

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang dikemukakan, maka dapat diambil suatu kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaturan klausula mengenai pelarangan penjualan produk *direct selling* secara *online* ditinjau dari Hukum Indonesia diatur dalam KUHPerdata, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung. *Sales Force* dilarang untuk melakukan penjualan melalui Pelaku Distribusi Tidak Langsung sesuai dengan Kode Etik *Sales Force* Tupperware Indonesia yang khusus berlaku untuk distributor/*sales forcenya* Tupperware Indonesia untuk melakukan penjualan *direct selling* secara *online* sedangkan larangan untuk melakukan penjualan *direct selling* secara *online* diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan RI No.22 Tahun 2016, termasuk di dalamnya melakukan penjualan *online* melalui *website* dan *online shop*. *Sales force* dilarang melakukan pemasangan iklan berbayar melalui media apapun untuk mempromosikan Tupperware. Hak atas merk dan pemasaran Tupperware di Indonesia hanya dimiliki oleh PT. Tupperware Indonesia dan penggunaannya hanya dapat dilakukan atas izin PT. Tupperware Indonesia

2. Penyelesaian hukum yang dapat dilakukan perusahaan *direct selling* terhadap *sales forcenya* yang melakukan pemasaran produk/*direct selling* secara *online* dilakukan melalui negoisasi, mediasi dan musyawarah dan jika tidak terdapat kata sepakat maka akan diselesaikan melalui arbitrase yang ditunjuk oleh kedua belah pihak. *Sales force* akan mendapat peringatan pertama untuk mengubah *website/blog/media* sosial terkait agar sesuai dengan peraturan yang sudah ditetapkan dalam waktu 3 x 24 jam, *sales force* diberikan peringatan kedua bila masih saja belum mengubah/menutup *website/blog/media* sosial terkait dalam waktu 3 x 24 jam berikutnya serta pengabaian terhadap peringatan pertama dan kedua 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 gugatan sesuai peraturan yang berlaku.

B. Saran

Berdasarkan hal-hal yang penulis temukan dalam penelitian mengenai pelaksanaan penjualan *direct selling* di Indonesia dikaitkan dengan larangan perusahaan *direct selling* Tupperware kepada *sales forcenya* untuk melakukan penjualan *direct selling* secara *online*, memberikan saran sebagai berikut:

1. Agar para pihak yang akan mengadakan suatu perjanjian apabila perjanjian yang sifatnya menyangkut biaya dan resiko yang besar harus memperhatikan dan mencermati ketentuan hak dan kewajiban sehingga para pihak tidak akan mengabaikan kewajibannya yang dapat berakibat adanya gugatan dari pihak yang dirugikan karena tidak terpenuhi

kewajibannya. Jadi seharusnya sebelum pembuatan perjanjian distributor dengan *sales force*, pihak distributor menjelaskan terlebih dahulu kepada *sales force* tindakan yang boleh dan tidak boleh, sehingga *sales force* mendapatkan informasi yang cukup sebelum menandatangani perjanjian. Hal ini dapat diwujudkan misalnya oleh sebuah SOP (*Standard Operational Procedure*) yang harus disampaikan oleh *sales force* pada saat merekrut *sales force* baru. Di sisi lain, *sales force* baru berkewajiban bertanya dengan lengkap sebelum menandatangani, dan harus diberikan kesempatan yang cukup untuk berpikir dan mengajukan pertanyaan, sehingga *sales force* dapat melaksanakan seluruh isi perjanjian dengan penuh itikad baik, tanpa adanya potensi gugatan di kemudian hari.

2. Agar konsumen segera melaporkan ke Tupperware Indonesia apabila menemukan *website* yang menjual Tupperware secara diskon. Laporan *website* tersebut kepada Distributor atau *customer service* Tupperware Indonesia dilengkapi dengan bukti/alamat *website* dan informasi penjualannya.
3. Pemerintah Indonesia perlu membentuk suatu lembaga dan peraturan perundang-undangan yang berfungsi sebagai pengawas dan pembatasan hak serta kewajiban serta dasar kepastian hukum dalam pelaksanaan kegiatan usaha penjualan *direct selling* di Indonesia dikaitkan dengan larangan perusahaan *direct selling* kepada distributor/*sales forcenya* untuk melakukan penjualan *direct selling* secara *online*.