

ABSTRAK

Novia Utami^{*)}
M. Husni, S.H.,M.Hum^{)}**
Dr. Dedi Harianto, S.H.,M.Hum^{*)}**

Salah satu strategi pemasaran yang sangat marak di dunia saat ini adalah pemasaran melalui sistem *Multi Level Marketing (MLM)*. Dalam proses perkembangannya, bisnis *Multi Level Marketing* di Indonesia tidak berjalan mulus karena banyak disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab yang pada akhirnya mengakibatkan kerugian bagi konsumen, kemudian menyebabkan konsumen tidak percaya pada bisnis *Multi Level Marketing* ini. Oleh karenanya, konsumen sangat menuntut untuk diberikan suatu bentuk perlindungan hukum dari perusahaan yang menjalankan bisnis *Multi Level Marketing* ini.

Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah adalah penelitian yuridis normatif dan penelitian yuridis empiris. Penelitian yuridis normatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Sedangkan penelitian yuridis empiris yaitu dengan melakukan penelitian di PT Kartika Swarna Dwipa selaku kantor distributor Tupperware di Medan.

Kesimpulan menunjukkan bahwa mekanisme transaksi jual beli dalam perusahaan Tupperware melalui tiga tahap transaksi konsumen, yaitu Tahap Pra-Transaksi Konsumen, Tahap Transaksi Konsumen, dan Tahap Purna-Transaksi Konsumen . Keluhan-keluhan yang sering terjadi di perusahaan Tupperware adalah mengenai keterlambatan pendistribusian barang karena perubahan sistem dari pusat serta kualitas produk yang dihasilkan Tupperware. Perusahaan Tupperware, dalam menjalankan bisnisnya, memberikan perlindungan hukum yang jelas kepada para konsumennya berupa garansi seumur hidup apabila produk/barang Tupperware tersebut rusak selama pemakaian normal (bukan karena digigit tikus, disayat, maupun sengaja dipecahkan). Untuk melakukan claim ganti rugi, konsumen dapat langsung membawa barang yang rusak ke divisi barang rusak, kemudian akan diganti dengan barang baru. Selama menjalankan bisnisnya, perusahaan distributor Tupperware (PT Kartika Swarna Dwipa) belum pernah mengalami sengketa yang besar, melainkan hanya pernah terjadi kesalahpahaman antara staff dengan konsumen, namun tidak menutup kemungkinan terjadinya sengketa antara pihak perusahaan Tupperware dengan pihak konsumen. Apabila terjadi sengketa, maka pihak perusahaan Tupperware dan konsumen akan menyelesaikannya melalui penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, yaitu dengan cara melakukan negosiasi.

Kata kunci : *Multi Level Marketing*, Konsumen, Perlindungan Hukum.

^{*)} Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara.

^{**)} Dosen Pembimbing I.

^{***)} Dosen Pembimbing II.