

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Manusia selalu berkembang dan seiring berjalannya waktu selalu mengalami perubahan, tak terkecuali di bidang Perdagangan. Perkembangan dalam perdagangan memberikan dampak positif maupun dampak negatif yaitu dengan meningkatkan kondisi perekonomian suatu negara dan maraknya terjadi kejahatan atau kriminalitas yang berkaitan dengan bidang Perdagangan. Kejahatan yang menjadi marak terjadi di Indonesia beberapa tahun terakhir ini ialah *Money Game*/Skema ponzi, yang hanya mengandalkan pendapatan dari biaya pendaftaran atau rekrutmen anggota baru.<sup>1</sup>

Pengertian *Money Game* adalah suatu kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktek memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan/pendaftaran mitra usaha yang baru bergabung kemudian dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan.<sup>2</sup>

*Money Game* juga kerap disebut dengan istilah Skema Ponzi atau Skema Piramida. Skema ini sebenarnya merupakan bentuk penipuan. Hal yang selalu ditonjolkan untuk menutupi modus penipuan ini adalah dengan menjanjikan imbalan keuntungan yang besar dalam relatif singkat. Hampir tidak ada penjelasan

---

<sup>1</sup>Bianca Janet, Tarsisius Murwadji, Agus Suwandono, *Praktik Skema Piramida dalam Sistem Distribusi Barang*, 2020, Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran Bandung, Volume 14, Hal.136

<sup>2</sup>Apa Itu Money Game dan Jangan Sampai Jadi Korban Tipu, <https://ajaib.co.id/apa-itu-money-game/> diakses tanggal 12 Agustus 2021 pukul 18:34 WIB

sama sekali apa produknya atau bagaimana operasional usaha tersebut, yang ada hanyalah testimoni dari beberapa investor awal yang telah menikmati hasil investasi<sup>3</sup>. Penipuan dengan skema ini semakin sulit dibedakan oleh masyarakat sebab mereka hadir dengan menggunakan kedok bisnis yang sah dan diakui seperti pemasaran berjenjang (*Multi Level Marketing*).

Munculnya pola perdagangan ini tentu sangat berbahaya dan dapat merusak tatanan ekonomi masyarakat. Secara etika bisnis, pola perdagangan ini sangat tidak manusiawi sebab keuntungan hanya diperoleh oleh orang yang berada di atas skema, ketika sistem sudah mencapai titik jenuh maka orang yang berada di paling bawah skema ini yang akan menjadi korban dari sistem ini. Hal ini tentu sangat bertentangan dengan etika bisnis yang mengutamakan keuntungan di semua pihak.

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

Berkembangnya bisnis berkedok MLM dengan skema piramida itu dikarenakan kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap praktik bisnis MLM dan mungkin juga kurangnya pengawasan dari pemerintah. Ketika akan terjun kedalam dunia MLM, masyarakat perlu memperhatikan profil perusahaan, praktik

---

<sup>3</sup>Wikipedia, *Ponzi Scheme*, [http://en.m.wikipedia.org/wiki/Ponzi\\_scheme](http://en.m.wikipedia.org/wiki/Ponzi_scheme) diakses tanggal 12 Agustus 2021 pukul 19:00 WIB.

usahanya, perjanjian antara perusahaan dan calon mitra usahanya, dll.

Skema penipuan ini semakin menggurita dan leluasa bergerak disebabkan pemerintah sebagai pengawas dan pembuat regulasi tidak membuat regulasi yang tegas. Pemerintah sampai hari ini hanya mengeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung. Regulasi perizinan ini pun dinilai sangat mudah diberikan dalam memberikan izin operasi bagi usaha tersebut tanpa pengawasan.

Maraknya praktek perdagangan *Multi Level Marketing* (MLM) yang berbasis *Money Game* di Indonesia ini sebaiknya ditanggulangi dengan upaya-upaya yang lebih konkrit. Pemerintah bersama dengan DPR sudah selayaknya segera menerbitkan undang-undang khusus sebagai upaya pencegahan dan pemberantasan praktik ini. Di samping itu, peran aktif pemerintah juga dibutuhkan dalam mengedukasi masyarakat tentang seluk-beluk dan bahaya perdagangan berbasis *Money Game* ini mengingat banyaknya korban akibat praktek perdagangan ini yang justru bukan berasal dari kalangan menengah bawah tetapi juga kalangan menengah atas dan kalangan terdidik.<sup>4</sup>

Seperti kasus bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) yang terlibat skema Ponzi/money game yang pernah terjadi di Indonesia PT QNET Indonesia disebut sebagai perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) penipuan yang menerapkan money games dengan modus membuka lowongan kerja. Mereka memberikan iming-iming keuntungan kepada calon korbannya. Di antaranya dengan menawarkan pekerjaan sebagai pegawai bagian pendataan dengan gaji Rp 3 juta

---

<sup>4</sup>*Ibid*

per bulan. Namun dalam praktiknya, korban harus membayar Rp 10 juta ke *upliner*/pemberi tawaran. Uang setoran tersebut sebesar 13 persennya untuk membeli barang berupa cakra (sejenis kaca yang diklaim bisa menyembuhkan penyakit). Lalu sekitar 86,9 persen digunakan untuk permainan uang/*money game*. Sementara untuk bisa memutar kembali modal para korban, mereka harus memiliki 2 member lagi. Penawaran ini dilakukan melalui media sosial baik *Whatsapp* hingga *Facebook*. QNET disebut sering kali terkena kasus serupa di beberapa kota di Indonesia. Korbannya pun cukup banyak dan berkembang.<sup>5</sup>

Praktik Skema Piramida hanya menguntungkan bagi pihak tertentu khususnya bagi perusahaan dan bagi *upperline* yang sudah melakukan pendaftaran terlebih dahulu. Sedangkan MLM dalam prakteknya dapat meningkatkan penghasilan para anggota dan juga kesejahteraan anggotanya baik yang berada di level bawah maupun level atas. Hal ini dapat terjadi karena penentu keberhasilan dari MLM yaitu penjualan produk, maka setiap anggota baik level atas maupun level bawah memiliki peluang keberhasilan yang sama. Berbeda dengan Skema Piramida yang penentu keberhasilannya yaitu melakukan perekrutan anggota baru dan mendapat komisi dari perekrutan tersebut, maka *upperline* yang telah lebih dahulu mendaftar akan memiliki peluang keberhasilan yang lebih besar dibandingkan dengan anggota yang baru sajabergabung.

Pada proses perekrutan menjadi anggota MLM, setiap orang hanya berhak menjadi anggota sebanyak satu kali saja. Calon anggota baru harus membayar biaya pendaftaran berikut starter kit yang senilai dengan harga yang harus dibayarkan. Dalam proses perekrutan yang dilakukan Skema Piramida, setiap

---

<sup>5</sup><https://kumparan.com/kumparanbisnis/mengenal-qnet-perusahaan-mlm-yang-disebut-tipu-tipu-1rsFB1pVCeE>, Mengenal QNET, Perusahaan MLM yang Disebut Tipu-tipu, diakses pada tanggal 12 agustus 2021 18:32 WIB

orang diperbolehkan untuk menjadi anggota berkali-kali dalam jangka waktu tertentu, sehingga terdapat pembatasan dalam perekrutan orang pada Skema Piramida. Sedangkan dalam MLM tidak adanya pembatasan dalam merekrut orang dan dianjurkan untuk merekrut orang sesuai dengan kapasitas masing-masing.

Harga yang harus dibayar pada Skema Piramida relatif tinggi bahkan cenderung tidak masuk akal dan nilainya tidak setara dengan kualitas produk yang diberikan, karena produk dalam Skema Piramida biasanya hanya merupakan kamufase saja sehingga kualitas produk yang dijual dalam Skema Piramida biasanya tidak begitu diperhatikan memiliki manfaat atau tidaknya. Selain itu, produk yang dijual cenderung bukan merupakan produk yang dapat dijual secara berkelanjutan jadi pendapatan yang ditawarkan, bukanlah berasal dari penjualan produk melainkan dari komisi yang di dapatkan dari perekrutan anggota baru.

Skema Piramida seringkali menimbulkan kerugian bagi anggota yang menjalankannya, karena skema ini dapat memperoleh anggota baru dalam waktu yang singkat dan juga dapat memperoleh dana yang sangat besar dari anggota yang baru direkrut. Skema ini akan berada pada titik jenuh atau tidak dapat merekrut orang baru lagi, dan pada saat itulah anggota yang berada pada level yang paling bawah pasti mengalami kerugian. Oleh karena itu dibutuhkan penegakan hukum yang tegas dalam menangani kasus yang telah banyak merugikan banyak orang, agar memberi efek jera pada pelaku usaha yang sering melakukan penipuan dengan melakukan perdagangan *multi level marketing* dengan praktek *money game*/skema ponzi.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ”**ANALISA YURIDIS TERHADAP PRAKTEK SKEMA PONZI/MONEY GAME DALAM TRANSAKSI PERDAGANGAN BERBASIS MULTI LEVEL MARKETING**”

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana Penegakan hukum terhadap perusahaan yang menerapkan sistem perdagangan berbasis *Multi Level Marketing* terhadap praktek skema ponzi/*money game* di Indonesia?

### **C. Tujuan penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini berdasarkan uraian di atas adalah Untuk mengetahui bagaimana Penegakan hukum terhadap perusahaan yang menerapkan sistem perdagangan berbasis *Multi Level Marketing* terhadap praktek skema ponzi/*money game* di Indonesia.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### a. Manfaat Teoritis

1. Memberikan gambaran mengenai praktik *Money Game* yang kerap terjadi dalam berbagai bentuk perdagangan salah satunya melalui system penjualan langsung *Multi Level Marketing*.
2. Bagaimana Penegakan hukum terhadap perusahaan yang menerapkan sistem perdagangan berbasis *Multi Level Marketing* terhadap praktek skema ponzi/*money game* di Indonesia.
3. Menambah wawasan bagi setiap orang yang membaca karya tulisan ini.

b. Manfaat Praktis

1. Memberikan sumbangan bagi para pihak yang terkait seperti penegak hukum, hakim, pengacara, konsultan hukum, dalam menangani kasus-kasus penyelesaian praktek skema Ponzi/*money game* dalam transaksi perdagangan berbasis *multi level marketing* (MLM).
2. Para pelaku usaha agar tetap memperhatikan itikad baik dalam mengembangkan kegiatan usahanya yang bersifat perdagangan berbasis *multi level marketing* (MLM) mengenai informasi yang sebenar-benarnya.

c. Manfaat Untuk Penulis

Menambah wawasan tentang praktek skema ponzi atau *money game* dalam transaksi perdagangan berbasis multi level marketing, dan penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) di Fakultas Hukum Universitas HKBP Nommensen Medan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Umum Tentang Perdagangan *Multi level Marketing*

##### 1. Pengertian Perdagangan *Multi Level Marketing*

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung Pasal 1 Angka (3) Berbunyi: “Penjualan langsung secara multi tingkat (*Multi Level Marketing*) adalah penjualan Barang tertentu melalui jaringan pemasaran berjenjang yang dikembangkan oleh penjual langsung yang bekerja atas dasar komisi dan/atau bonus berdasarkan hasil penjualan barang kepada konsumen”.<sup>6</sup>

Menurut para ahli *Multi Level Marketing* (MLM) ada beberapa pengertian yang diantaranya yaitu:

- 1) Menurut Clothier, *Multi Level Marketing* adalah suatu cara atau metode menjual barang secara langsung kepada pelanggan melalui jaringan yang dikembangkan oleh para distributor lepas yang memperkenalkan para distributor berikutnya pendapatan dihasilkan terdiri dari laba eceran dan laba grosir ditambah dengan pembayaran-pembayaran berdasarkan penjualan total kelompok yang dibentuk oleh sebuah distributor.<sup>7</sup>
- 2) Menurut Muslich, *Multi Level Marketing* adalah sebuah sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran.

Dengan kata lain, dapat dikemukakan bahwa *Multi Level Marketing* adalah

---

<sup>6</sup>Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung

<sup>7</sup>“Pengertian MLM/ Multi Level Marketing : Arti MLM, Cara Kerja, Jenis, Kelebihan dan Kekurangan MLM” <https://www.saturadar.com/2018/05/> diakses Pada tanggal 10 Juni 2021 pukul 8.21 WIB.

pemasaran berjenjang melalui jaringan distribusi yang dibangun dengan menjanjikan konsumen (pelanggan) sekaligus sebagai tenaga pemasaran.<sup>8</sup>

- 3) Menurut Andrias Harefa, *Multi Level Marketing* adalah menjual atau memasarkan langsung suatu produk baik berupa barang atau jasa konsumen, sehingga biaya distribusi dari barang yang dijual atau dipasarkan tersebut sangat minim bahkan sampai ke titik nol yang artinya bahwa dalam bisnis MLM ini tidak diperlukan biaya distribusi. MLM juga menghilangkan biaya promosi dari barang yang hendak dijual karena distribusi dan promosi ditangani langsung oleh distributor dengan sistem berjenjang.<sup>9</sup>

Multi Level Marketing atau MLM disebut juga *Network Marketing*, *Multi Generation Marketing*, dan *Uni Level Marketing*. Namun, dari semua istilah tersebut, yang paling populer adalah istilah *Multi Level Marketing*. Pengertian *Multi Level Marketing* atau disingkat MLM adalah sebuah sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan langgan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Dengan<sup>10</sup> kata lain, dapat dikemukakan bahwa *Multi Level Marketing* adalah pemasaran berjenjang melalui jaringan distribusi yang dibangun dengan menjanjikan konsumen (pelanggan) sekaligus sebagai tenaga pemasaran MLM ini disebut juga sebagai *network marketing*. Disebut demikian karena anggota kelompok tersebut semakin banyak, sehingga membentuk sebuah jaringan kerja (*network*) yang merupakan suatu sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan kerja berupa sekumpulan banyak orang yang kerjanya melakukan pemasaran.

---

<sup>8</sup>*Ibid.*

<sup>9</sup><https://www.kajianpustaka.com/2018/04/pengertian-jenis-dan-sistem-multi-level-marketing.html> diakses pada tanggal 10 Juni 2021 pukul 8.21 WIB.

<sup>10</sup> Gemala Dewi, 2005, *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*, Jakarta: Kencana, Hlm. 187.

## 2. Dasar Hukum Pengaturan Berbasis *Multi Level Marketing*

Selain Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung, maka ada beberapa pengaturan yang mengatur berjalannya suatu Perdagangan *Multi Level Marketing*, berikut beberapa pengaturan yang menyangkut Perdagangan Berbasis *Multi level Marketing* yaitu diantaranya:

- 1) Kitab Undang -Undang Hukum Perdata (KUHPdt) yang mana didalam pasal 1313, berbunyi:

“Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap suatu orang lain atau lebih”<sup>11</sup>

Yang mana dalam Perdagangan *Multi Level Marketing* terdapat suatu perjanjian antara para pihak penjual dengan konsumen (Pembeli).

- 2) Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka (2) berbunyi:

“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.<sup>12</sup>

- 3) Undang -Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan Pasal 1 angka (11) berbunyi:

“Distribusi adalah kegiatan penyaluran barang secara langsung atau tidak langsung kepada konsumen”.<sup>13</sup>

- 4) Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 Tentang Otoritas Jasa Keuangan Pasal 1 angka (1) berbunyi:

---

<sup>11</sup>Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPdata)

<sup>12</sup>Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

<sup>13</sup> Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

“Otoritas Jasa Keuangan, yang selanjutnya disingkat OJK, adalah lembaga yang independen dan bebas dari campur tangan pihak lain, yang mempunyai fungsi, tugas, dan wewenang pengaturan, pengawasan, pemeriksaan, dan penyidikan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini”.<sup>14</sup>

### 3. Sejarah Lahirnya *Multi Level Marketing*

*Multi level marketing* berasal dari bahasa Inggris. Kata Multi berarti banyak, Level berarti tingkat atau jenjang, serta *Marketing* adalah pemasaran. Oleh karena itu, istilah “MLM” dapat diartikan sebagai metode pemasaran berjenjang. Oleh karena itu, struktur member dalam bisnis menggunakan struktur piramida, yang berarti orang yang berada di atas Anda mempunyai tingkatan yang lebih tinggi.<sup>15</sup>

Bisnis MLM juga sering dinamakan *Network Marketing*. Ini karena semakin banyak anggota bisnis MLM dan juga membuat jaringan kerja, di mana jaringan kerja tersebut adalah sistem pemasaran bisnis MLM. Jaringan kerja tersebut terdiri dari member yang bergerak di bidang pemasaran. Oleh karena itu, member bisnis ini akan memasarkan kepada anggota potensial lainnya atau member baru. Terkadang, bisnis MLM juga bisa disebut *direct selling*. Ini karena strategi atau implementasi penjualan produk bisnis MLM memang menggunakan cara langsung untuk menawarkan produk kepada konsumen.

Tidak ada perantara, seperti toko atau *outlet*. Karena itu, sistem pemasaran dan penjualan yang digunakan adalah *direct selling*, produk MLM tidak dijual di outlet maupun toko. Namun pada kenyataannya, *direct selling* dan bisnis MLM

---

<sup>14</sup> Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 Tentang Otoritas Jasa Keuangan

<sup>15</sup> Multi level marketing di Indonesia sejarah dan perkembangannya, <https://esoftdream.net/multi-level-marketing/>, diakses pada tanggal 18 agustus 2021, Pukul 18:20 WIB.

mempunyai perbedaan dari penggunaan bahasa atau terminologi hingga cara kerjanya. Dalam sejarahnya, istilah *direct selling* sudah muncul terlebih dahulu dibandingkan dengan istilah MLM. Baru kemudian istilah MLM hadir dengan konsep yang diadaptasi dari *direct selling*.

Istilah *direct selling* mengacu pada aktivitas penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen. Kegiatan penjualan langsung ini dilakukan oleh penjual langsung yang memberikan deskripsi produk melalui demonstrasi dan presentasi produk kepada calon konsumen. Pada dasarnya adalah tenaga penjualan independen yang bertanggung jawab untuk melaksanakan kegiatan penjualan produk dari produsen ke konsumen. Mengacu pada sejarahnya, *direct selling* muncul pada tahun 1886 ketika perusahaan parfum California yang didirikan di New York. Pendiri perusahaan adalah Dave McConall. McConnell kemudian mempekerjakan istrinya. Albee menjadi wanita parfum California pertama, dan pekerjaannya adalah melakukan penjualan langsung di rumah konsumen.

Pengembangan selanjutnya adalah pada tahun 1934, ketika sebuah perusahaan bernama Nutrilite didirikan di California, perusahaan tersebut menggunakan sistem penjualan baru yang mendistribusikan dan melatih setiap individu dengan sukses dan membantu anggota baru dalam menjual produk secara mandiri. Distributor memberikan komisi tambahan. Dengan cara ini, distributor tentu saja akan terus merekrut anggota baru, dan tentu saja akan menerima lebih banyak komisi. Metode pemasaran seperti itulah yang menjadi cikal bakal lahirnya MLM. Oleh karena itu, sejarah MLM dimulai dengan metode *direct*

*selling*. Tentu saja, dalam perkembangan selanjutnya, bisnis MLM akan terus mengalami perubahan.

Perkembangan *multi level marketing* di Indonesia sendiri, dimulai pada 1980-an. Tepatnya pada tahun 1986 yang ditandai dengan berdirinya PT nusantara Sun Chorella. Atau yang saat ini lebih dikenal dengan istilah perusahaan MLM CNI (PT Cantranusa Insan Cemerlang). Kemudian diikuti oleh berbagai perusahaan yang mengusung konsep serupa. Seperti Sophie Martin, Melia Nature dan perusahaan lainnya. Pada saat metode bisnis MLM sudah mulai berkembang di Indonesia, banyak sekali tantangan yang dihadapi. Tak sedikit, beberapa orang yang tidak bertanggung jawab, melakukan penipuan dengan kedok bisnis MLM untuk mendapatkan keuntungan pribadi. Hal tersebut lah yang membuat citra buruk bisnis *multi level marketing* di Indonesia.

#### **4. Azas-Azas Dan Kaidah Yang Terkait Dengan *Multi Level Marketing***

Azas-azas yang terkait dengan *multi level marketing* termasuk dalam Hukum perjanjian mengenal beberapa asas penting dalam mencapai tujuan. Beberapa asas tersebut adalah sebagai berikut:

1) Asas kebebasan berkontrak.

Setiap orang bebas mengadakan perjanjian apa saja yang sudah diatur maupun belum diatur dalam undang-undang. Tetapi kebebasan yang dimaksud tersebut dibatasi oleh tiga hal yaitu tidak dilarang oleh undang-undang, tidak bertentangan dengan ketertiban umum, tidak bertentangan dengan kesusilaan.

2) Asas pelengkap

Mengandung arti bahwa ketentuan undang-undang boleh tidak diikuti apabila pihak menghendaki dan membuat ketentuan undang-undang sendiri yang menyimpang. Tetapi apabila dalam perjanjian yang mereka buat tidak ditentukan lagi, maka berlakulah undang-undang. Asas ini hanya mengenai hak dan kewajiban pihak-pihak saja.

3) Asas konsensual

Mengandung arti bahwa perjanjian itu terjadi saat tercapainya kata sepakat (konsensus)

4) Asas obligator

Mengandung arti bahwa perjanjian yang dibuat oleh pihak-pihak itu baru dalam taraf menimbulkan hak dan kewajiban saja, belum memindahkan hak milik.<sup>16</sup>

## 5. Perjanjian Dalam Perdagangan Multi Level Marketing

Dalam Perdagangan *Multi Level Marketing* terdapat beberapa perjanjian didalamnya, yang diantaranya yaitu:

a. Perjanjian Garansi

“Perjanjian garansi adalah suatu Perjanjian dimana seseorang berjanji pada pihak lainnya, bahwa pihak ketiga akan berbuat sesuatu (Pasal 1316 KUHPdt)”.

b. Perjanjian Konsensual

“Perjanjian Konsensual adalah suatu perjanjian yang hanya memerlukan persetujuan (*Consensus*) dari kedua pihak.

---

<sup>16</sup><http://repo.iain-tulungagung.ac.id/9924/5/BAB%20II.pdf>. Diakses pada 10 Juni 2021 pukul 12.10 WIB.

c. Perjanjian Obligator

“Perjanjian Obligator adalah Perjanjian yang menimbulkan perikatan, yang artinya sejak terjadi perjanjian timbullah hak dan kewajiban pihak-pihak, pembeli berhak menuntut penyerahan barang, penjual berhak atas pembayaran harga”.

d. Perjanjian Innominaat

“Perjanjian Innominaat yaitu perjanjian yang tidak diatur dalam KUHPdt, tetapi terdapat dalam masyarakat, terciptanya perjanjian innominaat didasari karena pada hukum perjanjian, berlakunya asas kebebasan mengadakan perjanjian.

5. Perjanjian Sepihak

“Perjanjian Sepihak adalah Perjanjian yang memberikan kewajiban kepada satu pihak dan hak kepada pihak lainnya, misalnya perjanjian hibah, hadiah”.<sup>17</sup>

**6. Syarat-Syarat Sahnya Perdagangan *Multi Level Marketing***

Dalam praktiknya, perjanjian memiliki sejumlah syarat supaya dianggap sah secara hukum. Syarat sah perjanjian Perdagangan *Multi Level Marketing* itu diatur dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata, khususnya Pasal 1320. Syarat-syarat sah tersebut, antara lain:

1. Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya.

Kesepakatan mereka yang mengikat dirinya” berarti para pihak yang membuat perjanjian harus sepakat atau setuju mengenai hal-hal pokok atau materi yang diperjanjikan. Kesepakatan itu harus dicapai dengan tanpa ada paksaan,

---

<sup>17</sup><https://www.hukum.xyz/jenis-jenis-perjanjian/> diakses pada tanggal 11 Juni 2021 pukul 11.20 WIB.

penipuan, atau kekhilafan. Adanya unsur pengikat inilah yang kemudian menjadi syarat sah perjanjian.

2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan.

Pasal 1330 KUHPerdara telah mengatur pihak-pihak mana saja yang boleh atau dianggap cakap untuk membuat perjanjian. Di samping itu, ada orang yang dianggap tidak cakap untuk membuat perjanjian, antara lain:

- Orang yang belum dewasa.
- Orang yang ditempatkan di bawah kondisi khusus (seperti cacat, gila, dinyatakan pailit oleh pengadilan, dan sebagainya).

3. Suatu pokok persoalan tertentu.

Suatu pokok persoalan tertentu” berarti apa yang diperjanjikan (objek perikatannya) harus jelas. Dengan kata lain, jenis barang atau jasa itu harus ada dan nyata.

4. Suatu sebab yang halal

Suatu sebab yang halal berarti tidak boleh memperjanjikan sesuatu yang dilarang undang-undang atau yang bertentangan dengan hukum, nilai-nilai kesopanan, ataupun ketertiban umum.<sup>18</sup>

## **7. Tujuan dan Manfaat *Multi Level Marketing***

### **a. Tujuan *Multi Level Marketing***

Tujuan MLM sama dengan tujuan dari metode pemasaran yang lain, yakni untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. Hal ini bisa dilakukan dengan 2 dua cara yaitu:

---

<sup>18</sup><https://lifepal.co.id/media/syarat-sah-perjanjian/> diakses pada tanggal 11 Juni 2021 pukul 13.00 WIB.

## 1. Meningkatkan Pemasukan

Peningkatan pemasukan dari perusahaan bisa di dapatkan dengan meningkatkan dua elemen, yaitu omset penjualan dan laba untuk setiap produk. Biasanya, perusahaan lebih memusatkan pada peningkatan omset penjualan daripada meningkatkan laba yang didapat dari setiap produk dengan menaikkan harga produk. Kompetitor biasanya akan memenangkan persaingan jika suatu perusahaan menaikkan harga produk mereka.<sup>19</sup>

## 2. Mengurangi Pengeluaran

Paling tidak ada dua langkah yang bisa dilakukan oleh perusahaan MLM untuk mengurangi pengeluaran mereka, yaitu:

- a. Memindahkan produk lebih dekat ke pelanggan. Suatu produk dipindahkan dari gudang-gudang yang mereka miliki ke tempat yang dekat dengan pelanggan. Pemindahan tempat ini diharapkan akan dapat meningkatkan volume penjualan. Pada perusahaan yang tidak menggunakan cara MLM, hal ini dikerjakan dengan biaya operasional yang sangat tinggi.
- b. Merekrut tenaga penjualan berdasarkan pada komisi. Hal ini bisa dimaklumi tujuan utama perusahaan MLM adalah melakukan penghematan dalam membayar tenaga penjualan mereka.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup>“Tujuan dan Manfaat Multi Level Marketing”  
<https://text-id.123dok.com/document/1y9786rqq> diakses pada tanggal 11 Juni 2021 pukul 13.40 WIB.

<sup>20</sup>*Ibid.*

## **b. Manfaat *Multi Level Marketing***

Manfaat dari *Multi Level Marketing* yaitu sebagai berikut:

### 1. Menghemat biaya distribusi

Salah satu alternatif untuk penghematan biaya bisa dilakukan dengan melakukan pemasaran melalui MLM. Di dalam MLM, jalur distribusi yang dipergunakan adalah melalui *Downline*. Dari pada membangun *Outline* yang membutuhkan biaya mahal, MLM memanfaatkan pribadi-pribadi sebagai jalur distribusi mereka. Dengan demikian perusahaan tidak perlu memikirkan biaya operasional untuk jalur distribusi ini yang biasanya sekitar 40 - 60 dari harga suatu produk.<sup>21</sup>

### 2. Menghemat Biaya Pemasaran

Pada MLM, pemasaran dilakukan oleh para distributor dengan menggunakan metode dari mulut ke mulut. Dengan demikian perusahaan bisa mengeluarkan uang yang lebih kecil jika dibandingkan dengan pemasaran konvensional. Iklan yang biasanya menggunakan sebagai sarana utama untuk memasarkan suatu produk diganti dengan penjelasan dari mulut ke mulut. Sasaran dari iklan MLM adalah orang-orang yang mereka kenal, bahkan setiap distributor bias membuat brosur sendiri dengan biaya sendiri sehingga perusahaan bisa menghemat cukup banyak uang untuk pembuatan materi pemasaran.<sup>22</sup>

### 3. Menghemat Biaya Pelatihan

Pada perusahaan MLM, biaya pelatihan yang bisanya merupakan biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan dibuat menjadi tanggungan yang

---

<sup>21</sup>Tujuan dan manfaat multi level marketing, <https://text-id.123dok.com/document/1y9786rqq>, diakses pada tanggal 11 Juni 2021 pukul 13.40 WIB.

<sup>22</sup>*Ibid.*

harus dikeluarkan oleh setiap tenaga penjualan. Bahan-bahan pelatihan yang dipergunakan untuk meningkatkan kemampuan para tenaga penjual juga harus mereka dapatkan dengan biaya mereka sendiri. Hal ini juga berlaku ketika para tenaga penjualan ini harus mengikuti acara seminar atau *workshop*.

Dengan kata lain, perusahaan mengalihkan biaya untuk melatih tenaga penjualan kepada tenaga penjualan itu sendiri. Tindakan ini akan membuat perusahaan menghemat sangat banyak uang, bahkan ada beberapa distributor yang mendapatkan uang dari pelatihan ini jauh lebih banyak daripada uang yang didapat dari komisi penjualan produk.<sup>23</sup>

### **8. Mekanisme Perdagangan *Multi Level Marketing***

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

Menurut Komisi Perdagangan Federal Amerika Serikat, beberapa perusahaan yang menggunakan sistem pemasaran berjenjang telah mengeksploitasi anggota jaringan mereka dan tidak sesuai dengan skema piramida. Berdasarkan laporan survei terhadap model bisnis di 350 perusahaan MLM yang tercantum pada *website* Komisi Perdagangan Federal Amerika Serikat, setidaknya 99% orang yang bergabung dengan perusahaan MLM

---

<sup>23</sup><https://text-id.123dok.com/document/1y9786rqq-tujuan-multi-level-marketing-keuntungan-multi-level-marketing.html>, Diakses pada tanggal 11 Juni 2021 pukul 13.42 WIB.

mengalami kerugian. Walaupun begitu, MLM berjalan karena peserta *downline* didorong untuk berpegang pada keyakinan bahwa mereka dapat mencapai pengembalian yang besar, sementara ketidak mungkinan statistik dibuat kabur. MLM sudah ilegal atau diatur secara ketat di beberapa wilayah hukum sehingga dianggap hanya sebagai variasi dari skema piramida tradisional, termasuk di daratan Cina.<sup>24</sup>

### **Skema Mekanisme Perdagangan *Multi Level Marketing***



Pada umumnya, tenaga penjual menjual produk perusahaan secara langsung kepada konsumen yang merupakan orang terdekat atau melalui pemasaran dari mulut-ke-mulut, yang kemudian beberapa pihak menggunakan istilah penjualan langsung sebagai sinonim untuk *Multi Level Marketing* (MLM), meskipun pada kenyataannya *Multi Level Marketing* (MLM) hanyalah salah satu bentuk dari penjualan langsung.<sup>25</sup>

Perusahaan yang menggunakan model MLM untuk menjual produk mereka sering kali menjadi sasaran kritik dan tuntutan hukum. Kritik terutama sekali ditujukan pada kegiatannya yang menyalahgunakan atau tidak sesuai dengan skema piramida, penetapan harga produk, biaya masuk awal yang tinggi,

<sup>24</sup>[https://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran\\_berjenjang](https://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran_berjenjang). Diakses pada tanggal 11 Juni 2021 pukul 13.50 WIB.

<sup>25</sup>“Mekanisme Multi Level Marketing”  
<https://howmoneyindonesia>. Diakses pada Tanggal 11 Juni 2021 pukul 13.55 WIB.

lebih mementingkan perekrutan anggota baru ketimbang penjualan produk, pemaksaan anggota baru untuk membeli dan menggunakan produk perusahaan, pemanfaatan hubungan pribadi sebagai target penjualan ataupun target perekrutan, skema pembagian kompensasi yang kompleks, antusiasme dan teknik berlebihan yang diterapkan untuk menjual atau merekrut anggota baru, serta metode perekrutan yang kebanyakan bersifat 'memperdaya'; hanya menjelaskan keuntungan tanpa menjelaskan kerugian bergabung dengan MLM kepada anggota baru.<sup>26</sup>

## **B. Tinjauan Umum Skema Ponzi/*Money Game***

### **1. Pengertian Skema Ponzi/*Money Game***

Skema Ponzi adalah investasi penipuan yang dirancang untuk memisahkan para investor dari uang mereka. Sistem Skema Ponzi dirancang apik agar publik percaya dan setelah memberikan modal mereka untuk ditanam dalam investasi palsu. Setelah pemimpin atau *actor* intelektualnya merasa cukup dengan uang yang dikumpulkan, ia pun menghilang beserta uang para investornya. Bentuk iming-iming yang dijanjikan kepada investor oleh perusahaan yang memakai sistem skema ponzi, antara lain:<sup>27</sup>

- a. Benefit. Iming-iming janji bahwa modal akan kembali dalam jumlah besar diatas normal (Return of Investasi (ROI)+Bonus). Tingkat pengembalian yang sudah ditetapkan (ROI Pasti). Tingkat pengembalian yang cukup tinggi dan memberi manfaat bagi investor tetapi angkanya serealistis mungkin agar mudah dipercaya

---

<sup>26</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran\\_berjenjang](https://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran_berjenjang). Diakses pada tanggal 11 Juni 2021 pukul 13.50 WIB.

<sup>27</sup> Tuti Rastuti, dkk, 2018, *Solusi Penyelesaian Sengketa Investasi Skema Pyramid*, Bandung: Lemlit Unpas Press, hlm. 30.

- b. Set Up, yaitu adanya sebuah penjelasan tentang bagaimana caranya agar investor awal mengaku memiliki cara tertentu atau memiliki akses informasi agar dapat menjalankan modal, atau investor awal menyatakan bahwa, ia memiliki akses investasi menguntungkan yang tidak ditawarkan pada publik
- c. Kredibilitas Awal, yaitu orang yang menjalankan skema ini haruslah orang yang cukup dapat dipercaya dan mampu meyakinkan para investor agar mau menginvestasikan uangnya
- d. Keuntungan Berjangka, yaitu dikondisikan setidaknya beberapa kali harus mendengar tentang keberhasilan pembayaran bonus serta keuntungan yang sudah didapat atau tentang pesatnya perkembangan mereka serta potensinya. Akhirnya uang yang masuk untuk investasikan semakin besar berbanding yang telah dibayarkan. Skema Ponzi merupakan kegiatan mengumpulkan dana masyarakat dengan janji bayaran keuntungan yang tinggi, jauh melebihi keuntungan investasi normal dalam waktu singkat.

Bisnis ponzi biasanya dijalankan dengan merekrut member-member baru sehingga ada uang yang tetap mengalir masuk. Uang tersebut tidaklah diputar dalam bisnis atau investasi tertentu, melainkan menjadi modal untuk membayar member yang telah mendaftar lebih dahulu.

Ciri utama skema piramida ini adalah penawaran keuntungan relatif besar dengan usaha yang minim. Perusahaan yang menerapkan skema ini mewajibkan untuk merekrut anggota jaringan baru sebanyak mungkin. Jika tidak mampu merekrut anggota baru sesuai ketentuan, maka uang investor yang telah ditanamkan akan hangus. Investor yang diuntungkan dalam skema ini hanyalah

investor yang bergabung paling awal, sementara investor yang bergabung belakangan akan gigit jari karena kehilangan uang.

Dalam perusahaan yang menerapkan skema ini, produk yang dijual hanyalah kedok untuk menutupi kejahatan. Pendapatan skema ini diperoleh dari uang administrasi perekrutan anggota baru. Semakin banyak investor baru yang bergabung semakin besar pendapatan yang diperoleh dan pendapatan inilah yang digunakan untuk membayar orang yang merekrut dan orang yang berada di atas jenjang skema ini. Tentu saja, sistem ini hanya akan menguntungkan orang yang duluan bergabung. Skema ini banyak muncul di perusahaan *Multi Level Marketing* di negara Taiwan, Amerika Serikat, Malaysia dan negara lainnya termasuk Indonesia. Banyaknya pengaduan atas dugaan penyimpangan ini membuat pemerintah setempat mulai mengawasi secara ketat karena dianggap merugikan dan meresahkan masyarakat luas. Banyak perusahaan-perusahaan tersebut yang kemudian ditutup oleh pemerintah.<sup>28</sup>

Ciri-ciri lain skema ponzi/ piramida ini adalah sebagai berikut:

1. Komisi atau bonus bukan didasarkan pada volume penjualan produk melainkan atas terbentuknya jaringan berbentuk piramida dengan susunan jumlah anggota tertentu. Pendekatan lebih kepada rekrutmen anggota baru daripada menjual produk sehingga penjualan produk tidak akan mempengaruhi penghasilan yang diperoleh.
2. Harga produk lebih mahal dan tidak sebanding dengan kualitasnya. Produk ini biasanya tidak bermanfaat, kurang berkualitas serta tidak bernilai di pasaran.

---

<sup>28</sup>Ibid., hlm. 72-73

- Akibatnya tidak ada kebutuhan pasar atas produk tersebut dan produk menjadi sulit dijual.<sup>29</sup>
3. Biaya pendaftaran sebagai anggota yang sangat mahal. Biaya yang mahal ini tentu saja tujuannya digunakan untuk membayar komisi para anggota yang merekrutnya dan untuk anggota yang berada di atasnya (puncak Piramida).
  4. Anggota yang bergabung lebih dulu akan memperoleh penghasilan yang sangat besar karena penghasilannya didapat dari merekrut anggota baru. Hal ini menimbulkan konsep perhitungan penghasilan yang tidak adil sebagaimana bisnis *Multi Level Marketing* yang murni.
  5. Tidak adanya program pembinaan dan pelatihan untuk penjualan produk karena fokusnya hanya pada proses rekrutmen. Skema piramida ini dinilai sedikit lebih baik dibandingkan dengan skema Ponzi karena dalam skema Ponzi investor tidak diwajibkan untuk merekrut anggota jaringan baru sebanyak mungkin. Investor hanya dibujuk untuk menanamkan uangnya ke dalam produk-produk investasi yang sebenarnya hanyabersifat kamufase. Akan tetapi, perlu dipahami bahwa kedua bentuk skema ini tetaplah bentuk penipuan yang hanya merugikan investor cepat atau lambat.<sup>30</sup>

Kedua bentuk skema ini kemudian mulai masuk ke dalam perdagangan berbasis *Multi Level Marketing*. Masuknya kedua bentuk skema inilah yang kemudian berhasil memunculkan stigma negatif di lingkungan masyarakat terhadap bentuk perdagangan *Multi Level Marketing*.

---

<sup>29</sup>*Ibid.*

<sup>30</sup>*Ibid.*

## 2. Sejarah Lahirnya Praktik Skema Ponzi/*Money Game*

Istilah Money Game juga sering disebut dengan skema Ponzi karena kaitan historisnya. Nama Ponzi diambil dari penciptanya yaitu Charles Ponzi. Sejak usia 15 tahun Charles Ponzi dikenal suka mencari berbagai jalan singkat menuju kekayaan. Ponzi pernah masuk penjara di Kanada karena penipuan surat berantai dan penggunaan cek palsu. Ponzi kemudian pindah ke Boston pada tahun 1919 dan menjalankan usaha bisnis jual beli kupon perangko internasional.

Diawal 1990-an, seseorang dapat menyertakan sebuah kupon di dalam surat untuk menghemat biaya koresponden untuk membeli perangko. Sebuah organisasi yang bernama International Postal Union mengeluarkan kupon yang dapat diperdagangkan di sejumlah negara tertentu untuk mendapatkan perangko setempat. Ponzi menemukan bahwa kupon-kupon yang dibeli di negara yang ekonominya lemah dapat dijual dengan sejumlah keuntungan di Amerika Serikat. Dalam waktu singkat, ia menyadari bahwa mayoritas keuntungan akibat jerih payahnya hanya akan kembali ke organisasi postal. Meski demikian, Ponzi<sup>31</sup> menyadari setiap kali ia membicarakan skema ini kepada orang lain, mereka tampak percaya dan antusias mendengarnya.

Banyak orang sangat tertarik dengan investasi ini, walaupun Ponzi sudah tahu skema itu sebenarnya tidak berhasil. Ponzi kemudian berhenti membeli perangko internasional dan mulai membangun kerajaan bisnisnya yang dikenal dengan Ponzi Scheme. Praktik Ponzi Scheme menjamin bahwa investor yang menyertakan uangnya akan mendapat keuntungan 100 dalam beberapa bulan. Ponzi yang dikenal ulung meyakinkan para investor melalui presentasinya. Dalam

---

<sup>31</sup>Sejarahlahirnya praktek money game, <https://text-id.123dok.com/document/6zk3548yx-sejarah-lahirnya-praktik-money-game.html>, diakses pada Tanggal 19 Agustus, Pukul 15:35 WIB.

perjanjian tertulis, Ponzi menyatakan akan membayar 150 dalam waktu 90 hari untuk setiap 100 yang dia terima. Ia memberi contoh bahwa kupon perangko di Spanyol dengan harga 1 sen dapat ditukar dengan 6 sen di Amerika. Kupon perangko ini sebenarnya hanya produk kamufase Ponzi karena yang terjadi sebenarnya uang para investor tidak dibelanjakan untuk membeli perangko.

Pada awalnya, ia berhasil mengumpulkan 1.250 dari para investor dan 90 hari kemudian ia memberikan bunga kepada investor sebesar 750. Banyak investor yang semakin terkagum-kagum dan dalam waktu singkat, kantor Ponzi penuh dengan para investor yang hendak menginvestasikan uangnya. Dalam waktu 8 bulan, ia berhasil mengumpulkan 14.000.000 dimana kewajiban Ponzi untuk membayar bunganya setelah 90hari hanya 9.000.000. Metode finansial *Ponzi Scheme* ini tidak melahirkan profit secara riil. Ia hanya memanfaatkan uang investor baru untuk membayar uang investor lama yang jatuh tempo.

Ponzi adalah seorang jenius dalam memanipulasi orang. Kantornya dirancang sedemikian rupa agar orang yang datang untuk mengambil uang mereka yang telah jatuh tempo harus berjalan melewati *counter* yang melayani penanaman investasi, sebelum mencapai *counter* pengambilan uang. *Counter* untuk pencairan uang ini hanya berjumlah 3 counter sehingga sering menyebabkan antrian yang panjang, berbeda dengan *counter* penanaman investasi yang sangat banyak dan antriannya pendek.<sup>32</sup>

Mayoritas investor tergiur kembali untuk menginvestasikan uang yang baru saja ia cairkan karena sebelum investor keluar dari kantor Ponzi mereka akan melewati kembali *counter* investasi. Sangat sedikit orang yang berjalan keluar

---

<sup>32</sup> *ibid*

dari kantor Ponzi dengan uang di tangan. Ponzi berhasil memainkan psikologis dasar manusia yang mengharapkan keuntungan berlipat-lipat dengan memasukkan kembali uangnya. Skema Ponzi memang tidak akan mungkin bertahan lama karena keterbatasan jumlah partisipan di wilayah geografis manapun. Skema ini dapat berumur lebih panjang jika perancang program sanggup membangun sumber pendapatan baru di wilayah lain setelah partisipan di suatu wilayah sudah mencapai tingkat maksimal. Skema ini semakin menghadapi masalah ketika semakin besar bunga yang dijanjikan, maka semakin banyak partisipan yang harus ditemukan. Semakin cepat masa jatuh tempo yang dijanjikan maka semakin cepat perancang skema Ponzi untuk menemukan investor baru.

*Money Game* sendiri mulai masuk dan dikenal di Indonesia pada kasus PT.Qurnia Subur Alam Raya QSAR di Sukabumi, Jawa Barat. Kasus ini dikenal sebagai kasus terbesar yang terjadi di Indonesia karena melibatkan 6.800 korban dan kerugian yang mencapai Rp. 500 Miliar. Jenis penipuan pada kasus ini Mengenal Mr. Ponzi, Pencipta Skema Investasi Bodong Modern, dari penipuan dengan kedok kerjasama dan bagi hasil di bidang agrobisnis. Presentasinya mempunyai daya tarik sebab keuntungan yang ditawarkan QSAR menggunakan sistem bagi hasil, bukan sistem riba. Hal ini menyebabkan target investor PT. QSAR adalah para umat Muslim. Dalam perjanjiannya dengan investor, QSAR menjanjikan komposisi keuntungan 60:40 untuk investor. Bila panen berhasil, investor mendapatkan keuntungan sebesar 60 dan 40 untuk QSAR. Apabila terjadi musibah atau bencana alam, QSAR menjanjikan pengembalian modal investor secara keseluruhan. Dengan metode inilah, QSAR berhasil

mengumpulkan Rp.467 Miliar dari 6.480 investor. Pada awalnya, keuntungan investor dibayarkan sesuai perjanjian.<sup>33</sup>

Sistem QSAR ini akhirnya bermasalah setelah 4 tahun beroperasi tepatnya di tahun 2002. QSAR mengalami kemacetan pembayaran. Direktur PT.QSAR Ramly Arabi kemudian dijera 8 tahun penjara dan denda Rp. 10 Miliar. Pada tahun 2013, Kejaksaan kemudian mengajukan pailit terhadap PT QSAR karena Kejaksaan kesulitan untuk membagi aset perusahaan berupa uang, tanah, dan bangunan secara adil dan berimbang untuk 6.480 investor dan kedudukan para investor tersebut berbeda-beda menurut hukum. 80 Kasus Money Game belakangan ini dalam perkembangannya pernah ditemukan beroperasi di Indonesia seperti PT. QSAR, YAKM Yusuf Ongkowijoyo, PT, Adess Sumber Hidup Dinamika.

Selain itu ada pula praktik *Money Game* yang bergerak melalui media internet seperti Adzilla, MMM Manusia Membantu Manusia, PHP People Help People dan lain-lain. Meski demikian, peminatnya masih banyak meskipun tidak sedikit orang yang paham akan risikonya. Banyak masyarakat yang tergolong terdidik, termasuk pejabat justru turut menjadi bagian dari investor *Money Game*. Perkembangan yang pesat ini dibarengi dengan munculnya kembali praktik *Money Game* yang dijalankan dengan memakai sistem *Multi Level Marketing*.

### **3. Bentuk-bentuk Skema Ponzi/*Money Game***

Model bisnis ini semakin berkembang pesat, baik jenis maupun jumlahnya. Dua model bisnis yang populer akibat tumbuh pesat salah satunya adalah MLM dan *Money Game*. Jika skema bisnis MLM itu legal sedang *money*

---

<sup>33</sup> *ibid*

*game* ilegal. Anda harus hati-hati dan pintar membedakan khususnya mengenai *money game* karena bisnis ini dirancang untuk mencuri uang Anda.<sup>34</sup> MLM merupakan proposisi model bisnis yang menarik bagi banyak orang di mana anggotanya diberikan kesempatan untuk terlibat dalam sebuah sistem untuk mendistribusikan produk ke konsumen. Tidak seperti orang yang memulai bisnis dari awal, peserta pemasaran bertingkat memiliki dukungan dari perusahaan penjualan langsung yang memasok produk dan terkadang juga menawarkan pelatihan.<sup>35</sup>

Sedangkan *money game* bergantung pada kemampuan anggota untuk merekrut orang untuk menjadi distributor produk atau layanan yang ditawarkan. Namun sejatinya bukan itu fokus bisnisnya karena *money game* menawarkan kesempatan untuk menghasilkan uang dengan mendaftar lebih banyak anggota untuk mencapai tingkat pencapaian tertentu.

Banyaknya anggota otomatis banyak setoran pendaftaran dan iuran yang masuk dijadikan bisnis utama, bukan produk maupun layanannya. Berikut ini cara membedakannya:

- Hanya fokus mengejar jumlah anggota

Jika MLM fokus menjual produk dan jasa, lain halnya dengan *money game* yang hanya fokus mengejar jumlah anggota terdaftar untuk mendapatkan iuran anggota. Dana anggota baru ini kemudian akan digunakan untuk memberikan keuntungan bagi anggota lama. Begitupun seterusnya.

---

<sup>34</sup>“Mengenal Skema Ponzi, Investasi yang Makan Banyak Korban”  
<https://www.kompas.com/tren/read/2020/08/05/060300365/mengenal-skema-ponzi-modus-investasi-bodong-yang-banyak-makan-korban?page=all> diakses pada tanggal 11 Juni 2021 pukul 13.40 WIB.

<sup>35</sup>*Ibid.*

- Training dan keanggotaan dalam asosiasi

MLM ada wadah perkumpulan bagi perusahaan yang tergabung di dalamnya yaitu Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) dan juga *World Federation of Direct Selling Associations* (WFDSA). Jika tempat Anda bergabung ikut dalam organisasi tersebut artinya legal. Biasanya anggota baru dibekali training produk yang cukup.

Lain halnya dengan *money game*. Mereka di lepas begitu saja dengan prinsip disuruh merekrut anggota sebanyak-banyaknya dan meminta uang pendaftaran yang besar.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup><https://www.cermati.com/artikel/waspada-penipuan-money-game-kenali-ciri-cirinya>.  
Diakses tanggal 11 Juni 2021 pukul 14.30 WIB.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini bertujuan untuk membatasi permasalahan dalam penelitian ini. Adapun yang menjadi ruang lingkup penelitian ini adalah bagaimanakah penegakan hukum terhadap perusahaan yang menerapkan sistem perdagangan berbasis *Multi Level Marketing* terhadap praktek skema ponzi/*money game* di Indonesia.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan jenis penelitian normatif. Penelitian hukum normatif atau penelitian hukum kepustakaan yaitu metode atau cara yang digunakan di dalam penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka yaitu buku-buku, jurnal, artikel-artikel resmi, menelusuri doktrin-doktrin dan teori-teori hukum dari berbagai literatur dan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang berhubungan dengan pokok pembahasan mengenai isu hukum tentang suatu masalah Bagaimanakah Bagaimana Penegakan hukum terhadap perusahaan yang menerapkan sistem perdagangan berbasis *Multi Level Marketing* terhadap praktek skema ponzi/*money game* di Indonesia.

#### **C. Metode Pendekatan Masalah**

Permasalahan yang telah dirumuskan diatas akan dijawab atau dipecahkan dengan menggunakan metode pendekatan yuridis. Pendekatan yuridis (hukum dilihat sebagai norma atau *das sollen*), karena dalam membahas permasalahan penelitian ini menggunakan bahan-bahan hukum (baik hukum yang tertulis maupun hukum yang tidak tertulis atau baik bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder).

Jenis penelitian ini adalah penelitian yuridis yang dimana untuk mengetahui bagaimana penegakan hukum terhadap perusahaan yang menerapkan sistem perdagangan berbasis *Multi Level Marketing* terhadap praktek skema ponzi/*money game* di Indonesia.

#### **D. Sumber Bahan Hukum**

Sumber bahan hukum berupa:

1) Bahan-Bahan Primer (*Primary Data*)

Yaitu bahan-bahan yang bersumber dari peraturan perundang-undangan catatan-catatan resmi yang akan dikaitkan dalam sebuah hukum.<sup>37</sup>

- a) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 Tentang Pasar Modal
- b) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- c) Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 Tentang Otoritas Jasa Keuangan
- d) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan
- e) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- f) Kitab Undang-Undang Hukum Pidana.

2) Bahan-Bahan Sekunder

Yaitu bahan-bahan yang bersumber dari pendapat ilmiah, buku-buku, literatur yang berkaitan dengan praktek skema ponzi/*money game* dalam transaksi perdagangan berbasis multi level marketing, kamus-kamus hukum dan jurnal-jurnal hukum dan internet.

3) Bahan-Bahan Hukum Tersier

Yaitu bahan-bahan hukum yang memberikan petunjuk atau penjelasan yang bermakna terhadap bahan hukum primer dan/atau bahan hukum sekunder, yaitu kamus hukum, ensiklopedia dan lain sebagainya.

---

<sup>37</sup> Peter Mahmud Marzuki, 2014, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana Prenanda Media Group, hlm. 141.

## **E. Metode Penelitian**

Adapun jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian yuridis yaitu dengan mengacu kepada peraturan-peraturan yang ada seperti, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 Tentang Otoritas Jasa Keuangan, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. Yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian dengan meneliti data-data sekunder terlebih dahulu untuk kemudian dilanjutkan dengan menganalisis buku-buku yang terkait dengan penegakan hukum terhadap perusahaan yang menerapkan sistem perdagangan berbasis *Multi Level Marketing* terhadap praktek skema ponzi/*money game* di Indonesia.

## **F. Analisis Bahan Hukum**

Analisis yang digunakan penulis dalam menulis penelitian ini analisis yuridis deskriptif yaitu dengan cara menggambarkan kegiatan-kegiatan yang ada dalam masyarakat yang dikaitkan dengan hukum positif Indonesia yang berlaku saat ini. Seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dalam menyangkut kejahatan-kejahatan praktek skema ponzi/*money game* dalam transaksi perdagangan berbasis *multi level marketing*.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup>*Ibid.*