

Analisis Penerapan Sistem *Bundling Rapid Test* yang Dilakukan Pelaku Usaha

Marcelina Nadia Soegijanto

Magister Ilmu Hukum, Universitas Indonesia, Indonesia

marcelinanadia@gmail.com

Abstract

This article aims to analyze the implementation of bundling system in the marketing of goods or services products so as not to violate the provisions in the Consumer Protection Law and the criteria of bundling system that can be classified as unhealthy business competition and review the efforts made by the Consumer Dispute Resolution Agency and the Business Competition Supervisory Commission if it finds abuse of the bundling system. The method used in this study is normative juridical by reviewing the case with the prevailing laws and regulations. The results of the investigation show that the bundling system used by businesses in health services harms consumers because it violates the right of consumers the right to choose and obtain goods and/ or services in accordance with the exchange rate and conditions and guarantees promised as stipulated in the Consumer Protection Act. Then the actions of seller are considered to meet the criteria as a bundling system that causes unhealthy business competition with the fulfillment of elements in article 15 paragraph 2 of Law - law number 5 of 1999. So that for these violations both BPSK and KPPU as the institution authorized to handle consumer matters and business competition can conduct investigations and impose sanctions against violations committed by businesses.

Keywords: *Bundling, Customer, Seller.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan sistem *bundling* dalam pemasaran produk barang atau jasa agar tidak melanggar ketentuan dalam Undang- Undang Perlindungan Konsumen dan kriteria sistem bundling yang dapat digolongkan sebagai persaingan usaha tidak sehat serta mengkaji upaya yang dilakukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dan Komisi Pengawas Persaingan Usaha apabila menemukan penyalahgunaan sistem *bundling* tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif dengan mengkaji kasus tersebut dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hasil peneltian menunjukkan bahwa sistem bundling yang digunakan pelaku usaha dalam layanan kesehatan merugikan konsumen karena melanggar hak konsumen hak untuk memilih dan mendapat barang dan/ atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang

dijanjikan sebagaimana diatur dalam Undang- Undang Perlindungan konsumen. Lalu tindakan pelaku usaha tersebut dianggap memenuhi kriteria sebagai sistem bundling yang menyebabkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat dengan terpenuhinya unsur pada pasal 15 ayat 2 Undang – undang nomor 5 Tahun 1999. Sehingga atas pelanggaran tersebut baik BPSK maupun KPPU selaku lembaga yang berwenang menangani perkara konsumen dan persaingan usaha dapat melakukan penyelidikan dan menjatuhkan sanksi terhadap pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha tersebut.

Kata kunci: Bundling, Konsumen, Pelaku Usaha.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian suatu negara akan selalu berkembang seiring berjalannya waktu (Muhammad Al Ikhwani Bintarto, Sayang Bidul 2022). Hal ini tentu saja diikuti dengan meningkatnya sektor produksi maupun perdagangan yang terdapat di negara tersebut. Dalam suatu dunia usaha dikenal adanya hubungan konsumen maupun pelaku usaha. Konsumen menurut Pasal 1 angka 2 Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) adalah 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. Sedangkan pelaku usaha menurut Pasal 1 ayat 3 UUPK adalah setiap orang perseorangan 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, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Berkembangnya perekonomian suatu negara menyebabkan pelaku usaha menjadi semakin memikirkan inovasi baru untuk dapat bersaing dengan kompetitor lainnya yang memiliki tujuan mempertahankan bisnisnya dan mendapatkan keuntungan dari bisnis yang mereka jalankan (Effendi 2020). Namun di sisi lain untuk mencapai tujuan tersebut pelaku usaha seringkali lupa untuk tetap memperhatikan konsumennya dan menjaga kepentingan konsumennya. Sedangkan dalam Pasal 7 UUPK menjelaskan bahwa pelaku usaha memiliki kewajiban untuk melakukan kegiatan usahanya. Beberapa kewajiban tersebut adalah beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan; serta memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Selain itu, suatu hubungan antara konsumen dan pelaku usaha seringkali berkaitan dengan suatu perjanjian, sebagaimana diatur dalam Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) yang menyatakan bahwa perjanjian atau kontrak adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.

Perjanjian diatur dalam Pasal 1313 KUH Perdata, menyebutkan: “Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.”. Sehingga berdasarkan definisi tersebut perlu adanya perlindungan hukum baik untuk konsumen maupun produsen. Hal ini dikarenakan seringkali ditemukan adanya kedudukan yang tidak seimbang, dimana konsumen berada dalam posisi yang lemah yang disebabkan pembuatan perjanjian standar secara sepihak oleh pelaku usaha (Gede Nanda Radithya, I Nyoman Putu Budiarta 2022). Dapat dilihat dengan jelas apabila klausula baku yang tertuang dalam perjanjian tersebut akan menguntungkan pihak pelaku usaha saja. Selain itu dalam UUPK menyatakan bahwa klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat- syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian. Namun hal ini juga telah dibatasi dalam Penjelasan Pasal 18 ayat (1) UUPK, yang menyatakan adanya larangan pencantuman klausula baku yang bertujuan untuk menempatkan kedudukan konsumen dan pelaku usaha berdasarkan prinsip kebebasan berkontrak (Yudha Andrianto 2022). Begitu pula dalam Pasal 1337 KUH Perdata bahwa setiap pihak yang mengadakan perjanjian bebas membuat perjanjian sepanjang isi dari perjanjian tersebut tidak bertentangan dengan prinsip- prinsip hukum yang tidak melanggar kesusilaan dan ketertiban umum.

Terutama dalam waktu belakangan ini di mana Indonesia tengah menghadapi permasalahan akibat adanya *Covid-19* yang menghambat segala bentuk kegiatan perekonomian (Dicky Eko Prasetyo 2021). Banyak pelaku usaha yang harus mengalami gulung tikar dikarenakan tidak dapat mempertahankan usahanya. Akibatnya angka persaingan usaha menjadi meningkat, dan menyebabkan banyak pelaku usaha menggunakan segala cara demi mendapatkan pendapatan dan laba dari usahanya. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan menyusun strategi pemasaran yang dianggap efisien untuk menarik konsumen (Yuliana 2021).

Shimp menyatakan pemasaran merupakan sekumpulan aktivitas dimana bisnis dan organisasi menciptakan pertukaran nilai diantara bisnis dan perusahaan itu sendiri. Pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen (Assauri 2017). Dalam menentukan pemasaran yang baik untuk suatu perusahaan maka perusahaan harus mempertimbangkan banyak hal seperti: produk, harga, promosi, tempat, partisipan, proses serta lingkungan fisik. Menurut Kotler & Armstrong (Priansa 2017) menjelaskan bahwa pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai dengan pihak lain. Daryanto (Daryanto 2016) juga menjelaskan bahwa pemasaran adalah “Suatu proses sosial

dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapat kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain".Peranan pemasaran dalam suatu perusahaan dinilai sangat penting dalam menentukan pendapatan suatu perusahaan. Namun dalam melakukan pemasaran tetap harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Hal ini dikarenakan negara kita merupakan negara hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 3 UUD 1945. Sehingga baik pemerintah, pelaku usaha maupun konsumen harus menaati peraturan yang berlaku. Dalam pemasaran maka pelaku usaha harus memberikan informasi yang jelas terkait produk yang diperdagangkannya, sehingga tidak akan terjadi kesalahpahaman antara penjual maupun pembeli. Apabila produk yang diperjualbelikan oleh pelaku usaha berupa produk yang memerlukan izin edar maka wajib dicantumkan dalam kemasan agar masyarakat mengetahuinya dan aman dalam mengonsumsi produk tersebut.

Salah satu strategi bisnis khususnya dalam kegiatan pemasaran yang sangat diminati pelaku usaha belakangan ini adalah *bundling*. *Bundling* adalah suatu strategi pemasaran dimana dua atau lebih produk dijual dalam sebuah harga khusus yang dipaketkan (Mahajan 2009). Menurut Frans M. Royan (Kurniawan 2011) menyatakan *bundling* adalah cara mengikat dua produk yang ada dalam satu lini dengan harga tertentu, yang umumnya lebih murah dibandingkan harga sebelumnya. Perusahaan untuk mencapai keberhasilan dalam melakukan *bundling* yang dilakukan dapat melihat beberapa indikator yang terdiri dari: ketepatan, harga, kemenarikan, dan cara penggabungan produk. Dalam melakukan penawaran secara *bundling* terdapat kelebihan maupun kurang dimana kelebihan yang didapat antara lain penawaran harga pada produk *bundling* pada umumnya lebih rendah daripada harga awalnya, lalu *bundling* juga dapat memudahkan konsumen untuk menemukan produk yang diinginkan karena berada dalam satu paket yang sama.

Banyak perusahaan di Indonesia yang melakukan cara *bundling* ini untuk menarik minat dari konsumen untuk membeli produknya. Mulai dari penawaran paket data seluler, produk rumah tangga hingga layanan kesehatan. Sebagai salah satu contohnya yang diterapkan pada perusahaan yang bergerak dalam kesehatan, khususnya yang memberikan pelayanan *rapid test* kepada masyarakat melakukan hal yang sama untuk memasarkan produk layanan kesehatan lainnya. Awalnya perusahaan atau klinik kesehatan yang menawarkan paket *bundling* untuk layanan kesehatan tersebut bertujuan agar masyarakat lebih praktis dalam mendapatkan layanan yang dibutuhkan. Namun seiring berjalannya waktu hal tersebut disalahgunakan oleh beberapa klinik kesehatan untuk meraup keuntungan lebih besar, dimana masyarakat selaku konsumen tidak memiliki pilihan lain dikarenakan memerlukan layanan *rapid test* tersebut di saat pandemi ini. Terlebih lagi, masyarakat yang memerlukan layanan tersebut dalam keadaan terdesak pasti akan mencari klinik kesehatan terdekat

dari tempat tinggalnya untuk melakukan *rapid test* agar terhindar dari kontak dengan banyak orang di sepanjang jalan.

Namun penerapan bundling pada beberapa rumah sakit atau klinik kesehatan dianggap meresahkan masyarakat karena masyarakat harus membayar lebih untuk layanan lainnya demi melakukan *rapid test*. Harga yang dikenakanpun jauh berbeda yaitu dimana harga normal dari *rapid test* itu sendiri 150 ribu rupiah untuk *rapid test antibody* sebagaimana ditetapkan dalam Surat Edaran no: HK.02.02/I/2875/2020 tentang batasan tarif tertinggi pemeriksaan *rapid test antibody*, sedangkan batasan tarif maksimum untuk *rapid test antigen- swab* adalah 250 ribu untuk pulau Jawa dan 275 ribu untuk di luar pulau Jawa (Saeno 2020). Namun dalam kenyataannya dengan paket bundling yang digunakan rumah sakit atau klinik kesehatan harga tersebut melonjak hingga 3 hingga 10 kali lipat. Hal ini disampaikan oleh KPPU dalam melakukan penyelidikan terkait rumah sakit yang melakukan praktek bundling tersebut, pihaknya menyatakan bahwa harga paket yang ditawarkan rumah sakit bervariasi dari kisaran Rp500 ribu hingga bahkan Rp5,7 juta untuk satu kali pengujian. Perbedaan harga yang sangat besar tersebut dapat dikatakan merugikan masyarakat (Saeno 2020).

Rumah sakit atau klinik kesehatan yang melakukan sistem *pure bundling* dianggap telah melakukan tindakan yang dapat menimbulkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 1 huruf f Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang menyatakan bahwa suatu usaha dapat dikatakan melakukan persaingan usaha tidak sehat apabila persaingan antarpelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha. Sehingga klinik tersebut telah melanggar ketentuan dalam persaingan usaha yang menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan atau jasa tertentu harus bersedia membeli barang dan atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok.

Selain itu, penerapan sistem *bundling* melanggar ketentuan dalam UUPK secara khusus pada hak konsumen. Sehingga seharusnya pemerintah segera menindaklanjuti pelanggaran tersebut dimana dalam penyelesaian sengketa konsumen telah dibentuk suatu badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen atau yang dikenal sebagai Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) (Priansa 2017). BPSK tersebut memiliki beberapa wewenang yang berkaitan dengan sengketa konsumen termasuk menyelesaikan sengketa tersebut dengan memberikan sanksi administrative kepada pelaku usaha yang melanggar UUPK.

Oleh karena itu, diperlukan penelitian terkait pelanggaran perlindungan konsumen yang dilakukan rumah sakit atau klinik kesehatan yang menerapkan praktek *bundling* kepada masyarakat dengan harga yang jauh dari normal. Perlindungan hukum bagi konsumen ini memiliki dimensi banyak, dimana salah satunya adalah perlindungan hukum yang apabila dipandang baik secara materil maupun formal akan semakin terasa sangat penting, dengan demikian upaya-upaya untuk memberikan perlindungan hukum terhadap kepentingan bagi para konsumen merupakan salah satu hal yang penting serta mendesak untuk dapat sesegera mungkin dicari solusi dan penyelesaian masalahnya (Wuria 2015). Peran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) selaku lembaga yang memiliki wewenang untuk menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen. Sedangkan dalam menangani persaingan usaha yang tidak sehat dapat dilakukan penyelidikan lebih lanjut oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Sehingga berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini akan membahas permasalahan terkait bagaimana pelaksanaan sistem *bundling* dalam pemasaran produk barang atau jasa agar tidak melanggar ketentuan dalam Undang- Undang Perlindungan Konsumen? Bagaimana kriteria sistem *bundling* yang dapat digolongkan sebagai persaingan usaha tidak sehat? dan Bagaimana upaya yang dilakukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen maupun KPPU apabila menemukan pelanggaran sistem *bundling* yang merugikan konsumen.

B. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum yuridis normative (Diantha 2017). Metode penelitian yuridis normatif adalah metode penelitian hukum yang dilakukan dengan meneliti bahan pustaka atau data sekunder belaka (Abdulrahman 2003). Oleh karena itu, data yang akan digunakan dalam penelitian bersifat kepustakaan seperti data sekunder berupa doktrin, konsep, peraturan perundang- undangan dan kaedah hukum yang berkaitan dengan penelitian ini. Sifat dari penelitian ini adalah deskriptif analitis. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara tepat, sifat individu, suatu gejala, keadaan atau kelompok tertentu. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah perlindungan data nasabah yang dilihat dari UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Jenis dan sumber data yang akan digunakan adalah data sekunder. Bahan hukum yang akan digunakan terdiri dari bahan hukum primer dan sekunder sebagai berikut:

1. Bahan hukum primer

Bahan hukum primer ini terdiri dari peraturan perundang- undangan yang terdiri dari Undang- Undang Dasar Negara Republik Indonesia, dari Undang- undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang

Perlindungan Konsumen, Undang – undang nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

2. Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder dalam penelitian ini terdiri dari bahan- bahan yang menunjang bahan hukum primer, seperti buku literatur, artikel, laporan penelitian dan karya tulis ilmiah yang memiliki keterkaitan dengan topik yang dikaji.

Analisis data adalah sebuah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan kesatuan uraian dasar. Analisis data yang akan digunakan adalah analisis data secara kualitatif yaitu analisis yang dilakukan dengan mengumpulkan semua data yang telah diperoleh dan dipilah yang dapat dijadikan bahan dalam penelitian, lalu data tersebut dikumpulkan menjadi satu dan dideskripsikan (Soekanto and Mamudji 2006). Setelah serangkaian hal tersebut maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Metode penarikan kesimpulan yang dapat digunakan dalam penelitian hukum yuridis normatif adalah penarikan kesimpulan secara deduksi yaitu metode penarikan kesimpulan yang diambil dari peraturan hukum yang umum kedalam kesimpulan hukum yang lebih khusus.

C. PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Sistem *Bundling* Dalam Pemasaran Produk Barang Atau Jasa Agar Tidak Melanggar Ketentuan Dalam Undang- Undang Perlindungan Konsumen

Sistem *bundling* pada umumnya merupakan salah satu strategi pemasaran yang sering digunakan dalam dunia usaha. Selain itu, setiap pelaku usaha pastinya memiliki inovasi yang berbeda- beda dalam memasarkan produknya di masyarakat. Stremerch dan Tellis (Tellis 2002) mengatakan bundling adalah penjualan dua buah atau lebih produk yang terpisah dalam satu paket. Sehingga berdasarkan pemamparan mengenai definisi bundling tersebut dapat disimpulkan bahwa bundling adalah penggabungan dua produk yang memiliki pangsa pasar yang berbeda yang kemudian dijadikan satu paket dengan salah satu produk memiliki harga yang lebih murah dengan tujuan meningkatkan penjualan pada produk yang lemah dalam pasar. Dalam melakukan suatu bundling maka pelaku usaha akan memperhatikan beberapa indicator di dalamnya yang berupa:

Menurut Frans M Royan (Royan n.d.) bundling memiliki empat dimensi dalam menarik minat konsumen dalam membeli produk yang dipromosikan yaitu:

a. Ketepatan

Ketepatan merupakan usaha perusahaan dalam melaksanakan program bundling yang sesuai dengan perencanaan sehingga dapat mencapai program bundling yang sesuai dengan

perencanaan sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan. Ketepatan bundling meliputi media promosi diantaranya adalah ketepatan waktu pelaksanaan promosi bundling dan ketepatan jangka waktu pelaksanaan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

b. Harga

Harga merupakan suatu hal yang penting dalam memasarkan suatu produk. Hal ini dikarenakan dengan harga seseorang dapat memilih produk yang akan dibelinya. Dengan harga konsumen rela mengorbankan sejumlah uangnya untuk mendapatkan suatu produk tertentu. Harga dapat meliputi harga produk itu sendiri, harga juga dapat dilihat dari kualitas produk dan harga dapat dilihat ketika konsumen membandingkan dengan pesaing. Membandingkan suatu harga dengan harga yang dijual di tempat lain diperlukan untuk mengukur apakah harga yang diberikan sesuai dengan produk yang nantinya akan didapat konsumen tersebut. Jika konsumen sudah merasa harga tersebut sesuai dengan kualitas produk dan sesuai dengan jumlah produk yang digabung tersebut maka kesesuaian harga telah memenuhi keinginan konsumen yang meningkatkan jumlah pembelian produknya. Selain itu biasanya produk yang dijual dengan sistem bundling memiliki kelebihan yaitu memiliki harga yang lebih murah dibandingkan dengan melakukan pembelian secara eceran.

c. Kemenarikan

Kemenarikan yang dimaksudkan adalah ketertarikan konsumen terhadap produk yang menggunakan promosi bundling. Pilihan produk yang beragam menjadikan suatu kemenarikan tersendiri bagi konsumen yang akan mendorong terhadap perilaku pembelian konsumen. Selain itu kemenarikan akan manfaat yang tinggi akan produk yang dibundling dapat mempengaruhi tingkat keinginan konsumen untuk membeli produk tertentu. Produk utama apabila dikemas menjadi satu dengan produk pendukungnya juga tidak akan meningkatkan penjualan apabila tidak memiliki fungsi yang melengkapi. Perusahaan dalam menggunakan bundling terhadap suatu produk hendaknya juga memperhatikan apakah produk yang akan dibundling tersebut sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat itu karena apabila tidak sesuai maka akan menjadi percuma.

d. Cara Penggabungan produk

Cara penggabungan produk yaitu keinginan produsen dalam menggabungkan produk utama dan pendukung secara seimbang menurut kebutuhan konsumen.

Sistem bundling juga dikenal dengan berbagai macam bentuknya seperti *pure bundling*, *price bundling* dan *mixed bundling*. Di antara ketiga jenis bundling tersebut *price bundling* merupakan jenis yang sering ditemukan dalam masyarakat, dimana sistem ini dilakukan dengan penjualan dua produk terpisah atau lebih dalam satu paket dengan sebuah diskon harga. Hal ini

membuat konsumen akan lebih termotivasi untuk melakukan pembelian dikarenakan diskon harga yang ditawarkan. Konsep *price bundling* pertama kali dipublikasikan dalam literature marketing oleh Gerrad J Tellis pada tahun 1986 dalam artikelnya berjudul *Beyond the Many Facets of Price: An Integration of Pricing Strategies*. Tellis mengatakan bahwa perusahaan seharusnya menggunakan strategi price bundling dalam menghadapi permintaan pasar yang bermacam-macam pada produk pengganti yang tidak tahan lama (James 2003).

Sedangkan pengertian *mixed bundling* adalah strategi penjualan product bundling dimana tiap-tiap produk dapat dibeli secara terpisah, dan terakhir pure bundling yang merupakan jenis product bundling dimana konsumen hanya dapat membeli produk yang ditawarkan penjual dalam bentuk paket.

Dalam permasalahan penelitian ini adalah diterapkannya bentuk *pure bundling* oleh beberapa layanan kesehatan seperti rumah sakit, klinik dan lain sebagainya dalam menawarkan layanan rapid test di masa pandemi. Penerapan *pure bundling* ini dianggap merugikan konsumen kalangan menengah maupun ke bawah di karenakan terjadi lonjakan harga produk rapid test yang di luar batas wajarnya. Dalam hal ini dapat dilihat pada masa pandemic ini banyak rumah sakit yang menyediakan layanan rapid test, dimana pemerintah menetapkan harga untuk pelayanan itu sebesar 150 ribu yang diatur dalam Surat Edaran Nomor: HK.02.02/1/2875/2020 tentang Batasan Tarif Tertinggi Pemeriksaan Rapid test Antibody dan batasan tarif maksimum untuk *rapid test antigen- swab* adalah 250 ribu untuk pulau Jawa dan 275 ribu untuk di luar pulau Jawa berdasarkan Surat Edaran Nomor: HK.02.02/1/4611/2020 Tentang Batasan Tarif Tertinggi Pemeriksaan Rapid Tes Antigen Swab.

Namun dikarenakan adanya penurunan pendapatan sebagai dampak dari pandemic ini. Pelaku usaha rumah sakit lalai untuk tetap memperhatikan hak- hak dari konsumen sebagaimana diatur dalam pasal 4 Undang- Undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pelanggaran hak konsumen tersebut dapat dilihat bahwa beberapa rumah sakit menerapkan pure bundling dengan harga pakatnya sebesar 500 ribu hingga 5,7 juta untuk satu kali pengujian. Harga paket tersebut dibedakan menjadi beberapa jenis diantaranya Berdasarkan inspeksi yang dilakukan tim Direktorat Investigasi KPPU di bawah pimpinan Gopprera Panggabean, beliau mengatakan bahwa beberapa RS menyediakan layanan kesehatan dalam rangka mengantisipasi Covid-19 dalam beberapa paket. Paket yang ditawarkan diantaranya, terdapat paket biasa untuk rapid test dan screening seharga Rp489.000. Ada pula yang menawarkan paket basic seharga Rp1.900.000 yang terdiri dari pemeriksaan darah lengkap, CRP, rapid test Covid-19, CR-torax dan konsultasi ke dokter.

Di RS tersebut pula dijelaskan, terdapat jenis penawaran yang menawarkan paket advance seharga Rp3.950.000 yang meliputi pemeriksaan darah lengkap, rapid test, CRP, CT-Scan, konsultasi ke dokter spesialis paru dan penyakit dalam. Bahkan ada yang menawarkan paket Rp5.750.000 yang rincian pelayanan jasa yang didapat berupa pemeriksaan darah, CRP, rapid-test, swap, PCR, CT-Scan dan konsultasi ke dokter spesialis penyakit dalam. Jadi dalam menawarkan pelayanannya menggunakan beberapa istilah, seperti paket gold, platinum dan sebagainya (Qur'ani 2020). Harga tersebut jelas berbeda jauh dengan harga yang seharusnya diberikan kepada masyarakat. Selain itu masyarakat jadi tidak memiliki kebebasan untuk memilih layanan rapid test secara terpisah. Sedangkan dalam pasal 4 UU Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa konsumen memiliki hak untuk memilih dan mendapat barang dan/ atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Selain itu dalam pasal yang sama pula mengatakan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang. Sehingga dengan adanya pembatasan dalam sistem bundling yang ditawarkan rumah sakit tersebut telah membuat konsumen tidak nyaman dan kehilangan hak untuk memilih produk yang mereka inginkan.

Rumah sakit dan layanan kesehatan lainnya tersebut juga dapat dikatakan menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dengan membuat konsumen lebih tertarik dengan menggunakan produk bundling yang mereka tawarkan sehingga tidak memiliki kesempatan untuk memilih produk lainnya. Seharusnya rumah sakit lebih menerapkan sistem mixed bundling dalam penawaran layanan rapid test tersebut agar masyarakat dapat memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Selain itu pemerintah juga diharapkan lebih memperhatikan lagi kebijakan terkait penerapan batasan harga bagi layanan kesehatan yang berupa rapid test dan swab test, dikarenakan pada masa seperti sekarang ini kedua layanan kesehatan tersebut sangat dibutuhkan oleh banyak masyarakat.

2. Kriteria Sistem *Bundling* Yang Dapat Digolongkan Sebagai Persaingan Usaha Tidak Sehat

Perusahaan dalam menerapkan sistem *bundling* untuk menawarkan produk yang didagangkan dapat dilakukan dengan beberapa jenis seperti pure bundling, price bundling maupun mixed bundling. Masing- masing bundling memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing, dimana berdasarkan pengertiannya pure bundling memiliki kelebihan dalam hal membuat masyarakat lebih mudah untuk membeli suatu produk secara bersamaan dengan harga yang lebih rendah, sedangkan untuk price bundling memiliki kelebihan yaitu membuat masyarakat ingin membeli suatu produk karena memiliki harga diskon besar dan terakhir adalah mixed bundling yang memiliki kelebihan konsumen dapat membeli masing- masing produk secara terpisah. Namun selain memiliki kelebihan masing- masing dari sistem bundling tersebut juga memiliki kelemahan

diantaranya apabila suatu perusahaan menerapkan pure bundling maka akan dianggap merugikan bagi konsumen. Hal ini disebabkan produk yang ditawarkan tidak dapat dibeli terpisah dan membuat harga dari produk tersebut terkesan lebih tinggi dari harga apabila produk tersebut dibeli secara terpisah. Selain itu penerapan pure bundling juga berpotensi dalam menimbulkan persaingan usaha tidak sehat.

Di Indonesia telah memberlakukan Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 merupakan konsekuensi atas diratifikasinya perjanjian Marrakesh oleh DPR dengan Undang- Undang Nomor 7 Tahun 1974 dimana dalam perjanjian tersebut mengharuskan Indonesia membuka diri dan tidak diperbolehkan untuk bertindak diskriminatif seperti pemberian proteksi terhadap *entry barrier* suatu perusahaan. Hal ini juga dikarenakan adanya tekanan IMF kreditor bagi Indonesia dan dalam rangka membatasi krisis moneter yang telah dahsyat melanda dan menjadikan terpuruknya ekonomi Indonesia secara luas (Zain 2016).

Menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat pengertian praktik monopoli terdapat pada Pasal 1 angka 2 yang menyatakan:

“Praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan merugikan kepentingan umum.”

Sehingga berdasarkan pengertian tersebut pelaku usaha dapat digolongkan melakukan praktik monopoli apabila memenuhi unsur- unsur sebagai berikut(Effendi 2020):

- a. Pemusatan kekuatan ekonomi;
- b. Satu atau lebih pelaku usaha;
- c. Mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu;
- d. Menimbulkan persaingan usaha tidak sehat;
- e. Merugikan kepentingan umum.

Apabila dilihat dari kasus adanya sistem bundling dalam penawaran rapid test yang dilakukan beberapa klinik kesehatan telah memenuhi beberapa unsur dari praktik monopoli tersebut diantaranya mengakibatkan dikuasainya produksi atau pemasaran. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya penerapan sistem pure bundling, dimana konsumen tidak dapat memilih produk yang ditawarkan secara terpisah. Hal ini juga disampaikan oleh tim Direktorat Investigasi KPPU bahwa ditemukan beberapa RS yang mengeluarkan diagnosis atau screening awal Covid-19 dalam beberapa paket dimana dengan paket tersebut konsumen diharuskan untuk membayar lebih mahal dan mendapatkan pelayanan selain Rapid test. Sehingga konsumen yang ingin segera mendapatkan

layanan tersebut harus melakukan segala prosedur yang seharusnya tidak diperlukan (Sabirin and Herfian 2021). Selain itu kegiatan usaha tersebut juga dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam pasal 15 ayat 2 UU No. 5 Tahun 1999 yang menjelaskan bahwa pelaku usaha tegas dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain (perjanjian tertutup) yang memuat syarat bahwa pihak yang menerima suatu barang/jasa tertentu harus bersedia membeli barang/jasa lain dari pelaku usaha pemasok. Hal ini dapat dilihat dari harga paket dan layanan yang ditawarkan oleh klinik kesehatan seperti adanya paket basic seharga Rp1.900.000 yang terdiri dari pemeriksaan darah lengkap, CRP, rapid test Covid-19, CR-torax dan konsultasi ke dokter. Sedangkan apabila dilihat beberapa layanan dalam paket tersebut tidak diwajibkan atau tidak berhubungan dengan rapid test tersebut. Sehingga hal ini jelas merugikan konsumen yang memiliki hak untuk mendapatkan layanan kesehatan yang layak.

Dalam UU No. 5 Tahun 1999 juga mengatur bahwa Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memerhatikan keseimbangan antara pelaku usaha dan kepentingan umum. Sehingga berdasarkan pengaturan tersebut maka dapat dilihat bahwa persaingan usaha Indonesia harus berdasarkan demokrasi ekonomi sebagaimana juga diatur dalam penjabaran dari ketentuan pasal 33 Undang-Undang Dasar (UUD) 1945. Setelah amandemen keempat, ketentuan Pasal 33 UUD 1945 secara tegas menyatakan bahwa perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi. Dengan demikian semua hal yang berkaitan dengan perekonomian, seperti sistem ekonomi, tujuan ekonomi yang hendak dicapai, pembangunan ekonomi, kebijakan maupun program, semuanya harus berdasar atas demokrasi ekonomi. Selain itu juga dijelaskan lebih lanjut dalam pasal 33 ayat 4 yang menyatakan bahwa perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip keadilan, kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menjelaskan mengenai dua jenis pendekatan yang dimaksudkan untuk memudahkan KPPU dalam menentukan suatu kegiatan usaha termasuk dalam persaingan usaha tidak sehat, yaitu pendekatan Rule of Reason dan pendekatan Per se Illegal. Pendekatan tersebut berfungsi untuk membedakan perbuatan atau struktur pasar bagaimanakah yang boleh dilakukan oleh pelaku usaha. Pendekatan Rule of Reason merupakan tuduhan terhadap perbuatan yang dianggap telah melanggar hukum persaingan tetapi harus mempertimbangkan situasi dan kondisi kasus, karena perbuatan yang dituduhkan tersebut harus diteliti lebih dahulu apakah perbuatan tersebut telah membatasi persaingan secara tidak patut. Perbuatan yang diteliti dahulu, maka penggugat disyaratkan dapat menunjukkan akibat yang ditimbulkan dari

perjanjian, kegiatan, dan posisi dominan yang telah menghambat persaingan atau menyebabkan kerugian (Rokan 2010). Hal tersebut berbeda dengan pendekatan *Per se illegal* yang memandang bahwa suatu perbuatan yang dianggap melanggar persaingan usaha tidak perlu analisis, sebab akibatnya berpengaruh buruk terhadap persaingan dan tidak perlu ada analisis, dan cukup dengan melihat apabila perbuatan atau pelanggaran tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha dan telah melanggar peraturan yang berlaku. Mustafa Kamal menjelaskan bahwa *per se illegal* adalah pendekatan dimana suatu perjanjian atau kegiatan usaha dilarang karena dampak dari perjanjian telah dianggap jelas dan pasti mengurangi atau menghilangkan persaingan (Benuf, Mahmudah, and Priyono 2019).

Per se Illegal dapat diterapkan bila memenuhi salah satu syarat yaitu Pendekatan *per se illegal* harus memenuhi dua syarat dalam implementasinya, yaitu pertama, harus lebih ditujukan kepada perilaku pelaku usaha, karena keputusan melawan hukum yang dijatuhkan tanpa perlu pemeriksaan terhadap akibat yang ditimbulkan dan hal-hal lain yang melingkupinya (Hery 2020). Kedua, identifikasi dapat dilakukan secara cepat dan mudah terhadap praktek atau batasan perilaku yang dilarang (Bayern 2021). Penilaian atas tindakan dari perilaku baik di pasar maupun dalam proses pengadilan harus dapat ditentukan dengan mudah.

Berdasarkan kedua pendekatan tersebut maka pendekatan yang sesuai dengan kasus bundling dalam penawaran layanan rapid test adalah *per se illegal*. Hal ini dikarenakan pembuktiannya yang mudah dan lebih menjamin adanya kepastian hukum bagi konsumen yang merasa dirugikan akibat adanya persaingan usaha tidak sehat yang terjadi dalam masyarakat. Selain itu pendekatan tersebut juga lebih memudahkan hakim dalam memutus perkara karena lebih luas dan mudah dalam penafsirannya. *Per se illegal* juga meringankan bagi konsumen kalangan menengah maupun ke bawah karena biayanya yang murah dan tidak memakan waktu lama untuk memutuskan perkara tersebut. Meskipun begitu bukan berarti segala hal yang dianggap sebagai pelanggaran persaingan usaha dapat langsung dikenakan sanksi tanpa ada bukti yang jelas. Namun tidak menutup kemungkinan untuk menggunakan pendekatan *rule of reason* apabila tindakan yang dianggap sebagai pelanggaran persaingan usaha tidak dapat dibuktikan secara pasti dan kurang efektif dalam melakukan penyelidikan.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, maka selanjutnya akan dibahas pasal yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yang membahas atau mengatur mengenai praktik monopoli layanan kesehatan yang menawarkan produk bundling, antara lain Pasal 15, yang menyatakan bahwa:

- 1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan atau jasa hanya akan memasok atau tidak memasok kembali barang dan atau jasa tersebut kepada pihak tertentu dan atau pada tempat tertentu.
- 2) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan atau jasa tertentu harus bersedia membeli barang dan atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok.
- 3) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian mengenai harga atau potongan harga tertentu atas barang dan atau jasa, yang memuat persyaratan bahwa pelaku usaha yang menerima barang dan atau jasa dari pelaku usaha pemasok
 - harus bersedia membeli barang dan atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok; atau
 - tidak akan membeli barang dan atau jasa yang sama atau sejenis dari pelaku usaha lain yang menjadi pesaing dari pelaku usaha pemasok.

Sehingga apabila melihat ketentuan pasal 15 tersebut dapat dijelaskan bahwa tindakan penawaran *bundling* pada layanan rapid test memenuhi kriteria persaingan usaha tidak sehat yakni perjanjian tertutup dimana memenuhi unsur pasal 15 ayat 2 yaitu adanya perjanjian dengan pihak lain yang memuat persyaratan yaitu dengan mewajibkan konsumen membeli layanan *rapid test* secara paket yang harganya jauh lebih mahal dari harga awal sebagaimana diatur dalam Surat Edaran Nomor: HK.02.02/1/2875/2020 tentang Batasan Tarif Tertinggi Pemeriksaan Rapid test Antibody dan batasan tarif maksimum untuk *rapid test antigen- swab* adalah 250 ribu untuk pulau Jawa dan 275 ribu untuk di luar pulau Jawa berdasarkan Surat Edaran Nomor: HK.02.02/I/4611/2020 Tentang Batasan Tarif Tertinggi Pemeriksaan Rapid Tes Antigen Swab. Selain itu layanan yang dipaketkan bersama rapid test tersebut tidak berhubungan dan bersifat wajib sehingga hal tersebut merugikan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan klinik kesehatan yang menyediakan layanan rapid test seharusnya menerapkan mixed bundling dibandingkan dengan pure bundling agar tidak membatasi konsumen dalam memilih produk yang mereka butuhkan.

3. Upaya Yang Dilakukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dan KPPU Apabila Menemukan Pelanggaran Sistem *Bundling* Yang Merugikan Konsumen

Dapat dilihat dari kasus yang telah dijelaskan bahwa adanya penerapan sistem bundling yang tidak sesuai oleh rumah sakit dan layanan kesehatan lainnya yang menawarkan layanan rapid test, maka seharusnya pelaku usaha bertanggung jawab kepada konsumen yang merasa haknya telah dilanggar. Dalam pasal 1 angka 3 UUPK dapat dilihat unsur-unsur pelaku usaha, yaitu:

- a. Setiap orang atau badan usaha
- b. Yang didirikan atau berkedudukan
- c. Melakukan kegiatan

- d. Dalam wilayah hukum Republik Indonesia
- e. Sendiri atau bersama-sama
- f. Melalui perjanjian
- g. Menyelenggarakan kegiatan usaha
- h. Dalam berbagai bidang ekonomi

Tanggung jawab pelaku usaha sangat diperlukan bagi konsumen jasa yang menggunakannya, namun Undang – Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan belum mengatur secara jelas mengenai tanggung jawab pelaku usaha. Berbeda dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang telah jelas mengatur tentang hak dan kewajiban bagi konsumen dan pelaku usaha. Ini membuktikan bahwa adanya kemajuan dalam melindungi pihak- pihak pada kegiatan ekonomi. Tanggung jawab yang dapat dilakukan dengan melakukan ganti rugi kepada konsumen sebagaimana diatur dalam pasal 19 ayat 1 UU Perlindungan Konsumen. Dalam pasal tersebut menjelaskan bahwa tanggung jawab pelaku usaha dapat berupa:

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- 2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- 5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Dengan pemahaman bahwa perlindungan konsumen mempersoalkan perlindungan (hukum) yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memperoleh barang dan jasa dari kemungkinan timbulnya kerugian karena penggunaannya, maka hukum perlindungan konsumen dapat dikatakan sebagai hukum yang mengatur tentang pemberian perlindungan kepada konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhannya sebagai konsumen. Dengan demikian, hukum perlindungan konsumen mengatur hak dan kewajiban produsen, serta cara-cara memperhatikan hak dan kewajiban itu (Sidabolok 2010).

Dalam hal ini seharusnya pelaku usaha memberikan ganti rugi berupa diberikannya pelayanan kesehatan berupa rapid test kepada konsumen yang telah diharuskan membayar lebih yang disebabkan adanya sistem pure bundling tersebut. Selain itu, konsumen seharusnya melaporkan hal ini kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen ataupun Lembaga yang diberikan wewenang untuk mengatasi sengketa konsumen. Dalam menyelesaikan sengketa tersebut dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan melalui pengadilan maupun di luar pengadilan. Tata cara untuk penyelesaian sengketa yaitu:

- a. Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
- b. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
- c. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang.

Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa. Selanjutnya apabila telah dicapai kesepakatan untuk menyelesaikan sengketa diluar pengadilan maka akan dilakukannya mediasi untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen. Seharusnya BPSK selaku lembaga yang diberikan wewenang untuk membantu dalam penyelesaian sengketa konsumen dapat mengeluarkan suatu putusan apabila pelaku usaha memang terbukti melakukan perbuatan yang melanggar ketentuan dalam UU Perlindungan Konsumen dimana nantinya putusan tersebut dapat dijadikan bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan sebagaimana diatur dalam Pasal 56 ayat 6 UU Perlindungan Konsumen.

Dalam permasalahan ini pelaku usaha telah melanggar pasal 10 UU Perlindungan konsumen dimana pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai harga atau tarif suatu barang dan/ atau jasa. Hal ini dilakukan pelaku usaha dengan menawarkan layanan rapid test dengan sistem bundling yang menimbulkan perbedaan harga yang seharusnya hanya 150 ribu rupiah menjadi 500 ribu hingga 5,7 juta untuk satu kali pengujian. Sehingga pelaku usaha dapat dikenakan Pasal 62 UU Perlindungan Konsumen yaitu Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8,

Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Sedangkan apabila dalam hal persaingan usaha maka mekanisme yang dapat dilakukan KPPU selaku komisi pengawas persaingan usaha Beberapa Pasal yang mengatur mengenai mekanisme penanganan perkara persaingan usaha tidak sehat yaitu dalam Pasal 38 sampai dengan Pasal 46 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat. Perkara yang timbul karena pelanggaran undang-undang ini dapat diajukan karena adanya pengaduan dan dapat juga tanpa adanya pengaduan tergantung pendekatan yang digunakan oleh pihak KPPU dalam menangani perkara tersebut.

Prosedur penanganan perkara persaingan tidak sehat dimulai dengan adanya pihak- pihak yang mengajukan perkara atas dugaan telah terjadi praktek persaingan usaha tidak sehat kepada Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU). Adapun pihak yang dapat mengajukannya, yaitu anggota masyarakat luas, pihak yang dirugikan atau praktek bisnis yang bersangkutan, atau pihak yang mengetahui telah terjadi atau patut diduga telah terjadi pelanggaran terhadap Undang-undang ini dapat melaporkan secara tertulis kepada Komisi dengan keterangan yang jelas tentang telah terjadinya pelanggaran, dengan menyertakan identitas pelapor sebagaimana diatur dalam Pasal 38 ayat 1 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Pemeriksaan lanjutan atas pengaduan atau gugatan yang ditunjukan kepada KPPU dilakukan selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari setelah pengaduan tersebut diterima dan komisi akan menetapkan apakah proses pemeriksaan tersebut layak diteruskan atau tidak. Pelaku usaha yang dilaporkan karena diduga telah melakukan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat akan dipanggil untuk memberikan keterangan dan wajib bekerja sama serta beritikad baik untuk melancarkan jalannya proses pemeriksaan Berdasarkan pasal 39 ayat 3 komisi dalam hal melakukan pemeriksaan lanjutan tersebut wajib menjaga kerahasiaan informasi yang diperoleh dari pelaku usaha yang dikategorikan sebagai rahasia perusahaan. Dalam menyampaikan keterangannya pelaku usaha dapat menyerahkan alat bukti sebagaimana diatur dalam Pasal 42 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Lama waktu KPPU dalam menyelesaikan pemeriksaan lanjutan tersebut paling lama 60 (enam puluh) hari. KPPU wajib membacakan putusannya secara terbuka selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari sejak selesainya pemeriksaan lanjutan. Setelah dibacakannya putusan oleh KPPU maka pelaku usaha wajib melaksanakan putusan tersebut dan menyampaikan laporan pelaksanaannya

kepada Komisi. Namun apabila yang bersangkutan keberatan terhadap isi putusan KPPU, maka dapat mengajukan keberatan/banding ke Pengadilan Negeri.

Kemudian Pengadilan Negeri akan memeriksa permohonan keberatan tersebut dalam waktu 14 (empat belas) hari sejak diterimanya permohonan banding, dan wajib memberikan putusan dalam jangka waktu 30 (tiga puluh) hari sejak pengajuan keberatan. Terhadap Putusan Pengadilan Negeri apabila masih menemukan keberatan maka dapat mengajukan kasasi langsung ke Mahkamah Agung yang kemudian Mahkamah Agung harus menjatuhkan putusannya dalam waktu 30 (tiga puluh) hari sejak tanggal diterimanya permohonan kasasi tersebut. Dalam hal pelaku usaha terbukti bersalah maka Komisi diberi kewenangan untuk menjatuhkan sanksi berupa tindakan administrative terhadap pelaku usaha yang melanggar Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, berupa:

- a. penetapan pembatalan perjanjian yang dilarang oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat;
- b. perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan integrasi vertical;
- c. perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktek monopoli dan atau menyebabkan persaingan usaha tidak sehat dan merugikan masyarakat;
- d. perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan penyalahgunaan posisi dominan;
- e. penetapan pembatalan atas merger atau akuisisi atau konsolidasi badan yang dilarang oleh undang-undang;
- f. penetapan pembayaran ganti rugi
- g. pengenaan denda erendah-rendahnya Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah).

Selain berwenang dalam menjatuhkan sanksi administrative dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 komisi juga berwenang dalam menjatuhkan sanksi pelanggaran terhadap undang-undang ini yaitu dapat dikenakan ancaman pidana, berupa pidana pokok dan pidana tambahan. Pidana pokok itu berupa pidana denda sedangkan untuk pidana tambahan dengan menunjuk pada Pasal 10 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, berupa:

- a. pencabutan ijin usaha;
- b. larangan kepada pelaku usaha yang telah terbukti melakukan pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 untuk menduduki jabatan direksi atau komisaris sekurang-kurangnya 2 tahun dan selama-lamanya 5 tahun;
- c. penghentian kegiatan atau tindakan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian kepada pihak lain.

Dalam perkara penawaran produk secara *pure bundling* yang dilakukan beberapa klinik kesehatan yang dianggap telah melakukan persaingan usaha tidak sehat berupa perjanjian tertutup

sebagaimana diatur dalam Pasal 15 ayat 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dengan bukti adanya penawaran dengan model paket untuk mendapatkan layanan rapid test, dimana dalam paket yang ditawarkan terdapat layanan yang tidak wajib dilakukan dan tidak berhubungan dengan rapid test itu sendiri. Selain itu harga yang ditawarkan menjadi lebih mahal dan membuat konsumen baik pada kalangan menengah ataupun kurang mampu keberatan dan mengeluhkan hak tersebut, dimana mereka hanya menginginkan layanan rapid test yang semula hanya seharga 150 ribu yang diatur dalam Surat Edaran Nomor: HK.02.02/1/2875/2020 tentang Batasan Tarif Tertinggi Pemeriksaan *rapid test antibody* dan batasan tarif maksimum untuk *rapid test antigen- swab* adalah 250 ribu untuk pulau Jawa dan 275 ribu untuk di luar pulau Jawa berdasarkan Surat Edaran Nomor: HK.02.02/1/4611/2020 Tentang Batasan Tarif Tertinggi Pemeriksaan Rapid Tes Antigen Swab. Sehingga atas tindakan tersebut maka pelaku usaha layanan kesehatan tersebut dapat diancam pidana pokok sebagaimana diatur dalam Pasal 48 ayat 1 dimana sanksi pidana berupa pidana denda serendah-rendahnya Rp 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 100.000.000.000,00 (seratus miliar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 6 (enam) bulan. Lalu pelaku usaha juga dapat dijatuhkan pidana tambahan sebagaimana diatur dalam Pasal 49 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

D. PENUTUP

Penerapan sistem bundling memang diperbolehkan untuk menjadi salah satu strategi pemasaran. Namun dalam penerapannya diharapkan tidak menimbulkan kerugian bagi masyarakat terutama bagi konsumen yang menggunakan produk atau jasa tersebut. Oleh karena itu pelaku usaha dalam memberlakukan sistem bundling diharapkan juga menyesuaikan dengan kebutuhan dari konsumen itu sendiri, seperti yang terjadi pada layanan kesehatan yang saat pandemic ini sangat dibutuhkan masyarakat dengan layanan rapid test yang ditawarkan. Namun sayangnya justru banyak layanan kesehatan seperti rumah sakit maupun klinik yang menyalahgunakan rapid test untuk kepentingan pelaku usaha sendiri dalam mencari keuntungan dengan menggunakan sistem pure bundling. Hal ini ditemukan bahwa beberapa rumah sakit tidak memperbolehkan konsumennya untuk mendapatkan layanan rapid test yang terpisah dengan produk lainnya.

Ketentuan rumah sakit tersebut dianggap telah melanggar hak konsumen yaitu Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa konsumen memiliki hak untuk memilih dan mendapat barang dan/ atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Selain itu dalam pasal yang sama pula mengatakan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang. Sehingga dengan adanya pembatasan dalam sistem bundling yang ditawarkan rumah

sakit tersebut telah membuat konsumen tidak nyaman dan kehilangan hak untuk memilih produk yang mereka inginkan dikarenakan harganya yang sangat berbeda jauh dengan harga yang ditetapkan oleh pemerintah. Oleh karena itu, rumah sakit seharusnya lebih menerapkan sistem *mixed bundling* dalam penawaran layanan rapid test tersebut agar masyarakat dapat memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Selain itu pemerintah juga diharapkan lebih memperhatikan lagi kebijakan terkait penerapan batasan harga bagi layanan kesehatan yang berupa rapid test dan swab test, dikarenakan pada masa seperti sekarang ini kedua layanan kesehatan tersebut sangat dibutuhkan oleh banyak masyarakat.

Upaya yang dapat dilakukan oleh BPSK selaku lembaga yang diberikan wewenang untuk membantu dalam penyelesaian sengketa konsumen dapat mengeluarkan suatu putusan apabila pelaku usaha memang terbukti melakukan perbuatan yang melanggar ketentuan dalam UU Perlindungan Konsumen dimana nantinya putusan tersebut dapat dijadikan bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan sebagaimana diatur dalam Pasal 56 ayat 6 UU Perlindungan Konsumen. Dalam permasalahan ini pelaku usaha telah melanggar Pasal 10 UU Perlindungan konsumen dimana pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai harga atau tarif suatu barang dan/ atau jasa. Hal ini dilakukan pelaku usaha dengan menawarkan layanan rapid test dengan sistem bundling yang menimbulkan perbedaan harga yang seharusnya hanya 150 ribu rupiah menjadi 500 ribu hingga 5,7 juta untuk satu kali pengujian. Sehingga pelaku usaha dapat dikenakan pasal 62 UU Perlindungan Konsumen yaitu Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Selain melanggar ketentuan pada pasal pasal 10 UU Perlindungan Konsumen, tindakan yang dilakukan oleh pelaku layanan kesehatan tersebut juga telah menyebabkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 15 ayat 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dengan bukti adanya penawaran dengan model paket untuk mendapatkan layanan rapid test, dimana dalam paket yang ditawarkan terdapat layanan yang tidak wajib dilakukan dan tidak berhubungan dengan rapid test itu sendiri. Sehingga akibat dari perbuatannya tersebut pelaku usaha dapat dikenakan pidana pokok maupun pidana tambahan sebagaimana diatur dalam pasal 48 ayat 1 pasal 49 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulrahman, Soerjono. 2003. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bayern, Shawn. 2021. "Business Law Beyond Business." *Journal of Corporation Law* 46(1):11.
- Benuf, Kornelius, Siti Mahmudah, and Ery Agus Priyono. 2019. "Perlindungan Hukum Terhadap Keamanan Data Konsumen Financial Technology Di Indonesia." *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum* 3(2):145–60.
- Daryanto. 2016. *Media Pembelajaran*. Yogyakarta: Gava Media.
- Diantha, I. Made Pasek. 2017. *Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Cetakan ke. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Dicky Eko Prasetyo, Ridwan Arma Subagio. 2021. "Optimalisasi Peran Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat Dalam Menghadapi Covid-19 Di Desa Sukorejo Kabupaten Bojonegoro." *Pelatihan, Pengembangan, Dan Pengabdian Masyarakat* 1(2):44.
- Effendi, Basri. 2020. "Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat." *Syiah Kuala Law Journal* 4(1):21–32.
- Gede Nanda Radithya, I Nyoman Putu Budiarta, dan Ni Made Puspasutari Ujjanti. 2022. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tiruan Pada Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Pada Toko Stridwear.Id Bali)." *Integrasi Hukum* 3(2):332–38.
- Hery. 2020. *Hukum Bisnis*. Jakarta: Grasindo.
- James, Fernando Jaramillo dan Saham. 2003. "Historical And Present Perspectives on Price Bundling. University of South Florida." *Roman Sejarah Pemasaran* 11.
- Kurniawan, Frans M. Royan dan Roy. 2011. *Kiat Sukses Merancang Mengaplikasikan Marketing Plan*. Jakarta: PT Elex Media Computindo.
- Mahajan, R. Venkatesh dan Vijay. 2009. *Design and Pricing of Product Bundles: A Review of Normative Guidelines and Practical Approaches*. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing Company.
- Muhammad Al Ikhwan Bintarto, Sayang Bidul, Zaid. 2022. "Analysis of Economic Analysis of Law Principle In Purchase Fuel By Application (Study of MyPertamina)." *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune* 5(2):203–10.
- Priansa, Doni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV Alfabeta.
- Qur'ani, Hamalatul. 2020. "KPPU Selidiki Potensi Pelanggaran Pelaksanaan Rapid Test Oleh Rumah Sakit." *Hukumonline.Com*.
- Rokan, Mustafa Kamal. 2010. *Hukum Persaingan Usaha-Teori Dan Parktiknya Di Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Royan, Frans M. n.d. *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Computindo.

Sabirin, A. and R. H. Herfian. 2021. "Dampak Ekosistem Digital Terhadap Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Serta Optimalisasi Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Di Era Ekonomi Digital." *Jurnal Persaingan Usaha* 02(5):75–82.

Saeno. 2020. "Dugaan Praktik Tying and Bundling Pada Layanan Rapid Test Di Rumah Sakit." *Kabar24.Bisnis.Com*.

Sidabolok, Janus. 2010. *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Soekanto, Soerjono and Sri Mamudji. 2006. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Tellis, Stefan Stremersch dan Gerar J. 2002. "Strategic Bundling of Products and Prices: A New Synthesis For Marketing." *Journal of Marketing* 66:55–72.

Wuria, Eli. 2015. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Yudha Andrianto, Dwi Sisbiantoro. 2022. "Upaya Hukum Terhadap Konsumen Perumahan Atas Wanprestasi Yang Dilakukan Oleh Developer (PT. Anugerah Agung Pratama)." *Klausula* 1(1):78.

Yuliana. 2021. "Inovasi Bisnis Digital Di Tengah Pandemi COVID-19." *JAMI: Jurnal Ahli Muda Indonesia* 2(2):60–71.

Zain, Mochamad Adib. 2016. "Politics of Law on the State Control of Oil and Gas in Indonesia: Gas Liberalization and the Hesitancy of Constitutional Court." *Journal of Indonesian Legal Studies JILS* 01(111):69–86.