonhaji, Solechan  
Program Studi S1 Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro  
E-mail : [albertnicho@rocketmail.com](mailto:albertnicho@rocketmail.com)

**Abstrak**

Dewasa ini, muncul suatu sistem pemasaran bernama *Multi Level Marketing*. Sistem pemasaran ini menawarkan suatu peluang usaha dengan pendapatan yang besar kepada setiap orang yang mau bergabung menjadi tenaga pemasarannya. Namun, dalam prakteknya seorang tenaga pemasaran tidak diberikan hak sesuai dengan Undang-Undang Nomor 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan. Undang-Undang Nomor 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan telah mengatur sedemikian rupa mengenai perlindungan hak kepada pekerja. Undang-Undang Nomor 13 tahun 2003 telah menyebutkan hak-hak pekerja seperti hak untuk mendapatkan perlakuan yang sama tanpa diskriminasi, hak untuk mendapatkan upah dan penghargaan kerja yang cukup untuk memenuhi kebutuhannya, hak untuk mendapatkan pelatihan kerja yang sesuai dengan kompetensi kerja yang diminatinya. Hal tersebut bertujuan untuk melindungi pekerja dari kecurangan dan pelanggaran yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan yang menggunakan sistem pemasaran *MLM* yang terjadi adalah melakukan kecurangan dalam memenuhi hak dari tenaga pemasaran/*marketing* di perusahaannya. Namun dalam perjanjian kerja yang digunakan dalam perekrutan dari perusahaan satu dengan lainnya tidak selalu sama dan diperlukan suatu peraturan lebih detail mengenai dengan sistem pemasaran *MLM* ini dengan tegas untuk mengurangi pelanggaran.

Kata kunci : Perlindungan Hak Pekerja, Sistem Pemasaran, *Multi Level Marketing*

**Abstract**

*Today, appears a marketing system called Multi Level Marketing. This marketing system offers a business opportunity with a huge income to everyone who wants to join into the marketing system. However, in practice a salesperson is not granted in accordance with Act No. 13 of 2003 on Manpower. Act No. 13 of 2003 on Manpower has been arranged in such a manner on the protection of workers' rights to. Act No. 13 of 2003 had been mentioned workers' rights such as the right to equal treatment without discrimination, the right to wages and appreciation of work sufficient to meet its needs, the right to receive vocational training in accordance with the competence of work of interest. It aims to protect workers from fraud and violations committed by the company. Companies that use MLM marketing system that occurs is rigged to fulfill the rights of marketing personnel / marketing at the company. However dalam perjanjian verb used in the recruitment of companies to one another are not always the same and we need a regulation with more detail about this MLM marketing system firmly to reduce violations.*

Keywords : Protection of Workers' Rights, Systems Marketing, *Multi Level Marketing*



## I. PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara berkembang pada dekade terakhir ini mengalami kemajuan yang cukup besar dan cepat, walaupun kemajuan tersebut ditandai masa – masa cukup sulit karena baru saja bangkit dari krisis ekonomi yang berkepanjangan. Secara umum kemajuan yang dicapai oleh bangsa Indonesia dalam berbagai bidang kehidupan tidak diraih begitu saja akan tetapi memerlukan kerja keras serta kerjasama segenap lapisan masyarakat secara terus menerus serta berkesinambungan.

Suatu pembangunan yang dilakukan demi kemajuan Negara Indonesia merupakan pembangunan yang dilakukan secara menyeluruh serta menyentuh segenap aspek hidup masyarakat dalam arti tidak hanya menitikberatkan pada satu bidang tertentu saja. Pembangunan pada bidang ekonomi tersebut dapat dilakukan dalam bidang lapangan kerja mengingat kemampuan ekonomi masyarakat tergantung pada lapangan kerja yang tersedia dalam kehidupan masyarakat, semakin banyak jumlah populasi masyarakat di Indonesia maka semakin banyak lapangan pekerjaan yang dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Namun karena terbatasnya lapangan kerja yang tersedia dalam masyarakat tidak dapat memenuhi jumlah populasi yang ada di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya. Terlebih lagi tidak semua lapangan kerja dapat menerima seseorang untuk melakukan pekerjaan tersebut karena masih dibutuhkan suatu status, gelar, kondisi, dan persyaratan

lainnya demi dapat diterima sebagai pekerja, terlebih lagi suatu lapangan kerja sedang membutuhkan banyak tenaga kerja yang menguasai suatu bidang tertentu, namun karena kurang dan terbatasnya kemampuan/*skill*, pengetahuan dan pengalaman masyarakat dalam bidang tersebut tidak dapat diterima sebagai pekerja. Sedangkan banyak masyarakat yang menguasai bidang tertentu membutuhkan pekerjaan yang sesuai dengan bidangnya, namun sayang karena terbatasnya lapangan kerja yang dapat menampung tenaga kerja di bidang tersebut terbatas maka tidak semua dapat diterima dan terpaksa beralih profesi lain.

Lapangan pekerjaan sangat dibutuhkan dalam masyarakat oleh karena itu muncul suatu model pemasaran dari suatu perusahaan dengan menjual barang atau jasa dan memberikan solusi untuk memberikan pendapatan yang lebih tanpa harus bekerja terlalu giat, hanya perlu untuk menjualkan barang atau jasa dari suatu produk yang sudah ditentukan oleh perusahaan yang menyediakan.

*Multi level marketing* (pemasaran berjenjang) adalah strategi pemasaran di mana tenaga penjual tidak hanya mendapatkan kompensasi atas penjualan yang mereka hasilkan, tetapi juga atas hasil penjualan tenaga pemasaran lain yang mereka rekrut. Tenaga pemasaran yang direkrut tersebut dikenal dengan anggota "*downline*". Istilah lain yang digunakan untuk *Multi Level Marketing* adalah penjualan piramida, pemasaran jaringan dan pemasaran berantai. *Multi level marketing* (MLM) adalah jalur

alternatif perusahaan untuk mendistribusikan produk dan jasanya ke pasaran. *MLM* pada dasarnya adalah usaha legal yang baik. Tidak sedikit orang yang sukses menjalankan bisnis *network marketing* ini jika disertai dengan usaha yang benar dan sungguh-sungguh.<sup>1</sup>

Meskipun demikian, perlu disadari bahwa tidak sedikit bisnis *MLM* dan *affiliate marketing* yang menjalankan penipuan piramida (*Pyramid Scheme*, kadang disebut arisan berantai, *phonzi*) yang sebetulnya merupakan bisnis ilegal. Tidak sedikit distributor *MLM* melakukan kecurangan, dengan melakukan modus mendapatkan uang banyak dalam waktu yang singkat dengan tidak bekerja keras. Tipuan Piramida dijalankan dengan mewajibkan para anggota menyetero dana. Lalu untuk mendapatkan bonus, para member harus merekrut anggota (atau *downline*, nasabah, investor) lainnya, demikian seterusnya. Biasanya investasi ini tidak melibatkan penjualan produk.<sup>2</sup>

*MLM* legal dan tipuan piramid memiliki kemiripan dalam pelaksanaan bisnisnya sehingga masyarakat awam banyak yang tertipu akan hal tersebut karena masyarakat yang baru bergabung akan menjadi *downline* dan cenderung merugi bukan mendapat untung karena keuntungan lebih banyak dinikmati oleh level yang lebih tinggi. *Downline* cenderung tidak diperhatikan dalam

memasarkan barangnya oleh level yang lebih tinggi dan tidak diberikan perjanjian kerja oleh agen yang menawarkan bisnis *MLM* tersebut.<sup>3</sup>

Berhubungan dengan kasus-kasus penipuan yang sering terjadi dalam dunia perdagangan dengan berbagai modus yang marak terjadi, oleh karena itu dibutuhkan suatu perjanjian yang dapat mengikat antara pihak yang memberikan pekerjaan dan seseorang yang diberikan pekerjaan. Perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal. Perjanjian ini dapat terjadi apabila memenuhi syarat yang di telah ditentukan dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang selanjutnya disingkat menjadi KUHPerdata, yaitu adanya kesepakatan antara mereka yang mengikatkan diri, kecakapan dalam membuat suatu perikatan, suatu hal tertentu, dan suatu sebab yang halal.

Perjanjian ini adalah perjanjian kerja antara penyedia pekerjaan dan yang dipekerjakan, di atur dalam Pasal 51 UU No. 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, yaitu :

- a. Perjanjian kerja dibuat secara tertulis atau lisan.
- b. Perjanjian kerja yang dipersyaratkan secara tertulis dilaksanakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dalam perjanjian kerja tersebut akan melahirkan suatu perikatan yang menimbulkan hubungan hukum, yaitu hubungan di mana ada hak dan

---

1

<http://esoftdream.blogspot.co.id/2012/06/cara-kerja-multi-level-marketing.html>, diakses pada tanggal 4 Mei 2016

<sup>2</sup> *Ibid*

<sup>3</sup> *Ibid*



kewajiban yang harus dipenuhi. Para pihak yang telah melakukan perjanjian yaitu pihak yang menyediakan pekerjaan dan orang yang dipekerjakan akan dilindungi hak dan kewajibannya dalam perjanjian kerja.

## II. METODE PENELITIAN

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode pendekatan yuridis normatif. Penelitian ini dilakukan terhadap bahan - bahan hukum sekunder yang meliputi peraturan perundang-undangan, teori hukum serta dokumen-dokumen yang berkaitan dengan permasalahan yaitu pemenuhan hak pekerja tenaga pemasaran dari perusahaan yang menerapkan sistem MLM, usaha yang dilakukan perusahaan atau agen-agen yang berperan dalam merekrut calon tenaga pemasaran/distributor MLM sudah atau belum memenuhi persyaratan yang ditentukan oleh UU Nomor 13 Tahun 2003.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan deskriptif analitis, yaitu pendekatan yang dilakukan bertujuan untuk memberikan data seteliti mungkin tentang suatu keadaan atau gejala-gejala yang akan diteliti oleh penulis dengan cara menjelaskan fakta atau peristiwa hukum yang terjadi. Pendekatan analisis hukum ini digunakan oleh peneliti dalam rangka melihat suatu fenomena pemenuhan hak pekerja sebagai tenaga pemasaran/penjualan oleh perusahaan dalam memasarkan suatu barang atau jasa dengan menggunakan sistem MLM.

Untuk melakukan pengumpulan data yang diperlukan dalam menyusun

penelitian ini diperlukan data sekunder. Maka yang dilakukan adalah dengan Penelitian Kepustakaan (*Library Research*), yaitu suatu cara memperoleh data melalui penelitian kepustakaan atau studi dokumentasi sebagai alat penelitian.

Berbagai data yang telah terkumpul kemudian akan diolah melalui analisis dan kontruksi data dengan maksud memberikan gambaran yang mendalam mengenai tema ini. Analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini akan dilakukan secara kualitatif. Hal ini ditempuh guna memperoleh diskripsi mengenai objek yang diteliti.

Setelah data dianalisis, selanjutnya akan ditarik kesimpulan dengan menggunakan metode berfikir deduktif, yaitu suatu pola berpikir yang mendasarkan pada hal-hal yang bersifat umum, kemudian ditarik suatu generalisasi atau kesimpulan yang bersifat khusus.

Data yang telah diperoleh, dianalisis dengan menggunakan metode analisis kualitatif, yaitu menganalisis data dengan konsep, teori dan peraturan perundang-undangan yang berhubungan antara hukum ketenagakerjaan dengan bisnis MLM sehingga dapat diperoleh gambaran yang menyeluruh tentang perlindungan hukum bagi pekerja tenaga pemasaran di bidang bisnis MLM.

## III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan. Konsep dari sistem *MLM* yaitu berusaha untuk memperpendek jalur yang ada pada sistem penjualan biasa/konvensional dengan cara

mempersingkat jarak antara produsen dan konsumen.

*MLM* mencoba untuk memasarkan suatu produk barang atau jasa melalui distribusi dengan banyak tingkatan (*multi level distribution*). Perusahaan-perusahaan yang menggunakan sistem pemasaran biasa mempunyai banyak sekali jaringan untuk mendistribusikan produk barang atau jasa mereka, karena itu dibutuhkan banyak sekali unit penjualan (*outlet*). Pembuatan *outlet* ini membutuhkan banyak sekali biaya agar rencana penjualan perusahaan ini dapat dilakukan terhadap konsumen. Setelah itu perusahaan harus berusaha untuk memasarkan produk dengan mengenalkannya kepada konsumen. Untuk itu, mereka mengiklankan produk secara besar-besaran. Selain kedua hal di atas, pengembangan sumber daya manusia juga merupakan hal yang sangat berpengaruh terhadap keberhasilan sebuah perusahaan. Tanpa memiliki sumber daya manusia yang mumpuni, baik secara kualitas maupun kuantitas, sebuah perusahaan pasti tidak akan dapat berjalan dengan baik.

Metode pemasaran ini mencoba untuk menekan ketiga syarat utama untuk sukses (distribusi, pemasaran, dan pengembangan sumber daya manusia) menjadi semurah mungkin. Dengan menekan ketiga syarat utama di atas metode pemasaran dengan sistem *MLM* akan mendapatkan 3 keuntungan:

1. Dengan menghemat biaya distribusi karena telah ditanggung oleh distributor *MLM* itu sendiri. Jalur yang digunakan adalah melalui *downline*. Daripada membangun outlet yang akan menghabiskan banyak biaya, *MLM* memanfaatkan orang-orang yang

bergabung sebagai jalur distribusi mereka. Dengan demikian, perusahaan tidak perlu memikirkan biaya operasional untuk jalur distribusi ini. Bahkan, perusahaan *MLM* bukan hanya bisa menghemat, tetapi mereka bisa juga mendapatkan uang tambahan dari uang pendaftaran.

2. Yang kedua dengan menghemat biaya pemasaran karena pemasaran sudah dilakukan oleh para distributor dengan menggunakan metode dari mulut ke mulut. Dengan demikian perusahaan bisa mengeluarkan biaya yang lebih kecil dari pemasaran biasanya.

3. Dengan menghemat biaya pelatihan perusahaan *MLM* tidak akan mengeluarkan biaya yang besar dalam memberikan pelatihan kerja. Setiap perusahaan pasti memberikan pelatihan bagi karyawan mereka apabila ingin sumber daya manusia yang ada di perusahaan mereka dapat bekerja dengan baik. Namun perusahaan *MLM* mencoba mengurangi biaya pelatihan sekecil mungkin. Cara yang dilakukan adalah dengan mengalihkan tanggungjawab pelatihan yang seharusnya menjadi beban perusahaan kepada para pekerja mereka sendiri. Oleh karena itu, dibuatlah sistem yang memungkinkan para pekerja membiayai pelatihan untuk diri mereka sendiri.

Dalam usaha mengurangi pengeluaran perusahaan setidaknya ada dua cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan *MLM*. Langkah pertama yaitu dengan memindahkan produk lebih dekat ke konsumen. perusahaan yang tidak menggunakan sistem *MLM*, hal ini dilakukan dengan biaya operasional yang sangat tinggi. Tetapi dalam sistem



*MLM* cenderung membutuhkan biaya operasional yang lebih murah karena para distributor *MLM* yang akan menanggung biaya ini. Sedangkan langkah kedua adalah dengan merekrut tenaga penjualan berdasarkan komisi. Tenaga penjualan akan menerima pembayaran atau upah yang berdasarkan pada komisi. Hal ini dapat dimaklumi karena dalam tujuan utama perusahaan *MLM* adalah melakukan penghematan dalam membayar tenaga penjualan mereka. Dalam perusahaan pada umumnya tenaga penjualan menerima dua komponen gaji. Komponen pertama adalah gaji pokok yang jumlahnya tetap dan tidak ditentukan dari jumlah penjualan yang dilakukan. Komponen pertama ini biasanya dibuat sebagai jaminan yang dimiliki oleh seorang penjual jika mengalami keadaan yang sulit sehingga mereka tidak bisa/sedikit melakukan penjualan. Jika keadaan buruk ini terjadi maka tenaga penjualan masih dapat mencukupi kebutuhan hidup mereka dari pendapatan yang diberikan oleh perusahaan. *MLM* mencoba untuk menghilangkan komponen gaji yang pertama ini dengan tenaga penjualan yang mereka miliki. Memang ada beberapa perusahaan yang juga tidak menggunakan elemen yang pertama. Akan tetapi, pada beberapa perusahaan *MLM*, mereka menarik sejumlah uang dari tenaga penjualan yang bergabung pada perusahaan mereka. Rencana dari bisnis *MLM* adalah rencana yang melibatkan adanya persetujuan antara penjual dan perusahaan/distributor untuk membeli produk dalam jumlah besar (*wholesale*) dan menjualnya secara eceran. Selain

itu, dalam perjanjian ini juga tercantum hak untuk mensponsori orang lain sehingga bisa melipatgandakan dasar penjualan dan keuntungan yang diperoleh dari presentase penjualan distributor yang berada di bawah seseorang (*downline*). Orang yang disponsori juga dapat melakukan hal yang sama.

Dalam memenuhi kebutuhan SDM dalam sebuah organisasi perlu dilakukan perekrutan (pencarian personil untuk mengisi posisi yang sedang dibutuhkan). Dalam melaksanakan proses rekrutmen kurang lebih tahapan yang dilalui adalah sebagai berikut:<sup>4</sup>

1. Pemilihan media iklan lowongan dan proses desain iklan lowongan kerja. Dalam tahapan ini, penyedia kerja memilih media iklan yang akan digunakan, misal surat kabar, internet, pengumuman lowongan internal, pengumuman di kampus-kampus, referensi dll. Kemudian iklan lowongan kerja yang ditayangkan umumnya meliputi informasi tentang kualifikasi calon karyawan dengan memberikan informasi inti mengenai syarat yang harus dimiliki oleh calon pelamar;
2. Seleksi administratif calon karyawan dilakukan dengan menyaring pelamar kerja dengan merujuk pada kualifikasi yang diinginkan dan kesesuaian syarat yang diajukan oleh atasan karyawan;
3. Test psikologi bertujuan untuk mencari kandidat yang paling tepat

4

<https://maribelajarhrd.wordpress.com/recruitment/tahapan-rekrutmen>. Diambil pada tanggal 28 September 2016

sesuai kriteria dan karakter jabatan yang sedang dibutuhkan;

4. Pada tahap interview awal ini HRD akan memanggil beberapa kandidat yang terbaik sesuai hasil psikotest dan dilakukan wawancara terhadap pelamar kerja;

5. Interview dengan user/atasan karyawan. Pada tahap ini calon karyawan akan diuji keahliannya berdasarkan pengalaman kerja;

6. Pemilihan kandidat disini dilakukan dengan memilih pelamar kerja yang menjadi pilihan untuk dipekerjakan;

Namun, dalam proses perekrutan tenaga pemasaran *MLM* tidak melalui tahapan-tahapan diatas. Tahapan perekrutan tenaga pemasaran *MLM* dimulai dari pengenalan produk terhadap konsumen yang ditawarkan oleh tenaga pemasaran tersebut, kemudian dilanjutkan dengan menjelaskan/mempresentasikan peluang bisnis apabila bergabung dalam bisnis *MLM*, setelah itu calon distributor baru yang tertarik untuk bergabung akan diajak ke dalam sebuah pertemuan para distributor baru untuk diberikan suatu ajakan untuk bergabung dan memberikan sejumlah uang pendaftaran sebagai distributor untuk mengikuti sebuah acara seminar *MLM* atau mendapatkan sejumlah *starter kit* yang berisi kaset dan buku untuk memotivasi distributor baru untuk giat memasarkan produk. Perekrutan yang dilakukan dapat dilakukan dengan leluasa tanpa adanya penyaringan tenaga pemasaran terlebih dahulu.

Dalam proses perekrutan tenaga pemasaran hampir semua *MLM*, distributor dalam merekrut tidak punya pilihan lain selain harus ikut serta dari

suatu pertemuan ke pertemuan lainnya. Distributor akan dimotivasi untuk memaksa teman-teman dan saudara-saudara yang dimiliki untuk mendengarkan presentasi yang menawarkan keserakahan. Inilah satu-satunya cara membuat "impian" mendapatkan kekayaan dengan cepat menjadi kenyataan. Sebagai konsekuensinya demi merekrut orang harus membiasakan diri untuk hidup dengan cara seperti ini. Tetapi, apabila ada seseorang yang tidak ingin ikut serta dalam mempromosikan ide ini, karena merasa bahwa melakukan hal ini adalah suatu dosa, maka seseorang itu akan mengalami dilema secara moral. Dengan kata lain, proses perekrutan distributor baru dari kebanyakan perusahaan *MLM* akan senantiasa ditandai dengan promosi yang luar biasa mengenai materialisme dan keserakahan.

Pasal 52 ayat (1) UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan juga menegaskan perjanjian kerja dibuat atas dasar:

1. Kesepakatan kedua belah pihak
2. Kemampuan atau kecakapan melakukan perbuatan hukum
3. Adanya pekerjaan yang diperjanjikan
4. Pekerjaan yang diperjanjikan tidak bertentangan dengan ketertiban umum, kesusilaan, dan peraturan perundang undangan yang berlaku.

Perekrutan tenaga pemasaran *MLM* menggunakan perjanjian kerja tertulis yang mana memuat data-data antara para subjek yang bersangkutan dan objek pekerjaan yang dipekerjakan. Perjanjian kerja ini tidak memuat jumlah upah yang diberikan oleh



perusahaan atas kerja tenaga pemasarannya. Hal ini menimbulkan celah untuk terjadinya penyimpangan dalam pemberian upah, mengingat bahwa dalam sistim *MLM* pemberian upahnya hanya berdasarkan komisi atas penjualan yang dilakukan oleh tenaga pemasarannya, sehingga tidak ada jaminan dari perusahaan untuk memberikan upah yang layak bagi tenaga pemasarannya apabila sedang mengalami masa-masa sulit karena tidak mampu melakukan penjualan.

Dalam Pasal 52 ayat (1) UU Nomor 13 tahun 2003 menyebutkan perjanjian kerja dibuat atas dasar kesepakatan kedua belah pihak yang berarti bahwa seseorang yang bergabung haruslah sepakat dalam ketentuan-ketentuan yang diberikan oleh perusahaan kepada calon tenaga pemasaran. Kemudian, kemampuan atau kecakapan melakukan perbuatan hukum yang berarti bahwa tenaga pemasaran harus lebih dari 18 tahun agar dapat disebut cakap dalam membuat perjanjian. Apabila kurang dari 18 tahun dapat ditandatangani oleh orang tua atau wali dari anak tersebut. Namun lebih baik apabila dalam ketentuan-ketentuan perjanjian kerja ini memuat batas minimal umur apabila hendak bergabung mengingat pekerjaan tenaga pemasaran yang benar-benar membutuhkan pikiran yang sudah matang dalam pengambilan keputusan bergabung menjadi tenaga pemasaran *MLM* ini.

Di lain sisi, dibutuhkan juga modal untuk bergabung karena anak belum tentu mempunyai penghasilan lain untuk memenuhi membayar biaya syarat bergabung. Selanjutnya, adanya pekerjaan yang diperjanjikan dalam hal

ini pekerjaan yang diperjanjikan adalah untuk membeli produk dalam jumlah besar (*wholesale*) dan menjual produk perusahaan tersebut secara eceran. Tidak ada yang salah dengan pekerjaan yang ditawarkan tersebut karena menjual suatu produk. Namun, pekerjaan yang ditawarkan juga memberikan hak untuk merekrut tenaga pemasaran baru untuk bergabung dalam jaringan tersebut sehingga apabila semakin banyak anggota yang bergabung maka semakin kecil pula kesempatan untuk menjual suatu produk di pasar karena terlalu banyak persaingan antar tenaga pemasaran yang serupa.

Yang terakhir adalah pekerjaan yang diperjanjikan tidak bertentangan dengan ketertiban umum, kesusilaan, dan peraturan perundang undangan yang berlaku. Pengertian ketertiban umum disini menurut **M. Yahya Harahap** dalam diskusi umum dibagi menjadi 2 yaitu: dalam penafsiran sempit hanya terbatas pada ketentuan hukum positif saja, dengan demikian yang dimaksud dengan melanggar/bertentangan dengan ketertiban umum, hanya terbatas pada pelanggaran terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan saja. Yang kedua penafsiran luas tidak membatasi lingkup dan makna ketertiban umum pada ketentuan hukum positif saja tetapi meliputi segala nilai-nilai dan prinsip-prinsip hukum yang hidup dan tumbuh dalam kesadaran masyarakat, termasuk ke dalamnya nilai-nilai kepatutan dan prinsip keadilan umum (*general justice principle*). Sedangkan kesusilaan adalah peraturan sosial yang berasal dari hati nurani yang menghasilkan perilaku atau

akhlak, sehingga seseorang dapat membedakan sesuatu yang dianggap baik dan sesuatu yang dianggap buruk. Ketentuan yang terakhir ini bermaksud bahwa dalam melakukan perekrutan tenaga pemasaran haruslah dilakukan secara sepantasnya sesuai prinsip keadilan dalam mengangkat seorang pekerja yang sebenarnya membutuhkan pekerjaan guna mendapatkan pendapatan. Sayangnya, dalam perjanjian kerja perekrutan tenaga pemasaran ditentukan untuk memberikan sejumlah uang pendaftaran ketika hendak bergabung.

seorang tenaga pemasaran dalam sistim pemasaran *MLM* mendapatkan perlakuan yang berbeda-beda bahkan ditemukan tidak sedikit kecurangan sistim ini menyebabkan banyak orang merugi karena pendapatan yang diperoleh oleh level rendah sebagian dimiliki oleh level yang lebih tinggi. Hal ini menyebabkan level rendah (*downline*) harus bekerja keras dalam memperoleh pendapatan komisi dari penjualan produk maupun merekrut orang lain untuk menjadi *downline* mereka.

Sistim *MLM* ini dapat dikatakan "berhasil dengan korban". Karena beberapa perusahaan *MLM* mencoba membuat kebenaran dengan memncoba memberikan kesaksian kebenaran dari beberapa distributor yang sukses ketika mereka mengadakan proses perekrutan. Adakalanya seseorang mengatakan bahwa, suatu program *MLM* telah menyelamatkan hidup mereka dengan membantu menyelesaikan masalah keuangan dari semua orang yang mengalami masalah yang sama dengan yang dialaminya. Hal ini merupakan

suatu kesaksian yang bagus. Tapi yang harus dipertanyakan adalah berapa orang yang harus dikorbankan untuk membuat satu orang "diselsamatkan".

#### a) **PT. Nutrend International**

- Bahwa yang bergabung dalam PT. *Nutrend International* disebut sebagai *International Business Franchise (IBF)* telah bergabung dalam bisnis *Nutrend* sebagai usahawan mandiri dan tidak mempunyai hubungan kekaryawanan.

- Bahwa pensponsoran/perekrutan oleh *IBF* harus berdasarkan kode etik dan kebijakan *Nutrend*. Pensponsoran dapat dilakukan di seluruh wilayah Indonesia dan jumlah yang disponsori tidak terbatas.

- Bahwa seorang sponsor wajib memberikan bimbingan, pelatihan, motivasi, dan penjelasan mengenai konsep bisnis *Nutrend* antara lain marketing plan, produk, garis sponsorisasi, dengan benar, akurat, jujur, transparan, dan beretika.

- Bahwa seorang sponsor ketika mengundang calon tenaga pemasaran, sejak awal harus menjelaskan maksud dari pertemuan dari undangannya, yaitu memperkenalkan prospek bisnis *Nutrend*.

- Bahwa distributor tidak boleh memasang iklan untuk mencari atau merekrut calon tenaga pemasaran baru yang mengesankan seolah-olah memberikan suatu lowongan pekerjaan, kecuali atas persetujuan *Nutrend*.

- Bahwa distributor yang mensponsori tidak diperbolehkan mengatakan bahwa bisnis ini merupakan sebuah peluang "menjadi cepat kaya", atau keberhasilan di bisnis

*Nutrend* dapat diraih dengan upaya kecil atau sama sekali tanpa pengorbanan waktu.

- Bahwa *IBF* yang bergabung wajib untuk membeli *Starter Kit* yang isinya antara lain: Daftar harga, *Marketing Plan*, Buku Kode Etik dan Kartu Anggota *Nutrend*.
- Bahwa *IBF* yang baru bergabung wajib mengisi Formulir Permohonan Keanggotaan dan membeli produk minimal 50 *PV*.
- Bahwa *PV* adalah singkatan dari *Point Value* yang merupakan nilai bisnis dari setiap produk *Nutrend* yang besarnya ditentukan anggota dihargai.
- Bahwa tutup poin adalah kewajiban pembelanjaan minimal seorang *IBF* setiap bulannya.
- Bahwa masa keanggotaan seorang distributor berlaku selamanya dan dapat berakhir:
  - a. Secara otomatis, bila tidak ada pembelanjaan pribadi sekurang-kurangnya 50 *PV* dalam kurun waktu 12 bulan sejak transaksi terakhir.
  - b. Karena keinginan tenaga pemasaran yang bersangkutan untuk mengundurkan diri, menjual, dan mewariskan keanggotaannya.
  - c. Karena dicabut oleh *Nutrend*.
  - d. Jika pemohon tersebut cacat demi hukum.
  - e. Jika tenaga pemasaran baru, setelah 3 bulan sejak tercatat di dalam *Nutrend System* belum belanja awal minimal 50 *PV*.
- Bahwa seorang *IBF* tidak mempunyai ikatan kerja, dan tidak menjadi wakil dari perusahaan, dengan demikian tidak seorang tenaga

pemasaran pun diperbolehkan untuk menyatakan bahwa dirinya mempunyai hubungan kekearyawanan dengan *Nutrend* atau dengan perusahaan afiliasinya.

- Bahwa seorang *IBF* yang menjalankan usaha PT. *Nutrend International*, membeli produk-produk *Nutrend* dengan harga distributor untuk dikonsumsi sendiri dan jika akan dijual, maka sanggup untuk dijual kembali dengan harga eceran, seperti yang ditetapkan oleh perusahaan.

#### b) PT. *Herbalife Indonesia*

- Bahwa seseorang yang menjadi member *Herbalife* akan menjadi member independen yang bekerja sendiri. (menentukan jadwal dan tujuan sendiri, bertanggungjawab terhadap pengeluaran sendiri dan pajak-pajak yang berlaku termasuk pajak pekerja mandiri). Bukan seorang karyawan, agen, pemegang *franchise* (waralaba). Tidak akan diperlakukan sebagai seorang karyawan dan tidak akan mendapatkan hak atau tunjangan sebagaimana diberikan kepada karyawan *Herbalife*.
- Bahwa *Herbalife* adalah anggota dari Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI).
- Bahwa seorang untuk menjadi member *Herbalife* atau terlibat dalam bisnis *Herbalife* adalah paket member *Herbalife* seharga Rp. 459.000,00 (belum termasuk pajak dan biaya pengiriman). Paket member ini terdiri dari syarat dan ketentuan dalam menjalankan bisnis *Herbalife*, laporan kompensasi kotor rata-rata yang dibayarkan oleh *Herbalife*, dan 4 buku yang berisi Sales dan *Marketing Plan*

dan aturan (peraturan), serta kebijakan terkait biaya yang dikeluarkan oleh member baru.

- Bahwa satu-satunya yang wajib dibeli agar dapat bergabung, berhasil atau berkembang sebagai member *Herbalife* adalah paket member *Herbalife*.

- Bahwa apabila bergabung dengan *Herbalife* tidak ada kewajiban pembelian minimum dan biaya untuk memulai sangat rendah. Satu-satunya yang harus dibeli untuk dapat bergabung adalah paket member *Herbalife*, apabila memutuskan untuk membeli produk harus memahami bahwa pembelian tidak melebihi konsumsi pribadi atau dalam jumlah yang diyakini dapat dijual kembali dalam waktu yang wajar.

- Bahwa apabila seorang member mensponsori orang lain untuk menjadi member harus melakukannya dengan etis dan sesuai hukum. Kemudian harus memberikan upaya terbaik untuk melatih, membantu dan mendukung mereka yang telah disponsori untuk melakukan hal yang sama dan member yang mensponsori akan melakukan komunikasi dan memimpin dengan memberi contoh keteladanan.

- Bahwa seorang member tidak akan memberikan pernyataan-pernyataan tentang produk-produk dan peluang bisnis *Herbalife* kecuali sesuai dengan peraturan *Herbalife* dan hukum yang berlaku.

Dalam UU Nomor 13 tahun 2003 menyebutkan macam-macam hak sebagai pekerja:

a) **Pasal 5:** Setiap tenaga kerja memiliki kesempatan yang sama tanpa

diskriminasi untuk memperoleh pekerjaan.

b) **Pasal 6:** Setiap pekerja berhak memperoleh perlakuan yang sama tanpa diskriminasi dari pengusaha.

c) **Pasal 11:** Setiap tenaga kerja berhak untuk memperoleh dan/atau meningkatkan dan/atau mengembangkan kompetensi kerja sesuai dengan bakat, minat dan kemampuannya melalui pelatihan kerja.

d) **Pasal 12 ayat (3):** Setiap pekerja memiliki kesempatan yang sama untuk mengikuti pelatihan kerja sesuai dengan bidang tugasnya.

e) **Pasal 18 ayat (1):** Tenaga kerja berhak memperoleh pengakuan kompetensi kerja setelah mengikuti pelatihan kerja yang diselenggarakan lembaga pelatihan kerja pemerintah, lembaga pelatihan kerja swasta atau pelatihan ditempat kerja.

f) **Pasal 23:** Tenaga kerja yang telah mengikuti program pemagangan berhak atas pengakuan kualifikasi kompetensi kerja dari perusahaan atau lembaga sertifikasi.

g) **Pasal 85 ayat (1):** Pekerja tidak wajib bekerja pada hari-hari libur resmi.

h) **Pasal 86 ayat (1):** Setiap pekerja mempunyai hak untuk memperoleh perlindungan atas :

1) Keselamatan dan kesehatan kerja

2) Moral dan kesusilaan, dan

3) Perlakuan yang sesuai dengan harkat dan martabat manusia serta nilai-nilai agama

i) **Pasal 88:** Setiap pekerja berhak memperoleh penghasilan yang memenuhi penghidupan yang layak bagi kemanusiaan.

j) **Pasal 104 ayat (1):** Setiap

pekerja berhak membentuk dan menjadi anggota serikat pekerja

k) **Pasal 156 ayat (1):** Dalam hal terjadi pemutusan hubungan kerja, pengusaha diwajibkan membayar uang pesangon dan uang penghargaan masa kerja serta uang pengganti hak yang seharusnya diterima.

Status para tenaga pemasaran dalam sistim *MLM* berhak untuk diperjuangkan status dan haknya sebagai pekerja karena telah memenuhi ketiga unsur diatas. (1) tenaga pemasaran yang bergabung dalam sistim pemasaran *MLM* telah bekerja untuk keberhasilan penjualan suatu produk dari perusahaan yang menyediakan. Dari hasil penjualan tenaga pemasaran tersebut dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan yang menyediakan produk untuk dijual tersebut. (2) tenaga pemasaran yang bergabung telah menyetujui untuk menandatangani suatu perjanjian yang berisi ketentuan-ketentuan atau peraturan-peraturan yang dibuat oleh perusahaan *MLM* untuk menjual suatu produk barang/jasa dengan sistim pemasaran khusus yang ditentukan oleh perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa tenaga pemasaran ini patuh akan perintah perusahaan yang menyediakan produk untuk dijual dengan sistim pemasaran khusus. (3) dalam menjual produk barang/jasa, tenaga pemasaran akan mendapatkan upah dari penjualan tersebut. Upah tersebut diberikan oleh perusahaan yang menyediakan pekerja tersebut dalam berupa komisi penjualan.

Dalam PT *Nutrend* dan PT *Herbalife* sama-sama tidak mengakui bahwa tenaga pemasaran yang mereka rekrut

tidak dapat dianggap sebagai bagian dari pekerja/karyawan karena dalam sistim *MLM* hanya dianggap sebagai hubungan *membership* (*Herbalife*) atau *franchise* (*Nutrend*). *Membership* itu sendiri berarti keanggotaan, keanggotaan disini berada dalam organisasi, yaitu organisasi jaringan pemasaran *MLM* dimana setiap member yang bergabung berhak untuk mensponsori seseorang untuk ikut bergabung dalam organisasi jaringan pemasaran *MLM*. Sedangkan *franchise* (waralaba) adalah sebuah metode dalam sistem distribusi barang atau jasa. Metode ini membentuk suatu model hubungan kerjasama bisnis antara *franchisor* (pemilik usaha) dengan *franchisee* (pemilik modal/investor).

Hal ini menyebabkan status tenaga pemasaran *MLM* menjadi tidak jelas dan merugikan tenaga pemasaran yang baru bergabung. Dari ketidakjelasan ini perusahaan tidak akan terbebani dalam memenuhi hak dari tenaga pemasarannya. diharapkan perusahaan untuk memperjelas status tenaga pemasaran *MLM*.

*MLM* mencoba untuk memasarkan suatu produk barang atau jasa melalui distribusi dengan banyak tingkatan (multi level distribution). Dapat dikatakan sistem pemasaran *MLM* ini merupakan sistim yang “dapat berhasil dengan membawa korban”. Berhasil untuk level atas dan memakan korban level bawah. Perekrutan level bawah cenderung akan merugikan level bawah dan memberikan keuntungan level yang ada di atas.

Dalam *MLM* tidak memenuhi hak para tenaga kerja pemasarannya. hal ini dapat dilihat:



- a. Tingkatan yang ada dalam pemasaran MLM terdapat adanya diskriminasi antar tenaga pemasaran yang dapat merugikan kerugian bagi downline.
- b. Perusahaan berupaya untuk mengurangi biaya pelatihan yang besar dengan tidak benar-benar melakukan pelatihan bagi pekerja. Perusahaan hanya mengalihkan tanggungjawab pelatihan yang seharusnya menjadi beban perusahaan kepada para pekerja mereka sendiri dengan memberikan paket pelatihan yang berisikan buku-buku, marketing plan, dan peraturan-peraturan.
- c. Jaminan kerja yang diberikan oleh perusahaan kepada tenaga pemasaran tidak ada karena memang dari awal bahwa tenaga pemasaran hak-haknya belum dianggap sebagai tenaga kerja yang layak untuk dipenuhi.
- d. Perusahaan MLM melakukan perekrutan tenaga penjualan berdasarkan komisi. Tenaga penjualan akan menerima pembayaran atau upah yang berdasarkan pada komisi karena MLM mencoba untuk menghilangkan 1 komponen pengupahan yaitu gaji menjadi komisi. Hal ini tidak ada jaminan bagi tenaga pemasaran apabila mereka sedang mengalami keadaan yang sulit maka mereka akan mendapatkan sedikit komisi.

## IV PENUTUP

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Perlindungan Hak-Hak Pekerja Tenaga Pemasaran Dalam Kegiatan Bisnis *Multi Level Marketing* Menurut Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan” maka dapat

ditarik beberapa kesimpulan:

1. Penerapan perekrutan tenaga kerja pemasaran oleh perusahaan MLM dalam menjalankan bisnis MLM pada umumnya dimulai dari pengenalan produk terhadap konsumen yang ditawarkan oleh tenaga pemasaran tersebut, kemudian dilanjutkan dengan menjelaskan/mempresentasikan peluang bisnis apabila bergabung dalam bisnis *MLM*, setelah itu calon distributor baru yang tertarik untuk bergabung akan diajak ke dalam sebuah pertemuan para distributor baru untuk diberikan suatu sugesti untuk bergabung dan memberikan sejumlah uang pendaftaran sebagai distributor untuk mengikuti sebuah acara seminar MLM atau mendapatkan sejumlah *starter kit* yang berisi kaset dan buku untuk memotivasi distributor baru untuk giat memasarkan produk. Hal ini bertentangan dengan perekrutan tenaga kerja pada umumnya. Dalam sistim pemasaran *MLM* hanya memperhatikan bagaimana cara merekrut distributor baru. Bahkan, dari merekrut itu para *MLM* menarik uang pendaftaran bagi orang yang akan bergabung yang notabene adalah calon tenaga pemasaran mereka. Orang yang membantu pemasaran bahkan diharuskan untuk memberikan uang yang disebut untuk kebaikan mereka nantinya. Dengan demikian perusahaan yang menggunakan sistim pemasaran ini sudah mendapatkan keuntungan dari tenaga pemasaran barunya yang bergabung dan dipaksa membeli sejumlah produk. Inilah yang biasanya dilakukan oleh perusahaan *MLM*. Akibatnya mereka tidak perlu untuk memikirkan *market saturation* dan tetap mendapat keuntungan.

2. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa status tenaga kerja pemasaran tidak jelas dan hak-haknya tidak terpenuhi sesuai ketentuan Undang-Undang Nomor 13 tahun 2003. Sesungguhnya tenaga pemasaran *MLM* dapat dikategorikan sebagai pekerja/buruh. Hal ini disebabkan karena tenaga pemasaran *MLM* memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

- (1) Bekerja pada orang lain/perusahaan
- (2) Di bawah perintah orang lain/perusahaan
- (3) Mendapatkan upah

Namun tenaga pemasaran *MLM* tidak mendapatkan hak-haknya sebagaimana diatur dalam UU Ketenagakerjaan tenaga kerja pemasaran seharusnya mendapatkan:

- a) Tenaga kerja pemasaran berhak memperoleh perlakuan yang sama tanpa diskriminasi dari pengusaha.
- b) Tenaga kerja pemasaran sudah mendapatkan suatu pelatihan kerja dari perusahaan *MLM* meskipun tidak sesuai dengan standar yang ditentukan dalam UU Nomor 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.
- c) Tenaga kerja pemasaran berhak untuk tidak bekerja pada hari-hari libur resmi.
- d) Tenaga kerja pemasaran mempunyai hak untuk memperoleh perlindungan atas:
  1. Keselamatan dan kesehatan kerja
  2. Moral dan kesusilaan, dan
  3. Perlakuan yang sesuai dengan harkat dan martabat manusia serta

nilai-nilai agama

- e) Tenaga kerja pemasaran berhak memperoleh penghasilan yang memenuhi penghidupan yang layak bagi kehidupannya..
- f) Tenaga kerja pemasaran berhak membentuk dan menjadi anggota serikat pekerja.
- g) Dalam hal terjadi pemutusan hubungan kerja, pengusaha diwajibkan membayar uang pesangon dan uang penghargaan masa kerja serta uang pengganti hak yang seharusnya diterima.

#### **B. Saran**

1. Saran bagi pemerintah
  - a. Diharapkan dibuat pengaturan mengenai perlindungan status dan hak pekerja sebagai tenaga pemasaran *MLM*.
  - b. Diharapkan adanya pengawasan terhadap perusahaan yang menerapkan sistim pemasaran *MLM* supaya tidak ada kecurangan-kecurangan yang dapat menimbulkan kerugian bagi tenaga pemasaran.
  - c. Diharapkan adanya pemberian sanksi yang tegas untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya kecurangan oelh perusahaan.
  - d. Diharapkan adanya pembaruan peraturan Perundang-Undangan yang mengatur sistim pemasaran *MLM*.
2. Saran bagi perusahaan
  - a. Diharapkan pemenuhan status tenaga pemasaran mempunyai kejelasan status sebagai pekerja yang hak-haknya dipenuhi dengan layak.
  - b. Diharapkan penyempurnaan skema



pemasaran *MLM* agar tidak ada kemungkinan terjadinya kecurangan yang menyebabkan kerugian bagi tenaga pemasaran.

3. Saran bagi konsumen
  - a. Diharapkan sebagai konsumen apabila hendak bergabung dengan bisnis pemasaran *MLM* sebelumnya untuk memahami dan mempelajari terlebih dahulu apa diperjanjikan oleh bisnis *MLM*.

#### V. DAFTAR PUSTAKA

- Annoname, MLM Leaders, 2008, *The Secret Book of MLM*, Jakarta; MIC.
- Dwiloka, Bambang, dan Riana Rati, 2005, *Teknik Menulis Karya Ilmiah*, Jakarta; PT Asdi Mahasatya.
- Fajar, Mukti, dan Yulianto Achmad, 2009, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Yogyakarta; Pustaka Pelajar.
- Ibrahim, Johnny, 2005, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*; Bayumedia Publishing.
- Irawan, Suparnoko, 1999, *Ekonomi Pembangunan*, Yogyakarta; BPF.
- Khakim, Abdul, 2003, *Hukum Ketenagakerjaan Indonesia*, Bandung; Citra Adhitya Bhakti.
- Muharam, Hidayat, 2006, *Panduan Memahami Hukum Ketenagakerjaan serta Pelaksanaannya di Indonesia*, Bandung; PT Citra Aditya Bakti.
- Pujiastuti, Endah, 2008, *Pengantar Hukum Ketenagakerjaan*, Semarang; Semarang University Press.
- Santoso, Benny, 2003, *All About MLM Memahami Lebih Jauh MLM dan Pernak-Perniknya*, Yogyakarta; Andi.
- Soekanto, Soerjono, 1986, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta; UI Press.
- Soemitro, Ronny Hanitijo, 1990, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Jakarta; Ghalia Indonesia.
- Wignyosubroto, Sutandyo, 2002, *Hukum, Paradigma, Metode dan Dinamika masalahnya*; Huma.
- Yusuf, Tarmidzi, 2002, *Strategi MLM Secara Cerdas dan Halal*, Jakarta; PT. Gramedia.
- Undang-Undang Nomor 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan