



Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Terhadap Sistem Bundling Dalam Jual Beli

Victoria Kania^{1*}, Sarah Selfina Kuahaty², Marselo Valentino Geovani Pariela³

^{1,2,3} Fakultas Hukum Universitas Pattimura, Ambon, Indonesia.

 : victoriakaniaaa@gmail.com

ABSTRACT: Based on Article 15 of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection; "Consumer protection is all actions and prohibitions that guarantee legal certainty for business actors, so that consumer rights can be implemented in their business as well as possible." Article 15 Paragraph 2 Number 5 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition; "Business actors are prohibited from making agreements with other parties that contain requirements that the party receiving certain goods and/or services must be willing to purchase other goods and/or services from the supplier business actor." Based on Article 15 of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection; "Consumer protection is all actions and prohibitions that guarantee legal certainty for business actors, so that consumer rights can be implemented in their business as well as possible. The method used in this study is the normative juridical legal research method. The problem approach used is a legal approach. The sources of legal materials used are primary legal materials, secondary legal materials and tertiary legal materials. The procedure for collecting legal materials in this study is a literature study. The management and analysis of legal materials use descriptive methods. The systematics used are in accordance with the guidebook "Guidelines for Writing Thesis, Faculty of Law, Pattimura University. The results of this study indicate that the Bundling practice carried out by business actors in the sale and purchase of their products has committed an unlawful act, which should in carrying out sales and purchase transactions, business actors must refer to the provisions of Article 7, Article 8 and Article 10 of the UUPK. The practice of bundling sales that is contrary to applicable legal regulations, has legal consequences which can be disputed. The legal consequences that arise are that business actors can be sued in court or resolved non-litigation to request compensation for the bundling practices carried out.

Keywords: Legal Accountability; Business Actors; Bundling System.

ABSTRAK: Berdasarkan Pasal 15 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen; "Perlindungan konsumen adalah segala tindakan larangan yang menjamin kepastian hukum bagi pelaku usaha, agar hak-hak konsumen dapat dilaksanakan dalam usahanya sebaik-baiknya." Pasal 15 Ayat 2 Nomor 5 tentang larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat; "Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain yang membuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan atau jasa tertentu harus bersedia membeli barang dan atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok. "Berdasarkan Pasal 15 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ; "Perlindungan konsumen adalah segala tindakan larangan yang menjamin kepastian hukum bagi pelaku usaha, agar hak-hak konsumen dapat dilaksanakan dalam usahanya sebaik-baiknya". Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian hukum yuridis normatif. Pendekatan masalah yang dilakukan menggunakan pendekatan hukum. Sumber bahan hukum yang digunakan ialah bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Prosedur pengumpulan bahan hukum dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan. Pengolah dan analisis bahan hukum menggunakan metode deskriptif. Sistematika yang digunakan ialah sesuai dengan buku panduan "Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Hukum Universitas Pattimura". Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa praktik *bundling* yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam jual beli produknya telah melakukan perbuatan melawan hukum, yang seharusnya dalam melakukan transaksi jual beli, pelaku usaha harus merujuk pada ketentuan Pasal 7, Pasal 8 dan Pasal 10 UUPK. Praktik penjualan *Bundling* yang bertentangan dengan peraturan hukum yang berlaku, menimbulkan akibat hukum yang mana dapat disengketakan. Akibat hukum yang timbul adalah pelaku usaha dapat digugat ke pengadilan ataupun diselesaikan secara non-litigasi untuk meminta ganti kerugian atas praktik *bundling* yang dilakukan.

Kata Kunci: Pertanggungjawaban Hukum; Pelaku Usaha; Sistem *Bundling*.

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu dalam perkembangan perekonomian suatu negara akan berbarengan dengan peningkatan hubungan antara konsumen dan pelaku usaha khususnya yang berada didalam negara Republik Indonesia. Konsumen selaku pelaku usaha menurut Pasal 1 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK) adalah seseorang yang mempergunakan barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, yang digunakan untuk dirinya sendiri, keluarga, dan juga untuk orang lain. Merujuk pada orang yang menggunakannya bahkan untuk suatu tujuan dan tidak cocok untuk diperdagangkan. Sedangkan Pelaku Usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 Ayat (3) UUPK adalah setiap orang atau badan usaha, baik yang sah maupun yang tidak sah, yang didirikan dan berkedudukan atau beroperasi di dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, baik sendiri atau bersama-sama. melalui kontrak terlibat dalam kegiatan komersial di berbagai faktor kegiatan ekonomi. Seiring berkembangnya perekonomian negara, para pengusaha semakin memikirkan inovasi-inovasi baru untuk bersaing dengan kompetitor lainnya.

Pada satu sisi itu berarti bahwa kebutuhan konsumen akan barang dan jasa yang diinginkan agar terpenuhi juga tergantung pada keinginan dan kemampuan konsumen dalam menerima barang atau jasa dari berbagai jenis. Disatu sisi dampak tersebut dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang sangat lemah¹.

Namun untuk mencapai tujuan tersebut, seringkali pengusaha lupa memperhatikan konsumen dan melindungi konsumen. UUPK mendefenisikan bahwa, "Perlindungan konsumen adalah segala tindakan dan larangan yang menjamin kepastian hukum bagi pelaku usaha, agar hak-hak konsumen dapat dilaksanakan dalam usahanya sebaik-baiknya"². Di sisi lain, Pasal 7 UUPK mengatur bahwa kewajiban pelaku usaha tersebut adalah bertindak dengan itikad baik dalam berbisnis, memberikan informasi yang jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa, serta memberikan petunjuk penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan, serta memperlakukan atau melayani konsumen dengan adil, jujur, dan tanpa rasa bersalah. Diskriminasi hubungan antara konsumen dan pengusaha sering kali dikaitkan dengan suatu kontrak, karena dalam Pasal 1313 KUH Perdata disebutkan bahwa kontrak adalah suatu perbuatan yang mengikat satu orang atau lebih pada suatu kontrak. Tanpa dukungan konsumen, mustahil pengusaha dapat menjalankan usahanya. Sebaliknya kebutuhan konsumen sebenarnya bergantung pada hasil produksi produsen atau pengusaha³.

Perjanjian sendiri telah diatur dalam Pasal 1313 KUH Perdata, "Perjanjian adalah suatu perbuatan yang dengannya mengikat dirinya dengan satu orang atau lebih". erdasarkan pengertian tersebut, harus ada perlindungan hukum bagi konsumen dan pelaku usaha. Sebab, penempatan perjanjian baku secara sepihak oleh badan usaha seringkali menimbulkan situasi yang dimana menempatkan posisi yang melemahkan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli. Selain itu, dalam UUPK, berlaku prosedur yang baku terhadap seluruh peraturan, ketentuan, dan tata cara yang disepakati bersama dan ditentukan sebelumnya oleh pemberi kerja berdasarkan kontrak, yang dihubungkan dalam pengertian Pasal 18 Ayat (1) yang sama.

¹ Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008 h. 1

² Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Di Rugikan*, Visimedia, Jakarta, 2008, h. 4

³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2017, h. 9

UUPK mengatur adanya pembatasan yang memuat aturan dan prosedur baku yang bertujuan untuk menetapkan kedudukan konsumen dan pelaku korporasi atas dasar kebebasan berkontrak. Demikian pula Pasal 1337 KUH Perdata menyatakan bahwa “masing-masing pihak dalam suatu perjanjian bebas mengadakan suatu perjanjian apabila syarat-syarat perjanjian itu tidak melanggar undang-undang, kebijakan, dan asas-asas konstitusi yang benar”. Banyak perusahaan di Indonesia yang melakukan sistem *bundling* dalam transaksi jual beli, salah satu upaya yang dilakukan adalah untuk menarik pelanggan untuk membeli berbagai produk, termasuk paket data seluler, produk rumah tangga, dan layanan medis. Sistem *bundling* juga dilakukan oleh perusahaan yang terlibat dalam sektor produk Minyakita yang dimana sempat terjadi perkara di Kantor Wilayah 7 Yogyakarta yaitu adanya temuan '*tying*' yang mana ditemukan ada beberapa distributor yang memampatkan atau yang mengeluarkan kebijakan. kalau ada pembeli yang ingin membeli Minyakita harus membeli produk lain," ujarnya di Jakarta, Senin (30/1/2023). Dan ini termasuk praktek prinsip persaingan usaha yang tidak sehat dan di dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Pasal 15 Ayat 2, ini sudah masuk dalam kategori yang dilarang, sambung Mulyawan⁴.

Oleh sebab itu, lanjut dia, pihaknya akan menindaklanjuti hasil temuan tersebut untuk dilakukan proses penegakan hukum ataupun advokasi usaha. Mulyawan juga memaparkan berdasarkan hasil penyelidikan oleh KPPU dari 7 kantor wilayah KPPU yang ada di Tanah Air, hampir semua daerah yang menjual Minyakita di atas Harga Eceran Tertinggi (HET) yakni Rp 14.000 per liter. Adapun daftar 7 kantor di tanah Air meliputi Medan, Lampung, Bandung, Surabaya, Balikpapan, Makasar, dan Yogyakarta. "Minyak goreng Minyakita juga hampir di seluruh kanwil mengalami kenaikan di atas 14.000, sehingga ini mengindikasikan bahwa kebijakan pemerintah yang menetapkan HET tidak berjalan aturannya," pungkasnya. Dari kasus ini diketahui bahwa telah terjadi persaingan usaha yang tidak sehat yang disebut dengan sistem *bundling*⁵.

Sistem paket tersebut melanggar ketentuan hak konsumen dalam UUPK. Oleh karena itu, dalam penyelesaian sengketa konsumen, pemerintah harus memantau pelanggaran-pelanggaran tersebut dengan membentuk badan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen yang dikenal dengan BPSK. Menyelesaikan perselisihan konsumen mengharuskan pemerintah untuk membantu memperbaiki pelanggaran-pelanggaran ini⁶. BPSK mempunyai sejumlah kewenangan terkait sengketa konsumen, antara lain menyelesaikan sengketa dengan memberikan sanksi administratif kepada perusahaan penyalur yang melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Berdasarkan penjelasan singkat tentang isu hukum diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Terhadap Sistem *Bundling* Dalam Jual Beli.”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif yang dilakukan dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Sumber bahan hukum yang digunakan yaitu bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Teknik pengumpulan bahan hukum yang dilakukan dalam penelitian ini dengan melalui studi kepustakaan, dan terakhir dianalisis menggunakan metode deksriptif berkaitan dengan uraian, pengertian, penafsiran dan analisis permasalahan untuk

⁴ <https://money.kompas.com//temukan-ada-distributor-yang-bundling-minyakita-kppu-praktek-persaingan-usaha-tidak-sehat>

⁵ *Ibid*

⁶ Doni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Alfabeta, 2017, Bandung

mengambil keputusan berdasarkan sumber daya hukum yang dikumpulkan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perjanjian Jual Beli Sebagai Dasar Keberlakuan Sistem *Budling*

1. Ketentuan Umum Perjanjian Jual Beli

Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPperdata) menyatakan bahwa: "Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih"⁷. Berdasarkan rumusan tersebut dapat diketahui bahwa suatu perjanjian adalah : a. Suatu perbuatan; b. Antara sekurang-kurangnya dua orang; c. Perbuatan tersebut melahirkan perikatan diantara pihak-pihak yang berjanji tersebut.

Perbuatan yang disebutkan dalam rumusan awal ketentuan Pasal 1313 KUHPperdata menjelaskan kepada kita semua bahwa perjanjian hanya mungkin terjadi jika ada suatu perbuatan nyata, baik dalam bentuk ucapan, maupun tindakan secara fisik, dan tidak hanya dalam bentuk pikiran semata-mata⁸.

Berdasarkan Pasal 1313 KUHPperdata di atas, maka dapat dirumuskan bahwa perjanjian adalah suatu persetujuan dengan mana dua orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu hal yang bersifat kebendaan yang terletak dalam lapangan harta kekayaan. Karena dengan dipergunakannya perkataan "perbuatan" tercakup juga perwakilan sukarela dan perbuatan melawan hukum. Sehubungan dengan itu perlu kiranya diadakan perbaikan mengenai definisi tersebut, yaitu :

1. Perbuatan harus diartikan sebagai perbuatan hukum, yaitu perbuatan yang bertujuan untuk menimbulkan akibat hukum

2. Menambahkan perkataan "atau saling mengikatkan diri nya" dalam pasal 1313 KUHPperdata.

Dari uraian tersebut diatas, perumusannya menjadi "persetujuan adalah suatu perbuatan hukum, dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya atau saling mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih."

Dalam sebuah perjanjian yang bersifat bisnis ataupun melibatkan beberapa pihak seperti Konsumen dan pelaku usaha, terkait jenis perjanjian termasuk dalam sistem *Budling* bersifat mengikat dan merupakan persetujuan dari beberapa pihak terkait, yang tentu tidak saling melanggar. Perjanjian adalah peristiwa di mana salah satu pihak (subjek hukum) berjanji kepada pihak lainnya atau yang mana kedua belah pihak dimaksud saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal, sebagaimana diatur dalam Pasal 1313 KUHPperdata.

Berdasarkan hal tersebut, dapat dipahami bahwa suatu perjanjian mengandung unsur sebagai berikut :

(1) Perbuatan

Frasa "Perbuatan" tentang perjanjian ini lebih kepada "perbuatan hukum" atau "tindakan hukum". Hal tersebut karena adanya perbuatan sebagaimana dilakukan oleh para pihak berdasarkan perjanjian akan membawa akibat hukum bagi para pihak yang memperjanjikan tersebut.

⁷ Subekti dan Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, PT. Pradnya Paramita, Jakarta, 2008, h. 338

⁸ Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*, Rajawali, Jakarta, 2010, h. 7-8.

(2) Satu orang atau lebih terhadap satu orang atau lebih

Perjanjian hakikatnya dilakukan paling sedikit oleh 2 (dua) pihak yang saling berhadapan dan saling memberikan pernyataan satu sama lain. Pihak tersebut adalah orang atau badan hukum (subjek hukum).

(3) Mengikatkan diri

Di dalam perjanjian terdapat unsur janji yang diberikan oleh pihak yang satu kepada pihak yang lain. Artinya, terdapat akibat hukum yang muncul karena kehendaknya sendiri.

2. Syarat Sah Perjanjian Jual Beli

Adapun suatu perjanjian dapat menjadi sah dan mengikat para pihak maka perjanjian dimaksud haruslah memenuhi syarat-syarat sebagaimana ditetapkan dalam Pasal 1320 KUH Perdata, yang menyatakan hal sebagai berikut :

(1) Adanya kesepakatan kedua belah pihak

Kata "sepakat" tidak boleh diperoleh karena adanya kekhilafan akan barang atau diri pihak yang terlibat dalam persetujuan. Apabila adanya unsur kekhilafan, paksaan, atau penipuan hal ini berarti melanggar syarat sah perjanjian.

(2) Cakap untuk membuat perikatan

Setiap orang berwenang untuk membuat perikatan, kecuali ia dinyatakan tidak cakap untuk hal itu. Adapun mereka yang dinyatakan tidak cakap, yakni anak yang belum dewasa, orang yang ditaruh di bawah pengampuan, dan perempuan yang telah kawin dalam hal yang ditentukan undang-undang dan pada umumnya semua orang yang oleh undang-undang dilarang untuk membuat persetujuan tertentu. Dalam hal suatu perjanjian yang dibuat oleh pihak yang tidak cakap sebagaimana disebutkan, perjanjian tersebut batal demi hukum.

(3) Suatu hal tertentu

Perjanjian harus menentukan jenis objek yang diperjanjikan. Dalam hal suatu perjanjian tidak menentukan jenis objek dimaksud maka perjanjian tersebut batal demi hukum. Barang yang dapat diperjanjikan adalah barang yang dapat diperdagangkan. Kemudian, penting untuk diketahui pula bahwa barang-barang yang belum ada saat ini atau baru ada di kemudian hari juga dapat menjadi objek perjanjian, terkecuali jika barang tersebut dilarang undang-undang.

(4) Suatu sebab atau kausa yang halal

Sahnya *causa* dari suatu persetujuan ditentukan pada saat perjanjian dibuat. Perjanjian tanpa *causa* atau sebab yang halal atau dibuat dengan suatu sebab yang palsu atau terlarang tidak mempunyai kekuatan hukum atau batal demi hukum.

Dengan demikian maka perjanjian merupakan suatu ikatan hukum yang dapat terjadi antara dua pihak atau lebih untuk ada dalam satu kesepakatan yang sudah sepakat diperjanjikan dan tidak ada tuntutan terkecuali perjanjian itu dilanggar termasuk dalam sistim Bundling sekalipun.

3. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli adalah perjanjian antara penjual dan pembeli dimana penjual setuju untuk mengalihkan haknya atas barang tersebut kepada pembeli dan pembeli setuju harga barang tersebut. Pasal 1366 KUHPerdata menyatakan bahwa "setiap orang bertanggung jawab tidak hanya perbuatan tetapi juga kelalaian dan jurang hati". Dari bunyi pasal

tersebut hukumnya berarti setiap orang diwajibkan melakukan perbuatan kehati-hatian terhadap orang lain. Pasal 1365 KUHPerdata perbuatan kesengajaan ataupun dilakukan dengan kurang kehati-hatian mempunyai akibat hukum yang sama, yaitu pelaku usaha wajib mengganti segala kerugian yang timbul oleh perbuatan melawan hukum.

Menurut Gunawan Wijaya, "jual beli adalah suatu bentuk perjanjian yang melahirkan kewajiban atau perikatan untuk memberikan sesuatu, yang dalam hal ini terwujud dalam bentuk penyerahan barang yang dijual dan penyerahan uang yang diserahkan dari pembeli ke penjual".

Dengan demikian maka perjanjian merupakan suatu ikatan hukum yang dapat terjadi antara dua pihak atau lebih untuk ada dalam satu kesepakatan yang sudah sepakat diperjanjikan dan tidak ada tuntutan terkecuali perjanjian itu dilanggar termasuk dalam sistem Bundling sekalipun

B. Sistem *Bundling* Dalam Transaksi Jual Beli

1. Ketentuan Umum Sistem *Bundling*

Sistem *Bundling* adalah suatu strategi pemasaran dimana dua atau lebih produk dijual dalam sebuah harga khusus yang dipaketkan. Dimana penjual membundling barang yang banyak diminati masyarakat dengan barang yang kurang diminati oleh masyarakat.

Menurut Frans. M. Royan, Sistem *Bundling* adalah strategi untuk menyatukan dan menyajikan lebih dari dua produk dalam satu tempat dengan yang lebih murah dari pada membeli produk satu per satu⁹. Menurut Stremersch, *bundling* merupakan menjual beberapa barang atau produk secara terpisah dalam bentuk paket¹⁰. Pengertian *bundling* juga dipaparkan oleh Yellen bahwa *bundling* "adalah bentuk kegiatan menjual produk atau barang dengan harga yang telah ditentukan melalui bentuk paket¹¹. Secara konsep, *bundling* dikelompokkan dalam dua jenis bentuk utama yaitu *bundling focus* dan *product bundling*. *Bundling focus* lebih memfokuskan kepada harga dan produk, *bundling form* berbentuk produk yang terpisah (*unbundling*), produk yang terikat (*pure bundling*) maupun menggabungkan produk (*mixed bundling*).

Hal lain menyangkut *Bundling* produk adalah metode pemasaran yang memadukan layanan atau produk yang lebih besar dalam satu kesepakatan paket harga sebagai bentuk penetapan harga *non-linier*. Sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Derdenger dan Kumar (2013), *bundling* adalah strategi periklanan dan pemasaran yang melibatkan penyediaan dua atau lebih barang dagangan untuk dijual dalam satu bundel. Biasanya, harga yang diberikan dalam paket produk campuran atau campuran bisa lebih murah daripada harga yang konsisten dengan unit produk jika dibeli satu demi satu. kelompok memaksakan campuran produk untuk menawarkan daya tarik ekstra kepada pembeli atau klien untuk dapat menginspirasi dan meningkatkan kuantitas pendapatan produk pengusaha secara keseluruhan¹².

2. Tujuan Sistem *Bundling*

Tujuan sistem *Bundling* Menurut Stremersch dan Tellis, terdapat aspek penting dalam

⁹ Royan, Frans M. "Creating Effective Sales Force.", Yogyakarta. Andi Offset (2004) h. 20

¹⁰ Jalari, Muhammad. "Ateseden Masyarakat Surakarta Terhadap Keputusan Pembelian Koran Solopos." Jurnal Education and Economics 2, No. 03. (2019), h. 250.

¹¹ Adams, W. J. & Janet L. Yellen. "Commodity bundling and the burden of monopoly." Quarterly Journal of Economics 90, No. 3. (1976), h. 480

¹² Derdenger, T., & Kumar, V. (2013). *The Dynamic Effects of Bundling as a Product Strategy Marketing Science*. <https://doi.org/10.1287/mksc.2013.0810>

product bundling, yaitu *Bundling* produk adalah penggabungan dan penjualan atau produk yang lebih besar yang sebelumnya dipisahkan dengan biaya yang telah ditentukan. *Integrasi* dalam *bundling* produk biasanya memberikan biaya pengiriman kepada pelanggan. Biaya pengiriman ekstra akan meningkatkan biaya reservasi untuk *bundling* produk dibandingkan dengan seluruh tarif reservasi untuk produk terpisah. Dalam *bundling*, perusahaan harus memperhatikan bagian pasarnya sehubungan dengan tingkat pemesanan (tawaran terendah) yang cenderung dibayar oleh setiap pelanggan dan harga yang dirasakan (keuntungan) yang diperoleh dengan menggunakan konsumen. Komponen produk yang dapat dibundling harus memiliki tujuan segmen yang sama. Biaya reservasi (tawaran terendah) akan bervariasi dari satu segmen ke segmen lainnya, sehingga menghasilkan nilai persepsi yang berbeda untuk *bundling*.

Sistem *bundling* ini umumnya digunakan untuk meningkatkan penjualan. Keberhasilannya tergantung pada beberapa faktor, seperti : a. Biaya produksi yang rendah; b. Bangsa pasar yang cukup besar; c. Minat konsumen karena proses pembelian yang lebih mudah, dan; d. Keuntungan dari pembelian produk.

3. Jenis-Jenis *Bundling*

Menurut Adams Dan Yellen Xu Menjelaskan Bahwa Ada Dua Jenis *Bundling* Yang Diterapkan Dalam Strategi Bisnis.

(1) *Pure bundling* adalah ketika penjual hanya menawarkan produk dalam satu paket, sehingga pembeli harus membeli semua produk yang ditawarkan.

(2) *Mixed bundling* adalah strategi *product bundling* dimana penjual menawarkan produk secara satuan atau dalam paket.

Berdasarkan penjelasan mengenai konsep *bundling* tersebut, bahwa Tellis juga mengemukakan pendapatnya bahwa terdapat lima jenis terkait *bundling* yang adalah sebagai berikut¹³ :

(1) *Bundling* harga adalah “menjual beberapa produk dalam satu paket dengan harga diskon atau menawarkan lebih banyak produk dengan tidak menggabungkan produk yang memiliki harga lebih rendah daripada jika ditawarkan secara terpisah tanpa mengurangi fungsinya”.

(2) *Bundling* produk adalah “menggabungkan dan menjual dua atau lebih produk dengan harga tertentu secara terpisah yang memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan total harga pesanan untuk masing-masing produk”.

(3) *Bundling* Campuran adalah “strategi sebuah perusahaan dalam menjual *bundling* produk dan semua produk secara terpisah”

(4) *Bundling* Murni adalah “strategi sebuah perusahaan hanya menjual beberapa *bundling* produk secara terpisah yang memiliki sifat yang mengikat dalam suatu ekonomi”.

(5) *Unbundling* adalah “strategi sebuah perusahaan tidak menjual produk secara paket tetapi menjual produk dengan pisah biasanya digunakan oleh suatu perusahaan”.

4. Subjek dan Objek Dalam Transaksi Jual Beli

Objek jual beli adalah barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen secara langsung

¹³ Gaol, H. D. L. "Aspek Hukum Pemanfaatan Sistem Bundling Dalam Pemasaran Produk." *Diponegoro Law Journal* 5, No. 2. (2016): h. 8

menganggap barang dan jasa tersebut sebagai objek jual beli dimana penjual dan pembeli dapat bertemu dan melihat pembeli dan penjual secara langsung, sehingga pembeli dapat yakin dengan kualitas barang yang ingin dibeli.

C. *Bundling* Sebagai Perbuatan Melawan Hukum

Istilah perbuatan melawan hukum dalam Bahasa Belanda dikenal dengan istilah “onrechtmatige daad” atau dalam bahasa Inggris disebut “tort” onrecht dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai suatu kegiatan yang sah yang dilakukan oleh subyek hukum, dan dalam setiap kegiatan subyek hukum memiliki akibat yang sah. Sedangkan “tort” sebenarnya mengandung arti perbuatan melawan hukum, namun dalam bidang hukum biasanya diartikan sebagai perbuatan melawan hukum yang tidak berawal dari wanprestasi¹⁴. Istilah melawan hukum (selanjutnya disebut PMH) merupakan terjemahan dari bahasa Belanda “on rechtmatige daad”. Istilah PMH yang dimaksud sebagai dalam buku ke-III bab ketiga dalam pasal 1365 sampai 1380 KUHPerdata Tentang perikatan-perikatan yang dilahirkan oleh Undang-Undang. Adapun yang dimaksud dengan PMH, Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menjelaskan bahwa “tiap perbuatan hukum yang membawa kerugian itu, mengganti kerugian tersebut”. Jadi, unsur-unsur perbuatan melawan hukum terdiri dari :

1. Perbuatan yang tidak hanya bertentangan dengan Undang-Undang, tetapi juga mencakup perbuatan yang melanggar hak orang lain, bertentangan dengan kewajiban hukum pelaku, bertentangan dengan prinsip kehati-hatian dan bertentangan dengan norma atau kaidah yang berlaku.

2. Perbuatan sebagaimana yang dimaksud diatas mengandung kesalahan.

3. Mengakibatkan kerugian, dan

4. Terdapat hubungan sebab akibat antara kesalahan dengan kerugian.

Pada tahun 1919, pengadilan Belanda (*Tremendous Raad Choice*) tertanggal 31 Januari 1919 memberikan defenisi yang lebih luas mengenai PMH, yaitu suatu perbuatan yang berlawanan dengan kebaikan atau apa yang dianggap sesuai dengan pergaulan dalam Masyarakat. Ruang lingkup yang dapat dikatakan sebagai PMH adalah¹⁵ :

- (1) Perilaku yang berlawanan dengan hak-hak orang lain. Hak-hak yang dirusak adalah hak-hak individu yang diakui oleh hukum, termasuk tetapi tidak terbatas pada hak-hak seperti hak-hak individu, hak milik, hak kehormatan dan hak-hak yang mulia

- (2) Perbuatan yang berlawanan dengan perikatan yang sah menurut hukum. Jadi suatu Tindakan yang berlawanan dengan komitmen yang sah dari perilaku, dimana arti dari komitmen yang diberikan oleh hukum kepada seseorang baik hukum yang tersusun (Undang-Undang) maupun hukum yang tidak tertulis (berlawanan dengan hak-hak orang lain yang disetujui oleh Undang-Undang).

- (3) Aktivitas yang berlawanan dengan kualitas yang mendalam. Artinya perbuatan yang mengabaikan kebaikan yang telah diakui oleh masyarakat sebagai hukum yang tertulis, dimana apabila ada suatu kemalangan yang menimpa pihak lain, maka pihak yang menanggung dapat menuntut imbalan.

- (4) Perbuatan yang berlawanan dengan unsur kehati-hatian dalam Masyarakat, yaitu perbuatan yang merugikan orang lain, tidak secara melanggar atau tertulis, tetapi masih

¹⁴ Wirjono Prodjodikoro, *Perbuatan Melawan Hukum Dipandang Dari Sudut Hukum Perdata*, Mandar Maju, Yogyakarta, 2000, h, 7

¹⁵ Munir Faudy, *Perbuatan Melawan Hukum (Pendekatan Kontempore)*, Citra Aditya Bakti, Jakarta, 2005, h. 4

dapat dikatakan melanggar atau kehausan dalam pergaulan Masyarakat.

Molegraaff menyatakan bahwa PMH tidak hanya merusak hukum tetapi juga menyalagunakan standar-standar kebaikan dan kehormatan. Pada tahun 1919, Hoge Raad mulai menerjemakan PMH dalam arti luas dalam kasus *Lindenbaum v. Cohen* dengan menyatakan bahwa PMH harus diartikan sebagai melakukan atau tidak melakukan sesuatu yang berlawanan dengan hukum¹⁶.

Pada dasarnya pelaku usaha tidak dilarang untuk menjual dua atau lebih barang secara bersamaan atau menjual secara *bundling*. Larangan yang ditetapkan pada Pasal 15 Ayat (2) UUPK, dengan di istilahkan perjanjian tertutup adalah larangan bagi pelaku usaha untuk membuat perjanjian dengan pihak lain yang memuat persyaratan, bahwa pihak yang menerima barang dan atau jasa tertentu harus bersedia membeli barang dan atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok. Pasal 15 Ayat (2) UUPK seringkali disalah artikan sebagai larangan bagi pelaku usaha untuk melakukan penjualan dengan cara *bundling*. *Bundling* adalah penjualan 2 atau lebih produk yang berbeda dalam satu paket. Selanjutnya juga dikatakan bahwa kata berbeda dalam pengertian *bundling* tersebut mengandung implikasi yang besar. Maksud dari produk yang berbeda adalah setiap implikasi yang besar. Maksud dari produk yang berbeda adalah setiap implikasi yang besar. Maksud dari produk yang berbeda adalah setiap produk yang dijual secara *bundling* pada dasarnya memiliki pangsa pasar sendiri. Artinya, konsumen dimungkinkan membeli masing-masing produk secara terpisah apabila produk tersebut tidak dijual secara *bundle*. Secara teori, *bundling* sebagai strategi pemasaran dapat dibedakan menjadi dua dimensi yaitu, dilihat dari *the focus of bundling* dan *the form of bundling*¹⁷. Dari *focus bundling* dibagi menjadi 2 (dua) jenis yaitu *orice bundling* diartikan sebagai 2 (dua) penjualan produk yang *Bundling* dikatakan bukan merupakan *tying* kecuali ada pembatasan bagi konsumen dalam memilih produk secara terpisah dengan kata lain ada paksaan untuk membeli yang dialami konsumen. Ada pula yang mengatakan bahwa *tying* baru ada jika suatu produk diikatkan pada produk lain yang memiliki kekuatan pasar. Jika salah satu produk yang di *bundling* tersebut memiliki kekuatan pasar maka akan terjadi kondisi anti persaingan dan berpotensi menimbulkan monopoli¹⁸. Sampai pada titik ini dapat dipahami bahwa penjualan secara *bundling* bukan merupakan hal yang dilarang secara mutlak. Pedoman yang dipakai dalam menilai strategi *bundling* yang diterapkan adalah terpisah dalam satu paket dengan harga diskon, tanpa adanya integrasi dua produk tersebut, sedangkan *product bundling* diartikan sebagai integrasi dan penjualan 2 (dua) atau lebih produk yang terpisah dengan harga tertentu, sedangkan dari bentuknya, *bundling* dapat dibedakan menjadi 2 (dua) jenis yaitu *pure bundling* dan *mix bundling*. *Pure bundling* merujuk pada penjualan 2 (dua) atau lebih produk hanya dalam bentuk *bundle*, sedangkan *mix bundling* merujuk pada praktik penjualan 2 (dua) atau lebih produk dalam bentuk *bundle* atau dapat pula tidak dalam bentuk *bundle* artinya produk produk tersebut dapat dijual secara individual. *Pure bundling* sering pula disebut *tying*, yaitu adanya kewajiban bagi pembeli suatu produk untuk membeli produk lain yang dikaitkan ke produk utama tersebut. Menurut *European Commission dan US Antitrust Law*¹⁹.

Tindakan ini berpotensi menciptakan kondisi anti persaingan dan mengakibatkan pada terjadinya monopoli. Dengan demikian, pendekatan yang digunakan dalam menilai

¹⁶ Setiawan, Empat Karakter Perbuatan Melawan Hukum Dan Perkembangan Dalam Yurisprudensi No. 16 Tahun II (Januari 1987), h. 179

¹⁷ Heri Setiawan, 'Jurnal Sains Pemasaran Indonesia', vol III (2003), h 113

¹⁸ Harijana Hameria Lumban, 'Diponogoro Law Review', vol V (2016), h. 4

¹⁹ James Ponsoldt, 'Northwestern Journal of Internasional Law and Business', vol 27 (2007), h. 425

bundling product adalah pendekatan *rule of reason*. Pendekatan *rule of* bagi konsumen maupun pelaku usaha, sehingga penafsiran yang tidak kaku layak diterapkan. Apabila dibandingkan, kriteria *rule of reason* dan kriteria pelanggaran perjanjian tertutup memiliki kriteria yang hampir sama. Perbedaannya adalah dalam kriteria perjanjian tertutup tidak ada kriteria yang keenam yaitu secara masuk akal keuntungan yang dirasakan oleh konsumen tidak dapat mengimbangi kerusakan kompetisi. Selanjutnya, sekali lagi ditegaskan bahwa pendekatan yang dipakai untuk menilai pelanggaran Pasal 15 UUPK mengenai perjanjian tertutup adalah pendekatan *rule of reason*. Pasal 15 UUPK menyatakan ; Pasal 15 Ayat (3) poin b. Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, Perjanjian mengenai harga atau potongan harga tertentu atas barang dan/atau jasa yang memuat persyaratan bahwa pelaku usaha yang menerima barang dan/atau jasa dari pelaku usaha pemasok tidak akan membeli barang dan/atau jasa yang sama atau sejenis dari pelaku.

Secara teoritis keberhasilan strategi *bundling* tergantung pada beberapa indikator utama meliputi ketetapan media promosi Perusahaan dalam melakukan perencanaan program *bundling*, kesesuaian dengan harga antara jumlah produk maupun kualitas produk bilamana digabungkan agar tak merugikan konsumen, dan tidak melanggar ketetapan harga jual eceran oleh Pemerintah jika ada penetapan terhadap suatu produk. Menelaah aspek hukum praktik *bundling* yang dilakukan oleh pelaku usaha, tentu mestinya diletakan dalam perspektif hukum perlindungan konsumen. Hak ini didasarkan pada dasar filosofi dari bentuknya UUPK ialah menumbuh kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab sehingga kepentingan konsumen yang dapat dilindungi secara integratif dan komprehensif sebagaimana yang tertuang dalam UUPK.

Berdasarkan pada kerangka pemikiran tersebut maka sistem *bundling* yang dilakukan oleh pelaku usaha haruslah diselenggarakan secara bertanggung jawab dimana pelaku usaha mesti mengindahkan ketentuan terkait kewajiban- kewajiban dan hal-hal yang dilarang untuk dilakukan menurut UUPK. Terhadap pelaku usaha yang menggunakan praktik *bundling* sebagai upaya untuk memperoleh keuntungan produk tersebut dapat ditafsirkan telah bertentangan dengan kewajiban hukum pelaku usaha yakni itikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi suatu barang, serta jaminan, perbaikan serta tidak melakukan diskriminatif sebagaimana yang telah di atur dalam UUPK.

Selanjutnya perbuatan ini telah ditafsirkan telah bertentangan dengan ketentuan Pasal 10 Huruf (a) jo huruf d UUPK yang mengatakan bahwa pelaku usaha tidak diperkenankan memperdagangkan barang dan/ atau jasa yang tidak seharusnya dan tidak sesuai dengan jaminan, kondisi, dan keistimewaan seperti yang disyaratkan. Kemudian berkenaan terhadap kerugian yang diderita oleh konsumen dapat disengketakan dalam merujuk aturan Pasal 45 UUPK.

Berdasarkan penjelasan konsep tersebut diatas, maka strategi *bundling* untuk mencapai sebuah keberhasilan diperlukan beberapa indikator seperti kesesuaian media periklanan dalam merencanakan *bundling*, ketepatan dalam menentukan produk yang dijual dengan harga dan pemasaran yang dilakukan secara menarik dan tidak melanggar ketentuan yang berlaku²⁰.

D. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Kerugian Yang Dialami Oleh Konsumen

Istilah pelaku usaha terdapat dalam pasal 2 Ayat (3) Undang-Undang perlindungan

²⁰ Firatmadi, Agung. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Journal of Business Studies* 2, No. 2. (2017). h. 90.

konsumen Nomor 8 Tahun 1999 menyebutkan bahwa pelaku usaha adalah setiap orang atau perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkependudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Setiap kesalahan atau kelalaian pelaku usaha yang dapat menyebabkan kerugian pada konsumen haruslah bertanggung jawab atas kerugian tersebut, atau masyarakat umumnya haruslah bertanggung jawab atas kerugian yang disebabkan oleh mereka. Tanggung jawab pelaku usaha ini berlaku tidak hanya untuk kehilangan barang habis pakai yang diperdagangkan, tetapi juga untuk kewajiban atas iklan barang dan/atau jasa, termasuk barang impor yang diiklankan²¹.

Prinsip tentang tanggung jawab merupakan masalah yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus pelanggaran hak konsumen, diperlukan analisis yang cermat untuk menganalisis siapa yang bertanggung jawab dan sejauh mana tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak yang terlibat²². Pertanggung jawaban pelaku usaha kepada konsumen saat menjual barang harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam Undang-Undang Pasal 15 Ayat 2 Nomor 5 Tahun 1999 KUHPERdata, dimana pihak yang merasa dirugikan oleh Tindakan perbuatan pelaku usaha tersebut, dapat melaporkan atau mengajukan gugatan tersebut ke pengadilan. Oleh karena itu pelaku usaha harus memberikan informasi yang sebenarnya mengenai kondisi suatu barang, dalam sistem *bundling* tersebut. tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi jual beli terbagi menjadi 2 bagian yaitu :

1. Tanggung jawab atas informasi merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan oleh konsumen karena sering menjadi korban karena tidak mengkritik tidak mempersoalkan adanya terjadi sistem *bundling* tentang barang yang dikonsumsi atau yang akan digunakan, termasuk kelengkapan dan ketidak lengkapan informasi. Informasi untuk memutuskan membeli atau tidak membeli.

2. Tanggung jawab hukum atas produk. Apabila tidak terdapat perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada produk *leability* (tanggung jawab kontrak). Produk *leability* adalah tanggung jawab perdata secara langsung dari pelaku usaha atas kerugian yang diderita konsumen karena menggunakan produk yang mereka produksi²³.

Kewajiban penjual tercantum dalam buku ke III KUHPERdata tentang perikatan pada Bab V. selain itu hak dan kewajiban penjual dan pembeli juga diatur dalam UUPK sebagai berikut : pelaku usaha adalah setiap orang atau perseorangan atau badan usaha, baik yang membentuk badan hukum maupun tidak badan hukum yang didirikan dan berkependudukan atau bersama-sama, melalui perjanjian untuk melakukan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi UUPK Pasal 1 Ayat 3). Bentuk atau wujud dari pelaku usaha adalah orang perseorangan atau badan usaha. Hak pelaku usaha meliputi :

1. Hak untuk penerimaan pembayaran sesuai dengan ketentuan nilai tukar barang dan/ jasa yang dipertukarkan yang disepakati.

2. Hak dilindungi Undang-Undang terhadap Tindakan yang beritikad buruk dari

²¹ Zaeni Asyhadie, *Op. Cit*, h. 204-205

²² Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit*, h. 92

²³ M. Yoga Rachman, Tanggung Jawab Pembeli Melalui Medai Online Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008, Tentang Transaksi Jual Beli, JMO Fakultas Hukum Volume III Nomor 2 Oktober 2016,h, 9

konsumen

3. Hak untuk membela diri sangat penting dalam proses peradilan penyelesaian hukum konsumen.

4. Hak untuk rehabilitas nama baik apabila terbukti secara sah bahwa kerugian konsumen bukan disebabkan oleh barang dan/jasa yang diperdagangkan. Hak diatur dalam ketentuan peraturan perUndang- Undangan lainnya²⁴.

Pelaku usahapun memiliki hak yang sama yaitu untuk mendapatkan perlakuan baik oleh konsumen. Namun secara umum, kewajiban pelaku usaha juga meliputi :

1. Memiliki itikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya.

2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang dan jasa serta memberi menjelaskan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara adil dan jujur dan tidak diskriminatif.

4. Menjamin mutu barang dan jasa yang dipasarkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan jasa yang berlaku.

5. Menciptakan peluang bagi konsumen untuk mencoba sejumlah barang dan/atau jasa tertentu serta memberikan garansi dan jaminan atas barang yang diproduksi dan diperdagangkan.

Bundling dikatakan bukan merupakan *tying* kecuali ada pembatasan bagi konsumen dalam memilih produk secara terpisah dengan kata lain ada paksaan untuk membeli yang dialami konsumen. Ada pula yang mengatakan bahwa *tying* baru ada jika suatu produk diikatkan pada produk lain yang memiliki kekuatan pasar. Jika salah satu produk yang di *bundling* tersebut memiliki kekuatan pasar maka akan terjadi persaingan tidak sehat dan berpotensi menimbulkan monopoli²⁵. Sampai pada titik ini dapat dipahami bahwa penjualan secara *bundling* bukan merupakan hal yang dilarang secara mutlak. Pedoman yang dipakai dalam menilai strategi *bundling* yang diterapkan adalah terpisah dalam satu paket dengan harga diskon, tanpa adanya integrasi dua produk tersebut, sedangkan *product bundling* diartikan sebagai integrasi dan penjualan 2 (dua) atau lebih produk yang terpisah dengan harga tertentu, sedangkan dari bentuknya, *bundling* dapat dibedakan menjadi 2 (dua) jenis yaitu *pure bundling* dan *mix bundling*. *Pure bundling* merujuk pada penjualan 2 (dua) atau lebih produk hanya dalam bentuk *bundle*, sedangkan *mix bundling* merujuk pada praktik penjualan 2 (dua) atau lebih produk dalam bentuk *bundle* atau dapat pula tidak dalam bentuk *bundle* artinya produk tersebut dapat dijual secara individual. *Pure budbling* sering pula disebut *tying*, yaitu adanya kewajiban bagi pembeli suatu produk untuk membeli produk lain yang dikaitkan ke produk utama tersebut dengan melebihi harga eceran yang ditetapkan, seperti suatu harga yang eceran yang telah ditetapkan Pemerintah. Menurut *European Commision dan US Antitrust Law*²⁶.

Berdasarkan pengertian PMH dari para ahli dan unsur-unsur terpenuhinya PMH, penetapan harga oleh pelaku usaha yang dengan sengaja melakukan praktik *bundling*, agar haknya terpenuhi yang menimbulkan adanya kerugian bagi konsumen merupakan PMH. Praktik *bundling* yang dilakukan oleh pelau usaha ini adalah dengan sengaja oleh

²⁴ Celina Tri Siswi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Sinar Grafika, 2014, h. 69

²⁵ Harianana Hameria Lumban, 'Diponogoro Law Review', vol V (2016), hlm 4

²⁶ James Ponsoldt, 'Northwestern Journal of Internasional Law and Business', vol 27 (2007), h. 425

pelaku usaha. Oleh karena perbuatan ini menimbulkan kerugian pada konsumen sehingga dapat dikatakan pelaku usaha telah melanggar hak-hak konsumen itu sendiri.

E. Kerugian Konsumen Atas Tindakan *Bundling* Yang Dilakukan Oleh Pelaku Usaha

Hal yang Dilarang dilakukan oleh Pelaku Usaha yang mengakibatkan kerugian bagi Konsumen sesuai dengan yang diatur dalam KUH Perdata dalam Undang-Undang Nomor 10 Pasal 8 UUPK, Menerangkan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai : a. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa; b. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa; c. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa; d. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan; e. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pelaku usaha juga dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu.

Selanjutnya, Pasal 1328 KUH Perdata menjelaskan bahwa: “bila penipuan Penipuan merupakan suatu alasan untuk membatalkan suatu persetujuan, yang dipakai oleh salah satu pihak adalah sedemikian rupa, sehingga nyata bahwa pihak yang lain tidak akan mengadakan perjanjian itu tanpa adanya tipu muslihat. Penipuan tidak dapat hanya dikira-kira, melainkan harus dibuktikan”.

Perikatan yang dibuat dengan paksaan, penyesatan atau penipuan, menimbulkan tuntutan untuk membatalkannya. Maka dari itu, jika kegiatan jual-beli yang Anda lakukan berdasarkan penipuan, maka, menurut hemat kami, perjanjian jual-beli tersebut dapat dibatalkan.

F. Kerugian Akibat Tindakan *Bundling*

Menurut Stefan Strernersch dan Gerard J. Tellis sebagaimana dikutip oleh Indirani Wauran-Wicaksono dalam artikel Aktivitas Bancassurance menerangkan bahwa :

(1) Adakah Praktik *Bundling* yang Melanggar Hukum Persaingan Usaha seperti Penjualan Produk Minyakita (Dalam Contoh Kasus Penelitian ini) harus dibeli dengan produk lain yaitu produk yang kurang laku dipasaran

(2) *Bundling* dalam uraian sebelumnya adalah penjualan dua atau lebih produk yang berbeda dalam satu paket. Maksud dari produk yang berbeda adalah setiap produk yang dijual secara *bundling* pada dasarnya memiliki pangsa pasar sendiri, artinya konsumen dimungkinkan membeli masing-masing produk secara terpisah apabila produk tersebut tidak dijual secara *bundling*.

G. Kerugian Menurut KUHPerdata

Ricardo Simanjuntak dalam bukunya Teknik Perancangan Kontrak Bisnis (hal. 123) menyatakan bahwa keempat syarat diatas dapat dibagi dalam 2 bagian. Syarat pada poin 1 dan 2 menyangkut subjek (orang) dari perjanjian tersebut sehingga apabila tidak terpenuhi, maka perjanjian dapat dibatalkan. Syarat pada poin 3 dan 4 menyangkut objek (prestasi) perjanjian dan tidak terpenuhinya syarat tersebut akan membuat perjanjian batal demi hukum.

Perikatan yang dibuat dengan paksaan, penyesatan atau penipuan, menimbulkan

tuntutan untuk membatalkannya. Maka dari itu, jika kegiatan jual-beli yang Anda lakukan berdasarkan penipuan, maka, perjanjian jual-beli tersebut dapat dibatalkan.

H. Penyelesaian Sengketa

Pasal 45 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 1999 menerangkan, tanggung Jawab Berdasarkan Perbuatan Melawan Hukum bahwa : Perbuatan melawan hukum diatur dalam Pasal 1365 KUHPerdota menentukan bahwa perbuatan yang dilakukan dengan sengaja atau pun dilakukan karena kurang hati-hati atau kealpaan memiliki akibat hukum yang sama, yaitu pelaku tetap bertanggung jawab mengganti seluruh kerugian yang diakibatkan dari perbuatan melawan hukum yang dilakukannya. yakni tiap perbuatan melawan hukum dan mambawa kerugian terhadap orang lain, mewajibkan orang yang melakukan kerugian itu karena kesalahannya untuk mengganti kerugian tersebut. Artinya jika perbuatan melanggar hukum tersebut dapat dituntut pertanggung jawabannya.

Adapun secara umum terdapat prinsip tanggung jawab dalam hukum perlindungan konsumen, yaitu:

1. Prinsip tannggung jawab berdasasarkan kelalaiaan / kesalahan (*negligence*).
2. Prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi (*breach of warranty*)
3. Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict product liability*)

I. Kewajiban Pelaku Usaha

Kewajiban pelaku usaha dalah sebagai berikut :

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha.
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar serta jujur dan tidak diskriminatif.
4. Menjamin mutu barang dan/ atau jasa yang diproduksi dan yang diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang yang berlaku.
5. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan mencoba barang atau jasa tertentu serta memberikan jaminan garansi atas barang yang dibuat atau diperdagangkan
6. Memberikan kompensasi ganti rugi atau penggantian atas barang akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan jasa yang diperdagangkan.
7. Memberikan kompensasi, ganti kerugian atau penggantian apabila barang yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian sebelumnya.

J. Kerugian Konsumen Atas Tindakan *Bundling* Yang Dilakukan Oleh Pelaku Usaha

Penyelesaian sengketa yang dapat dilakukan konsumen terhadap pelaku usaha yang tidak beritikad baik dalam melakukan jual beli secara *bundling* adalah, dalam Pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 KUHPerdota menerangkan bahwa :

1. Konsumen dapat menggugat pelaku usaha melalui Lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha melalui peradilan yang ada

di lingkungan peradilan umum.

2. Proses penyelesaian sengketa dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan puluhan sukarela para pihak yang bersengketa. Dalam hal penyelesaian diluar pengadilan.

3. Jika telah dipilih Upaya penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila Upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil atau salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Berdasarkan uraian diatas jika pelaku usaha tidak melakukan itikad baiknya atau tanggung jawabnya menjual barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku, maka barang tersebut dengan orang lain beserta bunling dari pembeli tersebut, maka konsumen memiliki hak untuk menggugat atau melaporkan pelaku usaha, baik di dalam maupun diluar pengadilan. Terhadap sengketa antara konsumen dan pelaku usaha Undang-Undang perlindungan konsumen, telah memberikan sarana bagi konsumen untuk menuntut haknya bila dirugikan oleh pelaku usaha melalui penyelesaian sengketa lewat peradilan dan penyelesaian sengketa diluar pengadilan.

Tanggung jawab penjual dalam transaksi jual beli adalah memberikan pelayanan, memberikan informasi produk secara jujur, dan menjamin tidak adanya itikad baik dengan tidak melakukan sistem bundling yang merugikan konsumen/ pembeli, dan termasuk juga memberikan kompensasi atau ganti rugi produk yang bermasalah. Sesuai yang diatur dalam Pasal 9 Ayat 1 huruf a UUPK yaitu, pelaku usaha dilarang menawarkan atau mempromosikan suatu barang secara tidak benar yaitu dengan melanggar ketentuan yang berlaku seperti penetapan harga jual eceran melewati apa yang telah ditetapkan, seperti adanya penetapan harga jual Produk eceran suatu produk yang telah ditetapkan harga jual satuannya oleh Pemerintah.

KESIMPULAN

Pelaku usaha sering melanggar hak konsumen seperti pada kasus yang dibahas dalam penulisan ini sebagaimana tertuang dalam Pasal 4 Undang- Undang perlindungan konsumen selanjutnya disebut UUPK, yang menegaskan bahwa konsumen memiliki hak memilih barang dan mendapatkan barang dan/jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang telah diperjanjikan. Selain itu dalam pasal yang sama pula menyatakan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengosumsi barang. Sehingga dengan adanya penelitian dengan sistem *bundling* yang ditawarkan membuat konsumen tidak nyaman dan kehilangan hak untuk memilih produk yang diinginkan dikarenakan harganya yang sangat berbeda jauh dengan harga yang telah ditetapkan sebelumnya. Praktik *bundling* yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam jual beli telah menimbulkan perbuatan melawan hukum, karena dalam melakukan transaksi jual beli pelaku usaha harus merujuk pada ketentuan Pasal 7, Pasal 8 dan Pasal 10 UUPK. Praktik penjualan bunling yang bertentangan dengan peraturan hukum yang berlaku, menimbulkan akibat hukum berupa dapat disengketakan pelaku usaha melalui gugatan ke pengadilan atau diselesaikan secara non-litigasi untuk meminta ganti kerugian atas praktik bundling yang dilakukan.

REFERENSI

Jurnal

Adams, W. J. & Janet L. Yellen. "Commodity bundling and the burden of monopoly." *Quarterly Journal of Economics* 90, No. 3. (1976). Hal. 480.

Firatmadi, Agung. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Journal of Business Studies* 2, No. 2. (2017). Hal. 90.

Gaol, H. D. L. "Aspek Hukum Pemanfaatan Sistem Bundling Dalam Pemasaran Produk." *Diponegoro Law Journal* 5, No. 2. (2016): Hal. 8.

Harianana Hameria Lumban, 'Diponogoro Law Review', vol V (2016).

Heri Setiawan, 'Jurnal Sains Pemasaran Indonesia', vol III (2003). Jakarta, 2002

Jalari, Muhammad. "Ateseden Masyarakat Surakarta Terhadap Keputusan Pembelian Koran Solopos." *Jurnal Education and Economics* 2, No. 03. (2019).

James Ponsoldt, 'Northwestern Journal of Internasional Law and Business', vol 27 (2007).

Buku

Celina Tri Siswi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Sinar Elyata Ras Ginting, *Hukum Anti Monopoli Indonesia: Analisis Dan Perbandingan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001

Ghalia Indonesia. Bogor. 2008 Grafika, 2014. Jakarta

Gunawan Widjaja, *Alternatif penyelesaian sengketa*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta

Priansa, Doni Juni. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Jakarta

Royan, Frans M. "Creating Effective Sales Force." Yogyakarta.

Siwi Kristiyanti, Celina Tri. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Sinar Grafika. Jakarta, 2007

Susanto, Happy. *Hak-Hak Konsumen Di Rugikan*. Visimedia. Jakarta. 2008. Marzuki, Peter. *Metode Penelitian Hukum*

Sutedi, Adrian. *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*. University Press. Yogyakarta. 2011.

Online/Word Wide Web

<https://money.kompas.com//temukan-ada-distributor-yang-bundling-minyakita-kppu-praktek-persaingan-usaha-tidak-sehat>

Derdenger, T., & Kumar, V. (2013). *The Dynamic Effects of Bundling as a Product Strategy Marketing Science*. <https://doi.org/10.1287/mksc.2013.0810>