

Di dalam dunia perdagangan suatu perusahaan dalam rangka memasarkan hasil produknya dilakukan melalui berbagai cara, misalnya memberikan hadiah-hadiah ataupun memberikan potongan harga. Semua ini dilakukan untuk menembus pasar, sehingga dalam praktek timbul perjanjian dalam bentuk-bentuk baru untuk lebih menarik minat masyarakat untuk membeli suatu produk, diantaranya adalah dengan menggunakan sistem penjualan Multilevel Marketing.

Multilevel Marketing, istilah ini mungkin belum banyak dikenal oleh masyarakat luas namun beberapa orang mungkin pernah mengenal istilah tersebut karena pernah mendapat tawaran dari teman atau keluarga untuk membeli produk-produk seperti kosmetik, makanan kesehatan, obat diet, dan perhiasan, di mana setelah membeli produk tersebut konsumen sekaligus dapat menjadi anggota yang memiliki keuntungan mendapat potongan harga pada pembelian berikutnya serta dapat ikut memasarkan produk dengan memperoleh sejumlah keuntungan.

Dalam praktek jual beli dengan menggunakan sistem Multilevel Marketing seorang anggota senior yang disebut juga dengan sponsor atau manajer tentu ingin memperoleh keuntungan kedudukan yang tinggi serta penghasilan yang makin besar. Oleh karena itu para sponsor tidak segan-

segaran untuk memenuhi segala persyaratan yang telah diajukan oleh perusahaan, yaitu dengan merekrut para pembeli, teman atau saudara untuk menjadi anggota dengan jalan ikut menjual produk perusahaan yang telah dibeli secara tunai oleh sponsor.

Memperhatikan uraian di atas nampak bahwa jual beli dengan menggunakan sistem Multilevel Marketing ini dapat dikatakan berantai, yaitu dari perusahaan yang memproduksi barang, yang menjual kepada sponsor atau manager yang kemudian menjual kepada anggota yang tidak jarang barang tersebut saat dijual kepada konsumen sudah kadaluwarsa atau bahkan rusak, selain itu harganya semakin mahal dan barang yang dijual kebanyakan sulit laku di pasaran.

Dengan demikian yang dirugikan dalam jual beli dengan sistem Multilevel Marketing adalah para konsumen yang kadangkala mengkonsumsi barang yang sudah kadaluwarsa atau telah rusak. Para konsumen yang menderita kerugian, namun kepada siapa tuntutan ganti rugi tersebut diajukan mengingat dalam jual beli dengan sistem Multilevel Marketing ini penjualan dilakukan secara berantai.

Berdasarkan latar belakang di atas saya tertarik untuk mengupas dalam skripsi dengan mengambil judul

" TANGGUNG GUGAT SPONSOR DALAM PERUSAHAAN SISTEM MULTI-

LEVEL MARKETING ATAS KERUSAKAN BARANG PRODUSEN ". Sedangkan permasalahan yang saya sajikan adalah : Dapatkah sponsor bertanggung gugat atas kerusakan barang produsen yang ada pada tangan anggota maupun konsumen ?

Tujuan penelitian dalam penyusunan skripsi ini adalah untuk mengetahui lebih lanjut mengenai jual beli dengan sistem Multilevel Marketing yang saat ini sedang gencar-gencarnya dikenalkan kepada masyarakat. Meskipun demikian tidak terdapat ketentuan perundang-undangan yang mengatur masalah jual beli dengan sistem Multilevel Marketing, sehingga yang menjadi korban adalah konsumen yang mengkonsumsi barang tersebut dari kemungkinan barang yang dijual tersebut mengandung cacat-cacat yang tersembunyi, kadaluwarsa maupun rusak.

Dalam pelaksanaan penyusunan skripsi ini saya bagi dalam tiga fase antara lain meliputi :

- Fase pertama persiapan penyusunan diperlukan waktu empat minggu ;
- Pengumpulan data diperlukan waktu empat minggu.
- Pengolahan dan analisis data skripsi diperlukan waktu empat minggu.

Pendekatan masalah dalam penyusunan skripsi ini menggunakan metode yuridis normatif, maksudnya pembaha-

sannya didasarkan atas peraturan perundang-undangan yang diterapkan terhadap permasalahan yang dibahas. Sumber data berupa data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yang bersifat mengikat dalam hal ini KUH Perdata dan bahan hukum primer berupa pendapat para sarjana, literatur maupun bahan perkuliahan.

Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui membaca, mempelajari, mengidentifikasi dan kemudian mengklasifikasikannya, sehingga diperoleh data yang ada kaitannya dengan masalah yang dibahas. Kemudian data diolah secara deduksi yaitu pengolahan data yang didasarkan atas ketentuan yang bersifat umum kemudian disimpulkan menjadi khusus sehingga diperoleh jawaban atas masalah yang dibahas. Selanjutnya dianalisis secara kualitatif, yaitu menganalisis permasalahan didasarkan atas pemikiran yang logis, runtut dan runtun dengan menelaah sistematisa peraturan perundang-undangan yang ada kaitannya dengan masalah yang dibahas.

Pokok hasil penelitian diperoleh gambaran bahwa keberadaan sistem jual beli secara Multilevel Marketing timbul karena sistem buku III KUH Perdata tentang perikatan yaitu sistem kebebasan berkontrak atau sistem ter-

buka.

Jual beli menurut pasal 1457 KUH Perdata merupakan suatu persetujuan yang dibuat antara penjual dan pembeli, yang mewajibkan kepada pihak penjual untuk menyerahkan hak milik atas barang yang dijual dan menanggungnya dari kemungkinan cacat-cacat tersembunyi sebagaimana pasal 1491 KUH Perdata. Sedangkan pihak pembeli mempunyai kewajiban untuk membayar harga barang yang dijanjikan.

Penjual diwajibkan untuk menyerahkan hak milik atas barang yang dijual, dengan diteruskannya hak milik atas barang yang dijual maka segala bentuk risiko ditanggung oleh pihak pembeli setelah menerima penyerahan hak milik. Dengan diteruskannya barang kecuali adanya cacat-cacat tersembunyi, maka pihak penjual tidak bertanggungjawab atas kerusakan barang tersebut.

Dalam jual beli dengan sistem Multilevel Marketing ini pihak produsen hanya menjual produknya melalui sponsor, dan sponsor menjual kepada para anggota yang direkrut tersebut. Meskipun pembelian dilakukan secara tunai antara pihak produsen dengan pihak sponsor masih terikat untuk pembelian berikutnya dan pihak produsenlah yang menentukan jenjang kepangkatan para sponsor. Sponsor menjual kepada para anggota dapat secara tunai maupun

tidak, sehingga keduanya terjalin suatu ikatan.

Berdasarkan pokok hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam jual beli dengan sistem Multilevel Marketing, pihak sponsor ditunjuk oleh perusahaan untuk membeli produknya dan menjualnya kembali. Meskipun demikian sponsor dalam menjual barang tersebut tidak didasarkan kuasa perusahaan, melainkan sponsor bertindak untuk dirinya sendiri dan atas tanggung jawabnya sendiri.

Sponsor dalam usahanya menjual barang yang dibeli secara tunai dari perusahaan merekrut orang-orang untuk bertindak sebagai anggota dan sebagai ujung tombak dalam memasarkan hasil produk tersebut kepada konsumen. Anggota dapat membeli secara tunai maupun tidak kepada sponsor.

Produk yang dibeli oleh sponsor secara tunai dari perusahaan, sehingga dengan diserahkannya barang tersebut, maka hak milik atas barang menjadi berpindah tangan dari perusahaan kepada sponsor. Oleh karena itu apabila terjadi kerusakan atas barang, maka menjadi tanggung jawab pemilik dalam hal ini sponsor.

Sponsor dapat dimintai pertanggungjawaban atas kerusakan barang yang ada di tangan anggota atau konsumen, karena dengan diserahkannya barang dari perusahaan kepada sponsor, maka segala bentuk risiko yang berada di tangan anggota dan konsumen ditanggung oleh sponsor.

Adapun saran yang saya ajukan mengingat masih adanya hubungan antara perusahaan dengan pihak sponsor untuk pembelian berikutnya, maka seyogyanya mengenai kerusakan barang yang ada ditangan anggota maupun konsumen, pihak produsen ikut serta menanggungnya.



