

## Sosialisasi Legalitas Pemasaran Produk Barang dan Jasa dengan Menggunakan Sistem *Bundling* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia

Micael Jeriko Damanik<sup>1</sup>, Eva Solita Pasaribu<sup>2</sup>, Prabudi Darus<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia

\*penulis korespondensi : [micaeljeriko88@gmail.com](mailto:micaeljeriko88@gmail.com)

**Abstrak.** Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan bertujuan untuk memberikan sosialisasi legalitas pemasaran produk barang dan jasa dengan menggunakan sistem *bundling* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia. Permasalahan yang dihadapi adalah dikarenakan seluruh peserta adalah generasi Z yang kebanyakan dari mereka memiliki gaya hidup konsumtif akibat dari modernisasi, belum memahami bagaimana perlindungan konsumen terhadap suatu produk dan jasa. Hasil dari kegiatan ini peserta memahami dengan baik dan benar legalitas pemasaran produk barang dan jasa dengan menggunakan sistem *bundling*, dimana pemasaran dengan menggunakan sistem *bundling* berkaitan erat dengan perlindungan konsumen.

### **Abstract.**

*The community service activities carried out aim to provide socialization on the legality of marketing goods and services using a bundling system to students at the Faculty of Economics and Social Sciences, Sari Mutiara University, Indonesia. The problem faced is because all participants are generation Z, most of whom have a consumer lifestyle as a result of modernization, and do not yet understand how consumers protect products and services. As a result of this activity, participants understand properly and correctly the legality of marketing goods and services using a bundling system, where marketing using a bundling system is closely related to consumer protection.*

### **Historis Artikel:**

Diterima: 16 Januari 2023

Direvisi: 29 Januari 2024

Disetujui: 03 Februari 2024

### **Kata Kunci:**

Legalitas, Pemasaran Produk dan Jasa, Sistem *Bundling*

## PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian di Indonesia membawa pengaruh pada persaingan usaha yang semakin ketat dan kuat. Dalam persaingan usaha, tidak menutup kemungkinan terjadi praktik monopoli, karena dianggap telah membebani masyarakat dan tidak memberikan kesempatan kepada pihak lain untuk bersaing pada bidang kegiatan usaha yang sama (Ramelan, 2006).

Dalam mencapai tujuan-tujuan perusahaan serta mempertahankan posisi perusahaan dalam persaingan yang semakin ketat tentu pelaku usaha membutuhkan strategi bisnis yang tepat dan efektif. Strategi bisnis yang penting dan harus dilakukan oleh setiap pelaku usaha untuk mengembangkan serta mempertahankan usahanya adalah strategi pemasaran. Penentuan strategi pemasaran harus mempertimbangkan besar dan posisi perusahaan dalam pasar. Strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang sedang dilakukan perusahaan dan apa yang akan dilakukan perusahaan atas produknya. Salah satu strategi bisnis khususnya dalam kegiatan pemasaran yang sangat diminati pelaku usaha belakangan ini adalah *bundling* (Lumban Gaol, 2016).

*Bundling* adalah suatu strategi pemasaran dimana dua atau lebih produk dijual dalam sebuah harga khusus yang dipaketkan. Dalam pengertian tersebut, ada dua hal yang harus diamati yaitu produk yang berbeda dan satu paket harga (Venkates dan Mahajan, 2009).

Pengaturan mengenai suatu produk hukum tentu berbeda pada negara yang satu dengan negara yang lain. Hal ini karena perbedaan latar belakang, cita-cita, letak, dan kondisi perkembangan setiap negara berbeda. Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 diatur mengenai *Bundling*. Berdasarkan pasal 10 Diatur mengenai *Bundling*, *Bundling* adalah upaya penjualan beragam produk dalam satu paket secara bersamaan. *Bundling* adalah suatu strategi pemasaran dimana dua atau lebih produk dijual dalam sebuah harga khusus yang dipaketkan (Rokan, 2003).

Dalam ketentuan yang ada di Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tidak dimuat secara khusus larangan mengenai praktik jual paket karena pada dasarnya penerapan strategi ini dapat membawa manfaat dan juga dampak bagi konsumen. Maka sistem Bundling ini menjadi bersifat anti persaingan dan menyebabkan persaingan usaha tidak sehat dikarenakan sistem ini bisa juga merugikan kompetitor lain.

### Analisis Situasional

*Bundling* dimanfaatkan oleh pelaku usaha sebagai suatu strategi untuk bersaing yaitu untuk meningkatkan permintaan konsumen secara keseluruhan dalam setiap lini produk, untuk membangun pasar baru, untuk meningkatkan posisi produk di pasar, dan untuk membedakan produk tersebut dengan produk pesaing. Sebagai suatu strategi bisnis yang sangat besar manfaatnya terhadap perusahaan dan konsumen, sudah sepatutnya pemanfaatan sistem *bundling* dalam bisnis memiliki aturan hukum yang jelas agar pemanfaatan strategi tersebut dapat berjalan dengan lancar, tertib, aman, dan sesuai dengan koridor hukum sehingga tidak ada pihak-pihak yang dirugikan akibat adanya pemanfaatan strategi *bundling* tersebut. Pada dasarnya pemanfaatan strategi *bundling* dalam kegiatan pemasaran tidak akan ada masalah selama konsumen masih memiliki kebebasan untuk memilih produk lain selain produk yang dijual secara *bundling* tersebut atau konsumen masih memiliki kesempatan untuk membeli produk tersebut secara terpisah. Strategi *bundling* tersebut akan menimbulkan masalah ketika strategi ini diterapkan oleh perusahaan yang sudah memiliki pangsa pasar yang besar dan mengharuskan konsumen membeli produk yang sudah dipaketkan oleh perusahaan. Hal tersebut akan merugikan konsumen karena tidak memiliki alternatif pilihan dan juga menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat akibat adanya hambatan bagi pelaku usaha lain untuk masuk pada pasar produk tersebut (Lumban Gaol, 2016).

Tim Pengabdian Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia pada kesempatan ini memberikan sosialisasi legalitas pemasaran produk barang dan jasa dengan menggunakan sistem *bundling* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia. Dimana di era modern yang serba canggih ini, manusia jadi mudah sekali memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dari generasi atas sampai generasi Z semua mulai berbondong-bondong ikut merasakan kemudahan ini. Tapi, dibalik kemudahan yang tersaji ada dampak buruk yang timbul, apa itu? Perilaku konsumtif. Tak banyak yang tahu bahwa mereka sudah masuk ke dalam perilaku tersebut. Lalu apa itu perilaku konsumtif? Perilaku konsumtif adalah perilaku atau gaya hidup individu yang senang membelanjakan uangnya tanpa pertimbangan yang matang. Maka dalam hal ini dikarenakan seluruh peserta adalah generasi Z yang kebanyakan dari mereka memiliki gaya hidup konsumtif akibat dari modernisasi maka perlu diberikan sosialisasi legalitas pemasaran produk barang dan jasa dengan menggunakan sistem *bundling* dimana pemasaran dengan menggunakan sistem *bundling* berkaitan erat dengan perlindungan konsumen .

### SOLUSI PERMASALAHAN MITRA

Berdasarkan observasi dan diskusi langsung antara tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat dan mitra diperoleh beberapa hal yang menjadi solusi dalam permasalahan mitra yaitu secara langsung memberikan sosialisasi legalitas pemasaran produk barang dan jasa dengan menggunakan sistem *bundling* . Oleh karena itu, sosialisasi legalitas pemasaran produk barang dan jasa dengan menggunakan sistem *bundling* difokuskan untuk memecahkan masalah yang dihadapi peserta.

### METODE

Metode yang digunakan dalam sosialisasi legalitas pemasaran produk barang dan jasa dengan menggunakan sistem *bundling* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia adalah metode ceramah dan sesi tanya jawab.

Metode Evaluasi

Evaluasi dilakukan pada akhir sesi kegiatan. Evaluasi diberikan dengan mengumpulkan data yang diperoleh dari masing-masing kegiatan melalui penyebaran kuesioner keseluruhan peserta sosialisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil kegiatan adalah sebagai berikut :

Tabel 1 : Hasil Pencapaian Akhir

Unsur	Pra Sosialisasi	Pasca Sosialisasi	Uraian	Persentase (%)
Sosialisasi legalitas pemasaran produk barang dan jasa dengan menggunakan sistem <i>bundling</i> pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia	Belum mengetahui dan memahami dengan baik tentang legalitas pemasaran produk barang dan jasa dengan menggunakan sistem <i>bundling</i> secara teoritis maupun praktis	Mengetahui dan memahami dengan baik tentang legalitas pemasaran produk barang dan jasa dengan menggunakan sistem <i>bundling</i> baik secara teoritis maupun praktis	Memberikan sosialisasi legalitas pemasaran produk barang dan jasa dengan menggunakan sistem <i>bundling</i> baik secara teoritis maupun praktis	100%

Pembahasan

Kegiatan sosialisasi secara keseluruhan berjalan dengan baik dan lancar, semua perencanaan dapat terealisasi. Banyak hal positif dapat diperoleh dengan diadakannya sosialisasi ini, yakni mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia yang mana sebagian besar peserta adalah generasi Z yang kebanyakan dari mereka memiliki gaya hidup konsumtif akibat dari modernisasi dapat mengetahui dan memahami legalitas pemasaran produk barang dan jasa dengan menggunakan sistem *bundling* dengan baik.

Sosialisasi terlaksana secara interaktif dan para peserta juga sangat antusias, hal ini dibuktikan dengan banyaknya pertanyaan dari beberapa peserta. Sosialisasi berjalan lancar dengan dukungan terutama dari pihak Universitas Sari Mutiara Indonesia. Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan, diperoleh hasil dimana para peserta mengetahui dan memahami dengan baik tentang legalitas pemasaran produk barang dan jasa dengan menggunakan sistem *bundling* baik secara teoritis maupun praktis.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah dengan mengadakan dan terselesaikan sosialisasi legalitas pemasaran produk barang dan jasa dengan menggunakan sistem *bundling*. Dari hasil sosialisasi legalitas pemasaran produk barang dan jasa dengan menggunakan sistem *bundling* peserta dapat mengetahui dan memahami legalitas pemasaran produk barang dan jasa dengan menggunakan sistem *bundling* yang baik dan benar. Melalui sosialisasi ini, peserta dapat memperoleh pengetahuan terkait legalitas pemasaran produk barang dan jasa dengan menggunakan sistem *bundling* dimana pemasaran dengan menggunakan sistem *bundling* berkaitan erat dengan perlindungan konsumen.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Kami dari Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mengucapkan terimakasih kepada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mendukung kami dalam melaksanakan kegiatan PKM sebagai salah satu Tri Dharma di Perguruan Tinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Lumban Gaol, Hariana Dameria, et.al. 2016. Aspek Hukum Pemanfaatan Sistem *Bundling* Dalam Pemasaran Produk. *Diponegoro Law Review*. 5(2)
- Ramelan, Rahardi. 2006. *Praktik Monopoli Harus Dihilangkan*. Jakarta: Tamapinter
- Rokan, Mustafa Kamal. 2003. *Hukum Persaingan Usaha*. Jakarta: Rajawali Press
- Venkatesh, R. dan Mahajan, Vijay. 2009. *Design and Pricing of Product Bundles: A Review of Normative Guidelines and Practical Approaches*. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing Company