

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan jual beli merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia untuk memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari¹. Sebagai salah satu bentuk perjanjian yang paling tua dan paling banyak dilakukan dalam masyarakat,² jual beli diatur dalam Pasal 1457 KUHPerdara sebagai suatu perjanjian dimana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah diperjanjikan.³

Jual beli memiliki beberapa sifat khusus yang membedakannya dari perjanjian lainnya. *Pertama*, bersifat konsensual, artinya perjanjian mengikat sejak tercapainya sepakat. *Kedua*, bersifat bilateral dimana penjual berkewajiban menyerahkan barang dan pembeli berkewajiban membayar harga. *Ketiga*, bersifat *onerous* karena kedua pihak memikul beban kewajiban. *Keempat*, bersifat *commutative*, prestasi yang diberikan masing-masing pihak sebanding nilainya.⁴

¹ Achmad Ali, *Menguak Tabir Hukum*, Chandra Pratama, Jakarta, 1996, hlm. 45.

² Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hlm. 234.

³ R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, PT. Intermasa, Jakarta, 2002, hlm. 79.

⁴ *Ibid.*, hlm. 82.

Perkembangan teknologi dan perubahan pola konsumsi masyarakat telah melahirkan berbagai inovasi dalam dunia perdagangan, salah satunya adalah sistem *bundling*. *Bundling* adalah praktik penjualan dimana beberapa produk atau jasa dijual sebagai satu paket dengan harga yang umumnya lebih rendah dibandingkan jika dibeli secara terpisah. Sistem ini telah menjadi strategi pemasaran yang sangat diminati pelaku usaha karena dapat meningkatkan nilai penjualan dan memberikan kepuasan konsumen.

Fenomena *bundling* dalam transaksi jual beli modern menimbulkan kompleksitas baru dalam hubungan hukum antara penjual dan pembeli. Berbeda dengan transaksi jual beli konvensional yang melibatkan satu produk, *bundling* melibatkan beberapa produk sekaligus dalam satu kesatuan transaksi. Hal ini menimbulkan pertanyaan mendasar tentang bagaimana tanggung gugat penjual ketika salah satu atau beberapa komponen dalam paket *bundling* tersebut mengalami kerusakan atau tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

Praktik *bundling* seringkali menimbulkan kerugian bagi konsumen karena mereka dipaksa membeli produk yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Praktik *bundling* seringkali menimbulkan kerugian bagi konsumen karena mereka dipaksa membeli produk yang sebenarnya tidak dibutuhkan. menunjukkan bahwa praktik *bundling* yang memaksa konsumen bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK) karena mengurangi

kenyamanan berbelanja, mengabaikan hak untuk memilih, hak atas keamanan, serta hak memperoleh informasi jujur.⁵ Kondisi ini menciptakan ketidakseimbangan dalam hubungan kontraktual antara pelaku usaha dan konsumen.

Perjanjian *bundling* dalam konteks Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disebut KUHPerdata), dapat dikategorikan sebagai perjanjian campuran karena menggabungkan beberapa objek perjanjian dalam satu kesepakatan. Keabsahan perjanjian *bundling* tetap harus memenuhi syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata, yaitu: sepakat mereka yang mengikatkan dirinya, kecakapan untuk membuat suatu perikatan, suatu hal tertentu, dan suatu sebab yang halal. Namun, dalam praktiknya, perjanjian *bundling* menimbulkan kompleksitas hukum khususnya terkait dengan unsur "sepakat" dan "hal tertentu" karena melibatkan beberapa objek sekaligus yang tidak selalu diinginkan oleh pembeli.

Wauran menjelaskan bahwa dalam praktik perbankan, *bundling* dikenal sebagai *pure product bundling* atau *tying*, yaitu praktik dimana konsumen hanya dapat membeli produk A jika sekaligus membeli produk B.⁶ Praktik ini berbeda dengan *mixed bundling* dimana konsumen masih

⁵ Rohaedi *et al.*, "Legal Review of Consumer Rights in Product Sales Through the Bundling System", JUSTISI, Edisi No. 2 Vol. 11, 2025, hlm. 368, terdapat dalam <https://doi.org/10.33506/js.v11i2.3952>

⁶ Wauran, Indirani, "Aktivitas Bancassurance dalam Dunia Perbankan: Adakah Praktik Bundling yang Melanggar Hukum Persaingan Usaha?", *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum*, Edisi No. 1 Vol. 9, 2015, hlm. 77-90, terdapat dalam <https://doi.org/10.24246/jrh.2015.v9.i1.p77-90>

diberi pilihan untuk membeli produk secara terpisah meskipun dengan harga yang lebih mahal. Perbedaan jenis *bundling* ini memiliki konsekuensi hukum yang berbeda, terutama dalam konteks perlindungan konsumen dan persaingan usaha.

Praktik *bundling* menimbulkan konsekuensi hukum yang kompleks karena bersinggungan dengan beberapa aspek hukum sekaligus. Pertama, dari aspek hukum perjanjian dalam KUHPerdara, *bundling* dapat bermasalah pada unsur kesepakatan bebas. Jika konsumen dipaksa membeli produk yang tidak diinginkan sebagai syarat untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan, maka kesepakatan tersebut dapat dianggap cacat karena mengandung unsur paksaan ekonomi.

Kedua, dari aspek hukum perlindungan konsumen, praktik *bundling* yang memaksa konsumen berpotensi melanggar beberapa ketentuan dalam UUPK. Praktik *bundling* yang memaksa konsumen bertentangan dengan UUPK karena mengurangi kenyamanan berbelanja, mengabaikan hak untuk memilih, hak atas keamanan, serta hak memperoleh informasi jujur. Pelaku usaha yang melanggar ketentuan ini dapat dikenai sanksi administratif berupa ganti rugi, pencabutan izin usaha, hingga sanksi pidana sebagaimana diatur dalam UUPK.

Ketiga, dari aspek hukum persaingan usaha, *bundling* dapat dikategorikan sebagai perjanjian tertutup yang dilarang dalam Pasal 15 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli

dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (selanjutnya disingkat UU Persaingan Usaha). Pelaku usaha yang menerapkan sistem *bundling* harus mengacu pada ketentuan Pasal 7, Pasal 8, dan Pasal 10 UUPK dalam melaksanakan transaksi jual beli.⁷ Pasal 15 ayat (2) UU Persaingan Usaha melarang pelaku usaha membuat perjanjian yang mewajibkan pihak penerima barang atau jasa tertentu untuk bersedia membeli barang atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok.

Pelanggaran Pasal 15 UU Persaingan Usaha, KPPU menggunakan pendekatan *rule of reason*, bukan *per se illegal*.⁸ Artinya, tidak semua praktik *bundling* otomatis dianggap melanggar hukum. KPPU akan menilai dampak praktik tersebut terhadap persaingan usaha, termasuk mempertimbangkan posisi dominan pelaku usaha, hambatan masuk pasar bagi kompetitor, dan dampak terhadap konsumen.

Fakta hukum terkait praktik *bundling* menunjukkan bahwa meskipun tidak terjadi kekosongan hukum yang bersifat absolut, namun terdapat kekosongan hukum relatif yang perlu diperhatikan.⁹ Kekosongan hukum relatif tersebut meliputi *pertama*, belum adanya definisi yuridis yang tegas mengenai *bundling*. *Kedua*, tidak adanya batasan objektif untuk

⁷ Victoria Kania *et al.*, "Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Terhadap Sistem *Bundling* Dalam Jual Beli", *PATTIMURA Law Study Review*, Vol. 3 No. 1, 2025, hlm. 15 terdapat dalam <https://doi.org/10.47268/palasrev.v3i1.19709>

⁸ Nugraha, B. W., *et al.*, "Relevansi Tying dan Bundling dengan Praktek Monopoli Penjualan Pelumas Kendaraan Bermotor dalam Dugaan Praktek Persaingan Usaha yang Tidak Sehat (Studi Kasus Putusan KPPU Nomor 31/KPPU-I/2019)", *Brawijaya Law Student Journal*, 2022, terdapat dalam <https://hukum.studentjournal.ub.ac.id/index.php/hukum/article/view/4884>

⁹ Bella Febriyani Sudarman, "Penggunaan Perjanjian Bundling di Indonesia Ditinjau dari Segi Hukum Persaingan Usaha", Skripsi, Universitas Brawijaya, 2020, hlm. 45.

menentukan kapan *bundling* dianggap efisien (diperbolehkan) atau kapan dianggap merugikan (melanggar). *Ketiga*, belum adanya pengaturan teknis dan kriteria objektif yang jelas untuk menentukan kapan *bundling* dianggap melanggar hukum. *Keempat*, belum ada ketentuan mengenai bentuk tanggung jawab pelaku usaha yang proporsional atas kerugian yang dialami konsumen; kelima, belum ada kejelasan mengenai penentuan tanggung gugat penjual (pelaku usaha) ketika terjadi sengketa dengan pembeli (konsumen),¹⁰ dan *keenam*, belum adanya pengaturan mengenai batasan-batasan praktik yang diperbolehkan, kewajiban pelaku usaha, hak-hak konsumen, dan mekanisme penyelesaian sengketa yang timbul dari perjanjian *bundling*.¹¹

Adanya fakta hukum praktik *bundling* ini dapat dilihat melalui dua kasus konkret yang terjadi di Indonesia. *Pertama*, kasus minyak goreng "MinyaKita" yang diselidiki KPPU pada tahun 2022-2023. KPPU menemukan dugaan produk "MinyaKita" diperdagangkan di beberapa wilayah dengan menggunakan skema penjualan bersyarat atau *bundling*.

KPPU melakukan penyelidikan atas dugaan praktik penjualan bersyarat "MinyaKita" yang mewajibkan pembelian produk lain milik produsen atau distributor atau pengecer, seperti margarin, minyak goreng

¹⁰ Bella Febriyani Sudarman, "Penggunaan Perjanjian Bundling di Indonesia Ditinjau dari Segi Hukum Persaingan Usaha", *Skripsi*, Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, 2020, hlm. 5

¹¹ Gaol, H. D. L., "Aspek hukum pemanfaatan sistem *bundling* dalam pemasaran produk", *Diponegoro Law Journal*, Edisi No. 2 Vol. 5, 2016, hlm. 2 terdapat dalam <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/dlr/article/view/10889/10565>

kemasan premium, sabun cuci, tepung terigu, dan sebagainya. Praktik *bundling* ini terjadi di berbagai ritel modern dan toko fisik. Konsumen dipaksa membeli produk tambahan seperti margarin, sabun cuci, atau tepung terigu untuk dapat membeli "MinyaKita" sesuai Harga Eceran Tertinggi (HET).

Namun, putusan yang dibacakan KPPU tidak menyatakan secara eksplisit bahwa pelaku usaha melanggar Pasal 15 ayat (2) UU Persaingan Usaha terkait *bundling*. Yang terbukti adalah pelanggaran Pasal 19 huruf c UU Persaingan Usaha yaitu tentang pembatasan peredaran/penjualan. Hal ini membuktikan bahwa untuk mengarah kepada perbuatan *bundling* sebagai perjanjian bersyarat belum cukup kuat untuk dijerat dengan pelanggaran Pasal 15, dan juga belum ada bukti "kesepakatan" yang mencukupi untuk memenuhi unsur perjanjian tertutup atau bersyarat. Di sisi lain terkait tanggung gugat, meskipun KPPU telah menjatuhkan sanksi administratif/pidana (denda) dalam perkara persaingan usaha, namun untuk aspek tanggung gugat perdata masih belum dapat dipenuhi dan membutuhkan ruang analisis yang lebih dalam, mengingat dalam kasus "MinyaKita" unsur *bundling* tidak terbukti secara tegas.

Adanya fakta hukum kasus *bundling* ini dalam dua kasus konkret yang terjadi di Indonesia. *Pertama*, kasus minyak goreng "MinyaKita" yang diselidiki KPPU pada tahun 2022-2023. KPPU menemukan dugaan produk

“Miyakita” diperdagangkan di beberapa wilayah dengan menggunakan skema penjualan bersyarat atau *bundling*.¹²

KPPU melakukan penyelidikan atas dugaan praktik penjualan bersyarat “Minyakita” yang mewajibkan pembelian produk lain milik produsen atau distributor atau pengecer, seperti margarin, minyak goreng kemasan premium, sabun cuci, tepung terigu, dan sebagainya. Praktik *bundling* ini terjadi di berbagai ritel modern dan toko fisik. Konsumen dipaksa membeli produk tambahan seperti margarin, sabun cuci, atau tepung terigu untuk dapat membeli “MinyaKita” sesuai Harga Eceran Tertinggi (HET).

KPPU mengidentifikasi indikasi penjualan bersyarat terhadap “Miyakita” di lapangan, namun putusan yang dibacakan KPPU tidak menyatakan secara eksplisit pelaku usaha melanggar Pasal 15 ayat (2) UU Persaingan Usaha terkait *bundling*, dan yang terbukti adalah pelanggaran Pasal 19 huruf c UU Persaingan Usaha yaitu tentang pembatasan peredaran/penjualan. Hal ini membuktikan bahwa untuk mengarah kepada perbuatan *bundling* sebagai perjanjian bersyarat belum cukup kuat untuk dijerat pelanggaran Pasal 15, dan juga belum ada bukti “kesepakatan” yang mencukupi untuk memenuhi perjanjian tertutup atau bersyarat. Di sisi lain terkait tanggung gugat, meskipun KPPU telah menjatuhkan sanksi administrasi/pidana (denda) dalam perkara persaingan usaha, namun untuk

¹² KPPU: Penjualan Minyak Goreng dengan Sistem Bundling Rugikan Masyarakat", Bisnis Tempo, 11 Maret 2022, terdapat dalam <https://bisnis.tempo.co>, Diakses tanggal 2 Oktober 2025

aspek tanggung gugat perdata masih belum dapat dipenuhi dan membutuhkan ruang analisis yang lebih dalam mengingat kasus “Minyakita” unsur *bundling* tidak terbukti.

Kasus tersebut menunjukkan problem hukum terkait kriteria atau definisi *bundling* yang sebenarnya seperti apa dan bagaimana mengingat bukti-bukti yang ada sudah mengindikasikan mengarah ke praktik *bundling*, serta terkait juga apa dan bagaimana tanggung gugat konsumen yang mengalami kerugian atas dugaan praktik *bundling* pelaku usaha. Kondisi ini menciptakan ketidakseimbangan dalam hubungan kontraktual antara pelaku usaha dan konsumen.¹³

Jual beli dengan sistem *bundling* adalah sah secara hukum sepanjang memenuhi ketentuan Pasal 1320 KUHPerdata.¹⁴ Praktik *bundling* juga harus mematuhi ketentuan perlindungan konsumen, yaitu tidak boleh ada paksaan untuk membeli barang tambahan, informasi tentang produk *bundling* harus jelas, jujur, dan transparan, serta konsumen idealnya diberi pilihan, apakah membeli secara *bundling* atau individual. Jika ketentuan tersebut dilanggar, maka perjanjian *bundling* dapat dianggap cacat secara hukum dan berpotensi batal atau dapat dibatalkan oleh konsumen.

¹³ Rohaedi *et al.*, "Legal Review of Consumer Rights in Product Sales Through the Bundling System", *JUSTISI*, Vol. 11 No. 2, 2025, hlm. 369 terdapat dalam <https://doi.org/10.33506/js.v11i2.3952>

¹⁴ Alfarizi, Willy and Prakoso, Andria Luhur, Keabsahan Jual Beli Online dengan Sistem Bundling, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, 2025

Berdasarkan uraian di atas, penelitian tentang "**Praktik Penjualan Paket *Bundling* Sebagai Bentuk Pelanggaran Persaingan Usaha Tidak Sehat**" menjadi sangat relevan untuk memberikan kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi *bundling*, sekaligus mendukung terciptanya iklim usaha yang sehat dan perlindungan konsumen yang optimal.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah praktik penjualan paket *bundling* yang dilakukan pelaku usaha dapat dikategorikan bentuk pelanggaran persaingan usaha tidak sehat?
2. Bagaimana bentuk tanggung gugat pelaku usaha atas kerugian yang ditimbulkan, baik menurut hukum persaingan usaha maupun konsep perbuatan melawan hukum (PMH) dalam KUHPerdara?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang akan diteliti maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis apakah praktik penjualan paket *bundling* yang dilakukan pelaku usaha dapat dikategorikan sebagai bentuk pelanggaran persaingan usaha tidak sehat.

2. Untuk menganalisis bentuk tanggung gugat pelaku usaha atas kerugian yang ditimbulkan, baik menurut hukum persaingan usaha maupun konsep perbuatan melawan hukum (PMH) dalam KUH Perdata.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teori

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu hukum, khususnya dalam menganalisis praktik *bundling* sebagai dugaan pelanggaran persaingan usaha tidak sehat dan konsep tanggung gugat pelaku usaha dalam transaksi paket *bundling*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur hukum persaingan usaha dan hukum perlindungan konsumen, khususnya dalam memberikan landasan teoritis tentang karakteristik khusus perjanjian *bundling* yang berbeda dengan jual beli konvensional. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademis bagi pengembangan regulasi perlindungan konsumen dan persaingan usaha dalam era perdagangan modern.

2. Secara Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat praktis bagi berbagai pihak:

- a. Bagi pelaku usaha

- 1) Memberikan panduan hukum yang jelas dalam menerapkan strategi *bundling* agar tidak melanggar ketentuan perundang-undangan, khususnya UU Persaingan Usaha dan UUPK.

- 2) Membantu pelaku usaha memahami batas-batas tanggung gugat mereka dalam penjualan paket *bundling* sehingga dapat meminimalisir risiko hukum.
 - 3) Mengurangi potensi sengketa dengan konsumen melalui pemahaman yang tepat tentang kewajiban hukum dalam praktik *bundling*.
- b. Bagi konsumen
- 1) Meningkatkan pemahaman konsumen tentang hak-hak mereka dalam transaksi *bundling* berdasarkan UUPK.
 - 2) Memberikan dasar hukum yang kuat bagi konsumen untuk menuntut tanggung gugat pelaku usaha ketika mengalami kerugian akibat praktik *bundling*.
 - 3) Memperkuat posisi konsumen dalam menghadapi praktik *bundling* yang tidak sehat dan merugikan.
- c. Bagi aparat penegak hukum dan regulator
- 1) Menyediakan acuan hukum bagi hakim dalam menangani sengketa *bundling*.
 - 2) Memberikan panduan bagi KPPU dalam menilai praktik *bundling* yang melanggar hukum persaingan usaha
 - 3) Membantu pemerintah dalam merumuskan regulasi yang lebih komprehensif tentang praktik *bundling*

d. Bagi peneliti selanjutnya

- 1) Menjadi referensi untuk penelitian lanjutan tentang aspek hukum *bundling* dalam berbagai sektor industri seperti *e-commerce*, telekomunikasi, dan perbankan.
- 2) Memberikan kerangka metodologi penelitian hukum normatif untuk kajian praktik perdagangan modern.

E. Orisinalitas Penelitian

Peneliti memastikan bahwa penelitian tentang " Analisis Terhadap Dugaan Praktik Penjualan Paket *Bundling* Sebagai Bentuk Pelanggaran Persaingan Usaha Tidak Sehat" adalah karya asli dan tidak menyalin penelitian lain. Namun, peneliti menemukan beberapa studi yang serupa diantaranya:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Judul, dan Tahun	Fokus Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Ini
1	Victoria Kania, Sarah Selfina Kuahaty, Marselo Valentino Giovani Pariela, "Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Terhadap Sistem <i>Bundling</i> Dalam Jual Beli", 2025	Tanggung jawab hukum pelaku usaha terhadap praktik <i>bundling</i> dalam perspektif perlindungan konsumen	Penelitian ini fokus pada analisis dugaan pelanggaran persaingan usaha tidak sehat dan tanggung gugat pelaku usaha terhadap kerugian konsumen
2	Willy Alfarizi, "Keabsahan Jual Beli Online dengan Sistem <i>Bundling</i> ", 2025	Validitas hukum transaksi <i>bundling</i> online berdasarkan Pasal 1320 KUHPperdata	Penelitian ini mengkaji aspek pelanggaran persaingan usaha dan tanggung gugat, bukan hanya keabsahan kontrak

No	Penulis, Judul, dan Tahun	Fokus Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Ini
3	Rohaedi, R.A.U., Suparto, S., & Gultom, E., "Legal Review of Consumer Rights in Product Sales Through the <i>Bundling</i> System", 2025	Hak-hak konsumen dalam penjualan <i>bundling</i> dan mekanisme perlindungannya	Penelitian ini menganalisis praktik <i>bundling</i> sebagai dugaan pelanggaran persaingan usaha tidak sehat berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999
4	Nugraha, B.W., Widhiyanti, H.N., & Nurhayati, P.I., "Relevansi Tying dan <i>Bundling</i> dengan Praktek Monopoli", 2022	Praktik tying dan <i>bundling</i> dalam perspektif hukum persaingan usaha (studi kasus PT. AHM)	Penelitian ini mengkaji praktik <i>bundling</i> secara umum dan tanggung gugat pelaku usaha terhadap kerugian konsumen, tidak terbatas pada studi kasus tertentu
5	Indirani Wauran, "Aktivitas Bancassurance dalam Dunia Perbankan: Adakah Praktik <i>Bundling</i> yang Melanggar Hukum Persaingan Usaha?", 2015	Praktik <i>bundling</i> dalam industri perbankan dan asuransi dari perspektif hukum persaingan usaha	Penelitian ini mengkaji praktik <i>bundling</i> dalam konteks umum lintas sektor dan menganalisis tanggung gugat pelaku usaha terhadap kerugian konsumen
6	Bella Febriyani Sudarman, "Penggunaan Perjanjian <i>Bundling</i> di Indonesia Ditinjau dari Segi Hukum Persaingan Usaha", 2020	Kekosongan hukum dalam pengaturan perjanjian <i>bundling</i> dan dampaknya terhadap persaingan usaha	Penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi kekosongan hukum, tetapi juga menganalisis tanggung gugat pelaku usaha dan memberikan solusi hukum terhadap kerugian konsumen

Berdasarkan analisis penelitian terdahulu, penelitian berjudul “Dugaan Praktik Penjualan Paket *Bundling* Sebagai Bentuk Pelanggaran Persaingan Usaha Tidak Sehat” memiliki keunikan tersendiri karena menggabungkan dua aspek hukum sekaligus, yaitu persaingan usaha tidak sehat berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999 dan tanggung gugat pelaku usaha

terhadap kerugian konsumen berdasarkan UUPK dan KUHPerdara. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang hanya meninjau salah satu aspek, penelitian ini mengintegrasikan hukum persaingan usaha, hukum perlindungan konsumen, dan hukum perjanjian untuk memberikan analisis yang lebih menyeluruh tentang praktik *bundling*. Pendekatan ini diharapkan memberi manfaat bagi pelaku usaha agar memahami batas hukum *bundling*, konsumen dalam mengenali haknya, KPPU dalam pengawasan, serta pemerintah dalam merumuskan regulasi yang lebih tegas dan jelas.

F. Landasan Teori

1. Teori Hukum Persaingan Usaha

a. *Rule of Reason* (RoR)

Rule of reason merupakan pendekatan dalam hukum persaingan usaha yang memerlukan analisis mendalam untuk menilai apakah suatu perjanjian atau kegiatan usaha melanggar ketentuan persaingan. Pendekatan ini tidak langsung menyatakan suatu tindakan sebagai pelanggaran, melainkan membutuhkan pembuktian dampak aktual terhadap persaingan di pasar.

Pendekatan *rule of reason* membutuhkan evaluasi mengenai akibat perjanjian atau kegiatan tertentu untuk menentukan apakah dapat menghambat atau mendukung persaingan usaha.¹⁵ KPPU harus melakukan pembuktian dan analisis komprehensif terhadap

¹⁵ Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dalam Teori Praktik Serta Penerapan Hukumnya*, Edisi Pertama, Kencana, Jakarta, 2012, hlm. 1-2.

dampak yang ditimbulkan. Pendekatan ini mengharuskan adanya alat bukti yang kuat untuk membuktikan terjadinya pelanggaran.

Penerapan *rule of reason* melibatkan beberapa tahapan analisis. Pertama, identifikasi pasar yang bersangkutan (*relevant market*) untuk menentukan batasan geografis dan produk yang menjadi objek persaingan. Kedua, analisis struktur pasar dan penguasaan pasar oleh pelaku usaha. Ketiga, pembuktian perilaku anti-kompetitif yang diduga dilakukan. Keempat, evaluasi dampak negatif dan positif dari perilaku tersebut terhadap persaingan.¹⁶

b. *Per Se Illegal* (PsI)

Per se illegal adalah pendekatan yang menyatakan suatu perjanjian atau kegiatan tertentu sebagai perbuatan yang dilarang tanpa perlu dibuktikan lebih lanjut dampak yang ditimbulkan. Pendekatan ini bersifat tegas dan mutlak dalam rangka memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha.¹⁷

Larangan yang bersifat *per se illegal* merupakan larangan yang jelas, tegas, dan mutlak, sehingga tidak memerlukan analisis lebih lanjut mengenai dampak ekonomi yang ditimbulkan. Praktik-praktik tertentu seperti penetapan harga secara horizontal (*price*

¹⁶ Aisyah., et al "Analisa Yuridis Penerapan Prinsip Rule of Reason Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Kasus-Kasus Dugaan Kartel", *Diponegoro Law Journal*, Volume 12, Nomor 3, 2023, hlm. 3.

¹⁷ Racchmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2004, hlm. 81.

fixing) dan kartel umumnya dianggap *per se illegal* karena jelas-jelas merugikan persaingan.¹⁸

2. Konsep *Bundling*

Bundling adalah strategi pemasaran bahwa pelaku usaha menjual beberapa produk atau layanan dalam satu paket dengan harga yang umumnya lebih murah dibandingkan jika produk-produk tersebut dibeli secara terpisah. Dari perspektif hukum Indonesia, *bundling* diatur dalam konteks larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, khususnya dalam Undang-Undang Persaingan Usaha.¹⁹

Evans dan Salinger dalam penelitiannya menjelaskan bahwa praktik *bundling* sering dilakukan untuk mencapai efisiensi, seperti pada kombinasi produk obat pereda nyeri dengan obat flu, adaptor listrik, hingga fitur tambahan pada kendaraan bermotor. *Bundling* berbasis efisiensi ini sulit dideteksi namun memberikan manfaat nyata bagi konsumen.²⁰

Bundling dapat dikategorikan menjadi *pure bundling* dan *mixed bundling*. *Pure bundling* adalah praktik dimana produk hanya tersedia dalam bentuk paket dan tidak dapat dibeli secara terpisah, sementara

¹⁸ Irfan Syauqi Madani, *Urbanisasi, Op.Cit.*, hlm. 491.

¹⁹ Rohaedi et al., "Legal Review of Consumer Rights in Product Sales Through the Bundling System", *JUSTISI*, Vol. 11 No. 2, 2025, hlm. 368 terdapat dalam <https://doi.org/10.33506/js.v11i2.3952>

²⁰ Victoria Kania et al., "Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Terhadap Sistem Bundling Dalam Jual Beli", *PATTIMURA Law Study Review*, Vol. 3 No. 1, 2025, hlm. 15 terdapat dalam <https://doi.org/10.47268/palasrev.v3i1.19709>

mixed bundling memungkinkan konsumen untuk memilih membeli produk secara individual atau dalam bentuk paket dengan harga yang berbeda.²¹ Wauran dalam penelitiannya mengenai *bancassurance* menjelaskan bahwa *pure product bundling* berpotensi menimbulkan isu persaingan usaha karena dapat membatasi pilihan konsumen dan menciptakan ketergantungan pada satu penyedia layanan.²²

3. Teori Tanggung Gugat

a. Tanggung Gugat Berdasarkan Kontrak

Tanggung gugat kontraktual timbul dari pelanggaran terhadap kewajiban yang telah diperjanjikan dalam kontrak. Konteks *bundling*, tanggung gugat ini dapat muncul ketika penjual gagal memenuhi kewajibannya untuk menyerahkan seluruh komponen dalam paket *bundling* sesuai dengan spesifikasi yang diperjanjikan.²³ Kania, Kuahaty, dan Pariela dalam penelitiannya menyatakan bahwa pelaku usaha yang menerapkan sistem *bundling* harus mengacu pada ketentuan Pasal 7, Pasal 8, dan Pasal 10 UUPK dalam melaksanakan transaksi jual beli.²⁴

²¹ David S. Evans dan Michael Salinger, "Why Do Firms Bundle and Tie? Evidence from Competitive Markets and Implications for Tying Law", *Yale Journal on Regulation*, Vol. 22 No. 1, 2005, hlm. 45 terdapat dalam <https://11nq.com/4bmmP>

²² Indirani Wauran, "Aktivitas Bancassurance dalam Dunia Perbankan: Adakah Praktik Bundling yang Melanggar Hukum Persaingan Usaha?", *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 9 No. 1, 2015, hlm. 82 terdapat dalam <https://www.researchgate.net/publication/318595997>

²³ Rohaedi, *et al.*, "Legal Review of Consumer Rights in Product Sales Through the Bundling System", *JUSTISI*, Vol. 11 No. 2, 2025, hlm. 374-376.

²⁴ A. D. Puspitasari dan H. Riofita, "Strategi Pemasaran Product Bundling pada Produk Kosmetik Wardah dalam Meningkatkan Penjualan Produk Retail", *Jurnal Integrasi Pengetahuan Disiplin*, Vol. 5 No. 2, 2024, hlm. 156.

b. Tanggung Gugat Berdasarkan Perbuatan Melawan Hukum

Tanggung gugat berdasarkan perbuatan melawan hukum dalam praktik *bundling* dapat timbul ketika pelaku usaha melakukan tindakan yang bertentangan dengan kewajiban hukum, kesusilaan, atau kehati-hatian dalam masyarakat. Hal ini dapat berupa pemberian informasi yang menyesatkan mengenai produk dalam *bundling* atau pemaksaan pembelian produk yang tidak diinginkan konsumen.²⁵ Salsabila dalam penelitiannya menegaskan bahwa strategi pemasaran menjadi tidak sah apabila pelaku usaha memberikan informasi yang menyesatkan atau tidak lengkap, karena dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen dengan konsekuensi hukum pada aspek perdata maupun pidana.²⁶

4. Perlindungan Konsumen

a. Hak-hak Konsumen Menurut UUPK

Praktik *bundling* seringkali menimbulkan kerugian bagi konsumen karena mereka dipaksa membeli produk yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Arafah menunjukkan bahwa praktik *bundling* yang memaksa konsumen bertentangan dengan perlindungan konsumen karena mengurangi kenyamanan

²⁵ Victoria Kania *et al.*, "Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Terhadap Sistem *Bundling* Dalam Jual Beli", *PATTIMURA Law Study Review*, Vol. 3 No. 1, 2025, hlm. 15 terdapat dalam <https://doi.org/10.47268/palasrev.v3i1.19709>

²⁶ A. Salsabila, "Akibat Hukum Penerapan Strategi Pemasaran Up Selling dalam Transaksi Jual Beli", *Jurnal Ilmu Hukum Universitas Islam Malang*, 2023, hlm. 89.

berbelanja, mengabaikan hak untuk memilih, hak atas keamanan, serta hak memperoleh informasi yang jujur.²⁷ Kondisi ini menciptakan ketidakseimbangan dalam hubungan kontraktual antara pelaku usaha dan konsumen. Hak-hak tersebut meliputi hak atas kenyamanan, keamanan, hak untuk memilih barang, hak atas informasi yang benar dan jujur, serta hak untuk didengar pendapat dan keluhannya.²⁸ Hak untuk memilih dalam konteks *bundling*, menjadi sangat relevan karena konsumen seharusnya tidak dipaksa untuk membeli produk yang tidak diinginkan. Konsumen harus diberikan pilihan, apakah membeli dalam bentuk *bundling* atau secara individual jika memungkinkan.

b. Kewajiban Pelaku Usaha dalam Melindungi Konsumen

Pelaku usaha yang menerapkan sistem *bundling* memiliki kewajiban khusus untuk memastikan bahwa praktik mereka tidak merugikan konsumen.²⁹ Kewajiban utama meliputi penyediaan informasi yang jujur, lengkap, dan transparan mengenai setiap komponen dalam *bundling* serta tidak memaksa konsumen untuk membeli produk tambahan yang tidak diinginkan.³⁰ Pelaku usaha

²⁷ Andi Zohrah Zahiroh Arafah, et.al., "Problematisa Hukum Terhadap Praktik Tying Pada Penjualan Minyak Goreng Minyakita Di Samarinda", *Jurnal Ilmiah "Advokasi"*, Vol. 13, No. 02, 2025, hlm. 486.

²⁸ Rohaedi, *et al.*, "Legal Review of Consumer Rights in Product Sales Through the Bundling System", *JUSTISI*, Vol. 11 No. 2, 2025, hlm. 374-376.

²⁹ Setya Indrawanto, *Merajut Keberlanjutan Usaha: Panduan Hukum Dagang dan Bisnis*, PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa, Jakarta, 2024, hlm. 210.

³⁰ Abdul Atsar dan Rani Apriani, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, Deepublish, Yogyakarta, 2019, hlm. 21.

berkewajiban beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang, serta memperlakukan konsumen secara benar dan jujur tanpa diskriminasi.³¹

G. Definisi Operasional

1. Tanggung Gugat

Tanggung gugat dalam konteks penelitian ini adalah kewajiban hukum yang harus dipikul oleh pelaku usaha untuk memberikan tanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan kepada konsumen akibat praktik *bundling* yang tidak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Tanggung gugat ini mencakup aspek perdata berupa kewajiban memberikan ganti rugi, kompensasi, atau perbaikan atas kerugian yang dialami konsumen, serta aspek pidana berupa sanksi hukum yang dapat dikenakan kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan perlindungan konsumen.³²

Praktiknya, tanggung jawab pelaku usaha meliputi kewajiban untuk memenuhi standar kualitas produk, memberikan informasi yang jujur dan tidak menyesatkan, serta memastikan bahwa praktik *bundling* tidak

³² *Ibid.*, hlm. 14.

merugikan hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 7 dan Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.³³

2. Penjual

Penjual dalam penelitian ini didefinisikan sebagai pelaku usaha yang menyelenggarakan kegiatan usaha dengan menawarkan, mempromosikan, dan menjual produk atau jasa dalam bentuk paket *bundling* kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Berdasarkan Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia,³⁴ baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.³⁵ Pelaku usaha yang menerapkan sistem *bundling* cenderung memanfaatkan posisi dominannya untuk memaksakan pembelian produk secara paket, menetapkan harga tanpa transparansi yang memadai, dan membatasi kebebasan konsumen untuk memilih produk secara individual, sebagaimana diidentifikasi dalam

³³ *Ibid.*, hlm. 15.

³⁴ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2022, hlm. 42.

³⁵ Willy Alfarizi, "Keabsahan Jual Beli Online dengan Sistem Bundling", Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2025, hlm. 15.

berbagai pelanggaran terhadap hak-hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.³⁶

3. Paket *Bundling*

Pelaksanaan sistem *bundling* dalam pemasaran produk barang dan jasa yaitu dengan cara memasarkan produk dalam satu paket. Pelaksanaan sistem *bundling* dalam pemasaran barang dapat dilaksanakan dengan dua cara yaitu produk dijual hanya secara *bundle* atau produk tidak dijual secara terpisah dan dapat juga dengan cara produk dijual dalam bentuk *single product* atau pun produk tersedia dalam bentuk satu paket. Pelaksanaan sistem *bundling* dalam pemasaran jasa dapat dilaksanakan dengan cara jasa-jasa yang saling berkaitan erat satu sama lain dikelompokkan dan ditawarkan dalam satu paket penawaran dengan tujuan agar konsumen merasakan tingkat kepuasan yang maksimal.³⁷ Praktik *bundling* dalam *platform e-commerce* perlu diatur dengan kerangka hukum yang jelas untuk melindungi UMKM dari persaingan tidak sehat dan memastikan transparansi dalam transaksi digital.³⁸

4. Pembeli

³⁶ Rohaedi, *et al.*, "Legal Review of Consumer Rights in Product Sales Through the Bundling System", *JUSTISI*, Vol. 11 No. 2, 2025, hlm. 374-376. terdapat dalam <https://doi.org/10.33506/js.v11i2.3952>

³⁷ H. D. Lumban Gaol, *et al.*, "Aspek Hukum Pemanfaatan Sistem Bundling dalam Pemasaran Produk", *Diponegoro Law Journal*, Vol. 5 No. 2, 2016, hlm. 14.

³⁸ Rahmi Nuraini Puspawardani, *et al.*, "Pengaturan Hukum Pasar Digital dalam Memperkuat Dukungan terhadap UMKM di Platform E-commerce", *Almufi Jurnal Sosial dan Humaniora*, Volume 2 Nomor 1, Almufi, Maret 2025, hlm. 22.

Pembeli dalam penelitian ini merujuk pada konsumen sebagaimana didefinisikan dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.³⁹ Pembeli dalam konteks paket *bundling*, adalah pihak yang menggunakan atau memanfaatkan produk hasil *bundling* untuk kebutuhan konsumsi pribadi, bukan untuk tujuan komersial atau dijual kembali. Konsumen memiliki hak-hak yang dilindungi undang-undang, termasuk hak atas informasi yang benar, hak memilih, hak atas keamanan, dan hak untuk didengar.⁴⁰

H. Metode Penelitian

1. Tipologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif, yaitu penelitian yang menelaah hukum dari sisi aturan tertulis, seperti undang-undang, asas hukum, nilai hukum, dan putusan pengadilan. Metode ini dilakukan dengan menggunakan bahan pustaka atau data.⁴¹

2. Pendekatan Penelitian

³⁹ Willy Alfarizi, *Op. Cit.*, hlm. 18.

⁴⁰ R. A. U. Rohaedi, *et al.*, "Legal Review of Consumer Rights in Product Sales Through the Bundling System", *JUSTISI*, Vol. 11 No. 2, 2025, hlm. 374-376. terdapat dalam <https://doi.org/10.33506/js.v11i2.3952>

⁴¹ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, Ctk. I, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001, hlm. 13-14.

Penelitian ini menggunakan 2 pendekatan utama yang saling melengkapi untuk memberikan analisis komprehensif:

a. Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*)

Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis ketentuan hukum yang relevan dengan praktik *bundling*. Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkut paut dengan isu hukum yang sedang ditangani. Analisis difokuskan pada Pasal 15 ayat (2) dan ayat (3) UU Persaingan Usaha tentang perjanjian tertutup, Pasal 4 tentang hak konsumen, Pasal 7 tentang kewajiban pelaku usaha, dan Pasal 19 tentang tanggung jawab pelaku usaha dalam UUPK, Pasal 1365 KUHPdata tentang perbuatan melawan hukum dan Pasal 1457-1540 KUHPdata tentang jual beli yang menjadi dasar hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen.

b. Pendekatan Kasus (*Case Approach*)

Pendekatan kasus dilakukan dengan menelaah putusan-putusan KPPU yang berkaitan dengan praktik *bundling*. Analisis ini bertujuan untuk melihat bagaimana hukum diterapkan dalam praktik nyata, memahami bentuk tanggung jawab pelaku usaha, dan menilai pertimbangan KPPU dalam menentukan apakah suatu praktik *bundling* termasuk pelanggaran persaingan usaha tidak sehat.

3. Objek Penelitian

Objek penelitian mencakup tiga aspek utama:

a. Ketentuan Hukum tentang Persaingan Usaha dan Perlindungan

Konsumen, meliputi analisis terhadap:

- 1) Pasal 15 UU Persaingan Usaha tentang perjanjian tertutup
- 2) Ketentuan UUPK tentang hak dan kewajiban para pihak
- 3) Pasal 1365 dan Pasal 1457-1540 KUHPdata tentang perbuatan melawan hukum dan jual beli.

b. Praktik Penjualan Paket *Bundling*

Mencakup berbagai bentuk *bundling* yang berkembang di Indonesia, meliputi *pure bundling* (hanya tersedia dalam paket), *mixed bundling* (dapat dibeli terpisah atau dalam paket), dan *tying arrangement* (pembelian satu produk mengharuskan pembelian produk lain) yang diterapkan oleh pelaku usaha.⁴²

c. Tanggung Gugat Pelaku Usaha dalam *Bundling*

Fokus pada mekanisme pertanggungjawaban pelaku usaha ketika terjadi kerugian pada konsumen akibat praktik *bundling*, termasuk aspek ganti rugi dan penyelesaian sengketa.

4. Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder yang diperoleh dari:

a. Bahan Hukum Primer

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

⁴² Willy Alfari, "Keabsahan Jual Beli Online dengan Sistem Bundling", *Skripsi* Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2025, hlm. 15.

- 2) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
- 3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- 4) Peraturan Komisi Nomor 1 Tahun 2019 tentang Tata Cara Penanganan Perkara
- 5) Putusan KPPU No. 31/KPPU-I/2019
- 6) Putusan KPPU Perkara Nomor 15/KPPU-I/2022

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah jurnal ilmiah, makalah dan referensi ilmiah lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya kamus hukum dan terminologi hukum perdagangan, ensiklopedia hukum, database *online* jurnal hukum, media massa dan laporan KPPU terkait praktik *bundling*.

5. Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara:

a. Studi Kepustakaan

Teknik ini dilakukan dengan menelusuri berbagai sumber pustaka seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, peraturan perundang-undangan, serta hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan praktik *bundling*, persaingan usaha, dan perlindungan konsumen. Tujuannya untuk memperoleh dasar teori dan konsep hukum yang relevan dengan topik penelitian.

b. Studi Dokumen

Teknik ini dilakukan dengan menelusuri dokumen hukum seperti UU Persaingan Usaha, UUPK, KUHPdata, Putusan KPPU yang berkaitan dengan praktik *bundling*.

c. Wawancara

Selain data pustaka dan dokumen, juga melakukan wawancara dengan pihak KPPU wilayah VII Yogyakarta untuk memperoleh pandangan praktis dan memastikan keakuratan analisis terkait praktek *bundling*. Teknik-teknik ini dipilih karena sesuai dengan karakter penelitian hukum normatif yang mengandalkan data sekunder berupa bahan hukum primer, sekunder, dan tersier, serta dilengkapi dengan wawancara untuk memperkuat validitas hasil penelitian.⁴³

⁴³ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, Ctk. I, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001, hlm. 24.

6. Analisis Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan tiga tahap:

- a. Tahap pertama: mengumpulkan dan memilah bahan hukum tentang perjanjian tertutup, persaingan usaha tidak sehat, dan tanggung gugat dalam *bundling*.
- b. Tahap kedua: menganalisis apakah *bundling* merupakan pelanggaran persaingan usaha tidak sehat dengan membandingkannya pada Pasal 15 UU Persaingan Usaha, UU Perlindungan Konsumen, serta mengkaji tanggung gugat pelaku usaha saat konsumen mengalami kerugian menggunakan pendekatan *rule of reason* sebagaimana diterapkan dalam putusan-putusan KPPU.⁴⁴
- c. Tahap ketiga: menarik kesimpulan dengan menerapkan hasil analisis pada kasus nyata *bundling* minyak goreng MinyaKita dan pelumas Honda untuk menjawab rumusan masalah.

I. Kerangka Skripsi

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka dan orisinalitas

⁴⁴ Aisyah., et al, "Analisa Yuridis Penerapan Prinsip Rule of Reason Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Kasus-Kasus Dugaan Kartel", *Diponegoro Law Journal*, Vol. 12 No. 3, 2023, hlm. 5.

penelitian, landasan teori, definisi, metode penelitian dan sistematika skripsi.

BAB II: TINJAUAN UMUM TENTANG JUAL BELI, *BUNDLING*, PERLINDUNGAN KONSUMEN, TANGGUNG GUGAT, DAN PERSAINGAN USAHA DAN PERSPEKTIF HUKUM ISLAM.

Bab ini menyajikan landasan teoretis mengenai jual beli berdasarkan KUHPdata, konsep dan jenis *bundling*, serta kerangka hukum perlindungan konsumen (hak dan kewajiban pelaku usaha). Dibahas pula tanggung gugat (kontraktual dan perbuatan melawan hukum) dan analisis mendalam mengenai persaingan usaha tidak sehat melalui UU No. 5 Tahun 1999, khususnya Pasal 15 tentang perjanjian tertutup, termasuk pendekatan *rule of reason* dan *per se illegal* KPPU dalam menilai *bundling*. Pembahasan ini dilengkapi dengan tinjauan mengenai jual beli *bundling* dalam perspektif hukum Islam.

BAB III: PRAKTIK PENJUALAN PAKET *BUNDLING* SEBAGAI BENTUK PELANGGARAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT

Bab ini menjawab kedua rumusan masalah dengan menganalisis kapan praktik *bundling* dapat dikategorikan sebagai pelanggaran persaingan usaha tidak sehat melalui pengujian terhadap Pasal 15 UU Persaingan Usaha dan pelanggaran hak konsumen berdasarkan UUPK dengan kriteria unsur paksaan, posisi dominan pelaku usaha, dampak terhadap persaingan, dan transparansi informasi, serta mengkaji mekanisme tanggung gugat pelaku

usaha terhadap kerugian konsumen meliputi dasar hukum, ruang lingkup pertanggungjawaban, dan mekanisme ganti rugi yang didukung dengan studi kasus minyak goreng MinyaKita dan pelumas Honda untuk memberikan gambaran konkret penerapan hukum dalam praktik *bundling*.

BAB IV: PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan dari hasil analisis terhadap kriteria *bundling* yang melanggar persaingan usaha tidak sehat dan mekanisme tanggung gugat pelaku usaha terhadap kerugian konsumen, serta memberikan saran kepada pelaku usaha untuk menerapkan *bundling* yang transparan, kepada konsumen untuk memahami hak-haknya, kepada KPPU dan pemerintah untuk menyusun pedoman *bundling* yang lebih jelas, dan kepada pembuat undang-undang untuk mempertimbangkan regulasi khusus tentang *bundling* guna mengatasi kekosongan hukum dan menciptakan praktik *bundling* yang adil secara hukum.