

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia yang merupakan negara berkembang juga tidak luput dari sasaran pembangunan untuk menjadi negara industri yang memiliki potensi pasar yang cukup besar dan luas. Hal tersebut menyebabkan terjadinya pola hubungan kerja antara produsen dengan konsumen dengan adanya mediator/perantara diantara mereka. Mediator tersebut dahulunya diisi oleh makelar dan komisioner, namun seiring dengan perkembangan kini kedudukannya digeser oleh agen dan distributor.

Terjadinya perkembangan-perkembangan tersebut tentunya diikuti juga dengan pembaharuan strategi pemasarannya, oleh sebab itu mulai muncullah berbagai strategi pemasaran yang salah satunya adalah sistem pemasaran berjenjang atau sering disebut pula dengan Multi Level Marketing yang selanjutnya disebut MLM yang penjualannya dilakukan oleh jaringan distributornya sendiri.<sup>1</sup> Masyarakat Indonesia cukup menyambut hangat bisnis MLM karena beberapa hal, salah satunya adalah perkembangan industri 4.0 dimana tenaga kerja manusia banyak digantikan menggunakan tenaga mesin<sup>2</sup>. Perkembangan industri 4.0 ini menyebabkan banyaknya karyawan-karyawan perusahaan mengalami PHK dari

---

<sup>1</sup> Retno Andriati. 2015. "**Manipulative Cooperation Politics of MLM Companies In Surabaya City**". Humaniora Vol 27, No. 2. 2015. Yogyakarta: FIB UGM, hlm. 64

<sup>2</sup> Dinaselina Chintya Kosasih, Ambar Budhisulistiyawati 2019, **Perlindungan hukum bagi anggota MLM yang berbasis aplikasi di Indonesia (Studi Kasus Pada PT Sukses Integritas Perkasa)**, Jurnal Pasca Sarjana Hukum UNS Volume VII Nomor 2 Juli - Desember 2019, hlm. 205

perusahaan. Tanpa adanya soft skill yang mumpuni, mereka akan jauh lebih sulit untuk mendapatkan pekerjaan pengganti, sedangkan mereka juga harus tetap menjalani hidup. Adanya kendala seperti soft skill dan modal yang besar tidak berlaku dalam bisnis MLM. Dalam bisnis ini tidak memerlukan pengalaman kerja, pendidikan formal, dan modal yang besar, justru modal yang diperlukan relatif lebih kecil dibandingkan dengan bisnis konvensional.<sup>3</sup>

Kemajuan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi yang selanjutnya disebut IPTEK dewasa ini menciptakan persaingan yang semakin ketat di masyarakat dalam upaya pencarian dan memperoleh pekerjaan. Kemajuan IPTEK mendorong seleksi ilmiah yang mengarah kepada “yang terkuat yang bertahan”, sehingga menimbulkan ketidakseimbangan antara laju pertumbuhan jumlah tenaga kerja dan lapangan kerja yang tersedia. Upaya yang bisa dilakukan untuk meminimalisir ketidakseimbangan tersebut hanyalah dengan menciptakan pekerjaan baru.<sup>4</sup>

Penjualan langsung adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan dari jutaan hingga milyaran rupiah per distributor. Penjualan langsung merupakan anggota Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI).<sup>5</sup> Perusahaan penjualan langsung yang sah terikat dengan kode etik yang jelas dalam menyampaikan potensi pendapatan dan setiap perusahaan harus menjalankan kode etik yang telah

---

<sup>3</sup> Ahmad Mardalis dan Nur Hasanah. 2016. “**Multi Level Marketing (MLM) Prespektif Ekonomi Islam**”. Benefit.Vol 1, No. 1, 2016. Sekolah Pasca Sarjana . UMS. Surakarta, hlm. 43

<sup>4</sup> M. Fuad, 2005, **Pengantar Bisnis**, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hlm. 38

<sup>5</sup> Anita Rahmawaty. 2014. “**Bisnis Multi Level Marketing dalam Prespektif Islam**”. Libraria. Vol 2, No. 1, 2014. Kudus: STAIN KUDUS. Hlm. 112

digariskan oleh pemerintah melalui perundangan dalam rangka perlindungan konsumen.

Sistem usaha Penjualan Langsung (*direct selling*) ini sudah cukup lama berkembang di Indonesia. Namun, karena kurang tersosialisasi, sehingga masih banyak masyarakat yang belum memahami perdagangan dengan menggunakan sistem penjualan langsung jaringan seperti *Multi Level Marketing* yang selanjutnya disebut MLM. Salah satu variasi bisnis yang sedang berkembang ini merupakan bisnis yang bergerak di sektor perdagangan barang dan/atau jasa yang menggunakan sistem MLM sebagai strategi bisnisnya, dimana sebuah induk perusahaan dalam memasarkan produknya kepada konsumen melalui suatu jaringan orang-orang bisnis yang *independen*.<sup>6</sup> Akan tetapi, hadirnya bisnis MLM legal dimanfaatkan oleh banyak oknum untuk memperdaya masyarakat dengan membuat penipuan bisnis yang ilegal dengan mengatasnamakan MLM sebagai modus usahanya. Tidak hanya operandi MLM saja yang dijadikan modus, sistem bisnis investasi, koperasi, hingga himpunan dana masyarakat, menjadi kedok operasi. Tindakan oleh oknum yang mendirikan usaha bermodus ini merupakan suatu kejahatan penipuan yang menimbulkan kerugian besar bagi masyarakat yang menjadi korban dari penipuan bisnis ilegal.<sup>7</sup>

MLM merupakan salah satu sistem pemasaran dengan menjual barang secara langsung (*direct selling*) yang dilakukan dengan memanfaatkan *customer* sebagai tenaga perantara penyalur barang ke *customer* lainnya atau lebih jelasnya MLM

---

<sup>6</sup> David Roller, 1995, **Menjadi Kaya dengan Multi-Level-Marketing**, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hlm 3.

<sup>7</sup> Bambang Tri Bawono,SH.,MH.**Penegakan Pidana Di Bidang Ilegal**,Jurnal Hukum Vol XXVI No 2 Aguatus 2011

adalah system pemasaran yang menggunakan pemasaran dengan system berjenjang di mana tenaga penjual 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*".<sup>8</sup>

Namun, Sekarang ini sistem pemasaran MLM sering kali diidentikkan dengan bisnis berkedok (*money game*) karena konsep bisnis yang dilakukan cenderung menggunakan skema piramida dimana orang yang bergabung belakangan akan memperoleh pendapatan yang jauh lebih kecil dan mengalami kesulitan dalam mengembangkan bisnisnya.

Salah satu daya pikat skema piramida adalah janji-janji mendapatkan untung besar dalam waktu singkat dengan usaha yang amat minimal. Di berbagai penjuru dunia, skema piramida telah banyak mengilhami orang untuk melakukan penipuan berkedok bisnis. Dan makin sulit dibedakan bila penipuan ini menggunakan kedok bisnis yang sah seperti pemasaran jaringan (*Multi Level Marketing*), arisan berantai, investasi, koperasi simpan-pinjam, dan penggunaan teknologi internet.<sup>9</sup>

Kasus penipuan berkedok MLM (*Multi Level Marketing*) yang pernah terjadi di Bali salah satunya adalah kasus I Made Mudiana dimana Enam korban penipuan dengan berkedok "*Multi Level Business*" (MLM) melaporkan I Made Mudiana dengan kasus penipuan ke Polsek Denpasar Timur dengan total kerugian mencapai

---

<sup>8</sup> Alfiana Prayutasani, Rinitami Njatrijani, dan Suradi. 2016. "**Perlindungan Hukum Atas Kegiatan Usaha MLM (Multi Level marketing) Studi Pada Rumah Avail Semarang**". Diponegoro Law Review. Vol 5, No. 2. 2016. Semarang: FH UNDIP. Hlm. 54

<sup>9</sup> Retno Andriati. 2015. "**Manipulative Cooperation Politics of MLM Companies In Surabaya City**". Humaniora Vol 27, No. 2. 2015. Yogyakarta: FIB UGM. Hlm. 27

sekitar Rp500 juta. Para korban rata-rata tergiur dengan janji manis pelaku yang bisa melipatgandakan uang yang telah disetor hanya dalam waktu tiga bulan. Namun hingga lebih dari setahun, tidak ada hasilnya. Dalam kasus ini, masing-masing korban rata-rata menyetor uang kepada terlapor dengan jumlah yang bervariasi mulai dari Rp11juta hingga Rp 225 juta. Enam korban yang melapor yang tak mau disebutkan namanya di antaranya berinisial NWL (70), MA (47), PP (46), NNS (46), BOM (42), dan GAW (44). Meski mereka tidak mengetahui nama perusahaan serta izin dari bisnis tak jelas itu, namun mereka tergiur dengan keuntungan bunga yang sangat besar yang didapatkan hanya dalam waktu tiga bulan.<sup>10</sup>

Berdasarkan kasus tersebut bisa terlihat bahwa kurangnya pemahaman masyarakat terkait skema atau bisnis MLM (*Multi Level Marketing*) membuat banyak masyarakat yang terjebak dengan kasus penipuan ditambah masyarakat yang mudah tergiur dengan keuntungan yang besar tanpa mengetahui dampak atau resiko dari keuntungan tersebut menambah rentannya masyarakat Indonesia menjadi korban penipuan kasus MLM (*Multi Level Marketing*).<sup>11</sup>

Ketentuan yang dapat menjerat pelakunya dengan pidana lebih berat adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Pelindungan Konsumen, dan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan terutama dengan adanya Pasal 9 dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

---

<sup>10</sup><https://bali.antaranews.com/berita/34439/korban-bisnis-mlm-lapor-polisi>, diakses pada tanggal 11 Oktober 2022, pada pukul 03.00 Wita

<sup>11</sup> Anugrah, I Made Angga, and Ida Bagus Teddy Prianthara. 2018. "Pengaruh Bisnis E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Teknologi Terhadap Kebutuhan Jasa Audit E-Commerce." Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis (JIAB)3 (2): 197–208. hlm. 12

yang menyatakan secara tegas pelarangan melakukan penjualan langsung berpola skema piramida.

Aturan Hukum lain mengenai *Multi Level Marketing* adalah Pasal 21 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung. Peraturan tersebut mengatur tentang larangan terhadap perusahaan yang sudah memiliki Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL).

Dalam pasal 21 huruf k Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung tersebut menyatakan bahwa melarang perusahaan membentuk jaringan pemasaran dengan menggunakan Skema Piramida. Namun pada pasal 21 huruf i Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung.

Pernyataan dari kedua pasal tersebut menjadi tidak jelas karena di satu sisi pasal 21 huruf k Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung melarang membentuk jaringan dengan Skema Piramida, sedangkan Pasal 21 huruf i Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung melarang pemasaran tanpa melalui jaringan.<sup>12</sup> Hal ini menjadi kabur antara skema yang dibolehkan, dengan skema piramida itu sendiri yang dalam pasal ini tidak menjelaskan skema *Multi Level Marketing* apa yang dilarang dan diperbolehkan. Apabila dibandingkan dengan Pengertian *Multi Level Marketing* itu sendiri menurut Pasal 1 angka 3 Peraturan Menteri Perdagangan Republik

---

<sup>12</sup> Tashia, Tashia. 2017. "Sistem E-Commerce Dan Perlindungan Konsumen." Kominfo.Go.Id. 2017.

Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung yang menyatakan bahwa 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. Hal ini menjadi kabur karena beberapa skema menerapkan komisi dan bonus seperti halnya skema piramida yang mendapatkan bonus dari penjualan sehingga hal ini perlu dilakukan peninjauan lebih lanjut.<sup>13</sup>

Sehingga berdasarkan hal tersebutlah dirasa perlu untuk mengkaji bentuk perlindungan hukum terhadap agen *Multi Level Marketing* mengingat bahwa tidak semua masyarakat mengerti dan memahami terkait ada atau tidaknya perlindungan hukum terkait terhadap agen yang erat kaitannya dengan sistem penjualan yang diterapkan, dan juga maraknya modus-modus kejahatan terkait *Multi Level Marketing* belakangan ini membuat semua orang bisa saja terjerat atau terjebak dalam sistem penjualan tersebut. Di mana *Multi Level Marketing* di Indonesia ada yang memeperjual belikan kelipatan uang, kemudian subyek jual belinya yang disebutkan hanya jasa dan barang.<sup>14</sup> Hal ini harus mendapat perhatian khusus dalam pengaturan hukumnya sehingga Berdasarkan hal tersebutlah yang membuat penulis berinisiatif mengangkat judul penelitian yaitu **"Perlindungan Hukum Terhadap Agen *Multi Level Marketing* Perspektif**

---

<sup>13</sup> Siahaan, Elisabet, Prihatin Lumbanraja, Yasmin Chairunisa. 2014. **"A Career Success of the Company in Information of Management Business Riview"**. LP-International Published Articles Vol.6, No. 6. Sumatera Utara, hlm. 63

<sup>14</sup> Nurjanah, Nita. 2019. **"Pengaruh Strategi Pemasaran Multi Level Makreting (MLM) Terhadap Karakteristik Individu (Survei Pada Mitra PT Veritra Sentosa Internasional Komunitas Paytren Neo Red Team (NRT) Tangerang Selatan)." UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. hlm. 11**

## **Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung.”**

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, adapun permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.2.1. Bagaimana pengaturan skema penjualan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 tentang distribusi barang secara langsung?

1.2.2. Bagaimana pengaturan hukum dan kewaiban agen multilevel marketing dalam perspektif peraturan menteri perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 tentang distribusi barang secara langsung?

### **1.3. Ruang Lingkup Masalah**

Ruang lingkup masalah diperlukan sebagai batasan permasalahan yang akan dikaji yaitu agar pembahasan lebih terarah dan menghindari permasalahan yang sangat luas yang dapat mengaburkan pokok-pokok permasalahan yang menjadi focus pembahasan. Dalam penulisan ini ruang lingkup permasalahannya hanya untuk menjawab permasalahan yang dikemukakan di atas. Hal yang akan ditulis dalam skripsi ini adalah:

- 1) Pengaturan skema penjualan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 tentang distribusi barang secara langsung

- 2) Pengaturan hukum dan kewaiban agen multilevel marketing dalam perspektif peraturan menteri perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 tentang distribusi barang secara langsung

Melalui pembatasan ruang lingkup pembahasan masalah tersebut diatas penulis yakin dapat membahas permasalahan komprehensif dan komparatif.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Penelitian tentang Pengaturan Hukum Terhadap Perlindungan Hukum Terhadap Agen Multi *Level Marketing Perspektif* Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung mempunyai tujuan umum dan tujuan khusus.

##### **1.4.1. Tujuan Umum**

1. Untuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pada bidang penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa.
2. Untuk perkembangan ilmu pengetahuan hukum.
3. Sebagai syarat menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata 1 (S1) di Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Denpasar.

##### **1.4.2. Tujuan Khusus**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis mengenai pengaturan hukum terhadap sistem penjualan dalam *Multi Level Marketing* perspektif Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis bentuk pengaturan hukum dan kewajiban agen multilevel marketing dalam perspektif peraturan menteri perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 tentang distribusi barang secara langsung

### **1.5. Metode Penelitian**

“Metode penelitian adalah cara yang teratur dan terpikir secara runtut dan baik dengan menggunakan metode ilmiah yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan, dan guna menguji kebenaran maupun ketidakbenaran dari suatu pengetahuan, gejala atau hipotesa.”<sup>15</sup>

#### **1.5.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dipergunakan adalah jenis penelitian hukum yang bersifat normatif, yaitu pendekatan melalui perspektif norma-norma yang telah ada atau dengan kata lain merupakan penelitian berupa inventarisasi perundang-undangan yang berlaku, yang berupaya mencari asas-asas atau dasar falsafah dari perundang-undangan, atau penelitian yang berupa usaha penemuan hukum yang sesuai dengan suatu kasus tertentu yang dalam hal ini meneliti, menganalisis, mengkaji serta meninjau aturan dan norma norma hukum yang dalam penelitian ini adalah Pasal 21 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung.

---

<sup>15</sup> Soerjono Soekanto, 2013, **Penelitian Hukum Suatu Tinjauan Singkat**, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 4.

### 1.5.2. Jenis Pendekatan

Pada penelitian hukum normatif-empiris terdapat tiga kategori, yaitu<sup>16</sup>:

- 1) Pendekatan Perundang-undangan (*Statue Approach*) Pendekatan ini dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan dan regulasi yang terkait dengan isu hukum yang sedang di bahas.
- 2) Pendekatan Analisis Konsep Hukum (*Analytical & Conseptual Approach*) Pendekatan ini beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum.
- 3) Pendekatan Sejarah (*Historical Approach*) Pendekatan ini dilakukan dengan menelaah latar belakang kajian dan perkembangan pengaturan mengenai isu yang dihadapi

### 1.5.3. Sumber Bahan Hukum

Sumber bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari:

- a) Bahan Hukum Primer

Sumber bahan hukum primer adalah sumber bahan hukum yang mengikat yakni berupa norma, kaidah dasar dan peraturan yang berkaitan dengan sifat mengikat. Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang terdiri atas asas dan kaidah hukum berupa peraturan perundang-undangan dan putusan pengadilan.

---

<sup>16</sup> Rianto, 2004, **Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum**, Edisi 1, Granit, Jakarta, hlm. 12

a) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

b) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung.

b) Bahan Hukum Sekunder

Sumber bahan hukum sekunder adalah sumber bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder yang digunakan adalah literatur-literatur yang relevan dengan topik yang dibahas, baik literatur-literatur hukum (buku-buku hukum (*textbook*) yang ditulis para ahli yang berpengaruh (*de hersender leer*), pendapat para sarjana, jurnal hukum maupun literatur non hukum, dan artikel-artikel yang diperoleh melalui internet. Sedangkan bahan hukum sekunder atau bahan hukum penunjang yang memberikan petunjuk terhadap bahan hukum primer yang terdiri dari:

a) Jurnal Hukum

b) Literatur – literatur tentang hukum perdata dan hukum pidana.

c) Bahan Hukum Tersier

Sumber bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan dari bahan hukum primer dan sekunder, contohnya Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kamus Hukum, dan ensiklopedia.

#### **1.5.4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum**

Teknik Pengumpulan bahan hukum yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah Teknik Pengumpulan Data Kepustakaan dilakukan dengan cara *studi kepustakaan* (dokumentasi) yaitu serangkaian usaha untuk memperoleh data dengan jalan membaca, menelaah, mengidentifikasi dan dilakukan pemahaman terhadap bahan-bahan hukum berupa peraturan, buku-buku literatur yang ada relevansinya dengan permasalahan.<sup>17</sup> Hasil dari kegiatan pengkajian tersebut kemudian dibuat ringkasan secara sistematis.

#### **1.5.5. Teknik Analisa Bahan Hukum**

Berdasarkan bahan hukum yang diperoleh dan kemudian dianalisa, selanjutnya digunakanlah teknik pengolahan bahan hukum secara deskriptif kualitatif, yaitu peneliti memaparkan bahan hukum dengan berdasarkan kualitas yang relevan dengan permasalahan yang dibahas dalam penulisan penelitian ini, secara kualitatif artinya menguraikan bahan hukum secara bermutu dalam bentuk kalimat yang teratur, runtut, logis, tidak tumpang tindih, dan efektif, sehingga memudahkan pemahaman dan interpretasi. Selanjutnya dari hasil pengolahan dan analisis penulisan kemudian dilakukan pembahasan.

---

<sup>17</sup> Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, 2010, **Dualisme Penelitian Hukum Empiris & Normatif**, Pustaka Pelajar, Jakarta, hlm. 280

## 1.6. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan hasil penelitian untuk mencapai hasil akurat, tentunya terdapat pembahasan yang sistematis. Pada bagian pertama yang meliputi halaman sampul, halaman judul, halaman prasarat gelar sarjana hukum, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, halaman pengesahan panitia penguji ujian, halaman pernyataan keaslian, motto, kata pengantar, abstrak, daftar isi, dan daftar lampiran yang menunjang disusunnya penelitian ini.

Penulis membagi sistematika penulisan skripsi ini menjadi 5 (lima) bab yang berhubungan erat satu sama lain, dengan perincian sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada BAB ini diuraikan gambaran umum mengenai pokok permasalahan yang ingin diteliti sehingga menemukan apa saja permasalahan konkret dan hubungan permasalahan satu dengan yang lainnya. Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : KAJIAN TEORITIS**

Bab ini berisi tentang kajian-kajian teori hukum yang mendukung penulisan dalam skripsi ini, yaitu menjelaskan terkait Teori Kepastian Hukum, Teori Keadilan, Asas Kejujuran, Asas Spesialis, Konsep *Multi Level Marketing*, Konsep Sistem Penjualan, Konsep Agen.

**BAB III : PENGATURAN HUKUM TERHADAP SISTEM PENJUALAN DALAM *MULTI LEVEL MARKETING* PERSPEKTIF PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 70 TAHUN 2019 TENTANG DISTRIBUSI BARANG SECARA LANGSUNG**

Dalam BAB III ini menjabarkan mengenai Kedudukan Agen Penjualan Dalam Sistem *Multi Level Marketing*, Pengaturan hukum terhadap Sistem Penjualan dalam *Multi Level Marketing perspektif* Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung.

**BAB IV : PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP AGEN *MULTI LEVEL MARKETING* PERSPEKTIF PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 70 TAHUN 2019 TENTANG DISTRIBUSI BARANG SECARA LANGSUNG**

Pada BAB IV ini menjabarkan tentang Pengaturan Perlindungan Hukum Terhadap Agen *Multi Level Marketing*, Akibat Hukum Terhadap Kerugian Yang Dialami Agen *Multi Level Marketing* Perspektif Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung.

**BAB V : PENUTUP**

BAB V ini merupakan bab terakhir dalam penulisan skripsi yang terdiri atas simpulan dan saran. Simpulan merupakan keseluruhan hasil penelitian yang didasarkan pada analisis pembahasan penelitian. Sedangkan saran berisikan anjuran atau jalan keluar untuk mengatasi permasalahan kepada pihak-pihak terkait yang relevan dengan ruang lingkup penelitian ini.

