



**PENERAPAN KODE ETIK MULTI LEVEL MARKETING SEKTOR
KECANTIKAN BERDASARKAN PERATURAN MENTERI
PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA
NOMOR: 32/M-DAG/PER/8/2008
(Studi Kasus pada PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru)**

SKRIPSI



UIN SUSKA RIAU

Oleh

M. ALDIYANSYAH
NIM. 11327104655

**PROGRAM S1
JURUSAN ILMU HUKUM
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
1442 H/2020 M**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PENGESAHAN

Skripsi dengan judul, **PENERAPAN KODE ETIK MULTI LEVEL MARKETING SEKTOR KECANTIKAN BERDASARKAN PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR : 32/M-DAG/PER/8/2008 (STUDI KASUS PADA PT.ORINDO ALAM AYU PEKANBARU)** yang ditulis oleh :

Nama : M.ALDIYANSYAH
 NIM : 11327104655
 Program Studi : Ilmu Hukum

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 29 Juni 2020
 Waktu : 13.00 WIB
 Tempat : Sistem Daring

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 29 Juni 2020

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua

Dr. H. Maghfirah M.A

Sekretaris

Roni Kurniawan SH., MH

Penguji I

Dr. Abu Samah, MH

Penguji II

Nur Hidayat, SH., MH

(Handwritten signatures of the assessment team members)

Mengetahui :

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag

NIP. 19580712 196803 1 005

Hak Cipta dilindungi undang-undang
 1. Dilarang mengutip, sebagian atau seluruhnya karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya.
 a. Pengutipan untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Himpunan Ilmiah UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN

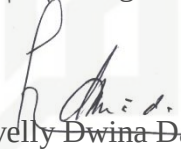
Skripsi dengan judul Penerapan Kode Etik Multi Level Marketing Sektor Kecantikan Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia NOMOR: 32/M-DAG/PER/8/2008 (Studi Kasus pada PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru) yang ditulis oleh :

Nama : M. Aldiyansyah
Nim : 11327104655
Program studi : Ilmu Hukum

Dapat diterima dan disetujui untuk diajukan dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, Juni 2020

Pembimbing skripsi


Lovelly Dwina Dahen. SH.MH
Nip. 198206222011012006

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

M.ALDIYANSYAH (2020) Penerapan Kode Etik Multi Level Marketing Sektor Kecantikan Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 32/M-DAG/PER/8/2008 (Studi Kasus PT.ORINDO ALAM AYU Pekanbaru)

Maraknya sistem pemasaran penjualan langsung di Indonesia menimbulkan berbagai macam masalah baik dari perusahaan maupun dari para anggota perusahaan itu sendiri. Terutama dari para anggota yang banyak melanggar kode etik yang sudah ditetapkan para perusahaan langsung yang menyalahkan peraturan yang seharusnya di tepati oleh para anggota maupun antara perusahaan itu sendiri. Tujuan dari skripsi ini adalah ketrika kode etik diciptakan dan dibuat untuk mencegah terjadinya penyimpangan-penyimpangan, maka dari itu penerapan dari perusahaan perlu dilakukan. Setiap perusahaan penjualan langsung wajib memiliki kode etik yang harus disesuaikan dengan peraturan yang ada yaitu peraturan menteri perdagangan 32/M-DAG/PER/8/2008 republik Indonesia, peraturan yang dibuat dibandingkan dengan peraturan menteri perdagangan RI apakah sudah sesuai atau belum.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskripsi kualitatif yang artinya penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sepenuhnya para anggota oriflamme di pekanbaru menerapkan kode etik yang sudah di terapkan, kurangnya informasi merupakan hambatan yang menghadang serta kurang pengawasan dari PT. Orindo Alam Ayu kepada anggota yang melanggar sehingga sanksi yang diberikan mengenai kode etik ini di abaikan begitu saja oleh para anggota menurut penulis sebaiknya pada saat menerapkan kode etik para anggota di bisnis multi level marketing diberikan training khusus mengenai peraturan kode etik yang harus dipatuhi sejak pertama kali bergabung agar meminimalisir pelanggaran kode etik di PT. Orindo Alam Ayu cabang pekanbaru membuat badan pengawas untuk memantau pelanggaran kode etik yang terjadi.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobillalamin, segala puji hanya layak bagi Allah SWT atas segala berkat, rahmat, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita semua pada zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan ini.

Penulisan skripsi dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada program Strata Satu Syari'ah dan Hukum di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Judul karya tulis yang berbentuk skripsi ini ialah **Penerapan Kode Etik Multi Level Marketing Sektor Kecantikan Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 32/M-Dag/Per/8/2008 (Studi Kasus Pada PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru).**

Hambatan serta kesulitan tidak terlepas dalam penulisan skripsi ini. Namun berkat bantuan, bimbingan, nasehat dan saran serta doa dari berbagai pihak, khususnya pembimbing, segala hambatan tersebut akhirnya dapat dilalui dan teratasi dengan baik.

Selanjutnya dalam penulisan skripsi ini penulis banyak diberi bantuan dan dukungan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini sudah selayaknya apabila penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Ayahanda tercinta M.Ardinas yang selalu berusaha keras untuk membahagiakan dan menjadi alasan setiap langkah, memberi semangat, dan selalu mendoakanku, dan Ibu ku tersayang Nurhuda yang telah bersusah payah melahirkan ku kedunia ini yang selalu memberikan semangat untuk penulis selalu mengingatkan menyelesaikan skripsi ini
2. Bapak Prof. Dr. KH. Ahmad Mujahidin, M.Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga terselesainya skripsi ini.
3. Bapak Dr. Drs H. Hajar, M.Ag, Selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta Bapak/Ibu Wakil Dekan I,II dan III Fakultas Syari'ah dan Hukum.
4. Bapak Firdaus, SH.,MH. Selaku Ketua Jurusan Ilmu Hukum, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Lovelly Dwina Dahen SH.MH. Selaku pembimbing proposal sekaligus pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis untuk menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Rahman Alwi M.Ag dan Bapak Roni Kurniawan S.H., M.H. Selaku Penasehat Akademis yang telah membantu dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak-bapak dan ibu-ibu dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Suska Riau yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Kakakku Liya Aziyarti, Yesi Oktarina, Yermiati dan Adikku Cici Febri Yolanda Fitri & Siti Nurhkalisa serta saudara sebayaku yang senantiasa selalu mendoakan dan memberikan semangat beserta keluarga besar Penulis yang selalu memberikan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Keluarga Besarku Sanggar Latah Tuah ,Senior-senior & Sahabat-sahabatku seangkatan dan adik” seluruhnya dan pastinya seluruh tim ku di oriflame yang turut memerikan masukan untuk kelancaran skripsi ini
10. Sahabat seperjuanganku khusus nya ilmu hukum yang selalu memberikan semangat dan dukungan, dan untuk orang-orang terdekat yang telah memberikan perhatian dan selalu mengingatkan dalam menyelesaikan skripsi ini, dan teman-teman terdekat lainnya serta rekan-rekan Ilmu Hukum angkatan 2013
11. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini sudah dikerjakan sebaik-baiknya sehingga sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada penulis dan kepada pembaca, Amin.

Pekanbaru, Mei 2020

M.ALDIYANSYAH
11327104655



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
E. Metode Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	12
BAB II GAMBARAN LOKASI PENELITIAN	13
A. Tinjauan Umum PT.ORINDO ALAM AYU	13
B. Sejarah Singkat PT. OTINDO ALAM AYU (Pekanbaru).....	15
BAB III TINJAUAN TEORITIS	18
A. Pengertian MLM	18
B. Ciri-Ciri MLM pada PT Orindo Alam Ayu	24
C. Pengaturan Kode Etik Perusahaan MLM pada PT Orindo Alam Ayu	26
D. Fungsi Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) Bagi Industri MLM pada PT Orindo Alam Ayu	28
E. Struktur Organisasi PT Orindo Alam Ayu	32
F. Visi dan Misi PT Orindo Alam Ayu	33

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Penerapan Kode Etik MLM PT Orindo Alam Ayu Terhadap Anggota	37
B. Akibat Hukum dan Penyelesaian Masalah Terhadap Member yang Melanggar dan Untuk PT Orindo Alam Ayu	59
BAB V PENUTUP	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Populasi & Sample	10
Tabel 4.2 Jawaban responden member oriflamme tentang penerapan kode etik oriflame.	51



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Struktur Organisasi Pegawai Loan Center Pekanbaru.....	16
Gambar 3.1	Struktur Organisasi	32
Gambar 3.2	Sales Departement	32
Gambar 3.3	Marketing Departement	33
Gambar 3.4	Operations Department	34
Gambar 3.5	Finance Departement	34
Gambar 4.1	Hasil Wawancara	47

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan dan perkembangan ekonomi yang terjadi selama tahun terakhir ini ditandai dengan bertambah luasnya bidang-bidang usaha yang terbuka dan dapat dilakukan oleh banyak perusahaan dan melalui berbagai macam pemasaran. Dari sudut ekonomis setiap perusahaan menginginkan “untuk mencari laba sebesar-besarnya dengan pengorbanan sekecil-kecilnya. Untuk itu dalam perusahaan harus ada pemusatan kekuatan ekonomis seketat-ketatnya untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya.”¹

Indonesia sebagai negara berkembang mempunyai sasaran pembangunan menuju kearah negara industri dengan potensi pasar yang tidak kecil, didalam praktek menunjukkan gejala adanya pola hubungan kerja antara produsen dengan konsumen yang melibatkan mediatornya. Sekarang ini kedudukan makelar dan komisioner sebagai mediator dalam hubungan perdagangan sudah digeser oleh agen dan distributor. Dengan adanya perkembangan dalam dunia perdagangan saat ini dikenal suatu sistem pemasaran yang sedang marak di Indonesia yaitu sistem pemasaran berjenjang lebih dikenal dengan sebutan *Multi Level Marketing* atau MLM yang penjualannya dilakukan oleh jaringan distributornya.

¹ H.M.N Purwosutjipto, *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia, Icet.12, (Jakarta: Djambatan,1999), h.23.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sejarah munculnya *Multi Level Marketing (MLM)* ini dapat diketahui bahwa *Multi Level Marketing (MLM)* muncul dengan tujuan utama untuk menajala produk baru yang belum dikenal luas oleh umum.

“kamu yang menjualnya kepada teman-teman kamu dan saya akan memberikan komisi kepada kamu“.² contohnya produk oriflame yang menjual produk oriflame yang menjual produk kosmetik dengan system penjualan dari teman yang satu keteman yang lain untuk memperkenalkan produk oriflame tersebut. Seseorang akan mengenalkan atau berusaha memberikan produk oriflame tersebut kepada teman yang dikenal setelah merasakan kegunaannya.

Perusahaan ini memberikan komisi tambahan kepada distributor independennya yang berhasil merekrut, melatih dan membantu distributor baru dalam menjual produk nutrillite kepada konsumen.

Dari sejarah munculnya MLM ini dapat diketahui bahwa MLM muncul dengan tujuan utama untuk menjual produk baru yang belum dikenal luas oleh umum. Hubungan dari teman yang satu ke teman yang lain digunakan untuk memperkenalkan produk baru tersebut. Seseorang akan mengenalkan atau berusaha memberikan produk baru tersebut kepada teman yang dikenal setelah merasakan kegunaannya.³ Salah satu ciri perusahaan MLM adalah bahwa produk-produknya tidak didistribusikan atau dijual ditoko-toko atau supermarket. Produk-produknya dijual secara eksklusif oleh para distributor secara mandiri tanpa campur tangan langsung perusahaan, produk yang dijual harganya wajar dan berkualitas, apabila produknya berupa makanan,

² Benny Santoso, *All About MLM*, cet.i, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2003),H.23-24

³ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, Cet.I,(Depok: Qultum Media,2005),h.43-44

minuman, kosmetik maupun *food supplement*, harus mendapat izin dari badan POM.⁴

Perusahaan MLM yang telah memiliki izin usaha pemasaran berjenjang. Salah satu dari sekian banyak yang menggunakan perusahaan MLM adalah Perusahaan Oriflame. Perusahaan Oriflame yang berkantor pusat di Swedia telah menunjuk PT Orindo Alam Ayu yang berkantor pusat di Jakarta untuk mewakili kepentingan Oriflame di Indonesia melalui distributor-distributornya. PT Orindo Alam Ayu (Oriflame) sudah mendapatkan izin dari APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia) suatu organisasi yang merupakan wadah persatuan dan kesatuan tempat berhimpun para perusahaan penjualan langsung (Direct Selling/DS) dengan nama dan nomer yang tercatat PT. ORINDO ALAM AYU 0011/06/93.⁵

Oriflame adalah perusahaan yang menghasilkan dan menjual barang-barang kosmetik saat ini terdapat lebih dari 5.000.000 distributor di Indonesia. Saat ini Oriflame Indonesia berkantor Pusat di Menara Standart Chartered 2nd Floor. Podium. Unit 1-4 di jl. Prof. DR. Satrio No. 164, Jakarta Selatan dan memiliki kantor cabang di Bandung, Surabaya, Medan, Pekanbaru, Manado, Bali, Balikpapan, Rawamangun, Dan Mogot, Makassar, Palembang, Yogyakarta, dan Semarang.⁶

Perusahaan Oriflame sebagai MLM (*Multi Level Marketing*) memiliki sistem yang sangat unik dimana perusahaan ini menggabungkan antara *direct selling* dan *multi level marketing* yaitu bisa mendapat keuntungan dari menjual

⁴ <http://id.oriflame.com/> diakses pada 16 Januari 2019 pkl 22.35

⁵ <http://id.oriflame.com/> diakses pada 20 Mei 2019 pkl 20.23

⁶ Jonas Jochnick, *Getting Started the Oriflame Opportunity*, Jakarta : PT.Orindo Alam Ayu



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produk dan juga dari menjalankan MLM nya atau membesarkan jaringan. Sistem MLM Oriflame adalah sistem lingkaran, dimana dari pembagian bonusnya adil dan melihat pada kerja keras si distributor menjual produk dan membangun jaringan didalam grupnya. Tidak hanya menguntungkan satu pihak saja yang diatas (upline) di oriflame jika upline tidak membangun jaringan dan bekerja keras maka bisa jadi si bawahan (downline) yang bonusnya lebih besar daripada si upline.

Perusahaan ini pun mempunyai kode etik untuk para konsultannya agar dalam menjalankan bisnis sesuai dengan peraturan yang berlaku, jujur dan tidak melakukan kecurangan dalam berbisnis. Setiap member ketika bergabung mendapat panduan berupa *stater-kid* yang didalamnya ada peraturan kode etik bagaimana menjalankan bisnis Oriflame.

Kegiatan bisnis di PT Orindo Alam Ayu terjadi karena keinginan untuk saling memenuhi kebutuhan hidup masing-masing manusia, dan masing-masing pihak tentunya memperoleh keuntungan dari proses tersebut. Tidak dapat disangkal bahwa pada umumnya orang berpendapat bahwa bisnis adalah untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya.

Dalam kaitan dengan ini tidak mengherankan bahwa Milton Friedman mengatakan omong kosong kalau bisnis tidak mencari keuntungan. Ia mengatakan bahwa dalam kenyatannya hanya keuntunganlah yang menjadi satu-satunya motivasi dasar orang berbisnis. Menurut Friedman mencari keuntungan bukan hal yang jelek karena semua orang memasuki bisnis selalu dengan satu motivasi dasar yaitu mencari keuntungan. Artinya, kalau semua



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

orang masuk dalam dunia bisnis dengan satu motivasi dasar untuk mencari keuntungan, maka sah dan etis kalau sayapun mencari keuntungan dalam bisnis.⁷

Dilihat dari teori Deontologi merupakan suatu kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Suatu tindakan dikatakan baik atau bermoral karena tindakan tersebut dilaksanakan berdasarkan keajiban yang harus dilaksanakan bukan pada tujuan atau akibat dari tindakan tersebut

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa sebenarnya bisnis *Multi Level Marketing* telah banyak membantu meningkatkan taraf perekonomian masyarakat Indonesia namun juga menjadi momok yang menakutkan akibat ulah oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab hal ini diakibatkan oleh lemahnya suatu sistem hukum yang mengatur kode etik MLM di Indonesia sehingga masyarakat jika kode etik tidak terlalu penting untuk ditaati. Oleh karena banyak sekali oknum yang menyalah artikan dalam mempromosikan MLM baik dalam segi penjualan produk maupun merekrut orang lain untuk bergabung. Maka dari itu penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian mengenai kode etik pada bisnis *Multi Level Marketing* khususnya pada perusahaan PT. Orindo Alam Ayu yang mana dikenal dengan Oriflame yang pada dasarnya sudah mempunyai standar aturan kode etik tersendiri namun ada bagian dari oknum member yang melanggar kode etik tersebut sehingga penulis ingin memperbaiki agar para member di Oriflame dapat menjalankan bisnisnya dengan baik dan sesuai dengan aturan baik dari

⁷ A.Sonny Keraf,*Etika Bisnis*,(Jakarta:Kanasius,1998), h.49

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kode etik di Oriflame sendiri maupun ditinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia nomor : 32/m-dag/per/8/2008 tentang penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul **“Penerapan Kode Etik Multi Level Marketing Sektor Kecantikan Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 32/M-Dag/Per/8/2008 (Studi Kasus Pada PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru)”**

B. Batasan Masalah

Mengingat luasnya pembahasan penelitian ini, maka permasalahan penelitian ini akan dibatasi. Penelitian ini hanya membahas bagaimana penerapan kode etik kostumer pada MLM di PT Orindo Alam Ayu (Oriflame) dan bagaimana PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru menyikapinya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, Penulis mengidentifikasi pokok pembahasan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan kode etik MLM Oriflame sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia nomor: 32/m-dag/per/8/2008” tentang penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung?

2. Apa akibat hukum dan bagaimana penyelesaian hukum terhadap kendala yang terjadi terhadap penyimpangan kode etik pada PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan batasan dan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian ini bertujuan:

- a. Memastikan bahwa kode etik MLM Oriflame sudah sesuai dengan yang diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia nomor: 32/m-dag/per/8/2008” tentang penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung.
- b. Mengetahui penerapan kode etik di PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru terhadap member serta kendala dan solusinya.

2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan penjelasan tentang bagaimana penerapan kode etik bagi para member MLM di PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru ditinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia nomor: 32/m-dag/per/8/2008” tentang penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung agar tidak terjadi suatu kerancuan dalam masyarakat terutama para member di PT Orindo Alam Ayu mengenai bagaimana kode etik seharusnya di patuhi dan bagaimana berbisnis dengan jujur.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Secara Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat dan meningkatkan pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca mengenai bagaimana kode etik dalam berbisnis khususnya pada *Multi Level Marketing* di PT Orindo Alam Ayu, sebagai sumber informasi bagi pihak yang membutuhkan mengenai kode etik yang ditinjau Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia nomor: 32/m-dag/per/8/2008” tentang penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung.

c. Secara Akademis

Penelitian ini merupakan syarat untuk meraih gelar Sarjana Hukum dalam Program Studi Ilmu Hukum di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

E. Metode Penelitian**1. Jenis Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan adalah Metode penelitian hukum normatif empiris. Pada dasarnya merupakan penggabungan antara pendekatan hukum normatif dengan adanya penambahan berbagai unsur empiris. Metode penelitian normatif-empiris mengenai implementasi ketentuan hukum normatif (undang-undang) dalam aksinya pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam suatu masyarakat.¹⁵

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Lokasi Penelitian

Dalam membantu penyelesaian penulisan ini, penulis mengambil lokasi pada PT. Orindo Alam Ayu Pekanbaru. Alasan peneliti mengambil lokasi ini ialah karena tempat tersebut merupakan kantor cabang di pekanbaru. Sehingga dapat mempermudah peneliti melakukan penelitian lapangan.

3. Subjek & Object

Subjek dalam penelitian ini adalah akan mewawancarai beberapa pihak terkait dan yang terjun langsung di bisnis *Multilevel Marketing* Oriflame ini terutama para karyawan, dan anggota. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mendapatkan data yang lebih banyak dan akurat sehingga peneliti dapat memahami bagaimana penerapan kode etik di PT Orindo Alam Ayu (oriflame) berdasarkan dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia nomor: 32/m-dag/per/8/2008” tentang penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung.

4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan Sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel juga dapat diartikan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun metode pengambilan sample pada penelitian ini adalah Purposive Sampling dan Random Sampling. Metode Purposive Sampling ialah pemilihan sekelompok subject dan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Sedangkan Random Sampling adalah setiap unit atau manusia dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sample. Adapun sample pada penelitian ini adalah 3 orang bagian OEC, 1 orang SBC & HOB Senior Business Coach & Head Of OEC PKU, 1 orang bagian Business Coach, 1 orang OEC Manager, 1 orang OEC Staff, dan Sample 15 orang member Aktif Oriflame.

Tabel 1.1
Populasi & Sample

No	Klasifikasi Responden	Populasi	Sampel	%
1	SBC & HOB	1	1	100%
2	Senior Business	1	1	100%
3	OEC Manager	1	1	100%
4	OEC Staff	4	1	25%
5	Member Oriflame	50.000	15	0,03%
	Jumlah	50.007		

5. Sumber Data

Sumber datanya ada 3 (tiga) yaitu :

- a. Sumber data primer, yaitu sumber data yang yang diperoleh langsung dari informan yaitu SBC&HOB,Business coach,OEC Manager,OEC Staff dan Member Oriflame PT.Orindo Alam Ayu Pekanbaru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- b. Sumber data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari riset perpustakaan dan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian.
- c. Data Tersier, yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.⁸

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan datanya yaitu:

- a. Angket, yaitu membuat sejumlah pertanyaan tertulis yang diajukan kepada responden.
- b. Observasi, yaitu dengan melakukan pengamatan langsung mengenai masalah yang diteliti di lokasi penelitian.
- c. Teknik wawancara, yaitu dengan menemukan pertanyaan secara lisan mengenai masalah yang diteliti.
- d. Studi Pustaka, yaitu mengkaji literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

7. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisa data yang berupa deskriptif kualitatif yaitu analisis dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan dan metode pengambilan kesimpulan menggunakan metode induktif yakni, penyimpulan dari hal-hal yang bersifat khusus kepada hal-hal yang bersifat umum.

⁸Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), cet. X, hlm 343

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemaca dalam memahami tulisan ini, maka penulis membagi ke dalam 5 (lima) bab yang kemudian dibagi menjadi berapa sub bagian yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN LOKASI PENELITIAN Terdiri dari sejarah berdirinya PT. Orindo Alam Ayu, visi dan misi PT. Orindo Alam Ayu , Sejarah Singkat PT. Orindo Alam Ayu, serta struktur organisasi PT.Orindo Alam Ayu Pekanbaru

BAB III : TINJAUAN TEORI & MEKANISME Terdiri dari Tinjauan Umum tentang Oriflame, Tinjauan umum tentang Kode Etik MLM Pada PT. Orindo Alam Ayu, Dasar-dasar Kode Etik Oriflame, Tinjauan Umum tentang Kode Etik, dan Tinjauan Umum Prinsip Pelaksanaan Kode Etik.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
Terdiri atas pelaksanaa Kode Etik Multi Level Marketing
Penerapan Kode Etik Multi Level Marketing Sektor Kecantikan Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 32/M-Dag/Per/8/2008 (Studi Kasus Pada PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru)

BAB V : PENUTUP Terdiri dari kesimpulan dan saran.


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN LOKASI PENELITIAN

A. Tinjauan Umum PT.ORINDO ALAM AYU

1. Sejarah Berdirinya PT. ORINDO ALAM AYU

Sejarah Singkat Perusahaan ORIFLAME adalah suatu perusahaan yang telah beroperasi di 60 negara diseluruh dunia yang telah berdiri pada tahun 1967, Oriflame didirikan oleh 2 kakak beradik Mr. Robert dan Mr Jonash Af Jochnick dengan partner bisnis mereka yang bernama Bengt Hellsten di kota stockholm, Swedia pada tahun 1967, dengan 3000 karyawan dan ratusan ribu distributornya, yang telah mengembangkan usahanya antara lain: Eropa, Amerika, Timur jauh dan salah satunya adalah Indonesia. ORIFLAME di Indonesia sendiri dipercayakan pada PT. ORINDO ALAM AYU yang mulai beroperasi pada tahun 1986 di Jakarta, dan membuka cabang-cabangnya di sebagian kota di Indonesia yaitu: Jakarta, Bandung, Medan, Surabaya, Pekanbaru, Makasar. ORIFLAME mengembangkan formulasi dan produk kosmetiknya dari bahan-bahan bahan dasar alami yang dikombinasikan dengan ilmu pengetahuan yang canggih, pabrik utamanya berada di Republik Irlandia. ORIFLAME adalah salah satu dari perusahaan direct selling dengan Multilevel Marketing, produk- produk ORIFLAME dijual langsung kepada para konsumen oleh distributor Independen bukan oleh karyawan ORIFLAME. Tujuan ORIFLAME menggunakan system direct selling adalah untuk memperbesar jumlah penjualan dengan mengutamakan kualitas produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan pelayanan, sehingga konsumen merasa puas. Penjualan secara konvensional melibatkan seluruh jajaran perantara untuk meneruskan produk dari pabrik ke konsumen, dimana setiap orang mengambil keuntungan, ORIFLAME membagi keuntungan kepada distributor yang seharusnya untuk para grosir, pengecer dan pemborong, dari biaya-biaya yang dapat dihemat tersebut memungkinkan ORIFLAME dapat menjual produk yang berkualitas yang tinggi dengan harga yang bersaing.

Misi Perusahaan Misi ORIFLAME adalah memberi kesempatan kepada semua: Pelanggan: dengan meningkatkan pelanggan dan keunggulan produk-produk perawatan dan kosmetik berkualitas tinggi dari ORIFLAME serta memberikan harga yang pantas Distributor: memberikan kesempatan bisnis yang menarik kepada setiap orang di dunia untuk mendapatkan penghasilan tidak terbatas dan pengembangan pribadi sebagai bagian dari jaringan penjualan ORIFLAME. Karyawan: menciptakan usaha yang berhasil bersama para staff yang terbaik di suasana yang penuh tantangan.

2. Visi Misi Bank BNI

Visi ORIFLAME

Visi Perusahaan Visi ORIFLAME adalah mencapai kesuksesan di seluruh dunia, ORIFLAME di beberapa negara, seperti: Maroko, Rumania, Polandia dan India, telah menguasai pasar dan menjadi produk unggulan. Setiap tahun ORIFLAME membuka pasar-pasar baru, ambisi ORIFLAME adalah menjadi pemimpin bagi perusahaan direct selling dan menjadi yang

terbesar. Tetapi tujuan ORIFLAME tidak hanya berdasarkan ukurannya saja tetapi ingin menjadi pilihan utama, termmodern, paling disukai, dan pilihan terbaik.

Misi ORIFLAME

Misi Perusahaan Misi ORIFLAME adalah memberi kesempatan kepada semua: Pelanggan: dengan meningkatkan pelanggan dan keunggulan produk-produk perawatan dan kosmetik berkualitas tinggi dari ORIFLAME serta memberikan harga yang pantas Distributor: memberikan kesempatan bisnis yang menarik kepada setiap orang di dunia untuk mendapatkan penghasilan tidak terbatas dan pengembangan pribadi sebagai bagian dari jaringan penjualan ORIFLAME. Karyawan: menciptakan usaha yang berhasil bersama para staff yang terbaik di suasana yang penuh tantangan.

B. Sejarah Singkat PT. OTINDO ALAM AYU (Pekanbaru)

Pada PT. ORINDO ALAM AYAU (ORIFLAME) Tbk Pekanbaru sejak tahun 2002 yang kini sering di sebut OEC PEKANBARU yang terletak di Mall SKA Pekanbaru, Menjadi salah satu kantor cabang fasilitator untuk wilayah bagian Sumatra, diantaranya bagian Riau, Sumatra Barat, Kepurlawan Riau. Pada awalnya dipekanbaru hanya menjadi kantor cabang saja, namun dengan perkembangan banyaknya permintaan maka kantor cabang oriflamme pekanbaru berubah menjadi nama OEC (ORIFLAME EXPERIEN CENTER) PEKANBARU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

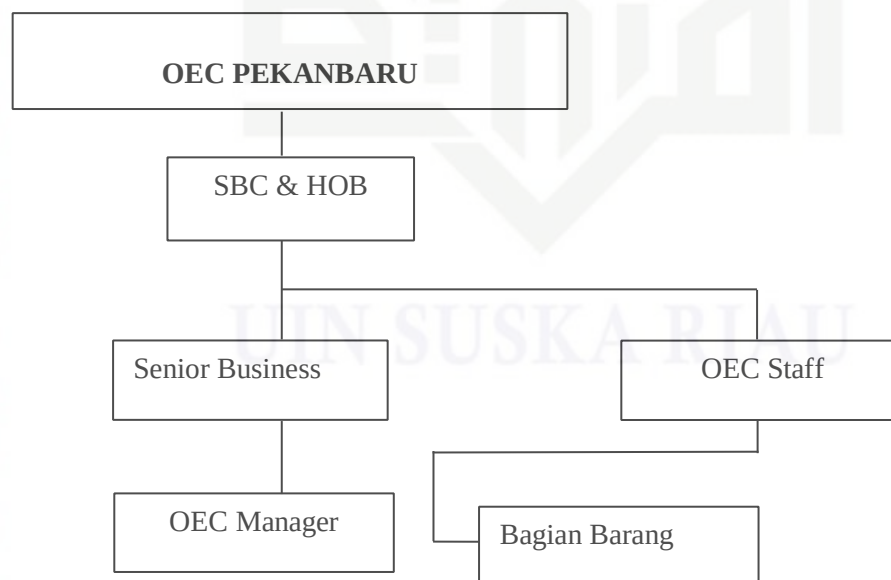
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Struktur Organisasi

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang direc selling atau disebut penjualan langsung dalam menjalankan usahanya tentunya harus memiliki struktur organisasi yang jelas. Struktur organisasi ini bertujuan untuk menjaga perusahaan tetap berjalan dengan efisien dan efektif. Pada Kantor OEC PEKANBARU terdapat 7 orang pegawai. Terkhusus 1 Pimpinan SBC & HOB, 1 Senior Business, 1 OEC Manager, OEC Staff, 1 pengaduan umum, 2 teller, 1 bagian pengurusan barang.⁹

Struktur organisasi dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar II.1
Struktur Organisasi Pegawai Loan Center Pekanbaru



⁹ Fera Nurhidayati, Karyawan Bagian Area Businnes, *Wawancara*, Pekanbaru 19 november 2019

Nama Pengurus Inti OEC PEKANBARU :

Pimpinan SBC & HOB	: Hetro Handitro
Senior Businesss	: Fera Nurhidayati
OEC Manager	: Randi Pranata Puutra
OEC Staff	: Zulfikar Henni
	: Sofnila
	: Dhea Gracia Setta Nove Barus
Gudang/Barang	: Tony Andrico

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III TINJAUAN TEORITIS

A. Pengertian MLM

1. Pengertian MLM

MLM pada umumnya adalah sebuah konsep *Multi Level Marketing* yang pada umumnya memberikan peluang bisnis kepada *menternya* secara bebas. Atrinya *member* bertindak sebagai distributor independen, yakni tidak memiliki keterikatan kontrak dengan perusahaan MLM. *Member* akan memperoleh penghasilan yakni dengan cara memperkenalkan produk perusahaan MLM kepada distributor baru. Mekanisme kerja Bisnis MLM pada umumnya adalah menjual, mengajak dan mengajarkan, membangun organisasi, serta membina dan memotivasi.¹⁰

Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan yang harus dirumuskan dalam bentuk *suatu* strategi yang komprehensif dan terpadu, pemasaran juga membantu produsen dalam mengenal pasar. Dengan pemasaran dapat diketahui apa yang dibeli, dan siapa yang membeli dengan harapan produk dapat terserap oleh pasar. Dengan kata lain, produk terjual habis sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Apabila omzet penjualan mengalami peningkatan yang lambat, maka harus dianalisis apakah hal tersebut disebabkan oleh kurang efektifnya strategi pemasaran yang dilakukan atau mungkin dipengaruhi oleh selera dan

¹⁰ Yusuf, *Strategi MLM Secara Cerdas dan Halal*, cet. II, (Jakarta: Elex Media Komputindo), h.58

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perilaku konsumen yang sudah berubah.¹¹ Oriflame mengusung konsep Multi Level Marketing (MLM). Multi Level Marketing (MLM) berbentuk lebih dari satu tingkat, dimana konsultan mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan/atau jasa yang dilakukannya sendiri dan anggota jaringan di dalam kelompoknya. Berikut adalah sistem MLM yang diterapkan oleh perusahaan Oriflame.

Berikut ini ilustrasi dari cara kerja dan mekanisme MLM sebagai berikut: Untuk memulai bergabung X membayar uang pangkal dalam jumlah tertentu senilai sebuah staterkid untuk didaftar sebagai seorang distributor yang mencakup pembayaran sejumlah literatur perusahaan yang terdiri dari buku pedoman perusahaan, majalah atau selebaran berkala, informasi produk, formulir pesanan, nasihat bisnis dan contoh contoh produk.¹²

Setelah menjadi distributor X diharapkan mengecerkan produk produk perusahaan. Keuntungan dari harga eceran menjadi milik X dan X akan mendapatkan jumlah yang cukup besar dengan cara ini sebagian besar penjualan langsung merupakan penjualan dari pribadi ke pribadi. X bertanggung jawab membayar produk pada saat memesan dan mengambil produk tersebut dari sponsor, para sponsor menerima produk tersebut dari sponsor mereka demikian selanjutnya.

¹¹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Konsep, Dasar dan Strategi* 1999, cet-6, (Jakarta: P. Raja Grafindo, 1999),h. 62

¹² Andrias Harefa, *MLM: Alternatif Karir dan Usaha Menyongsong Milenium*, cet-3, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,2007), h. 60

Seseorang distributor dengan volume penjualan diatas suatu tingkat yang telah ditentukan akan dapat memesan produk-produk langsung dari perusahaan yang bersangkutan. Barang-barang itu kemudian akan diserap oleh jaringan tersebut dan berakhir ditangan pelanggan. Dengan cara ini mereka tidak diperlukan adanya persediaan barang. Jika volume penjualan meningkat maka potongan harga yang diperoleh semakin besar. Potongan harga ini diberikan pada keseluruhan pesanan. Jika X sudah mulai merasakan manfaat bergabung dalam MLM maka ia dapat membangun jaringan penjualan untuk memperoleh penghasilan yang jauh lebih besar.

Konsultan independen Oriflame ini bukanlah karyawan dari Oriflame, tetapi konsultan adalah member atau anggota dari Oriflame. Konsultan bertugas melakukan penjualan produk Oriflame. Namun meskipun bukan karyawan, konsultan ini terikat dengan peraturan yang dibuat oleh Oriflame. Seperti yang tercantum dalam consultan manual Oriflame bagian tanggung jawab seorang konsultan nomor empat, yaitu seorang konsultan tidak boleh menyatakan bahwa mereka memiliki hubungan kerja dalam bentuk apapun dengan Oriflame.

Seorang konsultan tidak diperbolehkan untuk mewakili dirinya sendiri atas nama Perusahaan Oriflame tanpa menyatakan dengan jelas bahwa dia adalah konsultan kecantikan mandiri atau konsultan mandiri Oriflame. Konsultan adalah perpanjangan tangan dari Oriflame yang melakukan kegiatan perekrutan sekaligus penjualan produk. Akan tetapi berdasarkan kode etik konsultan dilarang untuk menjual produk secara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

retail dan/atau online, dimana penjualan hanya dilakukan melalui katalog cetak dan/ atau katalog online. Oleh karenanya diperlukan sebuah kegiatan komunikasi pemasaran untuk menunjang kesuksesan kegiatan pemasaran. Ada beberapa cara pemasaran yang di terapkan pada perusahaan Oriflame yaitu:

1) Pemasaran langsung (direct marketing)

Menurut Etzel, Walker, dan Stanton, *direct marketing* menggunakan iklan untuk menghubungkan antara pelanggan dengan penjual, dimana penjual tidak perlu mengunjungi toko ritel untuk membeli produk. Sama halnya dengan Oriflame yang merupakan perusahaan multi level marketing yang pelanggan produknya harus melalui konsultannya karena tidak dijual di toko.¹³

Pemasaran Oriflame dilakukan dengan katalog dengan menerapkan sistem multi level marketing. Dimana multi level marketing ini merupakan bagian dari *direct selling*. Penjualan menggunakan katalog ini dilakukan dengan dengan bermacam-macam cara. Biasanya konsultan membagikan katalog lengkap dengan nomer telepon konsultan. Sehingga jika calon pelanggan ingin memesan, bisa langsung menghubungi nomor telepon yang tertera.

Etzel, Walker, dan Stanton menyebutkan bahwa *direct marketing* mencakup beberapa bentuk pemasaran, antara lain: *direct mail*, *catalog retailing*, dan *televised shopping*. *Direct mail* ini

¹³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, (Jakarta: Salemba Jakarta, 1995), h.54.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dilakukan oleh konsultan dengan cara mengirimkan katalog kepada pelanggannya dan pelanggan memesan produk melalui telepon ataupun pesan (SMS).

Pemasaran dengan cara *direct marketing* ini bersifat lebih personal dan sesuai dengan target konsumen yang hendak dituju dan hasilnya dapat diukur dengan cepat. Hal ini karena antara konsultan dan pelanggan sudah saling mengenal satu sama lain.¹⁴

2) Pemasaran Interaktif

Berupa kegiatan dan program online yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan secara langsung atau tidak langsung meningkatkan kesadaran, memperbaiki citra, atau menciptakan penjualan produk dan jasa. Ada banyak program atau kegiatan online yang dapat dilakukan untuk membangun suatu kegiatan pemasaran yang interaktif. Hal ini karena program online yang memiliki kelebihan daripada yang lain. Selain waktunya yang fleksibel, tidak terikat waktu, online marketing ini tidak membutuhkan tempat kerja khusus. Artinya pebisnis dapat melakukan pekerjaannya dimana saja selama memiliki komputer yang terhubung dengan internet.

3) Pemasaran Dari Mulut Ke Mulut

Pemasaran ini berupa komunikasi secara lisan, tertulis, dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan

¹⁴ http://apli.or.id/website/index.php?option=com_content&view=article&id=129&Itemid=59, diunduh pada 19 Maret 2016 pkl 20.00

atau pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa. Komunikasi ini dapat berlangsung dengan sebuah percakapan antara orang ke orang, *chat room*, ataupun percakapan dengan menggunakan blog.¹⁵

Tidak hanya dengan bertatap muka langsung, pemasaran produk Oriflame juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan *Whatsapp messenger, Instagram, Facebook*. Dimana disitu konsultan dapat dengan aktif mempromosikan Oriflame dan pelanggan dapat bertanya langsung kepada konsultan perihal produk maupun bisnis Oriflame.

Penggunaan Android atau *smartphone* termasuk kepada *word of mouth* karena di dalamnya terdapat sebuah aplikasi mulai dari *whatsapp, facebook, Instagram, kakao talk, line*, dsb. Yang memungkinkan konsultan dan pelanggan berinteraksi langsung dengan lebih personal. Berita dari mulut ke mulut ini bisa sangat efektif untuk bisnis kecil karena di dalamnya pelanggan dapat merasakan hubungan yang lebih pribadi.

4) Penjualan Personal

Penjualan personal (*personal selling*) lebih kepada komunikasi dengan cara bertatap muka langsung dengan pelanggan. Baik untuk



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

¹⁵ Fred R David, *Manajemen Strategis Konsep-konsep*. Terj. Kresno Saroso, cet-9, (Jakarta: Indeks, 2003), h.49.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memperkenalkan produk atau jasa maupun untuk menawarkan diri sebagai mitra bisnis.¹⁶

Diharapkan dengan adanya komunikasi dengan cara bertatap muka langsung ini dapat membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan bertanya dan tertarik terhadap penawaran tersebut. Menurut Kottler & Keller, penjualan personal meliputi kegiatan presentasi penjualan, rapat penjualan, program insentif, sampel dan pameran dagang.¹⁷

B. Ciri-Ciri MLM pada PT Orindo Alam Ayu

Ciri-ciri perusahaan MLM PT Orindo Alam Ayu adalah sebagai berikut:

1. Uang pendaftaran untuk menjadi distributor tidak terlalu mahal. Uang pendaftaran dimaksudkan sebagai pengganti biaya formulir dan administrasi pembuatan kartu anggota serta pengganti ongkos cetak brosur, leaflet dan sebagainya.
2. Ada pelatihan yang teratur, baik yang dilakukan oleh kelompok maupun di bawah koordinasi perusahaan. Pelatihan sangat perlu untuk meningkatkan keterampilan atau skill. Tanpa pelatihan, SDM tidak akan berkembang. SDM yang memiliki kemampuan seadanya maka omzet akan sulit meningkat. Perusahaan MLM selalu memberikan kesempatan kepada distributornya (mitranya) untuk mengikuti pelatihan.

¹⁶ Philip Kottler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, (Jakarta: Salemba Jakarta, 1995), h.31.

¹⁷ *Ibid*, h. 32.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Perusahaannya jelas, apakah merupakan perusahaan lokal atau cabang dari perusahaan luar negeri. Selain itu alamatnya diketahui secara pasti, apakah menempati gedung sendiri atau menyewa saja.
4. Manajemennya mempunyai reputasi baik dan tidak cacat hukum dikalangan bisnism pimpinan perusahaannya bukan orang tercela. Selain itu sistem informasinya juga baik, terbuka dan transparan dalam batas-batas tertentu.
5. Mempunyai “Bussiness Plan”, yaitu rencana bisnis yang mengatur cara kerja, perhitungan komisi dan persyaratan kenaikan posisinya jelas. “Businesss Plan” nya realistis, transparan, tidak tertutup dan dapat diketahui oleh semua distributor.
6. Ada produk yang dijual. Inilah kunci suatu MLM. Tanpa produk berarti bukan MLM. Produk di sini dapat berupa barang dan jasa.
7. Produknya berkualitas. Keberhasilan suatu perusahaan MLM adalah peningkatan omzet penjualan. Kalau produk tidak berkualitas, maka akan sulit dipasarkan sehingga omzet menurun.
8. Harga produk wajar. Meskipun produk dipasarkan secara eksklusif, tetapi harga harus tetap dalam batas kewajaran sesuai dengan kualitas.
9. Produknya mempunyai segmen pasar tertentu. Ada produk yang mempunyai segmen pasar khusus dan ada yang umum. Misalnya ada produk khusus untuk orang gemuk, orang botak dan sebagainya. Tetapi yang paling ideal adalah produk yang menembus segala lapisan masyarakat, misalnya untuk orang tua atau muda, laki-laki atau

perembpuan dan sebagainya. Produk yang memenuhi persyaratan seperti itu sangat mudah dipasarkan.

10. Tidak ada kewaiban bagi para distributornya untuk membuat stok yang banyak. Artinya pembelian produk dari perusahaan tidak dengan cara pemaksaan. Perusahaan MLM yang mengharuskan membuat stok yang banyak perlu dipertanyakan, apalagi kalau harganya tidak wajar. Stok yang banyak dapat membuat kesulitan likuiditas. Sebelum terjual, modal kerja tertahan pada stok. Kesulitan ini sering menyebabkan distributor MLM rugi .padahal secara logika dalam MLM tidak ada kerugian finansial, ang ada hanya kerugian karena luput mendapatkan peluang.¹⁸

C. Pengaturan Kode Etik Perusahaan MLM pada PT Orindo Alam Ayu

Dalam perusahaan MLM PT Orindo Alam Ayu terdapat apa yang dinamakan kode etik, kode etik ini bergantung pada perusahaan bersangkutan. Namun di Indonesia terdapat sebuah wadah yang menaungi perusahaan-perusahaan MLM yang disebut Asosiasi Penjualan Langsung (APLI). Dimana APLI memiliki standar dari kode etik suatu perusahaan MLM. Kode etik APLI bertujuan memberikan kepuasan dan perlindungan kepada semua pihak yang berkepentingan, memajukan kompetisi yang sehat dalam rangka sistem dunia usaha bebas, dan peningkatan citra umum dari kegiatan MLM APLI mengembangkan kode etik ASOSIASI, sebagai standart kode etik MLM yang terdiri dari:¹⁹

1. Kode etik dari perusahaan terhadap anggota (mitra usaha)

¹⁸ *Ibid*, h. 32.

¹⁹ Yusuf, *Strategi MLM Secara Cerdas dan Halal*, cet. II, (Jakarta: Elex Media Komputindo), h.20-23 <http://www.apli.or.id/kode-etik/> diunduh pada 27 februari pkl 19.00

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Kode etik dari perusahaan dan mitra usaha terhadap konsumen

3. Kode etik antar perusahaan anggota APLI Kode etik APLI didasarkan pada:

- a. Kode etik dari WFDSA (World Federation of Direct Selling Association)
- b. Undang Undang Republik Indonesia no 8/1999, tentang perlindungan konsumen
- c. Surat keputusan menperindag no 73/mpp/kep/3/2000 tentang izin usaha penjualan berjenjang

Dalam perjanjian MLM pengaturan mengenai kode etik merupakan hal yang penting disamping pengaturan mengenai peraturan bagi kedistributoran dalam kegiatan MLM. Dalam keputusan menteri perindustrian dan perdagangan mengenai ketentuan penjualan usaha berjenjang, diatur bahwa untuk dapat melakukan kegiatan usaha penjualan berjenjang perusahaan harus mempunyai program pemasaran barang dan atau jasa yang jelas, transparan dan sesuai dengan kode etik. Dari pengaturan tersebut dapat dilihat bahwa permasalahan kode etik dalam perjanjian MLM diatur untuk program pemasaran barang dan atau jasa yang dijual distributor kepada konsumen.

Penting untuk memahami Kode Etik Oriflame dan Peraturan-peraturan Tata Tertib di bawah ini, karena Kode Etik dan peraturan tersebut membentuk suatu kesatuan dalam ketentuan-ketentuan Formulir Pendaftaran Consultan (Consultan Application Form-COF). Seorang Consultan harus memenuhi Kode Etik dan Peraturan-peraturan Tata Tertib dan segala perubahannya yang

sudah diterbitkan dalam News Letter atau dengan cara dikomunikasikan kepada consultan.

Oriflame berhak memutuskan setiap waktu, dengan pemberlakuan seketika, keanggotaan setiap Consultan yang memberikan informasi palsu dalam COF atau yang melanggar Kode Etik atau Peraturan-peraturan. Consultan yang diberhentikan keanggotaannya kehilangan seluruh hak dan hak khusus yang menyertai keanggotaan tersebut, termasuk jaringan kerjanya.

Kode Etik dan peraturan dibuat untuk perlindungan anda sebagai consultan dan memastikan bahwa seluruh Consultan menjunjung tinggi standar Kode Etik dan Tata Tertib yang sama.

Arti penting kode etik ini dalam perjanjian MLM dapat mengakibatkan pemutusan hubungan bagi anggota atau distributor MLM yang melanggar ketentuan kode etik perusahaan yang telah diatur dalam perjanjian antara perusahaan MLM dengan anggota atau distributor. Kode etik dalam kegiatan MLM mencakup mengenai aspek moral cara penyelenggaraan bisnis MLM. Kode etik bertujuan untuk mencegah terjadinya suatu perbuatan atau tindakan dari distributor yang menyimpang dari nilai sosial suatu masyarakat yang dapat memperburuk citra dari kegiatan penjualan berjenjang.

D. Fungsi Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) Bagi Industri MLM pada PT Orindo Alam Ayu

APLI, merupakan singkatan dari Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia, adalah suatu organisasi yang merupakan wadah persatuan dan kesatuan tempat berhimpun para perusahaan penjualan langsung (*Direct Selling/ DS*). Termasuk perusahaan yang menjalankan penjualan dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Site Jember: UIN Suska Riau

system berjenjang (Multi Level Marketing/ MLM) di Indonesia. Dalam bahasa Inggris APLI di terjemahkan menjadi IDSA, singkatan dari Indonesian Direct Selling Association.

APLI telah terdaftar sebagai organisasi usaha. Asosiasi pada Departemen Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia dengan NO.110/ASBUP-I/XI/2001 dan telah menjadi anggota Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN INDONESIA), dengan bagian dan satu-satunya asosiasi penjualan langsung Indonesia yang telah di akui oleh Federasi Penjualan Langsung Internasional (World Federation of Direct Selling Assosiation/ WFDSA)/ Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) merupakan organisasi independent, yang tidak berafiliasi dengan salah satu kegiatan politik praktis, selain kegiatan professional dalam bidang mewujudkan penjualan langsung (Direct Selling), termasuk penjualan dengan system berjenjang (MLM) yang murni dan benar. Peranan APLI terhadap industri MLM bermula dari mendorong munculnya institusi IUPB (Izin Usaha Penjualan Berjenjang), untuk menyaring dan mencegah munculnya praktek-praktek penipuan berkedok MLM. Namun, ketika institusi itu dirasakan punya banyak kelemahan, APLI pun berniat baik menyiapkan gagasan-gagasan penyempurnaannya.

Kini langkah APLI lebih strategis lagi, dengan menggulirkan wacana pentingnya UU anti piramid, serta mengambil aksi konkrit dengan menyusun draft RUU anti piramid cakupannya lebih luas dan lebih menyentuh ke akar permasalahannya. APLI pun memikirkan kemungkinan menhangkau sasaran antara, yaitu mengusurkan peraturan dalam bentuk pengaturan perundangan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang lebih rendah tingkatannya. Terpenting adalah tersedianya perangkat hukum yang bisa segera digunakan oleh para aparat untuk mencegah atau bertindak.²⁰

Peraturan yang mengatur tentang penjualan langsung berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 32/M-DAG/8/2008 BAB III SURAT IZIN USAHA PENJUALAN LANGSUNG (SIUPL) Pasal 8

1. Setiap Perusahaan wajib Memiliki SIUPL.
2. SIUPL sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berlaku di seluruh wilayah Negara Republik Indonesia.
3. Perusahaan yang baru melakukan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung diberikan SIUPL Sementara dengan masa berlaku selama 1 (satu) tahun.
4. SIUPL Sementara sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dapat ditingkatkan menjadi SIUPL Tetap dengan masa berlaku selama perusahaan menjalankan kegiatan usahanya, apabila perusahaan telah melaksanakan kegiatan usaha sesuai dengan program pemasaran, kode etik, dan peraturan perusahaan./
5. Peningkatan SIUPL Sementara menjadi SIUPL Tetap diajukan 30 (tiga puluh) hari kerja sebelum masa berlakunya berakhir atau paling lambat 14 (empat belas) hari kerja sebelum SIUPL Sementara habis masa berlakunya.
6. Perusahaan yang telah mendapatkan SIUPL Tetap sebagaimana dimaksud pada ayat (4) wajib melakukan pendaftaran ulang setiap 5 (lima) tahun.

²⁰<http://www.apli.or.id/> diunduh pada 27 Februari 2020 pukul 16.36

Peraturan yang mengatur tentang pembukaan kantor cabang perusahaan pasal 20 berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 32/M-DAG/8/2008.

1. Perusahaan yang akan membuka kantor cabang, wajib melapor secara tertulis kepada Kepala Dinas yang bertanggungjawab di bidang perdagangan di kabupaten/kota setempat dengan tembusan kepada pejabat penerbit SIUPL dan Kepala Dinas yang bertanggung jawab di bidang perdagangan di provinsi tempat kedudukan kantor cabang perusahaan.
2. Laporan tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus dilengkapi dengan dokumen sebagai berikut
 - a. fotokopi SIUPL kantor pusat perusahaan yang telah dilegalisir oleh pejabat penerbit SIUPL
 - b. fotokopi dokumen pembukaan kantor cabang perusahaan
 - c. fotokopi KTP penanggungjawab kantor cabang perusahaan
 - d. fotokopi Tanda Daftar Perusahaan (TDP) kantor pusat
 - e. program pemasaran perusahaan; dan
 - f. brosur, *leaflet*, dan daftar harga barang dan/atau jasa yang dijual.
3. Paling lambat 3 (tiga) hari kerja terhitung sejak diterimanya laporan tertulis dan dokumen persyaratan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) secara lengkap dan benar, Kepala Dinas yang bertanggungjawab di bidang perdagangan di kabupaten/kota setempat mencatat dalam buku register pembukaan kantor cabang perusahaan dan membubuhkan tanda tangan serta cap/stempel pada halaman depan fotokopi SIUPL perusahaan kantor pusat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

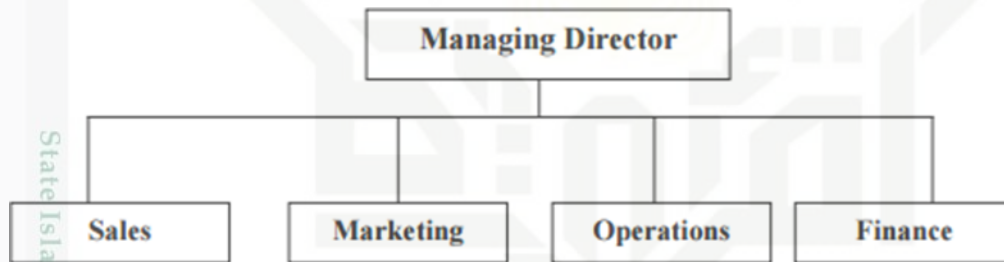
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Fotokopi SIUPL kantor pusat yang telah ditandatangani dan dibubuhkan cap/stempel sebagaimana dimaksud pada ayat (3) berlaku sebagai SIUPL kantor cabang perusahaan.

E. Struktur Organisasi PT Orindo Alam Ayu

Masing-masing memegang peranan penting dan memberi kontribusi bagi kesuksesan bersama dengan mengemban tanggung jawab khusus. Seluruh aktivitas Oriflame di Indonesia dikoordinasi, dimonitori, dikontrol, dan didukung sepenuhnya oleh Managing Director dalam menjalankan tugasnya sehari-hari.

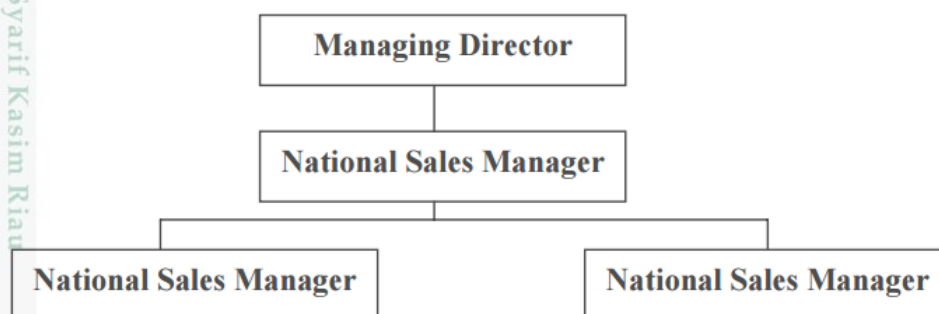
Gambar 3.1 Struktur Organisasi



Sumber: Oriflame (PT. Orindo Alam Ayu)

Tanggung jawab Sales Departement adalah untuk memastikan Oriflame mencapai target penjualan, serta yang juga merupakan indikator utama bagi performa Oriflame adalah jumlah konsultan aktif yang dimiliki.

Gambar 3.2 Sales Departement



Sumber: Oriflame (PT. Orindo Alam Ayu)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

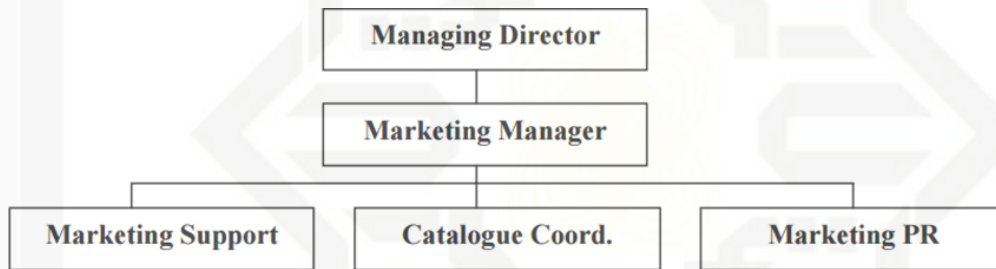
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Marketing Departement adalah salah satu bagian penting dalam perusahaan yang berfungsi untuk memastikan bahwa:²¹

1. Oriflame memberikan penawaran yang terbaik hingga tertinggi dari margin.
2. Oriflame memiliki Brand Awareness tertinggi di negara ini.
3. Seluruh aktivitas Sales Support terencana dan disiapkan dengan baik.

Gambar 3.3 Marketing Departement



Sumber: Oriflame (PT. Orindo Alam Ayu)

Operations Departement memegang peranan penting untuk memastikan kelancaran aktivitas bisnis. Tim yang besar dan solid amat penting bagi kesuksesan Oriflame. Tanggung jawab utama mereka adalah:²²

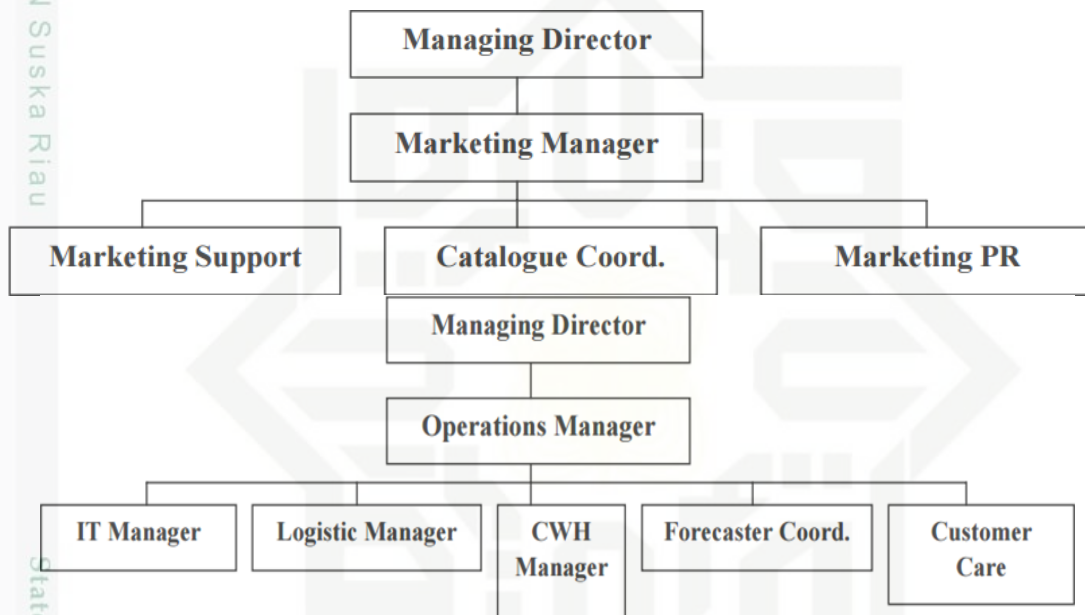
- 1) Memastikan agar rantai suplai lokal bekerja, dengan sumber daya paling efisien.
- 2) Menjaga agar struktur Teknologi Informasi Lokal bekerja dengan sumber daya paling efisien.
- 3) Memastikan standar pelayanan pelanggan yang diberikan memenuhi standar internasional.

²¹ <http://digilib.unpas.ac.id/files/disk1/15/jbptunpaspp-gdl-cindythial-716-3-babiii.pdf> diunduh pada 23 Maret 2020 pkl 16.37

²² <http://digilib.unpas.ac.id/files/disk1/15/jbptunpaspp-gdl-cindythial-716-3-babiii.pdf> diunduh pada 23 Maret 2020 pkl 16.37

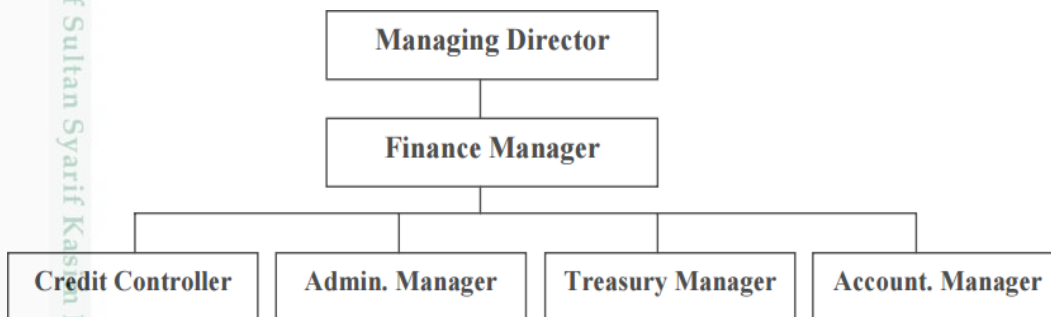
- 4) Memastikan tingkat akurasi tinggi “perkiraan” (forecasting accuracy), maksudnya memiliki suplai produk yang diimpor memadai untuk penjualan di Indonesia.

Gambar 3.4 Operations Department



Finance Departement memegang peranan vital demi pengembangan dan pertumbuhan Oriflame dimasa datang. Karena tak satupun perusahaan yang dapat bertahan tanpa kontrol finansial yang baik.

Gambar 3.5 Finance Departement



Sumber: Oriflame (PT. Orindo Alam Ayu)²³

²³ <http://digilib.unpas.ac.id/files/disk1/15/jbptunpaspp-gdl-cindythial-716-3-babiii.pdf>
 diunduh pada 23 Maret 2016 pkl 19.00

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
 State Islami University of Sultan Syarif Kasim Riau

F. Visi dan Misi PT Orindo Alam Ayu

Visi kami adalah menjadi Perusahaan Kosmetik dengan Sistem Penjual Langsung. Misi kami adalah mewujudkan mimpi melalui Nilai-Nilai Oriflame yaitu sebagai berikut:²⁴

1. **“Togetherness, Spirit and Passion”** merupakan nilai fundamental utama dari Oriflame. Dengan menjalankan nilai-nilai ini, Kami yakin dapat berhasil dalam bisnis yang kompetitif serta menjadikan dunia menjadi tempat yang lebih baik untuk ditinggali.
2. **Togetherness** - Orang-orang yang bekerja sama dan berbagi tujuan yang sama mencapai hasil yang lebih besar. Mereka memotivasi satu sama lain dan mengetahui bahwa bekerja sama lebih baik daripada sendirian.
3. **Spirit** - Orang-orang dengan semangat “bisa” memiliki sikap sebagai pemenang dan tidak pernah menyerah. Mereka berkomitmen untuk melakukan apa yang diperlukan untuk berhasil.
4. **Passion** - Gairah, orang memiliki kekuatan untuk mengubah dunia. Mereka menyukai apa yang mereka lakukan, mereka mempercayainya.

Mereka tahu dalam hati bahwa mereka bisa membuat perbedaan. Your Dreams - Our Inspiration merupakan janji Oriflame yang berakar dari sejarah dan warisan. Selama 45-tahun, kami mendedikasikan diri untuk menginspirasi Anda dan menawarkan kesempatan untuk mencapai impian Anda melalui konsep unik bisnis kami. Your Dreams - Our Inspiration merupakan wujud dari komitmen kami untuk klien dan konsultan Oriflame; impian mereka memainkan peran besar dalam mengembangkan produk kami dan

²⁴ Lihat buku panduan Oriflame



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
 UIN SUSKA RIAU
 Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

menginspirasi terciptanya program-program yang membantu pengembangan bisnis mereka sendiri.²⁵

Dengan lebih dari 40 tahun pengalaman serta lebih dari 100 ilmuwan dan fasilitas riset teknologi & pengembangan produk terdepan, Oriflame terus-menerus mencari solusi yang lebih baik dan mengembangkan teknologi untuk membuat produk yang lebih progresif, inovatif serta konsisten mengikuti tren untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Kelahiran sebuah Produk Oriflame dimulai di Skin Research Institute, di mana Kami senantiasa menggunakan ilmu dan teknologi terdepan untuk menciptakan produk-produk yang unik. Kami pun mematenkan teknologi yang Kami gunakan, sehingga menjadi selangkah lebih maju dibandingkan pesaing Kami. Teknologi inilah yang kemudian diterapkan oleh para ilmuwan di Pusat Pengembangan Produk di Dublin, Irlandia, untuk membuat formula kosmetik yang sesuai dengan merek yang sudah ada di Oriflame ataupun menciptakan merek baru, memproduksi di pabrik-pabrik Kami dan kemudian menjualnya. Peran yang paling penting adalah menciptakan produk yang anda cintai.²⁶

²⁵ Lihat Buku Panduan oriflame

²⁶ <http://id.oriflame.com/about> diunduh pada 10 Januari 2020 okl 15:43

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian pada Bab – Bab terdahulu, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam mekanisme kode etik Multi Level Marketing Khususnya PT Orindo Alam Ayu berdasarkan peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor:32/M-Dag/Per/8/2008 terdapat mekanisme cara kerja bisnis MLM pada PT Orindo Alam Ayu seperti menjual, mengajak, mengajarkan, membangun organisasi, membina dan memotivasi. Kedua, pada pengaturan Kode Etik Perusahaan MLM pada PT Orindo Alam Ayu mempunyai arti penting dalam perjanjian MLM yang dapat mengakibatkan pemutusan hubungan bagi anggota dan bertujuan mencegah terjadinya suatu tindakan dari distributor yang menyimpang dari nilai social suatu masyarakat yang dapat memperbutuk citra dari kegiatan penjualan berjenjang.
2. Dalam penerapan Kode Etik PT Orindo Alam Ayu pada dasarnya telah sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor:32/M-Dag/Per/8/2008 yang terjadi disini adalah tidak adanya pengawasan yang ketat dari PT Orindo Alam Ayu terhadap penyimpangan pelanggaran kode etik tersebut dan tidak adanya pelatihan khusus untuk para member baru mengenai kode etik agar para konsultan sejak awal bergabung sudah mengetahui kode etik dan menjalankan bisnisnya dengan baik. Kedua kendala yang dihadapi para member dalam menghadapi kode etik merujuk

kepada diri sendiri kembali apakah para anggota hanya ingin mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya atau apabila PT Orindo Alam Ayu mengetahui maka akan diberikan sanksi berupa penghapusan nomor keanggotaan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dirumuskan di atas, maka peneliti merumuskan beberapa saran kepada pihak – pihak terkait, sebagai berikut:

1. Seharusnya untuk menerapkan kode etik MLM PT Orindo Alam Ayu terhadap anggota harus banyak disosialisasikan tidak hanya pada saat merekrut tetapi juga pada saat pelatihan, PT Orindo Alam Ayu seharusnya mewajibkan para anggota yang baru bergabung untuk mengikuti training mengenai kode etik agar para anggota lebih memahami pentingnya kode etik bagi para anggota untuk mencegah terjadinya suatu penyimpangan yang tidak diinginkan.
2. Dalam menghadapi kendala pada saat menerapkan kode etik sebaiknya kode etik PT Orindo Alam Ayu di sosialisasikan dan di informasikan pada berbagai kesempatan agar akibat dari kendala bisa ditekan seminimal mungkin demi tercapainya kesuksesan bagi anggota atau distributor dengan semua pihak yang terkait.
3. Perlunya dibentuk badan pengawasan khusus untuk memantau para anggota yang melakukan penyimpangan kode etik agar para anggota lain menjadi patuh terhadap kode etik yang telah dibuat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

Kitab suci

Al – Qur'an dan Terjemahannya

Buku Bacaan

Amirudin dan Zainal.Asikin. *Pengantar Metode Penelitian Hukum* Jakarta: Universitas Indonesia, 2010.

Assuari, Sofjan. *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. cet: 6. Jakarta: P Raja Grafindo Persada, 1999.

Bertens, Keens. *Pengantar Etika Bisnis*. Jakarta: Kencana, 2009.

Clothier, Peter J. *How to Make Big Money in Multi Level Marketing*. New York: New York Institute of Finance, 1989.

David, Fred R. *Manajemen Strategi Konsep-Konsep*. Penerjemah Kresno Sarodo. Jakarta: Indeks, 2003.

Harefa, Andrias. *Alternatif Karir dan Usaha Menyongsong Milenium*, cet.3. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007.

H.K, Naja. *Pengantar Hukum Bisnis Indonesia*. Bandung: Jemmars, 1987.

Ibrahim, Jabbar. *MLM Bikin Saya Kaya Raya*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.

Keraf, A.Sonny. *Etika Bisnis*. Jakarta: Kanisius, 1993.

Kottler, Philip. *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 8*. Jakarta: Salemba, 1995.

Kuswara. *Mengenal MLM Syariah*, cet:1. Depok: Nusa Media, 2010.

Oriflame. "Kode Etik Anggota Oriflame". Buku Panduan Bisnis Oriflame (Starterkid Oriflame).

Purwosutjipto, H.M.N. *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia*, cet.12. Jakarta: Kencana, 2011.

Roller, David. *Menjadi Kaya dengan Multi Level Marketing*, Jakarta: PT Gramedi Pustaka, 1983.

Rumansyah. *Manajemen Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Mandala Press, 2001.

Santoso, Benny. *All About MLM*, cet.11. Yogyakarta: Rinneka Cipta, 2000.

Sekertati, Heny. "Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *Multi Level Marketing* (Studi Kasus Pada Perusahaan MLM Elken)." Skripsi S1 Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara Medan, 2007.

Tracy, Brian. *MLM Sukses*, Jakarta: Delapratasa Publishing, 2007.

Wuryando, Bagoes. *Jurus Maut MLM Anti Gagal*, Jakarta: PT Media Pressindo, 2010.

Yusuf. *Strategi MLM Secara Cerdas dan Halal*, cet.2. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2000.

Peraturan – Peraturan

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia nomor: 32/m-dag/per/8/2008” Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung.

Undang-Undang Perdagangan No.7 Tahun 2014

Website

Apli. "Keanggotaan dan Izin Usaha Pemasaran Berjenjang". Situs diakses pada 20 April 2015 dari <http://www.apli.or.id/profil/>

Ashworth, Neil. "Marketing Multilevel - A Guide To Growing Your Multi Level Marketing Business". Artikel diakses pada 28 Agustus 2015 dari <http://www.articlesnatch.com/blog/Marketing-Multilevel---A-Guide-GrowingYour-Multi-Level-Marketing-Business/1615595>

A.T,Dalam Jatmiko. "Penjualan Secara Langsung". Diakses pada 20 April 2015 dari <http://www.amway.co.id/direct.sell.asp>

Ditjenpdn."Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung". Situs diakses pada 20 April 2015 dari <http://ditjenpdn.kemendag.go.id/files/regulasi/2008/08/21/penyelenggaraan-kegiatan-usaha-perdagangan-dengan-sistem-penjualan-langsung-id-1407642822.pdf>

<http://digilib.unpas.ac.id/files/disk1/15/jbptunpaspp-gdl-cindythial-716-3-babiii.pdf> di unduh pada 23 Maret 2016

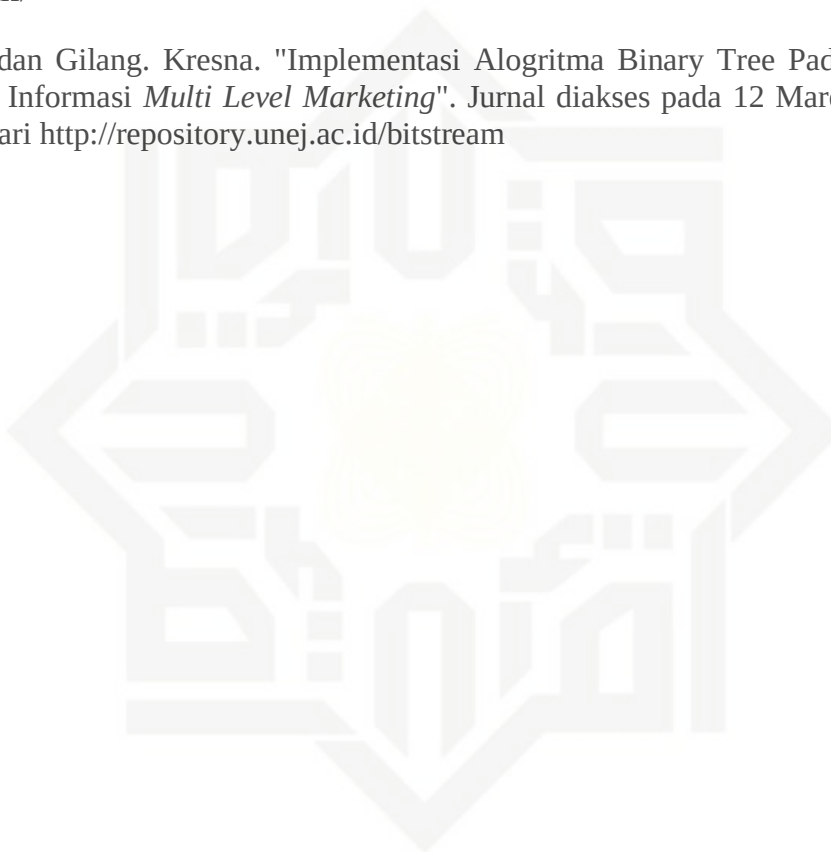
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

https://www.academia.edu/8398801/makalah_etika_bisnis diunduh pada 5 April 2016 pkl 16.00

Idtesis. "Metode Penelitian Hukum Empiris dan Normatif". Situs diakses pada 20 April 2015 dari <http://idtesis.com/metode-penelitian-hukum-empiris-dan-normatif/>

Rosmala, Dewi dan Gilang, Kresna. "Implementasi Algoritma Binary Tree Pada Sistem Informasi *Multi Level Marketing*". Jurnal diakses pada 12 Maret 2016 dari <http://repository.unej.ac.id/bitstream>



UIN SUSKA RIAU



Interview Narasumber

Interview

waktu : Jumat, 08.43 wib
 Tanggal : 1 Mei 2020
 Tempat : Online WhatsApp
 Interviewers : M.ALDIYANSYAH
 Nama & level : Zanny friska eka putri / Beauty Influencer 18%

Interview ini bertujuan sebagai salah satu data untuk skripsi berjudul (**Penerapan Kode Etik Multi Level Marketing Sektor Kecantikan Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 32/M-Dag/Per/8/2008 (Studi Kasus Pada PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru)**) yang dimaksudkan agar peneliti mendapat gambaran secara utuh mengenai permasalahan tersebut. Metode pengumpulan data berasal dari interview dengan para konsultan secara random sampling, konsultan terdiri dari konsultan baru, konsultan lama dan random dimulai dari level konsultan hingga *manager up*.

1. Apakah anda mengetahui tentang kode etik MLM di PT. Orindo Alam Ayu?

Jawab :Alhadulillah sudah

2. Sejauh ini apakah anda sudah menerapkan kode etik tersebut didalam melaksanakan bisnis MLM?

Jawab : Sejauh ini sudah diterapkan

3. Apakah anda mengetahui apa saja pelanggaran kode etik yang biasa

terjadi di Oriflame? Dan menurut anda adakah kendala yang anda hadapi

dalam melaksanakan kode etik tersebut? Kalau ada, sebutkan kendala tersebut ?

Jawab : Ya sudah tahu, diantaranya melakukan duplikat akun 1 member

4. Apakah anda mengetahui akibat hukum terhadap member yang melanggar dan Untuk PT Orindo Alam Ayu dan Anggota ?

Jawab : Belum

5. Menurut anda bagaimana penyelesaian masalah pelanggaran penyimpangan kode etik Multi Level Marketing PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru ?

Jawab : Mengikuti aturan yang ada di kode etik dan sudah diterapkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Interview Narasumber

Interview

waktu : Senin, 11.04 wib
 Tanggal : 4 Mei 2020
 Tempat : Online WhatsApp
 Interviewers : M.ALDIYANSYAH
 Nama & level : Ilda Member aktif 15%

Interview ini bertujuan sebagai salah satu data untuk skripsi berjudul (**Penerapan Kode Etik Multi Level Marketing Sektor Kecantikan Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 32/M-Dag/Per/8/2008 (Studi Kasus Pada PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru)**) yang dimaksudkan agar peneliti mendapat gambaran secara utuh mengenai permasalahan tersebut. Metode pengumpulan data berasal dari interview dengan para konsultan secara random sampling, konsultan terdiri dari konsultan baru, konsultan lama dan random dimulai dari level konsultan hingga *manager up*.

1. Apakah anda mengetahui tentang kode etik MLM di PT. Orindo Alam Ayu?

Jawab : yaa, mengetahui tentang kode etik oriflame

2. Sejauh ini apakah anda sudah menerapkan kode etik tersebut didalam melaksanakan bisnis MLM?

Jawab : sudah hingga ke downline

3. Apakah anda mengetahui apa saja pelanggaran kode etik yang biasa terjadi di Oriflame? Dan menurut anda adakah kendala yang anda hadapi dalam melaksanakan kode etik tersebut? Kalau ada, sebutkan kendala tersebut ?

Jawab : untuk saat ini tidak ada kendala yang saya alami

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Apakah anda mengetahui akibat hukum terhadap member yang melanggar dan Untuk PT Orindo Alam Ayu dan Anggota ?

Jawab : yaa saya mengetahui

5. Menurut anda bagaimana penyelesaian masalah pelanggaran penyimpangan kode etik Multi Level Marketing PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru ?

Jawab : somoga segera cepat di tanggapi





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Interview Narasumber

Interview

waktu : Senin, 20.30 wib
 Tanggal : 4 Mei 2020
 Tempat. : Online WhatsApp
 Interviewers : M.ALDIYANSYAH
 Nama & level : Hainidaryati (Manager 15%)

Interview ini bertujuan sebagai salah satu data untuk skripsi berjudul **(Penerapan Kode Etik Multi Level Marketing Sektor Kecantikan Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 32/M-Dag/Per/8/2008 (Studi Kasus Pada PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru)** yang dimaksudkan agar peneliti mendapat gambaran secara utuh mengenai permasalahan tersebut. Metode pengumpulan data berasal dari interview dengan para konsultan secara random sampling, konsultan terdiri dari konsultan baru, konsultan lama dan random dimulai dari level konsultan hingga *manager up*.

1. Apakah anda mengetahui tentang kode etik MLM di PT. Orindo Alam Ayu?

Jawab : Alhamdulillah sudah tau

2. Sejauh ini apakah anda sudah menerapkan kode etik tersebut didalam melaksanakan bisnis MLM?

Jawab : InsyaAllah sudah ya

3. Apakah anda mengetahui apa saja pelanggaran kode etik yang biasa terjadi di Oriflame? Dan menurut anda adakah kendala yang anda hadapi dalam melaksanakan kode etik tersebut? Kalau ada, sebutkan kendala tersebut ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jawab : Pelanggarannya belum tau terlalu lengkap. Tapi kendala sejauh ini tidak ada sih karna hal yg dilarang itu sesuai dan pantas untuk dilarang demi kenyamanan bersama

4. Apakah anda mengetahui akibat hukum terhadap member yang melanggar dan Untuk PT Orindo Alam Ayu dan Anggota ?

Jawab : Tau sedikit

5. Menurut anda bagaimana penyelesaian masalah pelanggaran penyimpangan kode etik Multi Level Marketing PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru ?

Jawab : Menurut saya sangat tegas ya, karna hal yg dilarang itu juga demi kebaikan semua member.



Interview Narasumber

Interview :
waktu :
Tanggal :
Tempat :
Interviewers : M.ALDIYANSYAH
Nama & level :

Interview ini bertujuan sebagai salah satu data untuk skripsi berjudul (**Penerapan Kode Etik Multi Level Marketing Sektor Kecantikan Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 32/M-Dag/Per/8/2008 (Studi Kasus Pada PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru)**) yang dimaksudkan agar peneliti mendapat gambaran secara utuh mengenai permasalahan tersebut. Metode pengumpulan data berasal dari interview dengan para konsultan secara random sampling, konsultan terdiri dari konsultan baru, konsultan lama dan random dimulai dari level konsultan hingga *manager up*.

1. Apakah anda mengetahui tentang kode etik MLM di PT. Orindo Alam Ayu?

Jawab :

2. Sejauh ini apakah anda sudah menerapkan kode etik tersebut didalam melaksanakan bisnis MLM?

Jawab :

3. Apakah anda mengetahui apa saja pelanggaran kode etik yang biasa terjadi di Oriflame? Dan menurut anda adakah kendala yang anda hadapi dalam melaksanakan kode etik tersebut? Kalau ada, sebutkan kendala tersebut ?

Jawab :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Apakah anda mengetahui akibat hukum terhadap member yang melanggar dan Untuk PT Orindo Alam Ayu dan Anggota ?

Jawab :

5. Menurut anda bagaimana penyelesaian masalah pelanggaran penyimpangan kode etik Multi Level Marketing PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru ?

Jawab :



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

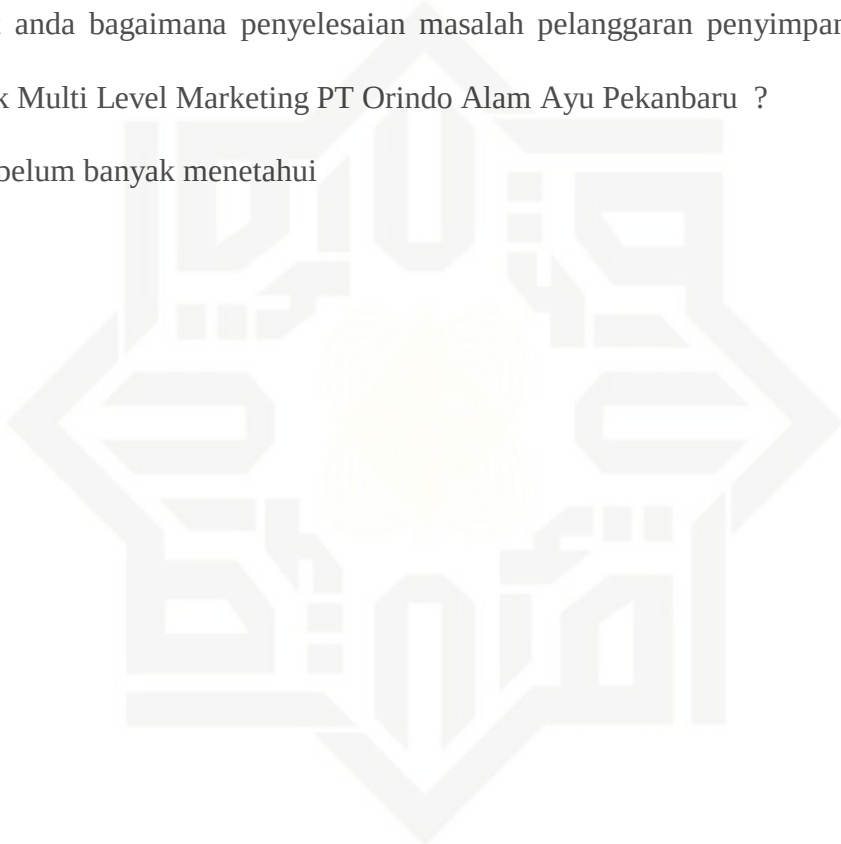
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Apakah anda mengetahui akibat hukum terhadap member yang melanggar dan Untuk PT Orindo Alam Ayu dan Anggota ?

Jawab : pernah dengar dari upline

5. Menurut anda bagaimana penyelesaian masalah pelanggaran penyimpangan kode etik Multi Level Marketing PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru ?

Jawab : belum banyak menetahui





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Interview Narasumber

Interview

waktu : Rabu, 20.48 WITA
 Tanggal ; 6 Mei 2020
 Tempat : Samarinda, Online WhatsApp
 Interviewers : M.ALDIYANSYAH
 Nama & level : Anita Marinda Sari (3%)

Interview ini bertujuan sebagai salah satu data untuk skripsi berjudul **(Penerapan Kode Etik Multi Level Marketing Sektor Kecantikan Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 32/M-Dag/Per/8/2008 (Studi Kasus Pada PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru)** yang dimaksudkan agar peneliti mendapat gambaran secara utuh mengenai permasalahan tersebut. Metode pengumpulan data berasal dari interview dengan para konsultan secara random sampling, konsultan terdiri dari konsultan baru, konsultan lama dan random dimulai dari level konsultan hingga *manager up*.

1. Apakah anda mengetahui tentang kode etik MLM di PT. Orindo Alam Ayu?

Jawab : iya. Hanya sekilas tapi kurang mendalam

2. Sejauh ini apakah anda sudah menerapkan kode etik tersebut didalam melaksanakan bisnis MLM?

Jawab : iya pasti. Tidak mau macem macem mencari masalah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Apakah anda mengetahui apa saja pelanggaran kode etik yang biasa terjadi di Oriflame? Dan menurut anda adakah kendala yang anda hadapi dalam melaksanakan kode etik tersebut? Kalau ada, sebutkan kendala tersebut ?

Jawab : pelanggaran kode etik: danya orang orang yang menyetok barang dalam jumlah besar, harga yang dijual lebih murah dari harga katalog, dan banyaknya toko online yang tersebar di aplikasi online shop seperti shoppe atau Tokopedia. Untuk kendala melaksanakan kode etik sementara ini tidak ada.

4. Apakah anda mengetahui akibat hukum terhadap member yang melanggar dan Untuk PT Orindo Alam Ayu dan Anggota ?

Jawab : iya. Seperti denda dan berbagai macam ganjaran lainnya

5. Menurut anda bagaimana penyelesaian masalah pelanggaran penyimpangan kode etik Multi Level Marketing PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru ?

Jawab : akun online shop nya di tutup atau jumlah orderan dibatasi



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Interview Narasumber

Interview

waktu : Rabu, 14.33
 Tanggal : 6 Mei 2020
 Tempat : Online WhatsApp
 Interviewers : M.ALDIYANSYAH
 Nama & level : Farah faadilah wara J /director

Interview ini bertujuan sebagai salah satu data untuk skripsi berjudul **(Penerapan Kode Etik Multi Level Marketing Sektor Kecantikan Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 32/M-Dag/Per/8/2008 (Studi Kasus Pada PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru)** yang dimaksudkan agar peneliti mendapat gambaran secara utuh mengenai permasalahan tersebut. Metode pengumpulan data berasal dari interview dengan para konsultan secara random sampling, konsultan terdiri dari konsultan baru, konsultan lama dan random dimulai dari level konsultan hingga *manager up*.

1. Apakah anda mengetahui tentang kode etik MLM di PT. Orindo Alam Ayu?

Jawab : Sangat mengetahui

2. Sejauh ini apakah anda sudah menerapkan kode etik tersebut didalam melaksanakan bisnis MLM?

Jawab : pastinya, wajib dilaksanakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Apakah anda mengetahui apa saja pelanggaran kode etik yang biasa terjadi di Oriflame? Dan menurut anda adakah kendala yang anda hadapi dalam melaksanakan kode etik tersebut? Kalau ada, sebutkan kendala tersebut ?

Jawab : sudah sangat mengetahui, tidak ada kendala

4. Apakah anda mengetahui akibat hukum terhadap member yang melanggar dan Untuk PT Orindo Alam Ayu dan Anggota ?

Jawab : Tau,pemberhentian akun secara paksa

5. Menurut anda bagaimana penyelesaian masalah pelanggaran penyimpangan kode etik Multi Level Marketing PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru ?

Jawab : sudah cukup bagus, langsung di tindak lanjuti oleh pihak managaent

RIWAYAT HIDUP

M.Aldiyansyah dilahirkan di Tembilahan, Kecamatan Tembilahan, Kabupaten Indragiri Hilir, pada tanggal 21 Mei tahun 1995. Lahir dari pasangan M.Ardinas dan Nurhuda, yang merupakan anak ke-empat dari Enam bersaudara. Masuk Sekolah Dasar di SDN 004 Tembilahan.



Pada tahun 2007q melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Tembilahan dan tamat pada tahun 2010. Pada Tahun 2010 penulis melanjutkan pendidikan ke SMK N 1 Tembilahan dan tamat pada tahun 2013.

Pada tahun 2013 melalui jalur SNMPTN diterima menjadi mahasiswa pada Progran ILMU HUKUM Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada bulan Februari 2016 penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapang di Kantor Pengadilan Negri Tembilhan. Pada Bulan Juli sampai Agustus 2016 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sukaping, Kecamatan Pangean, Kabupaten Kuantan Singigi, Provinsi Riau.

Penulis melaksanakan penelitian pada tanggal 15 Januari sampai pada tanggal 23 April di PT. Orindo Alam Ayu Pekanbaru dengan judul penelitian **”Penerapan Kode Etik MULTI LEVEL MARKETING PADA SEKTOR KECANTIKAN PT.ORINDO ALAM AYU PEKANBARU,BERDASARKAN PERATURAN”**. Dibawah bimbingan Ibu Lovelly Dwina Dahen SH.MH Tepat pada tanggal 1 May 2020, penulis Sempat Menjadi Finalis Bujang Dara Riau 2018, Membawa Nama Kampus UIN SUSKA RIAU.