

ABSTRAKSI

Persaingan usaha yang semakin ketat mengakibatkan para pelaku usaha berlomba-lomba menyediakan produk yang dapat bersaing di pasar. Dalam memasarkan produknya pelaku usaha tentu menggunakan berbagai macam strategi pemasaran. Salah satu strategi pemasaran yang sangat berkembang adalah sistem *bundling*. Dalam peraturan perundang-undangan tidak ada yang mengatur secara eksplisit mengenai pemanfaatan sistem ini sehingga pemanfaatan sistem ini sangat rentan bersifat antipersaingan. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah yuridis normatif. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Penulis, pelaksanaan sistem *bundling* dalam pemasaran produk barang dan jasa sangat besar manfaatnya dalam kegiatan bisnis baik bagi pelaku usaha maupun bagi konsumen. Terkait dengan aspek legalitas pemanfaatan sistem *bundling*, perlu dilakukan perluasan konsep peraturan persaingan usaha untuk mengetahui apakah penggunaan sistem *bundling* dalam pemasaran produk barang dan jasa legal atau illegal. Di Indonesia, Amerika Serikat dan Uni Eropa sistem *bundling* dapat dimanfaatkan dalam kegiatan pemasaran secara legal apabila tidak dibuat dalam suatu perjanjian tertutup, tidak dilakukan oleh pelaku usaha yang memiliki posisi dominan di pasar dan tidak dilakukan untuk memonopoli pasar.

Kata kunci :

Aspek legalitas, *bundling*, pemasaran, persaingan usaha, produk

ABSTRACT

Increasingly fierce competition resulted in businesses competing to provide products that can compete in the market. Businesses in marketing their products would use a variety of marketing strategies. One marketing strategy that is growing is the bundling system. In the legislation there is no governing explicit reference to the use of this system so that the utilization of this system is anti-competitive is very vulnerable. The method used in this research is juridical normative. Based on this research, the implementation of bundling system in the marketing of goods and services is very beneficial in business activity both for businesses and for consumers. Related to the legality of bundling system utilization, is necessary to expand the concept of competition rules to determine whether the use of bundling system in the marketing of goods and services is legal or illegal. In Indonesia, the United States and the European Union bundling system can be utilized in marketing activities legally if agreement is not made in a closed, not made by businesses that have a dominant position in the market and are not made to monopolize the market.

Keywords :

Legality, bundling, marketing, competition, product