



Kapiya Jainaya¹
 Muhammad Thoriq²
 Asmak UL Hosnah³

ANALISIS SKEMA PONZI DALAM PRAKTIK MULTI-LEVEL MARKETING: TINJAUAN YURIDIS BERDASARKAN UU NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Abstrak

Kemunculan praktik Skema Ponzi yang berkedok Multi-Level Marketing (MLM) telah menyebabkan kerugian finansial masif, menyoroti urgensi perlindungan hukum terhadap konsumen. Artikel ini bertujuan menganalisis karakteristik Skema Ponzi yang membedakannya dari MLM yang sah, dan melakukan tinjauan yuridis perlindungan konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif (yuridis normatif) dengan spesifikasi deskriptif analitis, berfokus pada pendekatan perundang-undangan (UUPK) dan konsep hukum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Skema Ponzi melanggar hak-hak konsumen yang dijamin dalam Pasal 4 dan Pasal 8 UUPK karena menyajikan informasi yang menyesatkan dan janji keuntungan yang tidak realistik. Kekuatan yuridis UUPK terletak pada prinsip Tanggung Jawab Mutlak (Strict Liability) (Pasal 27), yang memungkinkan konsumen menuntut ganti rugi perdata (Pasal 19) tanpa harus membuktikan adanya unsur kesalahan pidana pelaku usaha. Temuan ini menggarisbawahi peran UUPK sebagai instrumen hukum perdata yang efisien dan restoratif untuk pemulihan kerugian korban, meskipun pembentukan peraturan khusus mengenai Skema Ponzi tetap mendesak untuk memperkuat sanksi administrasi dan penegakan hukum.

Kata Kunci: Skema Ponzi, Multi-Level Marketing, Perlindungan Konsumen, Tanggung Jawab Mutlak, UU No. 8 Tahun 1999.

Abstract

The emergence of Ponzi Scheme practices disguised as Multi-Level Marketing (MLM) has caused massive financial losses, highlighting the urgency of legal protection for consumers. This article aims to analyze the characteristics of Ponzi Schemes that distinguish them from legitimate MLMs, and conduct a legal review of consumer protection based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection (UUPK). This research uses a normative legal method (normative juridical) with analytical descriptive specifications, focusing on the statutory approach (UUPK) and legal concepts. The results of the study indicate that Ponzi Schemes violate consumer rights guaranteed in Articles 4 and 8 of the UUPK because they present misleading information and promise unrealistic profits. The legal strength of the UUPK lies in the principle of Absolute Liability (Article 27), which allows consumers to claim civil damages (Article 19) without having to prove any element of criminal wrongdoing by the business actor. These findings underscore the role of the UUPK as an efficient and restorative civil law instrument for recovering victims' losses, although the establishment of specific regulations regarding Ponzi Schemes remains urgent to strengthen administrative sanctions and law enforcement.

Keywords: Ponzi Scheme, Multi-Level Marketing, Consumer Protection, Absolute Liability, Law No. 8 of 1999.

^{1,2,3)}Program Studi Hukum, Fakultas Ilmu Hukum, Universitas Pakuan
 email: jailerjainaya00@gmail.com, muhammadthoriq746@gmail.com, asmak.josnah@unpak.ac.id

PENDAHULUAN

Fenomena bisnis Multi-Level Marketing (MLM) telah menjadi model distribusi yang populer di Indonesia, menawarkan potensi pendapatan yang signifikan bagi pelakunya (Tarmidzi Yusuf, 2002). Namun, di tengah perkembangannya yang pesat, praktik ini sering disalahgunakan dan disamarkan menjadi skema investasi ilegal, yang paling umum dikenal sebagai Skema Ponzi. Berbeda secara fundamental dari MLM yang sah dimana pendapatan didominasi oleh penjualan produk riil Skema Ponzi berkedok MLM (atau yang sering disebut skema piramida) berfokus hampir secara eksklusif pada rekrutmen anggota baru dan menggunakan uang pendaftaran mereka untuk membayar return (keuntungan) kepada anggota lama, tanpa adanya penjualan produk atau layanan yang bernilai substansial (Kemal Akbar Suroadi, 2024; investor.gov, n.d.).

Penerapan Skema Ponzi yang berkedok bisnis digital dan investasi telah menyebabkan kerugian material yang masif bagi masyarakat Indonesia, sebagaimana terungkap dalam berbagai kasus seperti First Travel, MeMiles, hingga yang terbaru seperti kasus Xpertise Future Analytics Indonesia (Heru Firmansyah et al., 2025). Kerugian ini menempatkan masyarakat sebagai korban yang dirugikan oleh praktik usaha yang menyesatkan dan melanggar hak-hak dasar konsumen.

Secara yuridis, penelitian-penelitian terdahulu mengenai penjeratan hukum terhadap Skema Ponzi menemukan bahwa, karena belum adanya peraturan khusus, pelaku kejahatan ini cenderung dijerat melalui instrumen hukum pidana, seperti Pasal 378 KUHP tentang Penipuan atau Pasal 103 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal (Natalia Lorien & Tantimin, 2022). Beberapa penelitian juga telah menggarisbawahi urgensi pembentukan peraturan khusus untuk mengatasi Skema Ponzi yang semakin kompleks (Madelin Ezra Sari & Patricia Rinwigati, 2023).

Meskipun demikian, kajian yang berfokus secara spesifik pada posisi perlindungan konsumen sebagai landasan utama penjeratan dan pertanggungjawaban perdata pelaku Skema Ponzi, berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), masih perlu diperkuat. UUPK, sebagai payung hukum yang melindungi hak-hak konsumen dari praktik usaha yang tidak jujur (Az. Nasution, n.d.), seharusnya menjadi garda terdepan dalam merespons Skema Ponzi karena inti dari praktik tersebut adalah pelanggaran terhadap hak konsumen atas informasi yang benar dan hak untuk mendapatkan barang/jasa sesuai dengan yang dijanjikan (Pasal 4 dan Pasal 8 UUPK). Selain itu, UUPK juga menganut prinsip tanggung jawab mutlak (strict liability) bagi pelaku usaha yang menimbulkan kerugian (Fransiska Novita Eleanora, 2018).

Berdasarkan latar belakang dan keterbatasan kajian di atas, artikel ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam karakteristik Skema Ponzi yang beroperasi dalam praktik MLM, dan melakukan tinjauan yuridis yang komprehensif mengenai bagaimana ketentuan dalam UU No. 8 Tahun 1999 dapat digunakan secara efektif untuk menindak dan memberikan perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan.

Novelty (kebaruan ilmiah) dari penelitian ini terletak pada upaya mensistematisasikan penerapan UUPK termasuk Pasal 4, Pasal 8, dan Pasal 27 (Tanggung Jawab Mutlak) sebagai landasan hukum perdata yang kuat untuk menuntut ganti rugi dan memberikan kepastian perlindungan terhadap korban Skema Ponzi.

Dengan demikian, artikel ini berusaha menjawab pertanyaan penelitian berikut:

1. Bagaimana analisis Skema Ponzi dalam praktik Multi-Level Marketing dapat diidentifikasi berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia?
2. Bagaimana tinjauan yuridis terhadap perlindungan hukum konsumen yang dirugikan akibat praktik Skema Ponzi dalam MLM berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

Signifikansi penelitian ini adalah untuk memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan hukum perlindungan konsumen, serta memberikan panduan praktis bagi penegak hukum dan konsumen dalam memanfaatkan UUPK sebagai instrumen yang efektif melawan Skema Ponzi dan praktik bisnis ilegal lainnya.

METODE

Penelitian ini adalah jenis penelitian hukum normatif (yuridis normatif), yang dipilih karena fokus utama kajian adalah menganalisis kaidah-kaidah hukum, asas, dan norma yang berlaku, sesuai dengan sifat ilmu hukum yang preskriptif dan sui-generis. Metode ini diimplementasikan dengan spesifikasi deskriptif analitis, yang bertujuan tidak hanya mendeskripsikan secara sistematis peraturan perundang-undangan yang relevan, tetapi juga menganalisis relevansi dan penerapannya terhadap masalah Skema Ponzi dalam MLM. Pendekatan yang digunakan meliputi Pendekatan Perundang-undangan (The Statute Approach) untuk menelaah UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Pendekatan Analisis Konsep Hukum (The Analytical and Conceptual Approach) untuk mengkaji konsep hukum terkait perlindungan konsumen secara mendalam. Bahan hukum yang dikumpulkan melalui studi kepustakaan terdiri dari Bahan Hukum Primer (Peraturan Perundang-undangan) dan Bahan Hukum Sekunder (publikasi hukum dan jurnal ilmiah). Bahan hukum tersebut kemudian dianalisis secara kualitatif menggunakan teknik Interpretatif untuk menafsirkan ketentuan UUPK, teknik Sistematis untuk mencari kaitan antar peraturan, dan teknik Argumentatif yang didasarkan pada penalaran hukum, guna menghasilkan model teoritis yang kokoh mengenai perlindungan konsumen terhadap kerugian akibat Skema Ponzi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Skema Ponzi dalam Praktik Multi-Level Marketing Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan

Analisis Skema Ponzi dalam praktik Multi-Level Marketing (MLM) merupakan pintu gerbang utama dalam penelitian ini, bertujuan untuk mendefinisikan dan mengidentifikasi perbedaan krusial antara model bisnis yang sah dengan modus penipuan yang berkedok. Secara yuridis, MLM yang sah di Indonesia diakui sebagai kegiatan Penjualan Langsung yang tunduk pada peraturan menteri perdagangan, di mana fungsi utamanya adalah memotong atau mempersingkat rantai distribusi dari produsen ke konsumen (Siti Nurazizah et al., n.d.). Sebaliknya, Skema Ponzi adalah modus kejahatan investasi ilegal yang memanfaatkan mekanisme berjenjang sebagaimana halnya MLM namun mendistorsi sumber pendapatan dan tujuan utamanya (Kemal Akbar Suroadji, 2024).

Meskipun Indonesia belum memiliki regulasi tunggal yang secara eksplisit mendefinisikan "Skema Ponzi" (Madelin Ezra Sari & Patricia Rinwigati, 2023), karakteristiknya dapat dirumuskan melalui penafsiran terhadap larangan-larangan praktik bisnis ilegal dan kejahatan penipuan. Skema Ponzi menggunakan janji palsu tentang tingkat keuntungan yang tinggi dan aman (false profits) kepada investor baru, dengan membayar return menggunakan modal dari investor sebelumnya (Kemal Akbar Suroadji, 2024; investor.gov, n.d.).

1.1 Distorsi Sumber Pendapatan

Perbedaan paling esensial dan mendasar antara MLM yang sah dengan Skema Ponzi yang berkedok MLM terletak pada sumber utama pendapatan perusahaan dan distributor:

1. MLM Legal

Pendapatan dominan berasal dari penjualan produk atau jasa yang memiliki nilai wajar (fair value) kepada konsumen akhir. Komisi yang diterima distributor adalah hasil dari upaya penjualan barang, bukan semata-mata dari rekrutmen. Regulasi Penjualan Langsung yang sah mewajibkan bahwa persentase penjualan produk harus jauh lebih besar daripada persentase pendapatan dari biaya pendaftaran (Siti Nurazizah et al., n.d.).
2. Skema Ponzi/Piramida

Pendapatan utama skema berasal dari biaya pendaftaran (joining fee) atau setoran modal anggota baru. Produk yang mungkin ada hanyalah alat legitimasi formal (token product); nilainya kecil, tidak wajar (overpriced), atau bahkan fiktif. Fokus bisnis beralih dari menjual barang menjadi merealisasikan perekuturan (invitation-based system) (Heru Firmansyah et al., 2025).

Dalam praktik Skema Ponzi, setiap return yang diterima anggota lama pada dasarnya adalah kerugian yang dibebankan kepada anggota baru, menciptakan struktur bisnis yang tidak berkelanjutan (unsustainable) dan pasti kolaps ketika rekrutmen melambat atau berhenti.

1.2 Karakteristik Operasional Skema Ponzi dalam Praktik

Skema Ponzi, ketika menyamar sebagai MLM atau investasi berbasis teknologi (seperti yang ditunjukkan dalam studi kasus Xpertise Future Analytics Indonesia), menunjukkan ciri-ciri operasional yang konsisten, yang secara langsung bertentangan dengan prinsip etika bisnis dan perlindungan konsumen:

Tabel 1. Karakteristik Skema Ponzel

Karakteristik	Deskripsi Operasional dalam Konteks MLM/Investasi Ilegal	Relevansi Hukum
Janji Keuntungan Tidak Realistik	Menawarkan imbal hasil yang jauh di atas rata-rata pasar dalam waktu singkat (misalnya, return 50% dalam 30 hari) dengan klaim "risiko rendah" atau "dijamin".	Melanggar hak konsumen atas informasi yang benar dan jujur (Pasal 4 UUPK).
Transparansi yang Rendah	Pelaku usaha menolak atau gagal menjelaskan sumber keuntungan secara detail dan logis. Seringkali menggunakan jargon teknis yang samar (misalnya, trading dengan artificial intelligence atau bot trading) yang sulit diverifikasi.	Menunjukkan tidak adanya iktikad baik pelaku usaha dan melanggar kewajiban informasi.
Fokus pada Rekrutmen	Struktur kompensasi didesain untuk memberi reward lebih besar pada aktivitas rekrutmen dibandingkan penjualan produk, sering disebut sebagai "bonus sponsor" atau "biaya kemitraan" yang tinggi.	Bukti bahwa skema tersebut adalah Piramida/Ponzi yang dilarang.
Tekanan untuk Cepat Bertindak (Urgency)	Mendorong calon anggota untuk segera bergabung dengan alasan peluang terbatas (limited slot) atau harga yang akan segera naik, untuk mencegah calon korban melakukan due diligence (penelitian mendalam).	Merupakan taktik persuasi yang menyesatkan dan eksplotatif.

Sumber: Olah Peneliti (2025)

Penelitian-penelitian sebelumnya (Natalia Lorien & Tantimin, 2022; Winda Fitri & Elvianti, 2021) telah menunjukkan bahwa karena tidak adanya UU khusus Skema Ponzi, penjeratan hukum yang dominan adalah melalui instrumen pidana, yaitu Pasal 378 KUHP (Penipuan) dan Pasal 103 UU No. 8 Tahun 1995 (Pasar Modal).

Penelitian ini beranjak dari keterbatasan tersebut. Kami berargumen bahwa penjeratan pidana, meskipun penting, seringkali membutuhkan waktu lama dan tidak menjamin pemulihan kerugian korban secara optimal. Tinjauan yuridis yang terfokus pada UUPK (UU No. 8 Tahun 1999) menawarkan solusi perdata yang lebih cepat dan langsung untuk memulihkan kerugian konsumen melalui mekanisme ganti rugi dan penyelesaian sengketa di luar pengadilan (BPSK). Skema Ponzi, melalui janji palsu dan produk yang menyesatkan, merupakan perbuatan melawan hukum yang melanggar hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 dan Pasal 8 UUPK.

Oleh karena itu, analisis karakteristik ini menjadi landasan bahwa praktik Skema Ponzi dalam MLM secara normatif dapat dikualifikasi sebagai pelanggaran berat terhadap prinsip-prinsip perlindungan konsumen, yang membuka jalan bagi penuntutan perdata menggunakan mekanisme UUPK. Ini merupakan penekanan yang berbeda dari fokus penjeratan pidana yang lazim digunakan, memberikan opsi hukum tambahan yang efektif bagi para korban.

Analisis ini menunjukkan bahwa setiap praktik MLM yang memenuhi kriteria distorsi sumber pendapatan, janji keuntungan tidak wajar, dan tekanan rekrutmen yang dominan, secara otomatis melanggar norma-norma yang dijamin oleh UUPK, sehingga pelaku usaha wajib bertanggung jawab mutlak atas kerugian yang ditimbulkan.

2. Tinjauan Yuridis Perlindungan Konsumen terhadap Skema Ponzi Berdasarkan UU No. 8 tahun 1999

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) hadir sebagai tonggak sejarah untuk mengatasi posisi lemah konsumen Indonesia di hadapan pelaku usaha (Az. Nasution, n.d.). UUPK, meskipun bukan undang-undang yang spesifik mengatur kejahatan finansial, merupakan instrumen hukum yang sangat efektif dan langsung dapat diterapkan untuk menjerat pertanggungjawaban perdata pelaku Skema Ponzi yang berkedok Multi-Level Marketing (MLM). Tinjauan yuridis ini berfokus pada bagaimana praktik Skema Ponzi secara fundamental melanggar hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha yang diatur dalam UUPK, serta menegaskan mekanisme pemulihan kerugian korban.

2.1 Pelanggaran Hak-Hak Dasar Konsumen (Pasal 4 UUPK)

Skema Ponzi adalah bentuk penipuan yang beroperasi melalui janji dan informasi palsu, sehingga secara langsung melanggar Pasal 4 UUPK yang mengatur hak-hak dasar konsumen. Pelanggaran yang paling mendasar adalah:

1. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa (Pasal 4 huruf c): Dalam Skema Ponzi yang berkedok MLM, "barang dan/atau jasa" yang diperdagangkan (apakah itu produk token atau janji keuntungan investasi) disajikan dengan informasi yang keliru. Pelaku usaha menyembunyikan fakta bahwa sumber keuntungan bukanlah dari aktivitas bisnis yang sah, melainkan dari uang pendaftaran anggota baru (Kemal Akbar Suroadji, 2024; investor.gov, n.d.). Janji return tinggi yang diklaim aman dan terjamin adalah bentuk informasi yang tidak benar dan menyesatkan. Konsumen (korban) berinvestasi atau bergabung berdasarkan keyakinan pada informasi palsu ini, yang merupakan pelanggaran nyata terhadap hak mereka.
2. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif (Pasal 4 huruf d): Skema Ponzi adalah sistem yang inheren diskriminatif. Anggota-anggota yang berada di level paling atas piramida (top leader atau owner) mendapatkan manfaat finansial yang sangat besar dari kerugian kolektif anggota baru yang berada di level bawah. Struktur ini secara sistematis menindas kelompok konsumen (anggota baru) demi keuntungan kelompok konsumen lainnya (anggota lama), melanggar prinsip keadilan dan pelayanan yang jujur dalam transaksi bisnis.

2.2 Pelanggaran Perbuatan Dilarang Pelaku Usaha (Pasal 8 UUPK)

Pasal 8 UUPK mengatur larangan bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi standar, jaminan, atau janji tertentu. Praktik Skema Ponzi dalam MLM dapat dikualifikasikan melanggar ketentuan ini, terutama Pasal 8 Ayat (1) huruf f UUPK: Larangan memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam iklan atau promosi penjualan. Dalam kasus Skema Ponzi, janji keuntungan pasif yang fantastis, yang didapatkan hanya dengan merekrut atau menyetor dana, adalah bentuk promosi penjualan yang menyesatkan (Heru Firmansyah et al., 2025). Pelaku usaha menjual "peluang bisnis" atau "investasi" yang pada kenyataannya adalah skema penipuan. Kualifikasi ini sangat penting karena ia menjembatani karakteristik Skema Ponzi (sebagaimana dianalisis dalam sub-bab 3.1) dengan sanksi perdata UUPK. Pelaku usaha, yang dalam konteks UUPK didefinisikan secara luas (Az. Nasution, n.d.), bertanggung jawab penuh atas disinformasi dalam promosinya.

2.3 Prinsip Strict Liability

Aspek paling kuat dari UUPK sebagai instrumen perlindungan terhadap Skema Ponzi adalah adopsi prinsip Tanggung Jawab Mutlak (Strict Liability) yang terkandung dalam Pasal 19 dan Pasal 27 UUPK.

Pasal 27 UUPK: Prinsip ini menegaskan bahwa pelaku usaha yang menyebabkan kerugian pada konsumen wajib bertanggung jawab, bahkan tanpa perlu dibuktikan adanya unsur kesalahan (fault) (Fransiska Novita Eleanora, 2018).

Implikasi Yuridis pada Skema Ponzi: Dalam konteks Skema Ponzi, ini berarti bahwa korban tidak perlu menunggu hasil dari proses pidana (yang memerlukan pembuktian niat jahat/penipuan, Pasal 378 KUHP) untuk menuntut ganti rugi perdata. Korban hanya perlu membuktikan tiga hal:

- 1) Hubungan antara pelaku usaha dengan skema
- 2) adanya kerugian yang dialami konsumen (uang yang hilang), dan

- 3) hubungan sebab-akibat (kausalitas) antara praktik skema tersebut dengan kerugian yang timbul.

Prinsip ini secara efektif membalikkan beban pembuktian kepada pelaku Skema Ponzi untuk membuktikan bahwa mereka tidak bersalah atau bahwa kerugian terjadi di luar kendali mereka, yang mana sangat sulit dilakukan mengingat sifat ilegal skema tersebut.

2.4 Mekanisme Perlindungan Hukum dan BPSK

UUPK menyediakan jalur yang lebih cepat dan efisien bagi korban untuk mendapatkan pemulihan dibandingkan gugatan perdata konvensional, yaitu melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

1. Ganti Rugi (Pasal 19 UUPK): Korban memiliki hak untuk menuntut ganti rugi material atas uang yang telah disetorkan. Pasal 19 UUPK menjadi dasar hukum primer bagi tuntutan ganti rugi ini.
2. Penyelesaian Melalui BPSK: Konsumen dapat mengajukan sengketa kerugian Skema Ponzi ke BPSK di wilayah domisili mereka. BPSK menawarkan penyelesaian melalui mediasi, konsiliasi, atau arbitrase. Meskipun terdapat tantangan dalam eksekusi putusan BPSK, mekanisme ini jauh lebih cepat dibandingkan proses di pengadilan negeri, dan dapat memberikan kepastian hukum perdata bagi korban di tengah ketidakpastian proses pidana.

Meskipun kuat, UUPK juga memiliki keterbatasan. UUPK tidak memiliki kewenangan untuk menyita aset pelaku secara luas seperti yang dimiliki oleh UU tentang Tindak Pidana Pencucian Uang (TPPU) yang seringkali digunakan bersamaan dengan penjeratan pidana. Oleh karena itu, penelitian ini menyimpulkan bahwa UUPK adalah instrumen perlindungan perdata yang efektif dan esensial, namun penanganan Skema Ponzi idealnya harus bersifat komplementer, menggabungkan kekuatan UUPK (untuk ganti rugi perdata cepat), KUHP/UU Pasar Modal (untuk sanksi pidana), dan UU TPPU (untuk pemulihan aset).

Tinjauan yuridis terhadap UUPK ini menegaskan bahwa setiap konsumen yang dirugikan oleh praktik Skema Ponzi dalam MLM memiliki dasar hukum yang kuat dan eksplisit untuk menuntut pertanggungjawaban perdata dan pemulihan kerugian.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik Skema Ponzi dalam praktik Multi-Level Marketing (MLM) dan meninjau perlindungan hukum bagi konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

1. Skema Ponzi yang berkedok MLM dapat diidentifikasi melalui karakteristik utama yaitu distorsi sumber pendapatan, di mana keuntungan utama diperoleh dari rekrutmen anggota baru (joining fee) alih-alih dari penjualan produk yang bernilai wajar. Praktik ini menggunakan janji keuntungan yang tidak realistik dan transparansi yang rendah, yang secara esensial bertentangan dengan prinsip etika dan praktik bisnis yang jujur, sehingga secara inheren melanggar norma perlindungan konsumen.
2. Perlindungan hukum konsumen yang dirugikan oleh Skema Ponzi dapat ditinjau secara yuridis berdasarkan UUPK. Praktik Skema Ponzi secara nyata melanggar Pasal 4 UUPK (Hak atas informasi yang benar dan jujur) dan Pasal 8 UUPK (Larangan memperdagangkan jasa/barang yang tidak sesuai dengan janji promosi). Kekuatan utama UUPK dalam kasus ini adalah penerapan prinsip Tanggung Jawab Mutlak (Strict Liability) sebagaimana diatur dalam Pasal 27 UUPK, yang memungkinkan korban menuntut ganti rugi (Pasal 19) tanpa harus membuktikan unsur kesalahan (niat jahat) pelaku usaha. Mekanisme ini menyediakan jalur hukum perdata yang lebih efisien dan restoratif bagi korban, terutama melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Ditemukan bahwa meskipun UUPK memberikan dasar perdata yang kuat, penanganan Skema Ponzi masih membutuhkan penguatan regulasi. Oleh karena itu, Pemerintah didesak untuk segera membentuk peraturan perundang-undangan khusus yang secara eksplisit mengatur dan mendefinisikan Skema Ponzi guna memfasilitasi sanksi administrasi yang tegas pada tahap awal dan memperkuat koordinasi antar-lembaga. Selain itu, UUPK harus digunakan secara simultan bersama penjeratan pidana (KUHP atau UU Pasar Modal), agar aparat penegak hukum

dapat mempercepat pemulihan ganti rugi perdata korban melalui prinsip strict liability dan mekanisme BPSK.

DAFTAR PUSTAKA

Ariawan, I. G. K. (2013). Metode Penelitian Hukum Normatif. *Kertha Widya*, 1(1).

Eleanora, F. N. (2018). Prinsip Tanggung Jawab Mutlak Pelaku Usaha Terhadap Ketentuan Pasal 27 UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Krtha Bhayangkara*, 12(2), 207–228.

Eluan, F. V., & Sudarwanto, A. S. (2025). Perlindungan Investor Terhadap Instrumen Investasi Perusahaan Skema Ponzi Berkedok Trading Berbasis Artificial. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 5(1), 64–70.

Firmansyah, H., & Supadiyanto. (2025). Analisis Skema Ponzi dalam Penipuan Investasi Berkedok Teknologi AI: Studi Kasus Xpertise Future Analytics Indonesia Tahun 2024. *Jurnal Audiens*, 6(2).

Lorien, N., & Tantimin. (2022). Investasi Bodong Dengan Sistem Skema Ponzi: Kajian Hukum Pidana. *e-Journal Komunikasi Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha*, 5(1), 356–366.

Maharani, A., & Dzikra, A. D. (2021). Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia: Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 659–666.

Nasution, A. (2002). Perlindungan Konsumen: Tinjauan Singkat UU No. 8/1999-LN 1999 No. 42. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 32.

Sari, M. E., & Rinwigati, P. (2023). Urgensi Pembentukan Peraturan Mengenai Skema Ponzi Di Indonesia. *UNES Law Review*, 5(4), 2892–2905.

Nurazizah, S., Sumantri, L. J., Aulia, F. L., & Najibah, N. (2023). Tinjauan Hukum terhadap Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dengan Skema Piramida Berdasarkan Pendekatan Peraturan Perundang-Undangan yang Berlaku. In Prosiding Seminar Nasional Hukum, Kebijakan Publik, Hak Asasi Manusia dan Keadilan (Vol. 2, pp. 264-272).

Suroadji, K. A. (2024). Praktik Skema Ponzi sebagai Investasi Bodong di Indonesia: Tinjauan Pustaka: Ponzi Scheme Practices as Illegal Investments in Indonesia: A Literature Review. *Indonesian Scholar Journal of Business Economic & Management Science (ISJBEMS)*, 1(01), 21–26.

Susanti, I. (2017). Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Belanja Online Berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Juncto UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *Sigma-Mu*, 9(1), 19–32.

Winda Fitri & Elvianti. (2021). Tinjauan Yuridis Penegakan Hukum Terhadap Investasi Bodong Yang Memakai Skema Ponzi. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 9(3), 598–611.

Kristiyanti, C. T. S. (2022). Hukum perlindungan konsumen. *Sinar Grafika*.

Yusuf, T. (2002). Strategi MLM Secara Cerdas Dan Halal. PT Granedia.

Zulham, S. H. (2017). Hukum perlindungan konsumen. *Prenada Media*.

investor.gov. (n.d.). Ponzi Scheme. Diakses dari <https://www.investor.gov/protect-your-investments/fraud/types-fraud/ponzi-scheme>