

**TINJAUAN HUKUM TERHADAP PENJUALAN *DIRECT SELLING* DI
INDONESIA DIKAITKAN DENGAN LARANGAN PERUSAHAAN
DIRECT SELLING TUPPERWARE KEPADA *SALES FORCENYA*
UNTUK MELAKUKAN PENJUALAN *DIRECT SELLING* SECARA *ONLINE***

**WIDYA OLYVIA PURBA
1587099**

ABSTRAK

Direct selling dalam mengembangkan bisnis selalu melibatkan mitra usaha selaku distributor maupun anggota jaringan Perusahaan *direct selling* dibangun berdasarkan kemitraan sehingga sistem *direct selling* baru dapat berjalan apabila terdapat mitra usaha. Distributor/mitra usaha inilah yang nantinya mengembangkan jaringan dan melahirkan distributor-distributor baru melalui perekrutan yang dilakukan oleh dirinya sendiri maupun anggotanya. Sistem kerja *direct selling* juga meliputi sistem pelatihan (*support system*) berupa pengajaran materi serta motivasi yang bertujuan untuk memudahkan setiap distributor dalam menjalani sistem.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif dengan memberikan gambaran mengenai permasalahan yang aktual berdasarkan fakta yang ada. Sifat penelitian menggunakan metode yuridis normatif. Dengan data yang dipergunakan berupa data sekunder yaitu KUHPerdara, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor : 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung serta Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2016 Tentang Ketentuan Umum Distribusi Barang.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tindakan hukum yang dapat dilakukan perusahaan *direct selling* terhadap *Sales forcenya* yang melakukan pemasaran produk/*direct selling* secara *online* adalah *sales force* akan mendapat peringatan pertama untuk mengubah *website/blog/media* sosial terkait agar sesuai dengan peraturan yang sudah ditetapkan akan diberlakukan sanksi pemberhentian bagi *sales force* tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan terkait penggunaan merk *Tupperware* tanpa izin tertulis dari PT. Tupperware Indonesia dapat mengakibatkan tuntutan hukum sesuai peraturan yang berlaku.

Kata kunci : *Direct Selling, Sales Force, Penjualan Online, Pertanggung Jawaban Hukum.*

LEGAL REVIEW OF DIRECT SELLING IN INDONESIA RELATED WITH THE BAN OF DIRECT SELLING TUPPERWARE COMPANY TOWARDS ITS SALES FORCE TO CARRY OUT DIRECT SELLING BY ONLINE

**WIDYA OLYVIA PURBA
1587099**

ABSTRACT

Direct selling in developing a business always involves business partners as distributors and network members. Direct selling companies are built on partnerships so that the direct selling system can only run if there are business partners. Distributor / business partners is what will develop the network and give birth to new distributors through the recruitment carried out by itself or its members. Direct selling business system also includes training system (support system) in the form of teaching materials and motivation that aims to facilitate every distributor in living systems.

This study uses a normative juridical research method by providing an overview of actual problems based on the facts. The nature of the study uses a normative juridical method. With the data used in the form of secondary data, namely the Civil Code, Law Number 7 of 2014 concerning Trade, Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, Law of the Republic of Indonesia Number 19 of 2016 concerning Amendment to Law Number 11 Year 2008 concerning Information and Electronic Transactions, Regulation of the Minister of Trade of the Republic of Indonesia Number : 32 / M-DAG / PER / 8/2008 concerning Implementation of Trading Business Activities with Direct Selling System and Minister of Trade Regulation of the Republic of Indonesia Number 22 Year 2016 concerning General Provisions on the Distribution of Goods.

The results of this study indicate that the legal action that direct selling companies can take on their sales for online product marketing / direct selling is that the sales force will receive the first warning to change the related website / blog / social media so that it is in accordance with established regulations. Termination sanctions are imposed for the sales force in accordance with the applicable provisions and related to the use of the Tupperware brand without written permission from PT. Tupperware Indonesia can result in lawsuits in accordance with applicable regulations.

Keywords : Direct Selling, Sales Force, Online Sales, Legal Liability

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN REVISI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Kerangka Pemikiran	7
1. Kerangka Teori	7
2. Kerangka Konseptual	12
F. Metode Penelitian	13

1. Sifat Penelitian	14
2. Jenis Data	14
G. Sistematika Penulisan	15
BAB II : PENGATURAN PENJUALAN <i>DIRECT SELLING</i>	
DITINJAU DARI HUKUM INDONESIA	17
A. Pengertian Penjualan Langsung/ <i>Direct Selling</i>	17
B. Ruang Lingkup Sistem Penjualan Langsung/ <i>Direct Selling</i>	22
C. Pengaturan Perusahaan Berbasis Distribusi Penjualan Langsung/ <i>Direct Selling</i> Menurut Hukum Positif Indonesia	26
BAB III : PERJANJIAN JUAL BELI SECARA <i>ONLINE</i>	49
A. Perjanjian Jual Beli Media Secara <i>Online</i>	49
B. Distributor dalam Perjanjian Jual Beli	54
C. Asas-Asas dalam Perjanjian Jual Beli Secara <i>Online</i>	64
D. Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Secara <i>Online</i>	73
BAB IV : TINJAUAN HUKUM TERHADAP PENJUALAN	
<i>DIRECT SELLING</i> DI INDONESIA DIKAITKAN	
DENGAN LARANGAN PERUSAHAAN <i>DIRECT</i>	
<i>SELLING TUPPERWARE</i> KEPADA	
DISTRIBUTOR/<i>SALES FORCENYA</i> UNTUK	
MELAKUKAN PENJUALAN <i>DIRECT SELLING</i>	
SECARA <i>ONLINE</i>	82
A. Faktor Penyebab Terjadinya Sengketa Antara Perusahaan <i>Direct Selling</i> Dan Distributornya	82
B. Penyelesaian Sengketa Antara Perusahaan <i>Direct Selling</i>	

dan Distributornya	85
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	105

