

# PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN TERKAIT PENJUALAN PRODUK BARANG PALSU DENGAN BUNDLING SECARA E-COMMERCE

Mira Widiantary, Fakultas Hukum Universitas Udayana,

e-mail: [mirawidiantary@gmail.com](mailto:mirawidiantary@gmail.com)

Putu Devi Yustisia Utami, Fakultas Hukum Universitas Udayana,

e-mail: [deviyustisia@unud.ac.id](mailto:deviyustisia@unud.ac.id)

doi: <https://doi.org/10.24843/KS.2023.v11.i05.p01>

## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menambah pemahaman hukum mengenai aspek hukum penjualan produk barang bundling secara E-Commerce dan memahami perlindungan hukum terhadap konsumen terkait penjualan produk barang palsu dengan bundling secara E-Commerce. Penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konsep yang dianalisa dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Hasil penelitian dari penulisan ini menunjukkan aspek hukum penjualan produk barang bundling secara E-Commerce secara implisit dan eksplisit diatur didalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, dan Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Berdasarkan UU PK diatur dalam Pasal 7, Pasal 8, dan Pasal 10 UU PK. Berdasarkan KUH Perdata tercantum dalam pasal 1320 dan Pasal 1338. Merujuk pada UU Perdagangan diatur dalam pasal 3 huruf j, pasal 65 dan pasal 66. Sedangkan dalam PP PMSE diatur dalam Pasal 13 ayat 1, Pasal 13 ayat 2, dan pasal 18 ayat 1. Perlindungan hukum terhadap konsumen akibat penjualan produk barang palsu dengan Bundling secara E-Commerce didasarkan kepada keberadaan UU PK, UU Perdagangan, UU ITE, dan PP PMSE. Keberadaan UU PK mengatur mengenai hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. UU Perdagangan mengatur kewajiban pelaku usaha, penyelesaian sengketa, dan sanksi administratif. UU ITE mengatur bagian penjualan barang secara E-Commerce melalui sanksi pidana dan sanksi denda. Merujuk pada PP PMSE sebagai *lex specialis* dari peraturan umum sebelumnya dalam memberikan perlindungan konsumen.

**Kata Kunci:** Aspek Hukum, Bundling, Perlindungan Hukum, Konsumen, E-Commerce

## ABSTRACT

This study aims to increase legal understanding of the legal aspects of selling bundling products in E-Commerce and understand legal protection for consumers related to the sale of counterfeit goods products by bundling in E-Commerce. This research uses normative legal research using a statutory approach and a concept approach that is analyzed using descriptive analysis methods. The results of this research show that the legal aspects of selling bundling products in E-Commerce are implicitly and explicitly regulated in Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection, the Civil Code, Law No. 7 of 2014 concerning Trade, and Government Regulation No. 80 of 2019 concerning Trade Through Electronic Systems. Based on the PK Law, it is regulated in Article 7, Article 8, and Article 10 of the PK Law. Under the Civil Code it is listed in article 1320 and Article 1338. Referring to the Trade Law, it is regulated in article 3 letter j, article 65 and article 66. Meanwhile, the PP PMSE is regulated in Article 13 paragraph 1, Article 13 paragraph 2, and article 18 paragraph 1. Legal protection for consumers due to the sale of counterfeit goods products by Bundling on an E-Commerce basis is based on the existence of the PK Law, Trade Law, ITE Law, and PP PMSE. The existence of the PK Law regulates the rights of consumers and the obligations of business actors. The Trade Law regulates the obligations of business actors, dispute resolution, and administrative sanctions. The ITE Law regulates the sale of goods by E-Commerce through criminal

*sanctions and fines. Referring to PP PMSE as a lex specialis from previous general regulations in providing consumer protection.*

**Keywords:** *Legal Aspects, Bundling, Legal Protection, Consumer, E-Commerce*

## **1. Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang**

Globalisasi ekonomi yang terjadi di dunia ini telah menyebabkan dunia bisnis meningkat cepat melalui bisnis online. Bisnis online adalah sistem bisnis digunakan untuk memasarkan produk melalui website dan/atau aplikasi seperti pada *Tokopedia*, *Bukalapak* dan *Shopee* dengan memanfaatkan teknologi internet.<sup>1</sup> Teknologi internet muncul sebagai alat komunikasi elektronik dan informasi yang digunakan masyarakat untuk melakukan kehidupan sehari-hari. Salah satunya adalah Internet yang digunakan oleh masyarakat sebagai alat untuk jual beli barang. Dengan pesatnya perkembangan teknologi ini membawa seseorang individu bahkan masyarakat luas untuk terlibat dalam perdagangan secara online ini.

Penggunaan media elektronik di internet sebagai cara baru untuk melakukan transaksi merupakan respon terhadap kemajuan perdagangan domestik dan internasional. Internet telah memainkan peran yang sangat penting sebagai pelopor dalam pertumbuhan transaksi komersial melalui sarana elektronik yang dikenal sebagai perdagangan elektronik (*E-Commerce*). *Transaksi E-Commerce* adalah aktivitas jual beli yang dilakukan oleh pelaku bisnis dan konsumen untuk menyediakan dan menawarkan produk dan jasa, termasuk penjualan barang kepada konsumen yang menawarkan harga tinggi atau hak tawar menawar atas dunia digital. Merujuk pada ketentuan pasal 1 angka 24 UU No. 7 Tahun 2004 tentang perdagangan, pada pokoknya menentukan bahwa “perdagangan secara *E-Commerce* adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan dengan beberapa alat atau instrumen dan melalui berbagai ketentuan yang berlaku di elektronik”. Sedangkan berdasarkan ketentuan yang termuat di dalam pasal 1 angka 2 PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik pada pokoknya menentukan bahwa “perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan dengan beberapa instrumen dan ketentuan elektronik yang berlaku”. Ketentuan pada ayat 3 pada pokoknya menjelaskan bahwa “sistem elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan atau menyebarkan informasi elektronik”. Di dalam dunia perdagangan Internet banyak digunakan sebagai media komunikasi dalam kegiatan bisnis, karena internet berkontribusi pada efisiensi di dalam dunia bisnis yang banyak digunakan sebagai sarana komunikasi dalam kegiatan bisnis.<sup>2</sup>

Masyarakat sebagai konsumen yang berkeinginan untuk membeli barang atau ikut mengambil bagian dalam perdagangan secara online menganggap bahwa dunia digital untuk dilakukan jualbeli cenderung memiliki suatu karakteristik seperti untuk menghemat waktu dalam memilih barang yang diinginkan bahkan pembeli hanya perlu

---

<sup>1</sup> Dewi, Rai Agustina & I. Nyoman Suyatna. "Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Online." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 4, No. 2. (2018). h. 3

<sup>2</sup> Astuti, Desak Ayu Lila & AA Ngurah Wirasila. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Transaksi *E-Commerce* Dalam Hal Terjadinya Kerugian." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 6, No. 2. (2018). h.3

menunggu dirumah saja.<sup>3</sup> *E-Commerce* mempunyai dua peran bagian dalam jual beli yaitu orang yang memiliki suatu usaha atau pelaku usaha dan pembeli.<sup>4</sup> Permintaan perusahaan perdagangan yang terhubung ke dunia digital semakin meningkat, dan semakin banyak perusahaan perdagangan yang menggunakan layanan dunia digital seperti Shopee sebagai sarana bertransaksi. Banyak orang mengandalkan internet sebagai alat pembayaran. Hal ini dikarenakan masyarakat dapat memilih barang seperti barang atau jasa dengan lebih leluasa termasuk kualitas dan kuantitas produk di Internet.

Keberadaan *E-Commerce* menawarkan solusi yang memiliki keunggulan. Hal ini dikarenakan tidak perlu menghabiskan banyak waktu untuk bepergian ke toko, harga barang yang ditawarkan relatif murah, konsumen dapat mencari dan menelusuri berbagai katalog produk dan layanan operasional 24 jam sehari, konsumen dapat menelusuri beberapa toko online secara bersamaan, mudah untuk memproses pembayaran melalui transfer bank, produk langsung diantar ke rumah, dan harga barang atau jasa relatif lebih murah.<sup>5</sup> Adanya alasan tersebut membuat banyak pedagang atau dealer yang mengubah cara berjualan dari distributor tradisional menjadi distributor modern. Pada distributor modern tidak membutuhkan ruang untuk menyimpan produk produsen untuk dijual ke konsumen akhir, cukup membuat model penjualan online untuk menjual produk sesuai prosedur operasional. Standar (SOP) seperti pada *Tokopedia*, *Bukalapak* dan *Shopee*.

Saat ini, transaksi *E-Commerce* menjadi hal yang harus dicarikan solusi untuk menghindari suatu permasalahan akibat adanya pengaruh yang baik dan buruk. Secara positif, karena keadaan tersebut dapat bermanfaat bagi konsumen untuk memilih dan membeli jenis barang dan jasa dengan bebas. Secara negatif, hal ini dinilai buruk karena kondisi tersebut menggerogoti posisi konsumen bukan pengusaha, sehingga dapat menyebabkan kerugian yang dialami oleh konsumen. Bahkan, jual beli yang dilakukan *E-Commerce* sering menimbulkan berbagai masalah seperti menimbulkan kerugian bagi konsumen karena pelaku usaha dengan sengaja melakukan praktik penjualan secara *E-Commerce* secara tidak jujur dan jujur, terdapat kelalain dari manusia atau kegagalan sistem elektronik, hal tersebut akan membuat memicu konsumen menjadi takut untuk belanja online atau *E-Commerce*.<sup>6</sup>

Namun, tidak semua transaksi di Internet mudah dan dapat bebas masalah. Sekompleks apapun teknologi, ada resiko yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya terutama dalam hal keamanan pembayaran. Selain itu, adanya *E-Commerce* membuat konsumen masih belum mengetahui secara spesifik bentuk barang yang akan dibeli. Konsumen hanya akan membaca produk melalui iklan, tetapi konsumen harus memenuhi kewajiban berupa membayar harga barang dan biaya pengiriman bagi penjual, kondisi ini sebagai suatu posisi yang membuat konsumen cenderung rugi.

Salah satu praktik yang digunakan dalam jual beli secara *E-Commerce* tersebut adalah *bundling*. *Bundling* adalah suatu penjualan barang dengan menggabungkan satu

---

<sup>3</sup> Berata, B. M. B. A & Widiatedja, I. P. "Perlindungan Hukum terhadap Pelaku Usaha Terkait Wanprestasi yang Dilakukan Konsumen dengan Cara Hit and Run." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 4, No. 3. (2016). h. 3

<sup>4</sup> Zein, Yahya Ahmad. "Kontrak Elektronik & Penyelesaian Sengketa Bisnis *E-commerce*. Bandung. Mandar Maju." (2009). h. 3

<sup>5</sup> Sudrajat, Arief. "Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif Pilihan Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya." *Jurnal Paradigma* 4, No. 03. (2016). h. 57

<sup>6</sup> Shidarta. "Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia." Jakarta. PT. Grasindo. (2000). h. 12

atau lebih atau beberapa produk barang menjadi satu dalam paket.<sup>7</sup> Banyaknya minat konsumen untuk membeli produk barang secara *bundling* di *E-Commerce* dengan keuntungan dapat memperoleh harga penjualan yang terjangkau justru dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk menjadi produk barang *bundling* yang tidak memenuhi syarat. Jika diamati, maka terlalu mustahil produk barang *bundling* dijual dan berisikan beberapa barang lalu memiliki harga yang murah ketimbang membeli barang secara satuan. Produk barang *bundling* yang palsu pada dasarnya sebagai penyalahgunaan pemakaian barang dari industri resmi pada produk yang tidak memenuhi kriteria dengan standar industri. Produk barang *bundling* yang dipalsukan tersebut memiliki bentuk yang berbeda dengan produk yang asli, sehingga produk *bundling* tersebut cenderung palsu atau tiruan, bahkan tidak memiliki label BPOM.

Permasalahan lain yang muncul dalam membeli barang secara *E-Commerce* yaitu barang yang dipesan tidak sama seperti yang dilihat di katalog penjualan. Seperti kasus yang dialami oleh keluarga penulis bernama Intan pada bulan Juli Tahun 2018 lalu, peristiwa ini berawal dari keinginan Intan untuk membeli produk kecantikan di salah satu platform *E-Commerce* yaitu *Shopee*. Produk kecantikan tersebut dijual secara *bundling* yang berisikan serum wajah, toner wajah, dan pelembab wajah seharga Rp.480.000,-. Intan telah membeli barang *bundling* dan telah melakukan pembayaran dengan *ShopeePay*, kemudian 4 hari setelah pembayaran barang *bundling* tersebut tiba dirumah, lalu Intan melihat produk *bundling* tersebut, ternyata produk tersebut hanya berisikan toner wajah dan serum wajah. Toner wajah dan serum wajah tersebut memiliki bentuk kemasan yang jauh berbeda seperti di katalog penjualan, yang mana barang tersebut merupakan produk china bukan produk Indonesia seperti yang tertera pada deskripsi penjualan dan setelah dicek melalui website BPOM ternyata serum wajah tersebut tidak BPOM.

Bagi konsumen perlu untuk mengetahui dan memahami bahwa mereka berhak atas perlindungan ketika berhadapan dengan penjual atau produsen dalam transaksi secara *E-Commerce*. Dalam hal konsumen mengalami kerugian yang disebabkan oleh penjual atau produsen, maka konsumen dapat menuntut penjual atau produsen bertanggung jawab. Kerugian yang dialami konsumen menjadi isu perlindungan konsumen yang akhir-akhir ini menarik perhatian masyarakat, karena dalam prakteknya banyak diproduksi oleh produsen barang dengan kualitas rendah.<sup>8</sup>

Berdasarkan UU PK, apabila dicermati terdapat peran dari hukum perlindungan konsumen didasarkan pada refleksi yang lebih dekat pada hukum privat, yang mengatur individu, dan hukum, sedangkan yang mengatur masyarakat dan negara, yaitu hukum publik. Berdasarkan hukum privat diatur di dalam Pasal 4 UU PK terkait hak dan kewajiban daripada konsumen.<sup>9</sup> Sedangkan secara hukum publik menjadi acuan hukum yang digunakan oleh instansi, pemerintah, dan negara dalam melindungi dan menjaga kepentingan subjektif antara pelaku usaha dan konsumen. Hal tersebut tercantum pada pasal 3 yang salah satunya bertujuan untuk meningkatkan martabat konsumen dengan menghindari akses negatif terhadap produk dan layanan.

---

<sup>7</sup> Sternersch, Stefan & Gerard J Tellis. "Strategic Bundling of product Price : A New Synthesis for Marketing." *Journal of Marketing*, (2002). h. 56

<sup>8</sup> Pradnyaswari, I. A. E., & I. Ketut Westra. "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Menggunakan Jasa *E-Commerce*." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 8, No. 5. (2020). h. 759

<sup>9</sup> Devi, K. B. T. L & Dharmawan, N. K. S. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Terkait Cacat Tersembunyi Pada Barang Elektronik Dalam Transaksi Online." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 4, No. 1. (2018). h. 3-4

Ketentuan yang tertuang dalam UU PK sebagai suatu bentuk menjaga keamanan dan melindungi hak-hak dan kewajiban konsumen yang dijamin oleh pemerintah untuk menghindari ketidaksetaraan dan menciptakan rasa keadilan yang seimbang antara pelaku usaha dan konsumen. Namun dalam pasal 4 huruf h terdapat suatu kecaburan norma mengenai tidak sesuainya produk yang diterima terutama jenis penggantian produk yang diganti apabila barang yang diperoleh berbeda, kemudian apa bentuk produk yang dijual memiliki kesamaan dan perbedaan dengan produk yang diperoleh. Jika barang yang dibeli secara *E-Commerce* cenderung berbeda dengan ketentuan di dalam UU PK, maka akan menimbulkan suatu kerugian terhadap konsumen dan membuat hilangnya kepercayaan konsumen yang diberikan kepada penjual.

Terkait transaksi elektronik yang dilakukan, sering terdapat rendahnya kesadaran konsumen yang memilih barang menjadi salah satu penyebab kewajiban dari konsumen tidak dilaksanakan dengan baik sehingga mengakibatkan kerugian. Hal ini disebabkan karena konsumen tidak menggunakan haknya untuk mendapatkan informasi yang jelas saat membeli produk di *E-Commerce*. Untuk mengatasi masalah tersebut, maka diperlukan pemahaman terdapat ketentuan pada UU No. 11 tahun 2018 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), UU No. 7 Tahun 2014 Perdagangan, dan Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dengan melakukan penelusuran yang akurat terhadap ketentuan pasal pada pengaturan hukum tersebut terkait dengan penjualan produk barang secara *E-Commerce*.

Perihal *state of art*, bahwa penulis menemukan penelitian yang ditulis oleh Ni Kadek Ariati dengan judul "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Online".<sup>10</sup> Penelitian tersebut hanya berfokus kepada peranan hukum perlindungan konsumen secara privat yang berkaitan dengan hak dan kewajiban konsumen dan publik yang dimanfaatkan oleh negara seperti kementerian perdagangan yang bertanggung pada perdagangan, serta menjelaskan bahwa UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang belum dapat dijadikan pedoman dalam menangani kasus transaksi secara *e-commerce*. Selanjutnya pada penelitian oleh I Putu Sika Adi Putra dengan judul "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pembeli Barang Online Yang Tidak Sesuai Dengan Yang Ditawarkan".<sup>11</sup> Penelitian tersebut membahas mengenai perlindungan hukum bagi konsumen mengenai barang yang diterima tidak sesuai dengan aplikasi belanja online melalui penegakkan hak dan kewajiban pelaku usaha dan membahas mengenai tanggung jawab pelaku usaha terhadap barang yang tidak sesuai melalui prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan. Kedua penelitian tersebut memiliki penelitian yang berbeda dengan penelitian ini yang cenderung mengarah kepada perlindungan secara hukum bagi pembeli dan bentuk penanggungjawaban oleh pelaku usaha dalam menjual produk barang palsu *Bundling* secara *E-Commerce*. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian yang dilakukan ini akan menjadi penting karena terdapat suatu norma yang kabur terhadap hak-hak konsumen terkait penjualan produk palsu dengan *bundling* secara *E-Commerce*, dapat diamati bahwa penelitian yang diangkat oleh penulis memiliki objek yang baru terkait produk barang palsu dengan *bundling* secara *E-Commerce*,

---

<sup>10</sup> Ariati, Ni Kadek & I. Wayan Suarbha. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Online." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 5, No. 1. (2017). h. 1-5

<sup>11</sup> Putra, I. Putu Sika Adi & I. Gede Artha. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pembeli Barang Online Yang Tidak Sesuai Dengan Yang Ditawarkan." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 8, No. 7. (2020). h. 1072

sehingga topik permasalahan dalam penelitian ini ialah **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Penjualan Produk Barang Palsu Dengan *Bundling* Secara *E-Commerce*”**

### 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana aspek hukum penjualan produk barang *bundling* secara *E-Commerce*?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen terkait penjualan produk barang palsu dengan *Bundling* secara *E-Commerce*?

### 1.3 Tujuan Penulisan

Dalam penulisan yang ditulis melalui penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui aspek hukum penjualan produk barang *bundling* secara *E-Commerce* dan untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen terkait penjualan produk barang palsu dengan *Bundling* secara *E-Commerce*.

## 2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif, yang mengkaji norma hukum sudah jelas atau memiliki pertentangan dan apakah suatu norma telah terlebih dahulu mengatur perbuatan yang hukum yang ada. Penelitian ini menggunakan objek kajian dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Bahan hukum yang digunakan dalam penulisan ini adalah bahan hukum primer dan bahan sekunder. Teknik pengumpulan bahan hukum yang digunakan adalah metode kepustakaan yang menggunakan literatur berupa jurnal ilmiah dan buku-buku yang sesuai dengan permasalahan.<sup>12</sup> Teknik analisis yang digunakan dalam penulisan penelitian ini yaitu analisis deskriptif yang menerangkan secara lebih jelas mengenai pokok bahasan.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1 Aspek Hukum Penjualan Produk Barang *Bundling* Secara *E-Commerce*

Pengertian *bundling* menurut Frans. M. Royan adalah strategi untuk menyatukan dan menyajikan lebih dari dua produk dalam satu tempat dengan yang lebih murah daripada membeli produk satu per satu.<sup>13</sup> Menurut Stremersch, *bundling* merupakan menjual beberapa barang atau produk secara terpisah dalam bentuk paket.<sup>14</sup> Pengertian *bundling* juga dipaparkan oleh Yellen bahwa *bundling* adalah bentuk kegiatan menjual produk atau barang dengan harga yang telah ditentukan melalui bentuk paket.<sup>15</sup> 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*). Berdasarkan penjelasan mengenai konsep *bundling* tersebut, bahwa Tellis juga mengemukakan pendapatnya

---

<sup>12</sup> Ali, Zainuddin. “Metode Penelitian Hukum.” Jakarta. Sinar Grafika. (2021). h. 86

<sup>13</sup> Royan, Frans M. “Creating Effective Sales Force.” Yogyakarta. Andi Offset. (2004). h. 20

<sup>14</sup> Jalari, Muhammad. "Ateseden Masyarakat Surakarta Terhadap Keputusan Pembelian Koran Solopos." *Jurnal Education and Economics* 2, No. 03. (2019). h. 250

<sup>15</sup> Adams, W. J. & Janet L. Yellen. “Commodity *bundling* and the burden of monopoly.” *Quarterly Journal of Economics* 90, No. 3. (1976). h. 480

terkait *bundling* sebagai berikut:<sup>16</sup>

- 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”.

Secara teoritis, 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.<sup>17</sup> Menelaah aspek hukum penjualan produk *bundling* secara *E-Commerce* oleh pelaku usaha harus diletakkan kepada hukum perlindungan konsumen. Sebagaimana tertuang dalam bagian menimbang UU PK bahwa terdapat dasar mempertimbangkan secara filosofis dari UU PK adalah membuat pelaku usaha menjadi bertanggung jawab sehingga hak-hak konsumen dan kepentingannya menjadi terlindungi secara utuh dan komprehensif.

Sebagaimana diatur dalam pasal 7 huruf a juncto huruf b juncto huruf c UU PK, bahwa “aspek hukum penjualan produk *bundling* secara *E-Commerce* harus dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab, pelaku usaha harus mengindahkan kewajiban dan hal yang tidak boleh dilakukan berdasar pada UU PK”. Sebagai upaya dalam mendapatkan keuntungan dengan berbohong dan mengelabui konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk *bundling* melalui desain foto yang terdapat di *E-Commerce* dapat diartikan bahwa penjual telah menjual produk barang *bundling* dengan *E-Commerce* bertentangan dengan pasal 7 UU PK yang pada pokoknya menentukan bahwa “untuk melakukan itikad baik dalam menjalankan usahanya, memberikan sumber informasi yang jujur, benar, dan jelas terhadap kondisi barang yang diperjualkan dan jaminan barang atau jasa serta memberi penjelasan dalam menggunakan produk, perbaikan dan melakukan pemeliharaan terhadap barang serta memberi perlakuan dan memberi pelayanan konsumen secara baik dan jujur tanpa diskriminatif”.

Perbuatan yang tidak sesuai dengan maksud dan ketentuan dari UU PK dapat diartikan bertentangan dengan Pasal 10 huruf a juncto huruf d UU PK yang menjelaskan pada pokoknya siapa pun itu pelaku usaha tidak diperbolehkan untuk menjual belikan

---

<sup>16</sup> Gaol, H. D. L. "Aspek Hukum Pemanfaatan Sistem *Bundling* Dalam Pemasaran Produk." *Diponegoro Law Journal* 5, No. 2. (2016): 8.

<sup>17</sup> 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

jasa atau barang yang tidak memiliki nilai kesesuaian jaminan, nilai kebenaran, kondisi dan nilai istimewa seperti yang telah ditentukan pada UU PK dan memiliki ketidaksesuaian dengan peraturan perundang-undangan terutama pada standar ketentuan yang diamanatkan. Jika dikaitkan dengan penyelesaian kerugian yang dialami oleh konsumen terhadap produk barang *bundling* secara *E-Commerce* sesuai dengan ketentuan Pasal 45 UU PK yang pada pokoknya menegaskan bahwa konsumen diperbolehkan melakukan pengajuan gugatan ke peradilan umum apabila upaya yang ditempuh secara non-litigasi sudah diupayakan.

Merujuk pada ketentuan pasal 3 huruf j UU No. 7 Tahun 2014, bahwa “salah satu tujuan dari adanya pelaksanaan perdagangan adalah untuk meningkatkan perlindungan konsumen”. Adanya ketentuan pasal tersebut juga berkaitan dengan adanya penyelenggaraan perdagangan melalui sistem elektronik yang diatur dalam pada Bab VIII dalam pasal 65 dan pasal 66. Dalam pasal 65 ayat 1 pada pokoknya dijelaskan bahwa “pelaku usaha yang menjual belikan barang maupun jasa dengan sarana sistem elektronik memiliki kewajiban untuk memberikan informasi dan data secara lengkap dan akurat”. Ketentuan dari pasal 65 ayat 2 pada pokoknya dijelaskan bahwa “Pelaku usaha dilarang untuk melakukan tindakan jual beli selain dari ketentuan ayat 1”. Produk *bundling* yang dijual secara *E-Commerce* oleh pelaku usaha harus memenuhi ketentuan UU Perdagangan, yang mana pada penjualan produk *bundling* pada platform seperti *Shopee*, *Lazada*, dan *Tokopedia* hanya memperhatikan beberapa ketentuan di dalam pasal 65 ayat 3 yaitu identitas dari pelaku usaha sebagai bentuk legalitas pada toko online, persyaratan teknis barang yang hendak dijual pada deskripsi penjualan, persyaratan teknis jasa yang hendak ditawarkan deskripsi penjualan, harga dan cara pembayaran melalui metode *ShopeePay* pada *Shopee*, *M-Banking* atau dompet digital lainnya. Terkhusus untuk informasi mengenai cara penyerahan barang menjadi tanggung jawab pelaku usaha yang tidak dijelaskan secara rinci pada deskripsi, terkadang tidak jarang proses pengiriman barang dilakukan berlarut, bahkan perkembangan barang yang dikirim tidak mengalami pergerakan dari pelacakan atau fitur *tracking* pada ekspedisi seperti *JNE - JNE Express*. Adanya hal tersebut seringkali merugikan konsumen karena barang yang diterima melewati estimasi waktu yang telah ditentukan.

Aspek hukum terhadap produk *bundling* yang dijual secara *E-Commerce* oleh pelaku usaha tercantum pada PP No. 18 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik selanjutnya disingkat menjadi PMSE. Dalam Pasal 13 ayat 1 pada pokoknya menjelaskan bahwa “pelaku usaha wajib untuk menyajikan informasi yang akurat dan jujur terutama tentang identitas subjek hukum yang didukung oleh data yang sah”. Pada pasal 13 ayat 2 dijelaskan lebih lanjut yang pada pokoknya menjelaskan bahwa “informasi yang akurat dan jujur memuat beberapa ketentuan seperti keakuratan informasi suatu barang, kesesuaian antara iklan yang ditawarkan dengan barang aslinya, dan kualitas atau harga barang yang ditawarkan.” Dalam hal produk *bundling*, konsumen yang membeli produk barang *bundling* berhak untuk menerima kewajiban dari penjual tersebut sebagai bentuk perlindungan terhadap pembeli. Perlindungan secara tidak langsung diberikan kepada konsumen salah satunya melalui harga barang *bundling* yang cenderung dijual lebih murah dibandingkan harga satuan. Dijelaskan pula pada ketentuan pasal 18 ayat 1 yang mana jika konsumen merasa dirugikan, maka konsumen berhak untuk melaporkan kerugian kepada Menteri. Tetapi pada perkembangannya, konsumen sering sekali kesulitan untuk mengadakan hak-haknya yang diselewengkan bahkan prosedur atau alur untuk mengajukan kepada menteri

belum dijelaskan secara lebih rinci, sehingga bisa saja hal tersebut membuat konsumen menganggap hak-haknya dicukupkan saja.

Aspek hukum penjualan produk *bundling* secara *E-Commerce* oleh pelaku usaha dapat diletakkan kepada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata). KUH Perdata mengatur perjanjian yang dilakukan secara terbuka, tidak mengatur hal-hal yang bersifat tidak baku dan kaku, sehingga KUH Perdata sebagai produk hukum dapat dijadikan sebagai ketentuan dalam melakukan perjanjian.<sup>18</sup> Perjanjian yang dilakukan terkait dengan penjualan produk *bundling* secara *E-Commerce* diperoleh dengan memenuhi ketentuan dari KUH Perdata yang diwujudkan pada klausula perjanjian yang disepakati bersama saat berlangsung penjualan produk secara *E-Commerce* dengan cara pembeli memilih produk *bundling* dan membayar dengan perantara dompet digital seperti *Shopee pay*, sedangkan pelaku usaha dalam menjual produk barang *bundling* harus memenuhi berbagai perizinan yang tertera pada platform *E-Commerce* seperti *Lazada*, *Shopee*, dan *Tokopedia*, kemudian pelaku usaha membagikan deskripsi secara lengkap dan jelas mengenai produk *bundling* yang dijual salah satunya melalui foto atau video yang tercantum secara *E-Commerce*. Ketentuan tersebut sebagai salah satu bentuk kewajiban pelaku usaha dalam menjual barang secara *E-Commerce* yang tercantum pada ketentuan pasal 65 ayat 1 UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

Produk *bundling* yang akan dijual secara *E-Commerce* sebagai salah satu bentuk perjanjian mengenai produk secara paket.<sup>19</sup> Perjanjian kerjasama tersebut harus dilakukan antara pelaku usaha secara *E-Commerce* dan konsumen sebagai syarat sahnya pembelian produk *bundling* secara *E-Commerce* yang menimbulkan perjanjian dan secara implisit diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata mengenai sepakat untuk mengikatkan diri dalam sebuah perjanjian, kecakapan seseorang dalam bertindak berdasarkan hukum, objek perjanjian yang jelas dan sebab yang halal. Dalam hal ini baik penjual maupun pembeli telah terjadi proses jual beli produk *bundling* secara *E-Commerce*, kemudian pelaku usaha telah cakap menurut hukum karena pelaku usaha saat mendaftarkan usaha penjualan produk *bundling* secara *E-Commerce* terdapat ketentuan umur minimal cakap hukum untuk mendaftarkan usaha di *E-Commerce*, tetapi masih saja terdapat hambatan karena tidak semua pembeli itu cakap hukum, hal ini dikarenakan masih terdapat anak-anak yang masih dibawah umur dan memiliki kemudahan dalam mengakses platform *E-Commerce*. Menurut pasal 1 angka 1 UU No. 35 Tahun 2004 tentang Perlindungan Anak, bahwa pada pokoknya menerangkan orang yang dianggap cakap umur sudah berumur 18 (delapan belas) tahun. Berbeda dengan KUH Perdata, pada pasal 330 KUH Perdata, orang yang belum dewasa berumur 21 (dua puluh satu) tahun dan tidak kawin sebelumnya. Namun, jika dihubungkan dengan kesepakatan pada jual beli barang secara *E-Commerce* maka seharusnya perjanjian yang telah ada tunduk pada ketentuan KUH Perdata karena ketentuan perjanjian telah diatur dalam KUH Perdata, sehingga mengenai batasan umur orang yang cakap dan tidak dalam perjanjian jual beli produk dapat tunduk pada KUH Perdata. pelaku usaha telah cakap menurut hukum karena pelaku usaha saat mendaftarkan usaha penjualan produk *bundling* secara *E-Commerce* terdapat ketentuan umur minimal cakap hukum untuk mendaftarkan usaha di *E-Commerce*, sedangkan konsumen saat membeli dan memproses pembelian mengisi data diri dengan ketentuan umur yang cakap hukum. Objek perjanjian menjual produk barang *bundling* secara *E-Commerce* harus diuraikan

---

<sup>18</sup> Simanjuntak, P.N.H. "Hukum Perdata Indonesia: Edisi Pertama." Jakarta. Prenadamedia Group. (2015). h. 286

<sup>19</sup> Handriani, Aan. "Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online." *Pamulang Law Review*, 3 No. 2. (2020). h. 130.

oleh pelaku usaha mengenai deskripsi barang yang memenuhi ketentuan UU PK dan tidak melanggar dari ketentuan undang-undang antara platform penjualan produk *bundling E-Commerce* dengan pelaku usaha dan konsumen, sehingga konsumen tidak memiliki keraguan dalam membeli barang *bundling* tersebut. Sedangkan pasal 1338 KUH Perdata terdapat prinsip kebebasan kontrak yang menyatakan segala perjanjian yang dibuat mengikat sebagai UU bagi para pihak. Hal ini berkaitan dengan penjualan produk secara *bundling*, baik pelaku usaha dan konsumen telah memiliki konsekuensi keterikatan perjanjian satu sama lain terhadap produk barang yang dijual dan dibeli, selain itu pelaku usaha juga memiliki keterikatan perjanjian pada platform *E-Commerce* sebagai wadah dalam jual beli secara *E-Commerce* melalui *Term and Condition* sebagai perjanjian baku yang dibuat secara pihak oleh pembuat aplikasi seperti *Shopee, Tokopedia, dan Lazada*. Sedangkan antara pembeli dan platform *E-Commerce* juga terikat dalam perjanjian karena ketika ingin membeli di toko yang ada di platform *E-Commerce* tersebut maka pembeli sudah menyetujui syarat dan ketentuan yang berlaku sebagai syarat awal melakukan akses untuk melakukan pembelian pada platform *E-Commerce* tersebut.

### 3.2 Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Penjualan Produk Barang Palsu Dengan *Bundling* Secara *E-Commerce*

Perkembangan zaman modern telah meningkat dengan pesat, hal tersebut dikarenakan berkembangnya dengan cepat teknologi yang membawa banyak platform belanja online sehingga dapat menghemat waktu.<sup>20</sup> Di Indonesia, pembelian produk secara *E-Commerce* terutama *bundling* terus meningkat, tetapi terdapat suatu kendala terhadap kenyamanan konsumen akibat kurangnya kesadaran mengenai kegiatan usaha oleh penjual, sehingga membuat pembeli menjadi dirugikan atas hak-haknya dikarenakan tidak terdapat perlindungan hukum yang optimal terhadap hak-hak konsumen terkait penjualan produk barang *bundling* secara *E-Commerce*. Dibutuhkan sebuah perlindungan secara hukum yang tepat terhadap pembeli terkait penjualan produk barang *bundling* secara *E-Commerce*.

Perlindungan secara hukum adalah suatu jaminan hukum diberikan kepada masyarakat dalam melindungi hak-haknya terkait kegiatan yang dilakukan agar tidak menimbulkan masalah dari kegiatan yang dilakukan tersebut dikarenakan terdapatnya pembelian suatu produk atau jasa oleh pembeli.<sup>21</sup> UU PK telah menguraikan secara tidak langsung bentuk perlindungan terhadap suatu pembeli. Perlindungan terhadap pembeli ditujukan sebagai pondasi dalam memberikan perlindungan terutama kepada konsumen agar selalu merasakan keamanan dan kenyamanan setiap saat melakukan pembelian produk secara *E-Commerce*. Kadang kala, pelaku usaha justru memanfaatkan situasi untuk menjual produk yang berbeda dengan aslinya dan ketentuan yang berlaku sehingga dapat merugikan konsumen. Adanya perlindungan terhadap pembeli secara tidak langsung meningkatkan mutu pada konsumen dengan tanggung jawab, terutama informasi mengenai barang yang dijual itu menjadi suatu aspek pertimbangan bagi konsumen untuk membeli barang tersebut.

Dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan (selanjutnya

---

<sup>20</sup> Lestarini, Ni Made Dewi Intan & Dewa Nyoman Rai Asmara Putra. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Kerugian Yang Ditimbulkan Oleh Pelaku Usaha Toko Online di Instagram." *Kertha Semaya: Journal Ilmu hukum* 7, No. 10. (2019). h. 8

<sup>21</sup> Rai Agustina Dewi & I Nyoman Suyatna, "Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Online" *Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana* 4, No.2. (2016). h. 7

disingkat menjadi UU PK) dicantumkan ketentuan mengenai hak-hak konsumen dalam membeli suatu produk. UU PK sebagai bentuk jaminan kepastian hukum untuk menjamin dan memberikan perlindungan bagi suatu pembeli. Dalam pasal 4 UU PK pada pokoknya menjelaskan bahwa “hak konsumen adalah hak atas kenyamanan, memilih barang, informasi yang benar, dan mendapat ganti rugi terhadap barang atau jasa...”. Selain itu, dalam pasal 5 UU PK pada pokoknya menentukan bahwa “kewajiban konsumen adalah membaca, beritikad baik, membayar, dan mengikuti upaya penyelesaian...”. Dalam pasal 6 UU PK pada pokoknya menentukan “hak pelaku usaha yaitu mendapatkan pembayaran, hak mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak memiliki itikad baik...”. Kewajiban dari pelaku usaha dicantumkan dalam pasal 7 UU PK pada pokoknya menentukan bahwa “kewajiban pelaku usaha adalah beritikad baik, memberikan informasi yang benar dan jujur, tidak diskriminatif, menjamin mutu barang...”.

Dalam pasal 4 huruf h terdapat suatu kekaburan norma mengenai tidak sesuainya produk yang diterima terutama jenis penggantian produk yang diganti apabila barang yang diperoleh berbeda, kemudian apa bentuk produk yang dijual memiliki kesamaan dan perbedaan dengan produk yang diperoleh. Kekaburan norma ini berimbas kepada posisi konsumen sebagai pembeli yang memiliki posisi yang lemah untuk memperjuangkan hak-haknya. Sudah seharusnya peraturan perlindungan konsumen direvisi dengan mempertimbangkan perkembangan di era saat ini terutama dibidang teknologi mengenai arah pembelian barang secara online sehingga belanja tidak perlu menguras waktu terlalu lama untuk berkunjung ke toko. Sebagai salah satu upaya, maka UU PK perlu memberikan perhatian terhadap asas-asas sebagai berikut:

- 1) Asas manfaat, yaitu upaya untuk memastikan perlindungan kepentingan baik dari pelaku usaha dan pembeli.
- 2) Asas keadilan, yaitu kontribusi masyarakat untuk memaksimalkan dan membantu pembeli dalam mendapatkan hak-haknya dan memenuhi kewajibannya dengan adil.
- 3) Asas keseimbangan, yaitu menyeimbangkan keinginan baik dari pembeli, maupun pelaku usaha bahkan negara dalam bentuk apapun.
- 4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen, yaitu bentuk jaminan seperti keselamatan dan bentuk keamanan terhadap pembeli untuk menggunakan dan produk yang dikonsumsi.
- 5) Asas kepastian hukum, yaitu mengakui hukum yang berlaku dan memperoleh keadilan dalam tindakan melindungi konsumen.

Asas-asas tersebut harus lebih diperhatikan dalam perlindungan konsumen sehingga posisi dari konsumen tidak lagi menjadi lemah dan mendapatkan kerugian. Hak konsumen dapat dipenuhi apabila pelaku usaha dapat menjalankan kewajibannya dengan benar, sesuai dengan pasal 7 huruf b UU PK pada pokoknya “memberikan informasi yang jelas dan jujur dan memberikan sebuah penjelasan jika terjadi kerusakan maka dapat dilakukan perbaikan”. Pasal 7 huruf g UU PK pada pokoknya menjelaskan “kewajiban pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi terhadap produk barang yang tidak sesuai dengan isi perjanjian”. Apabila pelaku usaha tidak mengindahkan ketentuan dari pasal 7 dan pasal 8 UU PK artinya ia telah melakukan pelanggaran. Pelanggaran ditimbulkan sebagai bentuk kecurangan oleh penjual dalam menjual produknya kepada pembeli yang mengakibatkan konsumen dirugikan akibat barang yang berbeda. Atas tindakan yang terjadi, maka konsumen berhak meminta ganti rugi

atas barang yang berbeda kepada penjual.<sup>22</sup> Apabila pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya dengan benar, maka berdasar pada pasal 62 UU PK pada pokoknya menentukan bahwa “pelaku usaha akan dipidana penjara paling lama lima tahun atau denda paling banyak dua milyar rupiah”.

Bentuk perlindungan lainnya juga tercantum pada UU No. 7 Tahun 2014 tentang perdagangan. Bentuk perlindungan tersebut menjadi suatu kewajiban yang harus dijalankan penjual atau pelaku usaha untuk memenuhi hak-hak daripada pembeli. Salah satu hak-hak yang harus dipenuhi adalah memberikan informasi yang akurat dan jujur. Dalam pasal 65 ayat 5 yang pada pokoknya menjelaskan “mengenai sengketa yang terjadi selama proses elektronik, maka dapat diselesaikan melalui pengadilan atau penyelesaian sengketa lainnya”. Penyelesaian sengketa lainnya adalah penyelesaian yang dilakukan diluar pengadilan melalui mediasi, konsiliasi, dan arbitrase. Dalam pasal 65 ayat 6 juga menerangkan “sanksi yang diberikan kepada pelaku usaha yang memberikan informasi tidak akurat dan jujur dapat dikenakan sanksi administratif”. Sanksi administratif salah satunya adalah pencabutan izin. Berkaitan dengan penjualan produk barang palsu *bundling*, maka pelaku usaha dapat diberikan sanksi berupa pencabutan usaha. Pelaku usaha yang bersangkutan tidak diberikan izin lagi untuk menjual barang secara *E-Commerce* pada platform yang dijadikan tempat usaha seperti *Shopee*, *Tokopedia*, dan *Lazada*.

Adapun hukum sebagai jaminan perlindungan hukum yang memperkuat posisi konsumen yaitu pada Undang-Undang No.19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disingkat menjadi UU ITE). UU ITE menjadi suatu landasan yang dipergunakan dalam perdagangan secara online selain dari UUPK. Dalam pasal 3 UU ITE pada pokoknya menentukan bahwa “pemanfaatan dari teknologi berdasarkan kepada asas kepastian hukum dan itikad baik”.<sup>23</sup> Secara lebih lanjut, diatur dalam pasal 4 pada pokoknya menjelaskan bahwa “asas-asas ini untuk mencapai tujuan yaitu memberikan rasa aman, kepastian hukum, dan memberikan keadilan”. Hal tersebut sebagai sebuah bentuk kewajiban yang harus dilaksanakan oleh pelaku usaha dalam menjual produk barang secara *E-Commerce* dengan wajib melaksanakan hukum yang berlaku.<sup>24</sup>

Di dalam UU ITE tidak termuat atau tidak mengatur mengenai jenis produk yang diizinkan agar dijual secara *E-Commerce*, namun di dalam Pasal 9 UU ITE pada pokoknya menentukan “kewajiban pelaku usaha untuk menyediakan informasi dengan akurat, dan tidak mengandung kebohongan”. Apabila melanggar ketentuan tersebut maka penjual wajib untuk bertanggung jawab dalam memberikan ganti kerugian, sehingga sudah seharusnya pelaku usaha menawarkan barang produk *bundling* secara *E-Commerce* dengan informasi yang jelas. Dalam Pasal 28 UU ITE dijelaskan perbuatan yang sengaja dilakukan oleh pelaku usaha sehingga menimbulkan kerugian terhadap konsumen secara online, maka dapat diberikan sanksi. Mengacu pada ketentuan pasal 28 ayat (1) UU ITE pada pokoknya menentukan “pemberian informasi yang tidak benar akan diberikan sanksi sesuai dengan pasal 45 ayat (2) yaitu dipidana penjara paling lama enam bulan atau denda paling banyak satu miliar rupiah”.

---

<sup>22</sup> Rosmawati. “Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen.” Depok. Prenadamedia. (2018). h. 9

<sup>23</sup> Miru, Ahmad & Sutarman Yodo. “Hukum Perlindungan Konsumen: Cetakan 7.” Jakarta. PT Rajagrafindo Persada. (2011). h. 2011

<sup>24</sup> Tuela, Marcelo Leonardo. “Upaya Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Barang Yang Diperdagangkan.” *Lex Privatum*, 2 No. 3. (2014). h. 58

Terlepas dari adanya ketentuan UU ITE, terdapat jenis hukum lainnya yang memberikan perlindungan terhadap konsumen yaitu Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Aturan tersebut sebagai salah satu *lex specialis* atau aturan hukum yang bersifat khusus dari peraturan-peraturan lain yang bersifat umum seperti UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, UU Perdagangan, dan KUHPerduta. Dalam pasal 66 UU No. 7 Tahun 2014 tentang perdagangan pada pokoknya menentukan “secara lebih lanjut mengenai transaksi perdagangan secara *E-Commerce* yang diatur dengan Peraturan Pemerintah”. Dalam Pasal 26 huruf a pada pokoknya menjelaskan bahwa “pelaku usaha diwajibkan untuk melindungi hak-hak konsumen sesuai dengan ketentuan perundang-undangan perlindungan konsumen”. Dalam melaksanakan penjualan produk barang secara *E-Commerce* maka penjual dan pembeli yang selanjutnya disebut sebagai para pihak harus terikat ke dalam kontrak elektronik. Dalam pasal 52 pada pokoknya menentukan “Kontrak elektronik dinilai memiliki kekuatan yang sah dan mengikat jika telah memenuhi ketentuan secara elektronik, informasi yang tercantum sesuai dengan penawaran secara elektronik, terdapat kesepakatan para pihak, memiliki kecakapan hukum, hal tertentu, dan objek tidak bertentangan dengan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum”. Kesepakatan yang dilakukan para pihak tersebut sebagai salah satu bentuk klausul yang mengikat dari pembeli dan penjual (para pihak). Terkait dengan produk barang *bundling* yang dijual maka telah terjadi kesepakatan para pihak. Kesepakatan tersebut sebagai bentuk dari pembelian dan penawaran barang yang telah disetujui. Hal tersebut membawa konsekuensi dalam pasal 59 ayat 1 pada pokoknya menentukan bahwa “pelaku usaha wajib menyimpan data pribadi konsumen sesuai dengan standar perlindungan data pribadi yang berlaku”. Dalam pasal 64 ayat 1 pada pokoknya menentukan bahwa “barang yang hendak dikirimkan melalui jasa kurir oleh pelaku usaha terlebih dahulu harus dicermati mengenai keamanan barang, kelayakan barang, kerahasiaan barang, kesesuaian barang, dan ketepatan waktu”. Apabila pelaku usaha melanggar ketentuan penjualan produk barang *bundling* palsu, maka sesuai ketentuan pasal 80 ayat 1 pada pokoknya menentukan bahwa “pelaku usaha dapat dikenakan sanksi administratif oleh Kementerian”. Dalam pasal 80 ayat 2 pada pokoknya menerangkan “sanksi administratif yang diberikan berupa peringatan secara tertulis, dimasukkan dalam prioritas pengawasan, dimasukkan dalam daftar hitam (*blacklist*), pemblokiran sementara layanan terdapat PPMSE, dan pencabutan izin usaha”.

#### 4. Kesimpulan

Aspek hukum penjualan produk barang *bundling* secara *E-Commerce* secara implisit dan eksplisit diatur didalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, dan Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Berdasarkan UU PK diatur dalam Pasal 7, Pasal 8, dan Pasal 10 UU PK. Terhadap aspek hukum penjualan produk barang *bundling* secara *E-Commerce* menimbulkan akibat hukum berupa penyelesaian sengketa melalui pengadilan dan non-litigasi. Apabila ditinjau dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata maka penjualan produk barang *bundling* secara *E-Commerce* mengacu pada prinsip kebebasan kontrak dan Pasal 1320 KUH Perdata pada pokoknya menyebutkan “sepakat untuk mengikatkan diri dalam sebuah perjanjian, kecakapan seseorang dalam bertindak berdasarkan hukum, objek perjanjian yang jelas dan sebab yang halal”. Berdasarkan UU No. 7 Tahun 2014, merujuk pada Bab VIII dalam pasal 65 dan pasal 66 pada pokoknya

menerangkan mengenai “kewajiban pelaku usaha untuk menjual barang secara *E-Commerce* secara akurat dan jujur”. Sedangkan merujuk pada pasal 13 ayat 1 dan ayat 2 Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019, pada pokoknya menentukan “pelaku usaha juga wajib memberikan informasi yang akurat dan jujur”, dalam pasal 18 ayat 1 dijelaskan pada pokoknya bahwa “konsumen dirugikan dapat mengadakan hak-haknya kepada menteri”. Sedangkan perlindungan hukum terhadap konsumen terkait penjualan produk barang palsu dengan *Bundling* secara *E-Commerce* diatur dalam UU PK terkait hak konsumen dan kewajiban yang dilakukan pelaku usaha mengenai jual beli yang dilaksanakan. Hak-hak konsumen yang dimaksud adalah hak atas keamanan, nyaman, informasi yang benar. Tetapi didalam pasal 4 huruf h mengandung keaburan norma yang tidak menjelaskan jenis barang yang dapat dijadikan penggantian ganti rugi antara pembelian di toko dan online. Bentuk perlindungan yang lain terdapat dalam pasal 65 ayat 5 UU Perdagangan pada pokoknya menerangkan mengenai “jika terjadi sengketa dapat diselesaikan melalui pengadilan dan penyelesaian sengketa lainnya”. Dalam pasal 65 ayat 6 pada pokoknya menerangkan “pelaku usaha dapat diberikan sanksi administratif berupa pencabutan usaha”. Apabila terdapat pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjual produk barang *bundling* secara palsu di *E-Commerce* maka dapat dikenakan sanksi pidana dan sanksi denda sesuai dengan ketentuan dari UUPK dan UU ITE. Jika merujuk pada PP No. 80 Tahun 2019 sesuai ketentuan pasal 26 huruf a pada pokoknya dijelaskan bahwa “pelaku usaha wajib melindungi hak-hak konsumen sesuai ketentuan UU PK”. Mekanisme kesepakatan dapat menggunakan kontrak elektronik, selain itu diperlukan memperhatikan pengiriman kepada jasa kurir, dan pemberian sanksi administratif di dalam pasal 80 ayat 2.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ali, Zainuddin. “Metode Penelitian Hukum.” Jakarta. Sinar Grafika. (2021).
- Miru, Ahmad & Sutarman Yodo. “Hukum Perlindungan Konsumen: Cetakan 7.” Jakarta. PT Rajagrafindo Persada. (2011).
- Rosmawati. “Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen.” Depok. Prenadamedia. (2018).
- Royan, Frans M. “Creating Effective Sales Force.” Yogyakarta. Andi Offset. (2004).
- Shidarta. “Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia.” Jakarta. PT. Grasindo. (2000).
- Simanjuntak, P.N.H. “Hukum Perdata Indonesia: Edisi Pertama.” Jakarta. Prenada Media Group. (2015).
- Zein, Yahya Ahmad. “Kontrak Elektronik & Penyelesaian Sengketa Bisnis *E-Commerce*.” Bandung. Mandar Maju.” (2009).

### Jurnal

- Adams, W. J & Janet L. Yellen. “Commodity *bundling* and the burden of monopoly.” *Quarterly Journal of Economics* 90, No. 3. (1976): 457-498.
- Ariati, Ni Kadek & I. Wayan Suarba. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Online.” *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 5, No. 1. (2017): 1-5.
- Astuti, Desak Ayu Lila & AA Ngurah Wirasila. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Transaksi *E-Commerce* Dalam Hal Terjadinya Kerugian.” *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 6, No. 2. (2018): 1-5.
- Berata, B. M. B. A & Widiatedja, I. G. N. P “Perlindungan Hukum terhadap Pelaku Usaha

- Terkait Wanprestasi yang Dilakukan Konsumen dengan Cara Hit and Run." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 4, No. 3. (2016): 1-7.
- Devi, K. B. T. L. & Dharmawan, N. K. S. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Terkait Cacat Tersembunyi Pada Barang Elektronik Dalam Transaksi Online." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 4, No. 1. (2018): 1-14.
- Dewi, Rai Agustina & I. Nyoman Suyatna. "Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Online." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 4, No. 2. (2018): 1-13.
- Firatmadi, Agung. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Journal of Business Studies* 2, No. 2. (2017): 80-105.
- Gaol, H. D. L. "Aspek Hukum Pemanfaatan Sistem *Bundling* Dalam Pemasaran Produk." *Diponegoro Law Journal* 5, No. 2. (2016): 1-16.
- Handriani, Aan. "Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online." *Pamulang Law Review*, 3 No. 2. (2020): 127-138.
- Jalari, Muhammad. "Ateseden Masyarakat Surakarta Terhadap Keputusan Pembelian Koran Solopos." *Jurnal Education and Economics* 2, No. 03. (2019): 247:260.
- Lestari, Ni Made Dewi Intan & Dewa Nyoman Rai Asmara Putra. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Kerugian Yang Ditimbulkan Oleh Pelaku Usaha Toko Online Di Instagram." *Kertha Semaya: Journal Ilmu hukum* 7, No. 10. (2019): 1-14.
- Pradnyaswari, I. A. E., & I. Ketut Westra. "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Menggunakan Jasa *E-Commerce*." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 8, No. 5. (2020): 758-766.
- Putra, I. Putu Sika Adi & I. Gede Artha. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pembeli Barang Online Yang Tidak Sesuai Dengan Yang Ditawarkan." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 8, No. 7. (2020): 1070-1078.
- Rai Agustina Dewi & I Nyoman Suyatna. "Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Online." *Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana* 4, No.2. (2016): 1-13
- Sternersch, Stefan & Gerard J Tellis. "Strategic *Bundling* of product Price : A New Synthesis for Marketing." *Journal of Marketing*, (2002): 55-72.
- Sudrajat, Arief. "Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif Pilihan Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya." *Jurnal Paradigma* 4, No. 03. (2016): 50-66.
- Tuela, Marcelo Leonardo. "Upaya Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Barang Yang Diperdagangkan." *Lex Privatum*, 2 No. 3. (2014): 56-70.

### **Peraturan Perundang-Undangan**

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Nomor 23 Tahun 1847 tentang *Bulgerlijk Wetboek Voor Indonesie*.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).
- Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 tentang Perlindungan Anak (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 297, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5606).
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan

Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2006 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952).

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan ((Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5512).

Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6420).