

**KAJIAN YURIDIS TERHADAP PENERAPAN
PASAL 382 BIS KITAB UNDANG-UNDANG
HUKUM PIDANA TENTANG PERBUATAN
CURANG¹**

Oleh: Oktavia Esterlita Raranta²

Olga A. Pangkorego³

Hironimus Taroreh⁴

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa yang menjadi penyebab terjadinya perbuatan curang di bidang usaha atau perdagangan dan bagaimana penerapan Pasal 382 Bis Kitab Undang-undang Hukum Pidana tentang Perbuatan Curang di bidang usaha atau perdagangan. Dengan menggunakan metode peneltian yuridis normatif, disimpulkan: 1. Faktor-faktor penyebab terjadinya perbuatan curang adalah faktor kecerdikan pelaku melakukan tipu muslihat untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dengan memberikan informasi yang keliru atau curang dan faktor korban yang mempercayai itikad buruk dari si pelaku sehingga perbuatan curang terjadi. 2. Penerapan Pasal 382 Bis Kitab Undang-undang Hukum Pidana maka perbuatan pelaku harus memenuhi unsur-unsur : a) barang siapa, yaitu siapa saja baik laki-laki maupun perempuan yang pekerjaannya adalah pedagang atau pengusaha atau orang lain yang bekerja untuk mereka; b) melakukan perbuatan curang untuk menyesatkan khalayak umum atau seorang etrtentu, merupakan unsur pokok sebab tujuan pasal ini adalah untuk melindungi masyarakat jangan sampai disesatkan, atau menentukan pilihan yang keliru karena propaganda yang berlebih-lebihan dari pedagang; c) Perbuatan itu untuk mendapatkan, atau memperluas hasil perdagangan atau perusahaan milik sendiri atau orang lain yang dapat menimbulkan kerugian bagi saingan-saingannya atau orang lain.

Kata kunci: Kajian Yuridis, Penerapan Pasal 382 BIS Kitab Undang-undang Hukum Pidana,

¹ Artikel Skripsi.

² Mahasiswa pada Fakultas Hukum Unsrat, NIM 16071101343

³ Fakultas Hukum Unsrat, Doktor Ilmu Hukum

⁴ Fakultas Hukum Unsrat, Magiser Ilmu Hukum

Perbuatan Curang

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasal 382 Bis Kitab Undang-Undang Hukum Pidana merupakan salah satu Pasal yang terletak dalam Buku II tentang kejahatan Bab XXV yang berjudul perbuatan curang (*bedrog*) yang meliputi Pasal 378 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana sampai Pasal 395 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana. Istilah *Bedrog* oleh beberapa penulis diterjemahkan dalam dua istilah, yakni ada yang menterjemahkan sebagai penipuan dan yang lain menterjemahkan sebagai perbuatan curang.

Curang berarti tidak jujur, tidak lurus hati, senang mencurangi adalah penipu atau mengakali. Sedangkan tipu adalah perbuatan atau perkataan yang tidak jujur, bohong, palsu dan sebagainya, yang lebih dikaitkan dengan perkataan dengan maksud untuk menyesatkan, mengakali atau mencari untung.

Dilihat dari segi makna istilah penipuan dan perbuatan curang sebenarnya tidak mempunyai perbedaan principal, yang ada hanya nuansa kata. Namun dari kedua istilah tersebut, tersirat bahwa istilah curang mempunyai makna lebih luas dibandingkan dengan penipuan.

Perbuatan curang adalah perbuatan yang tidak jujur atau tidak adil dimana akibat dari perbuatan tersebut kepentingan orang lain dirugikan. Perbuatan ini umumnya terjadi dengan motif mencari keuntungan secara melawan hukum oleh pembuat.

Dewasa ini seiring dengan kemajuan teknologi dan perdagangan dengan menggunakan teknologi canggih misalnya teknologi komputer maupun media massa lainnya para pengusaha semakin gencar menginformasikan barang produk dagangannya dengan propaganda-propaganda mengenai produk-produk dagangannya yang mutunya dan manfaatnya begitu dibesar-besarkan. Didorong oleh keinginan memasarkan barang produksi dalam persaingan yang sangat ketat, makin luas pula kemungkinan informasi atau propaganda akan produk-produk dagangannya untuk dibesar-besarkan manfaat atau kegunaannya dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan

sehingga merupakan penipuan atau perbuatan curang terhadap masyarakat.

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas telah mendorong penulis untuk menulis skripsi ini dengan judul Kajian Yuridis Terhadap Pasal 382 Bis Kitab Undang-undang Hukum Pidana tentang Perbuatan Curang.

B. Perumusan Masalah

1. Faktor-faktor apa yang menjadi penyebab terjadinya perbuatan curang di bidang usaha atau perdagangan?
2. Bagaimana penerapan Pasal 382 Bis Kitab Undang-undang Hukum Pidana tentang Perbuatan Curang di bidang usaha atau perdagangan?

C. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif disebut juga penelitian hukum doktrinal.⁵ Pada penelitian hukum normatif acapkali hukum diharapkan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*) atau hukum dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas.⁶ Untuk menghimpun data digunakan metode penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu dengan mempelajari kepustakaan hukum yang berkaitan dengan pokok permasalahan, himpunan peraturan perundang-undangan, artikel-artikel hukum dan berbagai sumber tertulis lainnya.

PEMBAHASAN

A. Faktor-faktor Penyebab Terjadinya Perbuatan Curang

Terjadinya delik perbuatan curang, ditentukan oleh dua faktor.⁶

1. Faktor kecerdikan melakukan tipu muslihat.
2. Karena korban mempercayai itikad buruk yang diperlihatkan si penipu. Sebab seorang yang bermaksud menipu dengan menggunakan tipu daya yang diketahui oleh calon korban, dengan

sendirinya perbuatan itu tidak akan terjadi.

Setiap pelaku usaha selalu bertujuan untuk mendapatkan laba yang sebesar-besarnya melalui penjualan produk sehingga dalam hal ini diperlukan cara yang strategis agar masyarakat terpicat dengan produk yang diproduksi oleh pelaku usaha. Strategi pemasaran tidak boleh bertentangan dengan kepentingan pihak lain seperti pelaku usaha yang lain ataupun masyarakat konsumen.⁷

Hukum memberi aturan-aturan mengenai apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan serta apa yang seharusnya dilakukan berkaitan dengan kegiatan usaha untuk mencapai tujuan nasional (tujuan bernegara) tadi. Dengan demikian maka sesungguhnya proses pemasaran merupakan kegiatan ekonomi dan dapat disebut juga dengan perbuatan hukum sebagai hubungan kedudukan negara hukum. Kegiatan pemasaran biasanya dilakukan dengan cara promosi. Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Secara sederhana promosi berarti berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengomunikasikan kebaikan produknya dan membujuk para konsumen umum untuk membeli produk tersebut. Salah satu cara pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha adalah dengan melakukan pemasangan iklan, atau membuat iklan diberbagai media baik cetak atau media.⁸

Iklan berfungsi untuk mengenalkan suatu produk kepada para masyarakat, iklan juga digunakan sebagai strategi pemasaran yang bertujuan untuk memberitahukan dan mengenaikan suatu produk kepada masyarakat. Pemasaran merupakan bagian dari keseluruhan manajemen perusahaan. Tujuan seorang pelaku usaha membuat suatu produk adalah untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dengan melakukan penjualan produknya. Pelaku usaha akan melakukan strategi pemasaran salah satunya dengan cara menggunakan jasa iklan.

⁵ Aminudin, dan H. Zainal Abidin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008, hlm. 118.

⁶ *Loc-cit.*

⁶ P.A.F. Lamintang dan Djismar Samosir, *Op-cit*, hlm. 202.

⁷ Janus Sidabolak, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia di Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hlm. 217.

⁸ Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta, 2018, hlm. 150.

Iklan sebagai salah satu bentuk informasi, merupakan alat bagi pelaku usaha produk untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat agar dapat memikat masyarakat untuk menggunakan produk tersebut. Begitu pula dengan masyarakat akan memperoleh gambaran tentang suatu produk jika produk tersebut diiklankan, akan tetapi dalam permasalahannya terkadang iklan tidak selamanya memberikan informasi yang benar atau lengkap tentang suatu produk sehingga konsumen banyak yang merasa tertipu dengan iklan yang beredar.⁹

Iklan sebagai sumber informasi tentang suatu produk berupa barang dan jasa, informasi ini merupakan suatu kebutuhan konsumen sebelum konsumen tersebut menggunakan sumber dananya untuk mengadakan transaksi dengan pelaku usaha. Selain itu informasi ini juga dapat memberikan pengetahuan kepada konsumen berkaitan dengan produk apakah produk tersebut memang pantas untuk dimiliki konsumen atau tidak, dalam hal ini konsumen memerlukan produk tersebut, sehingga dengan informasi yang disampaikan oleh pelaku usaha melalui iklan menjadikan konsumen tertarik untuk mengonsumsinya.¹⁰

Dalam praktiknya iklan mempunyai makna dan pengertian yang berbeda-beda bagi setiap kelompok masyarakat sebagaimana yang digambarkan berikut ini. Bagi ibu rumah tangga iklan adalah sebagai suatu petunjuk untuk mengetahui di mana dia dapat membeli peralatan dapur yang baik, sedangkan bagi seorang bapak iklan adalah suatu pengumuman di mana dia dapat mengetahui adanya suatu panggilan kerja dari suatu perusahaan, dan bagi anak-anak iklan adalah suatu petunjuk untuk mengetahui tentang permainan apa yang menarik dan jenis makanan kegemaran mereka.

Iklan dalam bahasa asing seperti, bahasa Inggris *advertisement, advertising*, dari bahasa Belanda *advertentil* dan dalam bahasa Indonesia disebut dengan pariwara, yang artinya adalah setiap bentuk penyajian apapun untuk sebuah produk, ide atau gagasan oleh

sponsor dan menggunakan media, seperti majalah, radio, televisi, ataupun surat kabar.¹¹

Iklan adalah cara mempromosikan barang-barang, jasa atau gagasan/ide yang dibiayai oleh sponsor yang dikenal dalam rangka untuk menarik calon pembeli sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dari perusahaan yang bersangkutan.¹²

Secara teoritik, umumnya iklan terdiri atas dua jenis yaitu :¹³

1. Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang bersifat nonprofit, tapi umumnya bertujuan memberikan informasi dan penerangan serta pendidikan kepada masyarakat dalam rangka pelayanan dengan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi atau bersikap positif terhadap pesan yang disampaikan.
2. Iklan standar adalah iklan yang ditata secara khusus untuk keperluan memperkenalkan barang/jasa pelayanan untuk konsumen melalui media. Tujuan iklan ini adalah merangsang motif dan minat para konsumen, sehingga konsumen mengambil sikap terhadap barang/jasa yang ditawarkan. Jadi iklan standar ini bersifat mencari keuntungan baik bagi pelaku usaha produk dan juga bagi pelaku usaha iklan, pelaku usaha produk diuntungkan dengan meningkatnya penjualan sedangkan pelaku usaha periklanan diuntungkan karena jasanya digunakan.

Iklan merupakan sarana informasi yang pada hakikatnya adalah untuk memberikan keuntungan bagi pelaku usaha dan juga masyarakat namun ada beberapa model iklan yang dapat merugikan konsumen yaitu :¹⁴

1. *Bait advertising* adalah suatu iklan yang menarik, tapi penawaran yang disampaikan tidak jujur untuk menjual produk karena pelaku usaha produk tidak bermaksud menjual produk yang

⁹ *Loc-cit.*

¹⁰ *Ibid*, hlm. 151.

¹¹ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*, Rajawali Press, Jakarta, 2002, hlm. 247.

¹² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid II, Erlangga, Jakarta, 2005, hlm. 237.

¹³ Alo Liliweri, *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2012, hlm. 31-32.

¹⁴ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2015, hlm. 107.

diiklankan. Tujuannya agar konsumen mengganti membeli barang yang diiklankan dengan barang jualan lainnya yang biasanya lebih mahal atau lebih menguntungkan pelaku usaha produk.

2. *Blind advertising* adalah suatu iklan yang cenderung membujuk konsumen untuk berhubungan dengan pelaku usaha produk namun tidak menyatakan tujuan utama iklan tersebut untuk menjual barang/jasa, dan tidak menyatakan identitas pelaku usaha produk.
3. *False advertising* adalah jika representasi tentang fakta dalam iklan adalah salah satu, yang diharapkan untuk membujuk pembelian barang yang diiklankan, dan bujukan pembelian tersebut merugikan pembeli, serta dibuat atas dasar tindakan kecurangan atau penipuan.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) mengatur bahwa seorang pelaku usaha berkewajiban untuk menyampaikan suatu produk dengan etikanya harus dilakukan sejujur-jujur sesuai dengan Pasal 7 huruf b UUPK yaitu memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

Berdasarkan ketentuan di atas setiap pelaku usaha dalam membuat informasi suatu produk yang mereka buat tidak boleh melakukan kebohongan dengan tujuan untuk memikat para konsumen, informasi yang disampaikan harus sesuai dengan fakta produk tersebut, seperti ingin menyampaikan keunggulan produk, maka pelaku usaha harus menyampaikan apa adanya berdasarkan faktanya. Dengan demikian pelaku usaha yang melakukan perbuatan curang untuk meraup keuntungan yang merugikan masyarakat konsumen, selain dapat dituntut berdasarkan Pasal 282 Bis KUHP juga dapat dituntut berdasarkan UUPK.

B. Penerapan Pasal 382 Bis KUHP tentang Perbuatan Curang

Pasal 382 Bis Kitab Undang-Undang Hukum Pidana dimaksudkan untuk memberantas persaingan curang dari para pedagang dalam mencari keuntungan. Dalam penerapan Pasal 382 Bis Kitab Undang-undang Hukum Pidana

ini maka perbuatan pelaku harus memenuhi unsur-unsur sebagai berikut :

1. Barangsiapa
2. Melakukan perbuatan curang untuk menyesatkan khalayak umum atau seorang tertentu.
3. Perbuatan itu untuk mendapatkan, melangsungkan atau memperluas hasil perdagangan atau perusahaan mtlik sendiri atau orang lain.
4. Perbuatan itu dapat menimbulkan kerugian bagi konkuren-konkurennya atau konkuren-konkuren orang lain.

Mengenai masing-masing unsur ini dapat diberikan penjelasan sebagai berikut :

1. Barang siapa

Yang dimaksudkan dengan barangsiapa dalam Pasal 382 Bis KUHP ini adalah siapa saja baik laki-laki maupun perempuan yang jika dihubungkan dengan unsur lain dalam Pasal ini, maka barang siapa yang dimaksud dalam Pasal ini adalah siapa saja baik laki-laki maupun perempuan yang pekerjaannya adalah pedagang atau pengusaha atau orang yang bekerja untuk mereka.

2. Melakukan perbuatan curang untuk menyesatkan khalayak umum atau seorang tertentu

Kata perbuatan curang adalah terjemahan dari kata Belanda *Bedriegelijke handeling*, diterjemahkan sebagai perbuatan atau tindakan yang bersifat menipu. Yang dimaksud dengan melakukan perbuatan curang adalah melakukan suatu perbuatan sedemikian rupa yang dapat menyesatkan manusia yang normal kendati ia dalam keadaan waspada sebagaimana adanya/wajarnya. Apa yang dimaksud sebagai wajar disini, dalam praktek banyak diserahkan kepada pertimbangan hakim secara kasuistis.¹⁵

Contoh dimana orang-orang tidak akan dapat disesatkan, dikemukakan sebagai berikut, sebagai contoh dari perbuatan yang tidak masuk tindak pidana ini, oleh Noyon-Langemeijer disebutkan antara lain, apabila seorang yang bernama Rademaker memperjuangkan makanan *Hopjes* dengan mempergunakan namanya sendiri, yaitu

¹⁵ Wirjono Prodjodikoro, *Asas-asas Hukum Pidana di Indonesia*, PT Eresco, Bandung, 2006, hlm. 40.

Rademaker, sedang *Rademakershopjes* itu sudah sangat terkenal.¹⁶

Dalam kasus ini digambarkan bahwa makanan yang dinamakan *Rademakershopjes* sudah dikenal luas dalam masyarakat. Kemudian ada seorang penjual tunggal, yang namanya *Rademaker*, menjual makanan *hopjes* dengan menggunakan nama *Rademaker*.

Dalam peristiwa ini, wajarnya orang-orang tidak akan tertipu dengan menyangka bahwa si penjual tunggal bernama *Rademaker* itu adalah pengusaha pabrik yang memproduksi *Rademakershopjes*.

Dilihat dari keadaan nyata saja, yaitu penampilan si *Rademaker*, tidak mungkin ia adalah pengusaha pabrik. Karenanya tidak mungkin orang-orang dapat disesalkan.

Sebagai contoh yang termasuk ke dalam pengertian perbuatan curang dari perdebatan di Dewan Perwakilan Rakyat (*Tweede Kamer*) di negeri Belanda dapat disimpulkan bahwa sebagai contoh dari tindak pidana ini ialah antara lain, seorang bekas buruh dari suatu perusahaan yang sudah ternama, mendirikan sendiri perusahaan sejenis dengan disebutkan dalam papan nama, bahwa ia bekas buruh dari perusahaan itu dengan menulis kata-kata 'bekas buruh dari' dengan huruf-huruf kecil dan nama dari perusahaan yang sudah terkenal itu ditulis dengan huruf-huruf besar. Dengan demikian khalayak ramai dapat mengira, bahwa perusahaan yang ternama itulah yang ada bekerja disitu.¹⁷

Contoh dalam yurisprudensi mengenai perbuatan curang ini misalnya putusan Hoge Raad tanggal 2 Februari 1931, dimana dipertimbangkan :¹⁸

Adalah merupakan tipu muslihat dan bersifat menipu, perbuatan memuat iklan seolah-olah apa yang diiklankan itu adalah sesuai dengan kebenaran. Apabila seorang pedagang mengiklankan akan dijual perabot rumah tangga karena keberangkatan ke Indonesia maka perbuatan itu mungkin dapat menimbulkan kerugian bagi saingan-saingannya, karena pemuatan iklan semacam itu akan dapat menarik orang-orang yang mengira

mungkin dapat memperoleh barang-barang yang tidak terdapat di tempat lain.

Seorang pedagang memasang iklan bahwa ia akan berangkat ke Hindia Belanda (Indonesia), yang sebenarnya tidak benar dan karenanya perabot-perabot rumah tangga dijual di tokonya hendak dijual cepat. Iklan ini menimbulkan kesan pada khalayak ramai bahwa ditempatnya terdapat barang-barang yang tidak terdapat di tempat lain. Perbuatan ini telah menarik banyak pemirsa sehingga dirasakan merugikan oleh saingan-saingan dagangnya.

Putusan lainnya adalah putusan Hoge Raad tanggal 17 Mei 1943, dimana dipertimbangkan :

Tertuduh telah memberikan kesan kepada khalayak ramai seolah-olah ia tergabung pada lembaga pengawas mentega negara, perbuatan mana dapat menimbulkan kerugian bagi saingan-saingannya, karena khalayak ramai menjadi terpedaya seolah-olah mentega dari tertuduh itu kebajikannya lebih terjamin dari pada mentega dari lain-lain orang yang tidak tergabung di dalamnya.¹⁹

Dalam kasus ini seorang pedagang dalam iklannya telah menimbulkan kesan bahwa seolah-olah ia tergabung dalam lembaga pengawas mentega negara, yang berarti menteganya lebih terjamin mutunya dari pada mentega produksi perusahaan lain. Saingan dagangnya merasa dirugikan oleh iklan tersebut. Kita menyadari bahwa saat ini dunia perdagangan sudah semakin maju, jauh melampaui keadaan perdagangan di permulaan abad ke XX ini, yaitu pada masa dibuatnya Pasal 382 Bis Kitab Undang-Undang Hukum Pidana Belanda (382 Bis Kitab Undang-Undang Hukum Pidana Indonesia).

Sejalan dengan perkembangan zaman, maka informasi mengenai hasil-hasil atau produksi-produksi dunia industri makin gencar ditujukan kepada masyarakat. Dengan tujuan memasarkan hasil produksinya, maka sekarang ini lebih besar kemungkinan untuk melebih-lebihkan keunggulan produk suatu perusahaan tertentu, baik melalui iklan-iklan dan sebagainya yang karena terlalu berlebihan sudah merupakan penipuan terhadap

¹⁶ *Op-cit.*

¹⁷ *Ibid*, hlm. 49.

¹⁸ *Ibid*, hlm. 50.

¹⁹ P.A.F. Lamintang dan C. Djisman Samosir, *Hukum Pidana Indonesia*, Sinar Baru, Bandung, 2003, hlm. 168.

masyarakat. Dengan latar belakang seperti ini, penulis berpendapat bahwa justru masyarakatlah sekarang ini yang harus lebih dilindungi oleh pemerintah dari penipuan melalui arus informasi, propaganda-propaganda yang tidak bertanggungjawab.

Pada dasarnya Pasal 382 Bis Kitab Undang-Undang Hukum Pidana adalah terutama untuk melindungi kepentingan masyarakat dari berbagai propaganda, iklan-iklan dan reklame-reklame yang tidak bertanggungjawab.

3. Perbuatan itu untuk mendapatkan, melangsungkan atau memperluas hasil perdagangan atau perusahaan milik sendiri atau orang lain

Kata mendapatkan adalah terjemahan dari kata Belanda *vestigen*, yang diterjemahkan sebagai perbuatan mendapatkan itu dilakukan apabila seseorang baru mulai dengan usahanya.²⁰ Mendapatkan hasil perdagangan atau perusahaan berarti ia merebut hati pembeli sehingga yang semula membeli barang perdagangan atau perusahaan saingannya kemudian beralih membeli kepadanya.²¹

Mengenai istilah melangsungkan dan memperluas, dijelaskan oleh sebagai berikut, melangsungkan hasil perdagangan atau perusahaan berarti semula dia mempunyai pasaran, lalu ia tersaing karena memang sesuai dengan selera pembeli, sehingga melakukan perbuatan curang yang menyesatkan agar ia tetap memegang pasaran tersebut, Memperluas hasil perdangan atau perusahaan berarti membuat lebih luas pasarnya.²²

Dalam unsur ini terdapat pula kata orang lain. Ini berarti suatu perbuatan untuk mendapatkan, melangsungkan atau memperluas hasil perdagangan atau perusahaan milik orang lain.

Penambahan kata ini dimaksudkan untuk menjaga kemungkinan dimana seorang agen atau kuasa dari suatu perusahaan yang melakukan perbuatan curang tersebut untuk keperluan majikannya, jadi bukan untuk keperluan pribadi.

4. Perbuatan itu dapat menimbulkan kerugian bagi konkuren-konkurennya atau konkuren-konkuren orang lain.

Unsur inilah yang membuat delik ini dikualifikasi oleh pembentuk undang-undang sebagai delik persaingan curang, yaitu karena perbuatan curang itu dapat menimbulkan kerugian bagi konkuren-konkurennya atau konkuren-konkuren orang lain.

Dalam unsur ini hanya ditegaskan bahwa perbuatan curang itu dapat menimbulkan kerugian bagi konkuren-konkurennya atau konkuren-konkuren orang lain. Mengenai persaingan hanya berupa kemungkinan kerugian pada lawannya bersaing. Jadi tidak perlu bahwa benar-benar terjadi seorang lawan bersaing dirugikan.²³

Demikian juga perbuatan yang bersifat menipu itu memberikan kemungkinan timbulnya kerugian, hingga kerugian itu tidak perlu terjadi.²⁴ Sebenarnya jika benar-benar hendak dituntut pembuktian adanya kerugian, prosedurnya tidaklah amat sulit Pembuktian dapat dilakukan dengan apa mengajukan pembuktian keuangan perusahaan, yaitu pemasukan perusahaan setelah si pelaku melakukan perbuatan curangnya dibandingkan dengan pemasukan perusahaan sebelum perbuatan curang itu dilakukan.

Jika pemasukan perusahaan setelah pelaku melakukan perbuatan curangnya itu menunjukkan penurunan dibandingkan dengan pemasukan sebelumnya, maka nyata disini bahwa perbuatan curang itu telah merugikan perusahaan kokuren (saingan). Tetapi bahwa pembuktian sejauh ini tidak dikehendaki oleh pembentuk Pasal 382 Bis Kitab Undang-Undang Hukum Pidana. Sudahlah cukup apabila hakim mempunyai gambaran bahwa perbuatan curang tersebut mempunyai kemungkinan untuk merugikan saingan-saingan dari pelaku.

Telah dikemukakan sebelumnya bahwa Pasal 382 Bis Kitab Undang-Undang Hukum Pidana ini dimaksudkan untuk melindungi kepentingan kebendaan dari pedagang-pedagang dan pengusaha-pengusaha dari persaingan curang atau konkurensi curang. Juga dimaksudkan untuk dapat menjangkau

²⁰ *Loc-cit.*

²¹ *Ibid*, hlm. 169.

²² *Ibid*, hlm. 640.

²³ Wirjono Prodjodikoro, *Op-cit*, hlm. 47.

²⁴ Moch. Anwar, *Hukum Pidana Bagian Khusus* (KUHP Buku II), Alumni, Bandung, 2009, hlm. 50.

secara umum dari segi hukum pidana perkara seperti itu, disamping kemungkinan penyelesaian secara hukum perdata, terutama yang menyangkut masalah ganti rugi.

Tindakan terlarang disini ialah melakukan perbuatan curang untuk menyesatkan khalayak umum atau seseorang tertentu, untuk mendapatkan, melangsungkan atau memperluas hasil perdagangan atau hasil perusahaan sendiri atau orang lain.

Penerapan Pasal 382 Bis Kitab Undang-Undang Hukum Pidana ini, perbuatan curang yang menyesatkan itu, tidak harus sudah menyesatkan khalayak ramai atau seseorang tertentu. Pokoknya perbuatannya itu sudah dilakukan dan ternyata curang serta menyesatkan.²⁵

Yang diancam hukuman dalam Pasal ini ialah orang yang melakukan perbuatan menipu untuk memperdayakan umum atau seorang dengan maksud untuk menetapkan, memelihara atau menambah hasil perdagangannya atau perusahaan sendiri atau orang lain.²⁶

Rumusan Pasal 382 Bis Kitab Undang-Undang Hukum Pidana bersifat lebih rinci sehingga lebih memenuhi syarat asas legalitas dalam hukum pidana yaitu adanya larangan yang jelas dan rinci tentang perbuatan apa yang dilarang dan diancam dengan pidana.

Unsur penting dalam Pasal 382 Bis Kitab Undang-Undang Hukum Pidana tentang perbuatan curang adalah unsur melakukan perbuatan curang atau tindakan yang bersifat menipu untuk menyesatkan atau memperdaya khalayak umum atau orang tertentu. Unsur ini memiliki cakupan yang lebih luas yaitu sebagai setiap perbuatan yang bersifat mengelabui orang lain. Rumusan pasal ini juga lebih rinci daripada rumusan Pasal 19 huruf b jo Pasal 48 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Faktor-faktor penyebab terjadinya perbuatan curang adalah faktor kecerdikan pelaku melakukan tipu muslihat untuk mendapatkan

keuntungan yang sebesar-besarnya dengan memberikan informasi yang keliru atau curang dan faktor korban yang mempercayai itikad buruk dari si pelaku sehingga perbuatan curang terjadi.

2. Penerapan Pasal 382 Bis Kitab Undang-undang Hukum Pidana maka perbuatan pelaku harus memenuhi unsur-unsur :
 - a) barang siapa, yaitu siapa saja baik laki-laki maupun perempuan yang pekerjaannya adalah pedagang atau pengusaha atau orang lain yang bekerja untuk mereka;
 - b) melakukan perbuatan curang untuk menyesatkan khalayak umum atau seorang tertentu, merupakan unsur pokok sebab tujuan pasal ini adalah untuk melindungi masyarakat jangan sampai disesatkan, atau menentukan pilihan yang keliru karena propaganda yang berlebih-lebihan dari pedagang;
 - c) Perbuatan itu untuk mendapatkan, atau memperluas hasil perdagangan atau perusahaan milik sendiri atau orang lain yang dapat menimbulkan kerugian bagi saingan-saingannya atau orang lain.

B. Saran

1. Pada masa sekarang ini yang merupakan masa informasi yang juga telah menggunakan teknologi canggih misalnya teknologi komputer, para pengusaha makin gencar menginformasikan barang produk perdagangannya dan didorong oleh keinginan memasarkan barang produksi dalam persaingan yang sangat ketat, maka makin luas pula propaganda suatu produk akan terlalu dibesar-besarkan sehingga merupakan penipuan terhadap masyarakat. Oleh karena itu dalam pembentukan Kitab Undang-undang Hukum Pidana Nasional yang akan datang diharapkan perbuatan curang dalam Pasal 382 Bis KUHPidana tetap dipertahankan dengan ancaman hukuman yang diperberat lagi.
2. Dalam penerapan Pasal 382 Bis Kitab Undang-undang Hukum Pidana, maka

²⁵ S.R. Sianturi, *Op-cit*, hlm. 638-639.

²⁶ R. Sughandi, *Op-cit*, hlm. 402-403.

untuk dapat menjatuhkan pidana kepada terdakwa diharapkan hakim dapat membuktikan bahwa perbuatan terdakwa benar-benar telah memenuhi semua unsur-unsur pasal, walaupun belum mendatangkan bagi saingan-saingannya atau orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Mustafa dan Ahmad Ruben, *Intisari Hukum Pidana*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2013.
- Aminudin, dan Abidin H. Zainal, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008.
- Anwar Moch., *Hukum Pidana Bagian Khusus (KUHP Buku II)*, Alumni, Bandung, 2009.
- Assauri Sofyan, *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*, Rajawali Press, Jakarta, 2002.
- Badan Pembinaan Hukum Nasional (Babinkumnas) Departemen Kehakiman Republik Indonesia, *Kitab Undang-undang Hukum Pidana (KUHP)*, Sinar Harapan, Jakarta, 2003.
- Erdianto Effendi, *Hukum Pidana Indonesia Suatu Pengantar*, Refika Aditama, Bandung, 2011.
- Erwin Rudy T., dan Presetyo J.T., *Humpunan Undang-undang dan Peraturan-peraturan Hukum Pidana*, Jilid I, Aksara Baru, Jakarta, 2008.
- Ilyas Amir, *Asas-asas Hukum Pidana*, Rangkang Education dan Perhap Indonesia, Yogyakarta, 2012.
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid II, Erlangga, Jakarta, 2005.
- Lamintang P.A.F. dan Samosir C. Djisman, *Hukum Pidana Indonesia*, Sinar Baru, Bandung, 2003.
- Lamintang P.A.F., *Dasar-dasar Hukum Pidana Indonesia*, Penerbit Sinar Baru, Bandung, 2004.
- Liliweri Alo, *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2012.
- Miru Ahmadi dan Yodo Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2015.
- Moeljatno, *Asas-asas Hukum Pidana*, Bina Aksara, Jakarta, 2009.
- Moeljatno, *KUHP (Kitab Undang-undang Hukum Pidana)*, Bumi Aksara, 2003.
- Muthiah Aulia, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta, 2018.
- Poernomo Bambang, *Asas-asas Hukum Pidana*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2008.
- Poerwadarminta, W.J.S., *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 2006.
- Prakoso Djoko, *Tindak Pidana Penerbangan di Indonesia*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2008.
- Prodjodikoro Wirjono, *Asas-asas Hukum Pidana di Indonesia*, PT Eresco, Bandung, 2006.
- Prodjohamidjojo Martiman, *Memahami Dasar-dasar Hukum Pidana*, Pradnya Paramita, Jakarta, 2007.
- Sidabolak Janus, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia di Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014.
- Soesilo R., *Kitab Undang-undang Hukum Pidana (KUHP) serta Komentar-komentarnya Lengkap Pasal demi Pasal*, Politeiam Bogor, 1981.
- Sugandhi R., *Kitab dan Penjelasannya*, Usaha Nasional, Surabaya, 2007.
- Tim Penerjemah BPHN, *Kitab Undang-undang Hukum Pidana*, Sinar Harapan, Jakarta, 2003.
- Tresna R., *Asas-asas Hukum Pidana*, PT Tiara Jakarta, 2002.
- Wojowasito, S., *Kamus Umum Belanda-Indonesia*, Ikhtiar Baru-Van Hoeve, Jakarta, 2011.

Peraturan dan Perundang-undangan :

Undang-undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Sinar Grafika, Jakarta, 1999.