

BAB II

TINJAUAN UMUM MENGENAI PERLINDUNGAN HUKUM DATA PRIBADI DAN LARANGAN PENYALAHGUNAAN DATA PRIBADI KONSUMEN

A. Pengertian Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah sebuah hak yang bisa didapatkan oleh semua warga negara secara merata, dari sekian banyak jenis dan macam perlindungan hukum, perlindungan hukum terhadap konsumen adalah salah satu contohnya. Perlindungan hukum terhadap konsumen ini juga sudah memiliki dasar hukum yang sudah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang isinya meliputi hampir semua hal yang sudah menjadi hak dan kewajiban antara produsen dan konsumen.

Menurut Muchsin, Perlindungan Hukum merupakan kegiatan untuk melindungi individu dengan menyasikan hubungan nilai-nilai atau kaidah-kaidah yang menjelma dalam sikap dan tindakan dalam menciptakan adanya ketertiban dalam pergaulan hidup antar sesama manusia.

Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum adalah sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya. berkaitan dengan konsumen, berarti hukum memberikan perlindungan terhadap

hak-hak pelanggan dari sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut.⁷

Menurut Setiono, Perlindungan Hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia.⁸

B. Perlindungan Terhadap Data Dan/Atau Informasi Pribadi Konsumen

1. Pelaku Usaha Jasa Keuangan

a. Pengertian Pelaku Usaha

Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 disebutkan bahwa pelaku usaha adalah setiap orang perorangan 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.⁹

b. Pengertian Pelaku Usaha Jasa Keuangan

Menurut Pasal 1 angka 1 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor : 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan, Pelaku Usaha Jasa Keuangan adalah Bank Umum, Bank Perkreditan Rakyat, Perusahaan

⁷ Kif Aminanto, *Bunga Rampai Hukum*, Jember Katamedia, Jember, 2018. hlm,126

⁸ *Ibid*, hlm. 126

⁹ Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Prenada Media Group, Depok, 2018, Hlm.63

Efek, Penasihat Investasi, Bank Kustodian, Dana Pensiun, Perusahaan Asuransi, Perusahaan Reasuransi, Lembaga Pembiayaan, Perusahaan Gadai, dan Perusahaan Peminjaman, baik yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional maupun secara syariah.

Menurut ketentuan umum angka 1 Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 14/SEOJK.07/2014 tentang Kerahasiaan Dan Keamanan Data Dan/Atau Informasi Pribadi Konsumen, Pelaku Usaha Jasa Keuangan yang selanjutnya disingkat PUJK, adalah Bank Umum, Bank Perkreditan Rakyat, Perusahaan Efek, Penasihat Investasi, Bank Kustodian, Dana Pensiun, Perusahaan Asuransi, Perusahaan Reasuransi, Lembaga Pembiayaan, Perusahaan Gadai, dan Perusahaan Penjaminan, baik yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional maupun secara syariah.

2. Pengertian Bank

Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan, mengatakan bahwa Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Pasal 1 angka 2 menjelaskan bahwa Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit, dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Rumusan mengenai pengertian bank dapat kita temui dalam kamus istilah hukum Fockema Andreae yang mengatakan bahwa bank adalah suatu lembaga atau orang pribadi yang menjalankan perusahaan dalam menerima dan memberikan uang dari dan kepada pihak ketiga.¹⁰ Menurut G.W. Verryn Stuart, Bank adalah suatu badan yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan kredit, baik dengan alat-alat pembayarannya sendiri, atau dengan uang yang diperolehnya dari oranglain, maupun dengan jalan mengedarkan alat-alat penukar baru berupa uang giral. Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa pada dasarnya Bank adalah badan usaha yang menjalankan kegiatan menghimpun dan dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada pihak-pihak yang membutuhkan dalam bentuk kredit dan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.¹¹

Menurut sejarah dari terminologi “bank”, ditemukan bahwa kata “bank” berasal dari bahasa Italy “banca”, yang berarti bence, yaitu suatu bangku tempat duduk. Sebab pada zaman pertengahan, pihak banker Italy yang memberikan pinjaman-pinjaman melakukan usaha tersebut dengan duduk di bangku-bangku di halaman pasar.¹² Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesiamemberikan definisi mengenai Bank, yaitu“usaha dibidang keuangan yang menarik dan mengeluarkan uang di masyarakat, terutama memberikan kredit dan jasa di lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.

¹⁰ Hermansyah, *Hukum Perbankan Indonesia*, Prenada Media Group, Jakarta, 2005, hlm. 8

¹¹ *ibid*

¹² Munir Fuady, *Hukum Perbankan Modern*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, Im.13

Pengertian Bank Umum menurut Pasal 1 angka 4 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan menyatakan Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Kegiatan bank sebagai bank umum terdiri dari dua kegiatan, ada yang dinamakan *funding* dan *lending*. Kegiatan menghimpun dana masyarakat adalah (*funding*) yaitu dilakukan dalam wujud simpanan seperti tabungan, giro dan deposito bank. *Funding* bank juga berfungsi untuk membiayai *lending* bank dalam wujud pinjaman atau kredit, sehingga kegiatan pelaksanaan penyaluran dana bank itu sangat tergantung dari keberadaan *funding* bank selain dari modalnya. Sebagai ilustrasi, jika didalam tubuh manusia ada darah untuk menjalankan kehidupannya, maka *funding* bank itu ibaratnya darah dalam tubuh bank untuk pertumbuhan dan kelangsungan kegiatan usahanya. Jadi hidup matinya kegiatan usaha bank tergantung pada keberadaan *funding* tersebut.¹³

3. Pengertian Perusahaan Asuransi Jiwa (*Levensverzekering Bedrijf*)

Asuransi berasal dari kata *insurance*, yang dalam Bahasa Indonesia telah diadopsi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dengan padanan kata “pertanggungan”. Dalam bahasa Belanda biasa disebut dengan istilah *assurantie*

¹³ Andika Persada Putra, *Hukum Perbankan Analisis Mengenai Prinsip, Produk, Resiko Dan Manajemen Resiko Dalam Perbankan*, Scopindo Media Pustaka, Surabaya, 2019, hlm.4.

(asuransi) dan *verzekering* (pertanggungan).¹⁴ Kegiatan asuransi melibatkan dua pihak yaitu yang satu sanggup menanggung atau menjamin, bahwa pihak lain akan mendapat penggantian suatu kerugian yang mungkin akan ia derita sebagai akibat dari suatu peristiwa yang semula belum tentu akan terjadi atau semula belum dapat ditentukan saat akan terjadinya.¹⁵ Suatu kontra prestasi dari pertanggungan ini yaitu pihak yang ditanggung diwajibkan membayar sejumlah uang kepada pihak yang menanggung. Uang tersebut akan tetap menjadi milik pihak yang menanggung apabila kemudian ternyata peristiwa yang dimaksud tidak itu tidak terjadi.

Pasal 246 Kitab Undang-Undang Perniagaan atau *Wetboekvan Koophandel* yang menentukan bahwa asuransi pada umumnya adalah suatu persetujuan dimana pihak yang menjamin berjanji kepada pihak yang menjamin untuk menerima sejumlah uang premi sebagai pengganti kerugian yang mungkin akan diderita oleh yang dijamin karena akibat dari suatu peristiwa yang belum jelas akan terjadi.¹⁶ Pasal 1 sub a dari ordonnansi perusahaan asuransi jiwa (*ordonnantie op het levensver-zekering bedrijf*) tanggal 15 April 1941 yang termuat dalam staatsblad 1941-101 yang mulai berlaku pada tanggal 1 Mei 1941 memberikan pengertian tentang asuransi jiwa, yaitu persetujuan untuk mengadakan pembayaran sejumlah uang dengan menerima premi, dalam hubungan hidup atau wafatnya seorang manusia.¹⁷

¹⁴ Tuti Rastuti, *Aspek Hukum Perjanjian Asuransi*, Medpress Digital, Yogyakarta, 2016, hlm.1.

¹⁵ Wirjono Prodjodikoro, *Hukum Asuransi Di Indonesia*, PT. Intermedia, Jakarta, 1994, hlm.1.

¹⁶ *Ibid*, hlm.1

¹⁷ Wirjono Prodjodikoro, *op.cit.*, hlm.158

Menurut Pasal 1 angka 13 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan, menyatakan bahwa Perusahaan Asuransi Jiwa adalah perusahaan asuransi yang memberikan jasa dalam penanggulangan risiko yang dikaitkan dengan hidup atau meninggalnya seseorang yang dipertanggungjawabkan.

4. Kerjasama Bank dan Perusahaan Asuransi

Beberapa tahun terakhir ini telah terjadi perubahan penting pada sektor jasa keuangan, yaitu berkembangnya produk "*bancassurance*". Istilah *bancassurance* berasal dari bahasa Perancis tempat kelahirannya produk dan sistem *bancassurance*. Produk ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 1970-an namun baru dipasarkan secara efektif di Negara tersebut pada tahun 1980. Pada prinsipnya *bancassurance* merupakan penjualan produk asuransi melalui saluran distribusi bank. Dengan demikian, produk *bancassurance* merupakan produk kemitraan antara bank dengan perusahaan asuransi. Namun istilah *bancassurance* bukanya hanya menunjukan secara khusus pada sistem distribusinya saja, melainkan juga budaya yang membentuk kesatuan integral konsep *bancassurance*.

Menurut *Laferty Business Research* (1999) *bancassurance* adalah distribusi produk asuransi jiwa melalui kantor-kantor cabang bank. Istilah lainnya yang sering dipakai untuk menjelaskan *bancassurance* adalah *bank-insurance* atau *allfinanz*. *Asia Insurance Review* (April 2001) menyebutkan *bancassurance* sebagai "*The provision of a complete range of banking, investment and insurance products and*

service to meet the individual need of the customers of the bank and it's associates" (ketentuan yang lengkap dan jelas mengenai produk dan jasa perbankan, asuransi, maupun investasi untuk memenuhi kebutuhan individu nasabah). Konkretnya, *bancassurance* adalah suatu kemitraan atau paket pelayanan keuangan yang dapat memenuhi kebutuhan perbankan sekaligus kebutuhan asuransi secara bersamaan. Bagi industri di negara-negara maju, *bancassurance* merupakan saluran distribusi alternatif yang menjadi prioritas utama. Namun di Negara berkembang, *bancassurance* belum menjadi produk pilihan.¹⁸

Di Indonesia *bancassurance* mulai diperkenalkan pada tahun 1990an. Saat itu yang dikembangkan hanyalah asuransi kredit yang merupakan bagian kredit dari bisnis *bancassurance*. Selanjutnya mulai tumbuh pola yang mengikuti bentuk *bancassurance* seperti Lippo Bank dan Lippo Life (sekarang AIG Life) dengan produk warisan-nya, BCA dan Indolife dengan produk *Study-life* nya, Bank Niaga dengan Niaga Cignalife, BRI dan BRIngin Life, Danamon dan Zurich Life dengan produk *Primajaga*-nya. Baru pada tahun 2000an bisnis *bancassurance* di Indonesia mulai semarak dan dijadikan alternatif distribusi yang menguntungkan bank, perusahaan asuransi maupun nasabah. Bank yang mengembangkan bisnis *bancassurance* sebagai unit bisnis antara lain BNI dengan BNI Life, bank NIPS dengan Alliance Life and Great Eastern Life Indonesia, Standard Chartered Bank

¹⁸ Ketut Sendra, *Bancassurance=Bank+Asuransi, Kemitraan Strategis Perbankan Dan Perusahaan Asuransi*, PPM, Jakarta, 2014, Hlm.1-2.

dengan Alliance Life, Bank Mandiri dengan Axa Mandiri Life, Bank Mega dengan Mega Life, Takaful dengan Bank Muamalat.¹⁹

Sebenarnya, disadari atau tidak, selama ini bank-bank secara tidak langsung telah lama menjadi alat pengembangan pasar produk asuransi. Misalnya, dengan adanya kebutuhan untuk mengasuransikan potensi resiko pelunasan kredit yang telah disalurkan kepada debiturnya, kebutuhan untuk mengasuransikan jaminan-jaminan (*collateral*) yang menjadi jaminan pelunasan utang debitur bank tersebut. Termasuk juga asuransi untuk menjamin resiko kehilangan jiwa, dan bentuk-bentuk produk asuransi lain yang dibutuhkan oleh bank untuk perlindungan kepentingannya dari potensi kerugian.

Potensi pasar inilah yang menjadi alasan fundamental bagi perusahaan asuransi dalam mengembangkan kerjasama yang saling menguntungkan dengan pihak bank yang lebih dikenal dengan *bancassurance*. Melalui kerjasama *bancassurance* ini, pelaku asuransi mengharapkan bank dapat menggali potensi pasar asuransi tersebut tidak saja melalui kebutuhan perlindungan terhadap kredit ataupun investasi yang disalurkan, akan tetapi juga diharapkan akan berkembang kepada seluruh kebutuhan dan aktivitas hidup para nasabah bank terlepas dari akibat perikatannya dengan bank itu sendiri. Dengan kalimat lain, melalui hubungan ini, perusahaan asuransi telah membangun secara formal sebuah *channel* baru sebagai penunjang usaha asuransi dalam mendistribusikan (*channel distribution*) dagangannya ke pembeli.

¹⁹ *Ibid*, hlm.4.

Sementara itu, dari sisi bank yang memang memiliki kedekatan termasuk juga kelekatan dengan para nasabahnya, *bancassurance* ini, dari sisi pertimbangan komersial juga sangat baik karena akan menjanjikan alternatif tambahan keuntungan yang cukup signifikan. Apalagi, keuntungan yang diperoleh bank dari bunga pinjaman yang cenderung sudah semakin menurun belakangan ini. Oleh karena itulah konsolidasi kekuatan antara perusahaan asuransi dengan pihak bank semakin berkembang di Indonesia. Ini tidak saja terbatas hanya pada bank dan perusahaan asuransi yang berada dalam satu grup yang sama, akan tetapi juga yang berbeda kepemilikan. Langkah untuk mengikutsertakan bank dalam pemasaran produk asuransi ini dapat dilakukan dengan cara membuka *counter* khusus perusahaan asuransi mitra di bank tersebut termasuk juga kantor-kantor cabangnya, atau dapat juga dilakukan dengan mendidik ataupun mengkombinasikan kemampuan serta tugas penjualan produk tersebut pada staf bank (seperti Telemarketing) yang berhubungan langsung dengan para nasabah. Atau, dapat juga dilakukan dengan menghadirkan tenaga perencana keuangan yang akan memberikan nasehat-nasehat perencanaan keuangan serta paket perlindungan resiko melalui produk asuransi yang dijualnya.

Peran dari dunia perbankan untuk turut serta dalam memasarkan produk asuransi bukanlah merupakan praktek baru. Bermula dari kesuksesan penerapan *bancassurance* di Prancis, kolaborasi komersial antara perusahaan asuransi dengan bank dalam menjual produk asuransi ini menjadi sangat berkembang di Eropa dan juga di banyak negara di Asia. Artinya, berdasarkan alasan komersial, *bancassurance* sangat membantu perusahaan asuransi dan bank dalam

meningkatkan penghasilannya masing-masing. Sama seperti praktek sebelumnya di beberapa negara, keterlibatan bank dalam memasarkan produk non perbankan ini tidak diperbolehkan, karena produk pertanggung jawaban memang telah dialokasikan sebagai produk usaha perasuransian. Akan tetapi, ketika masyarakat internasional semakin menyadari jangkauan pasar yang begitu kuat setelah menggabungkan kekuatan pasar asuransi dan bank, maka ramai-ramailah perusahaan asuransi mencari mitra bank yang akan dibuat menjadi saluran distribusi produk *bancassurance* tersebut.

Dampak positif dari *bancassurance* yang membuat banyak negara kemudian mencabut larangan tersebut diatas. Contohnya di Amerika Serikat, telah diberlakukan *Billey Act of 1999* dan India yang memberlakukan *IRDA Bill* tahun 2000 yang telah memperbolehkan kolaborasi pemasaran antara bank dan perusahaan asuransi ini.

Di Indonesia sampai saat ini keberadaan *bancassurance* masih belum diatur secara hukum. Dalam Pasal 10 (b) Undang-undang Perbankan memang dengan tegas diatur bahwa bank tidak diperbolehkan melakukan usaha perasuransian. Akan tetapi, dalam *bancassurance* pihak bank bukanlah sebagai pihak yang memproduksi jasa pertanggung jawaban tersebut dan kemudian menjualnya kepada para konsumen atau nasabahnya, melainkan hanya sebagai alat ataupun agen yang merupakan perpanjangan tangan dari perusahaan asuransi kepada calon tertanggung.

Secara komersial keberadaan *bancassurance* tersebut memang dibutuhkan, dalam posisinya sebagai agen dari produk asuransi, tentunya bank-bank yang akan menjadi mitra pelaksana *bancassurance* tersebut haruslah telah terlebih dahulu mendapatkan kualifikasi kelayakan untuk bertindak sebagai agen. Hal tersebut sangat dibutuhkan untuk menjaga kewajiban dari seluruh pihak yang terlibat dalam *bancassurance* ini agar dapat secara jelas dan tegas terlindungi.²⁰ Kedudukan Bank sebagai Pelaku Usaha Jasa Keuangan memiliki kewajiban untuk menjaga dan merahasiakan data dan/atau informasi pribadi konsumen (yang kemudian disebut sebagai Nasabah), ketika pihak Bank melakukan kerjasama dengan pihak perusahaan asuransi, maka meskipun perusahaan asuransi tersebut merupakan anak cabang dari sebuah Bank, pihak asuransi secara eksplisit tidak memiliki kepentingan untuk meminta data nasabah²¹. Begitupun sebaliknya, pihak Bank tidak memiliki kewenangan untuk memberikan data dan/informasi Nasabah tanpa ada persetujuan dari Nasabahnya tersebut. Ini merupakan hal yang sangat penting karena data dan/atau informasi pribadi Nasabah didapatkan pihak Bank atas dasar kepercayaan nasabah.

5. Konsumen

a. Pengertian Konsumen

²⁰ Richardo Simanjuntak, "Tinjauan Hukum Bancassurance Indonesia", <https://www.hukumonline.com/berita/baca/hol9446/tinjauan-hukum-ibancassurance-di-indonesia?page=all>, Juni 2020, 17.16 wib

²¹ Dimas Hutomo, "Bolehkah Bank Memberikan Informasi Data Nasabah Kepada Asuransi", <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/Lt5d07ca5892d8f/Bolehkah-Bank-Memberikan-Informasi-Data-Nasabah-Kepada-Asuransi/>, 31 Mei 2020, 06.00wib

Istilah konsumen ini berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris-Amerika) atau *consumenten/konsumant* (Belanda). Pengertian *consumer* dan *consument* ini hanya bergantung pada posisi ia berada. Secara harfiah arti kata *consumer* itu adalah (lawan dari produsen), setiap orang yang menggunakan barang dan jasa. Tujuan penggunaan barang dan jasa itu nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen. Konsumen umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan pada mereka, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi.²²

Pengertian konsumen menurut Philip Kotler (2000) dalam bukunya *Principles of Marketing* adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi.²³ Menurut Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen didefinisikan sebagai Setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik dari kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Pendapat lain merumuskan, bahwa konsumen adalah setiap individu atau kelompok yang menjadi pembeli atau pemakai akhir dari kepemilikan khusus, produk, atau pelayanan dan kegiatan, tanpa memperhatikan apabila ia berasal dari

²² Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Prenadamedia Group, Depok, 2018, Hlm.2.

²³ *Ibid*, hlm.3

pedagang, pemasok, produsen pribadi atau publik, atau apakah ia berbuat sendiri ataukah secara kolektif.²⁴ Menurut Pasal 1 angka 2 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan, Nomor 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan, konsumen adalah pihak-pihak yang menempatkan dananya dan/atau memanfaatkan pelayanan yang tersedia di Lembaga Jasa Keuangan antara lain nasabah pada perbankan, pemodal di pasar modal, pemegang polis pada perasuransian, dan peserta dana pensiun, berdasarkan peraturan perundang-undangan di sektor jasa keuangan.

b. Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan

Perlindungan konsumen adalah jaminan yang seharusnya didapatkan oleh para konsumen atas setiap yang dimiliki oleh Pelaku Usaha.²⁵ Menurut Undang-Undang Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Kemudian Pasal 1 angka 3 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan menjelaskan bahwa Perlindungan Konsumen adalah perlindungan terhadap Konsumen dengan cakupan perilaku Pelaku Usaha Jasa Keuangan.

²⁴ Rosmawati, *op.cit.*, hlm.4

²⁵ Rosmawati, *op.cit.*, hlm.1

Pengaturan terhadap perlindungan konsumen dapat dilakukan dengan cara-cara :²⁶

- 1) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses informasi, serta menjamin kepastian hukum.
- 2) Melindungi kepentingan pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha
- 3) Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa
- 4) Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan
- 5) Memajukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan lainnya.

Hubungan hukum secara individu antara konsumen dan pelaku usaha telah melahirkan beberapa doktrin atau teori yang dikenal dalam perjalanan sejarah hukum perlindungan konsumen, sebagai berikut:²⁷

a) *Let The Buyer Beware (Caveat Emptor)*

Doktrin ini berasumsi bahwa pelaku usaha dan konsumen adalah dua pihak yang sangat seimbang, sehingga tidak perlu ada proteksi apapun bagi konsumen. Menurut doktrin ini dalam hubungan kesepakatan keperdataan yang wajib berhati-hati adalah konsumen. Dengan demikian akan menjadi kesalahan dan tanggung jawab konsumen itu sendiri apabila ia sampai menggunakan atau mengkonsumsi

²⁶ Rosmawati, *op.cit.*, hlm.7

²⁷ Sidahrta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta, 2006, hlm.2

produk yang tidak layak. Doktrin ini banyak ditentang oleh gerakan perlindungan konsumen.

b) *The Due Care Theory*

Doktrin ini meyakini bahwa pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk berhati-hati dalam memasarkan produknya baik barang ataupun jasa, dan selama berhati-hati maka pelaku usaha tidak dapat dipersalahkan apabila terjadi kerugian yang diderita konsumen. Apabila ditafsirkan secara *a-contrario*, untuk menyalahkan pelaku usaha, konsumen harus dapat membuktikan bahwa pelaku usaha tersebut telah melanggar prinsip kehati-hatian.

c) *The Privity Of Contract*

Prinsip ini menyatakan bahwa pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, tetapi hal itu baru dapat dilakukan jika diantara mereka telah terjadi suatu hubungan kontraktual. Pelaku usaha tidak dapat dipersalahkan atas hal-hal diluar yang telah diperjanjikan, artinya konsumen boleh menggugat pelaku usaha berdasarkan wanprestasi (*contractual liability*). Hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen suatu produk merupakan hubungan yang terus menerus berkesinambungan, hubungan ini terjadi karena adanya saling keterkaitan kebutuhan antara pihak pelaku usaha dan konsumen sehingga mempunyai ketergantungan yang cukup tinggi antara yang satu dengan yang lain.²⁸ Sesungguhnya pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) ini merupakan prinsip tanggung jawab pelaku usaha. Prinsip

²⁸ Sudaryanto, *Masalah Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, Jakarta, Grafika, 1996, hlm,23.

tanggung jawab pelaku usaha itu yaitu mengenai kepedulian dan komitmen moral perusahaan terhadap kepentingan masyarakat, terlepas dari kalkulasi untung dan rugi perusahaan. Tanggung jawab tersebut yakni tanggung jawab terhadap kesejahteraan bagi lingkungan dan masyarakat. Seperti halnya terhadap lingkungan hidup dan perlindungan tenaga kerja, pelaku usaha juga harus bertanggung jawab terhadap perlindungan konsumennya.²⁹ Hal tersebut sesuai dengan tujuan hukum yaitu untuk mewujudkan keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum.³⁰

Adam Smith melahirkan ajaran mengenai keadilan (*justice*) yang mengatakan *the end justice to scure from the injury* (keadilan akhir untuk membersihkan dari cedera). Menurut G.W, Paton, hak yang diberikan oleh hukum ternyata tidak hanya mengandung unsur perlindungan dan kepentingan tetapi juga unsur kehendak (*the element the of will*) teori hukum bertujuan untuk menjelaskan nilai-nilai hukum dan postulatnya hingga dasar-dasar filsafatnya yang paling dalam.³¹

Hukum pada hakikatnya adalah sesuatu yang abstrak, namun dalam manifestasinya dapat berwujud konkret. Suatu ketentuan hukum dapat dinilai baik jika akibat-akibat yang dihasilkan dari penerapannya adalah kebaikan, kebahagiaan yang sebesar-besarnya, dan berkurangnya penderitaannya.³² Hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan

²⁹ Murni Sumantri Dan Jhon Suprihantom, *Pengantar Bisnis, Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan*, Liberty, Yogyakarta, 1987, Hlm.21.

³⁰ Achmad Ali, *Menguak Tabir Hukum*, Gunung Agung, Jakarta, 2000, hlm.85

³¹ Rosmawati, *op.cit.*, hlm.7

³² Lili Rasidi Dan I.B. Wyasa Putra, *Hukum Sebagai Suatu Sistem*, Remaja Rosdakarya, Bandung 1993, hlm.79

produk konsumen antara penyedia dan penggunanya dalam penghidupan bermasyarakat. Tegasnya hukum perlindungan konsumen merupakan keseluruhan peraturan perundang-undangan serta putusan-putusan hakim yang substansinya mengenai perlindungan konsumen.³³

Pada dasarnya, tanggung jawab sosial perusahaan terhadap konsumen merupakan kepentingan perusahaan itu sendiri guna merebut kepercayaan publik yang kemudian bergerak kearah pemetikan hasil dari kepercayaan publik tersebut. Pengaturan perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan atau melemahkan usaha dan aktifitas pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya, sebab perlindungan konsumen diharapkan dapat melahirkan perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan sehat melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.³⁴

c. Data Dan/Atau Informasi Pribadi Konsumen

Berdasarkan Ketentuan Umum angka 1 dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor : 14/SEOJK.07/2014 tentang Kerahasiaan Dan Keamanan Data Pribadi Konsumen, Data dan/atau informasi pribadi konsumen adalah data dan/atau informasi yang mencakup nama, alamat, tanggal lahir dan/atau umur, nomor telepon, dan nama ibu kandung.

d. Azas Dan Tujuan Perlindungan Konsumen

1) Azas

³³ Rosmawati, *op.cit.*, hlm.8

³⁴ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kharisma Putra Utama, Jakarta, 2013, hlm.4.

Pengaturan mengenai azas-azas atau prinsip-prinsip yang dianut dalam hukum perlindungan konsumen dirumuskan dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mengatakan bahwa perlindungan konsumen didasarkan pada manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum. Apabila mencermati azas-azas tersebut tanpa melihat memori penjelasan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dirasakan tidak lengkap. Penjelasan tersebut menegaskan bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima azas yang relevan dalam pembangunan nasional yaitu sebagai berikut :³⁵

- a) Azas manfaat, dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b) Azas keadilan, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajiban secara adil.
- c) Azas keseimbangan, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah.
- d) Azas keamanan dan keselamatan konsumen, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan pada konsumen dalam

³⁵ Ade Maman Suherman, *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2002, hlm.68.

penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

- e) Azas kepastian hukum, dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum.

2) Tujuan

Selain azas-azas seperti yang telah disebutkan diatas, tujuan yang ingin dicapai dengan adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah diatur dalam ketentuan Pasal 3, menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen, terdapat 6 tujuan perlindungan konsumen yaitu diantaranya memiliki tujuan untuk :³⁶

- a) Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
- b) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa
- c) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen
- d) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi

³⁶ *Ibid*, hlm.68

- e) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha
- f) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen.

Mengamati azas dan tujuan yang terkandung dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen jelas bahwa undang-undang ini membawa misi yang besar dan mulia dalam mewujudkan kehidupan berbangsa dan bernegara. Untuk mewujudkan tujuan perlindungan konsumen sebagai mana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pemerintah juga bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen.

6. Otoritas Jasa Keuangan

a. Latar Belakang Pembentukan Otoritas Jasa Keuangan

Ada tiga hal yang melatarbelakangi pembentukan Otoritas Jasa Keuangan, yaitu perkembangan industri sektor jasa keuangan, permasalahan lintas sektoral industri jasa keuangan, dan amanat Undang-Undang No.3 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia.³⁷ Sebelum Otoritas Jasa Keuangan dibentuk, undang-undangnya harus dibentuk terlebih dahulu. Jika tidak, Otoritas Jasa Keuangan tidak memiliki dasar hukum. Alasan pembentukan Otoritas Jasa Keuangan antara lain makin

³⁷ Adrian Sutedi, *Aspek Hukum Otoritas Jasa Keuangan*, Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Group), Jakarta, 2014, hlm.36

kompleks dan bervariasinya produk jasa keuangan, munculnya gejala konglomerasi perusahaan jasa keuangan, dan globalisasi industri jasa keuangan.³⁸

Otoritas Jasa Keuangan bertugas untuk melakukan pengawasan, pengawasan yang dilakukan yaitu pengawasan terhadap bank dan perusahaan-perusahaan sektor jasa keuangan lainnya yang meliputi asuransi, dana pensiun, sekuritas, modal ventura dan perusahaan pembiayaan, serta badan-badan lain yang menyelenggarakan pengelolaan dana masyarakat. Lembaga ini bersifat independen dalam menjalankan tugasnya dan kedudukannya berada diluar pemerintah dan berkewajiban menyampaikan laporan kepada Badan Pemeriksa Keuangan dan Dewan Perwakilan Rakyat.³⁹

Otoritas pengawas lembaga jasa keuangan membutuhkan independensi baik dari pemerintah maupun dari industri yang diawasi. Dengan begitu, tujuan Otoritas Jasa Keuangan untuk memastikan keseluruhan kegiatan didalam sektor jasa keuangan terselenggara secara teratur, adil, transparan dan akuntabel dapat tercapai. Disamping itu, Otoritas Jasa Keuangan juga diharapkan mampu mewujudkan sistem keuangan yang tumbuh secara berkelanjutan dan stabil serta mampu melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat.⁴⁰

Pada akhirnya yang paling penting itu adalah pengawasannya, efektif tau tidak. Hal ini karena sekarang kecenderungannya perbankan juga terlibat dalam berbagai transaksi, misalkan dipasar modal dan industri asuransi. Artinya, industrial

³⁸ *Ibid*,hlm.38

³⁹ *Ibid*,hlm.74

⁴⁰ *Ibid*,hlm.77

finansial kita sudah terjadi konvergensi, dimana antara lembaga keuangan itu kemudian melakukan berbagai sinergi. Bank memiliki berbagai anak perusahaan termasuk didalamnya asuransi, kemudian lembaga investasi, broker saham dan lain-lain. Kebutuhannya memang untuk menyatukan pengawasan karena nanti diharapkan pengawasan ini menjadi lebih terkonsolidasi.⁴¹

Untuk mencapai tujuan itu, Otoritas Jasa Keuangan punya kewenangan yang luas, yaitu :⁴²

- a) Membuat peraturan di bidang jasa keuangan
- b) Memberi dan mencabut izin persetujuan dan lain-lain, memperoleh laporan periodik dan informasi industri jasa keuangan
- c) Mengenaikan sanksi administratif, melakukan pemeriksaan
- d) Melakukan penyidikan atas pelanggaran undang-undang
- e) Memberikan arahan atau perintah tulis
- f) Menunjuk pengelola statuter, mewajibkan pengalihan usaha demi menjaga kepentingan nasabah
- g) Mencegah kejahatan di bidang keuangan, dan mengatur pengendalian lembaga keuangan

Otoritas Jasa Keuangan dibentuk dengan tujuan agar keseluruhan kegiatan didalam sektor jasa keuangan dapat terselenggara secara teratur, adil, transparan, dan akuntabel, mampu mewujudkan sistem keuangan yang tumbuh secara berkelanjutan dan stabil, dan mampu melindungi kepentingan konsumen dan

⁴¹ *Ibid*,hlm.39

⁴² *Ibid*,hlm.43

masyarakat yang diwujudkan melalui adanya sistem pengaturan dan pengawasan yang terintegrasi terhadap seluruh kegiatan didalam sektor jasa keuangan.⁴³ Otoritas Jasa Keuangan melaksanakan tugas pengaturan dan pengawasan terhadap kegiatan jasa keuangan di sektor perbankan, pasar modal, perasuransian, dana pensiun, lembaga pembiayaan, dan lembaga jasa keuangan lainnya antara lain melakukan pengawasan, pemeriksaan, penyidikan, perlindungan konsumen, dan tindakan lain terhadap lembaga jasa keuangan, pelaku, dan/atau penunjang kegiatan jasa keuangan sebagaimana dimaksud dalam peraturan perundang-undangan di sektor jasa keuangan, termasuk kewenangan perizinan kepada lembaga jasa keuangan.⁴⁴

Untuk perlindungan konsumen dan masyarakat, Otoritas Jasa Keuangan berwenang melakukan pembelaan hukum. Pembelaan ini meliputi memerintahkan atau melakukan tindakan tertentu kepada Lembaga Keuangan untuk menyelesaikan pengaduan konsumen yang dirugikan oleh Lembaga Keuangan yang dimaksud. Otoritas Jasa Keuangan juga dapat mengajukan gugatan untuk memperoleh kembali harta kekayaan milik pihak yang dirugikan dari pihak yang menyebabkan kerugian.⁴⁵

⁴³ *Ibid*, hlm.57

⁴⁴ Zaidatul Amina, *Kajian Pembentukan Otoritas Jasa Keuangan Di Indonesia: Elihat Dari Pengalaman Di Negara Lain*, Universitas Negeri Surabaya, 2012, Hlm.8

⁴⁵ Adrian Sutedi, *op.cit.*, hlm.92

Otoritas Jasa Keuangan juga dapat melakukan pencegahan kerugian konsumen dan masyarakat serta pelayanan pengaduan konsumen yang meliputi, Pencegahan dan pelayanan terhadap kerugian konsumen :

- a) Memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat atas karakteristik sektor jasa keuangan, layanan dan produknya
- b) Meminta lembaga jasa keuangan untuk menghentikan kegiatannya apabila kegiatan tersebut berpotensi merugikan masyarakat, dan
- c) Tindakan lain yang dianggap perlu sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan sektor jasa keuangan.
- d) Menyiapkan perangkat yang memadai untuk pelayanan pengaduan konsumen dirugikan oleh Pelaku Usaha Jasa Keuangan
- e) Membuat mekanisme pengaduan konsumen yang dirugikan oleh pelaku di Lembaga Keuangan, dan
- f) Memfasilitasi penyelesaian pengaduan konsumen yang dirugikan oleh pelaku di Lembaga Jasa Keuangan sesuai dengan peraturan perundang-undangan di sektor jasa keuangan.

b. Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan

Terdapat lima prinsip penting tentang perlindungan konsumen yang diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan. Lima prinsip ini harus ditaati agar

perlindungan konsumen dapat berjalan dengan efektif. Lima prinsip tersebut adalah sebagai berikut :⁴⁶

- a) Transparansi, prinsip ini mengharuskan Pelaku Usaha Jasa Keuangan untuk memberikan informasi secara terbuka, jelas dan bahasa yang mudah dimengerti kepada konsumen tentang semua produk yang dimiliki. Hal ini penting agar konsumen bisa memahami secara sempurna produk yang ditawarkan.
- b) Perlakuan yang adil, prinsip ini menekankan agar Pelaku Usaha Jasa Keuangan berlaku adil dan tidak diskriminatif kepada konsumen yang satu dengan yang lainnya, terutama berdasarkan pada suku, ras, dan agama.
- c) Keandalan, maksud dari ‘keandalan’ dalam prinsip ini adalah segala sesuatu yang dapat memberikan layanan yang akurat melalui sistem , prosedur, infrastruktur, dan sumber daya manusia yang andal.
- d) Kerahasiaan dan keamanan data/informasi konsumen, prinsip ini mengatur agar Pelaku Usaha Jasa Keuangan menjaga kerahasiaan dan keamanan data konsumen. Pelaku Usaha Jasa Keuangan hanya dibolehkan menggunakan data dan informasi sesuai dengan kepentingan dan tujuan yang disetujui oleh konsumen, kecuali ditentukan lain oleh peraturan perundang-undangan.
- e) Penanganan pengaduan serta penyelesaian sengketa konsumen secara sederhana, cepat, dan biaya ringan. Prinsip ini terkait dengan

⁴⁶ Abdul Rasyid, “Hukum Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan”, <https://business-law.binus.ac.id/2016/08/31/hukum-perlindungan-konsumen-sektor-jasa-keuangan/>, 30 Mei 2020, 15.00wib

pelayanan/peyelesaian pengaduan yang dilakukan oleh konsumen dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapinya.

- f) Pelayanan pengaduan konsumen ini di fasilitasi oleh Otoritas Jasa Keuangan untuk mempermudah pengaduan yang dilakukannya. Lalu mekanisme penyelesaian sengketa melalui lembaga penyelesaian sengketa alternatif yang efektif juga ditawarkan kepada konsumen agar dapat diselesaikan secara cepat.

Agar perlindungan konsumen dalam sektor jasa keuangan dapat berjalan dengan maksimal, maka lima prinsip diatas harus dipahami dan diaplikasikan baik oleh Pelaku Usaha Jasa Keuangan maupun konsumen. Prinsip ini memberi petunjuk umum yang kemudian dijabarkan secara eksplisit dalam Pasal-Pasal yang ada.

C. Larangan Penyalahgunaan Data Pribadi

1. Kewajiban Pelaku Usaha Jasa Keuangan Menjaga Data Dan/Atau Informasi Pribadi Konsumen

Bank sebagai Pelaku Usaha Jasa Keuangan harus melindungi data dan/atau informasi pribadi konsumen, kewajiban tersebut tercantum dalam beberapa undang-undang dan peraturan hukum yang berlaku di Indonesia. Berdasarkan Pasal 17h Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, data dan/atau informasi publik hanya disebut dengan kata informasi publik, dan Pasal tersebut menyatakan larangan terhadap pembukaan informasi publik itu karena dapat menyebabkan terungkapnya rahasia pribadi seseorang. Pasal itu juga menyebutkan secara jelas apa saja yang termasuk ke dalam informasi publik yang dikecualikan sebagai berikut :

Informasi Publik yang apabila dibuka dan diberikan kepada Pemohon Informasi Publik dapat mengungkap rahasia pribadi, yaitu:

1. riwayat dan kondisi anggota keluarga;
2. riwayat, kondisi dan perawatan, pengobatan kesehatan fisik, dan psikis seseorang;
3. kondisi keuangan, aset, pendapatan, dan rekening bank seseorang;
4. hasil-hasil evaluasi sehubungan dengan kapabilitas, intelektualitas, dan rekomendasi kemampuan seseorang; dan/atau
5. catatan yang menyangkut pribadi seseorang yang berkaitan dengan kegiatan satuan pendidikan formal dan satuan pendidikan nonformal.

Bahkan dalam angka ke tiga disebutkan secara jelas bahwa rekening bank merupakan hal yang harus dilindungi, dan dan informasi pribadi konsumen yang ada didalamnya tidak dapat diberikan atau disebarluaskan kepada pemohon informasi publik secara bebas.

Kemudian selain Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik tersebut, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan, Pasal 31 ayat (1) dan (2) juga menjelaskan bahwa :

- (1) Pelaku Usaha Jasa Keuangan dilarang dengan cara apapun, memberikan data dan/atau informasi mengenai Konsumennya kepada pihak ketiga
- (2) Larangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikecualikan dalam hal Konsumen memberikan persetujuan tertulis; dan/atau diwajibkan oleh peraturan perundang-undangan.

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan tersebut terlihat jelas bahwa data dan/atau informasi pribadi konsumen bisa saja diberikan oleh Pelaku Usaha Jasa Keuangan pada pihak ketiga, tetapi hal tersebut harus berdasarkan persetujuan tertulis. Artinya persetujuan ini harus dilakukan secara resmi sehingga memiliki bukti fisik seperti surat pernyataan persetujuan konsumen. Jika tidak, maka tindakan

memberikan data dan/atau informasi pribadi konsumen kepada pihak ketiga adalah sebuah tindakan perbuatan melawan hukum.

2. Aturan Pelaksanaan Penawaran Produk Dan/Atau Layanan Jasa Keuangan

Jika kita melihat isi dari pada Pasal 19 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan, dijelaskan bahwa Pelaku Usaha Jasa Keuangan dilarang melakukan penawaran produk dan/atau layanan kepada Konsumen dan/atau masyarakat melalui sarana komunikasi pribadi tanpa persetujuan Konsumen.

Disini terlihat jelas bahwa tindakan yang biasanya dilakukan oleh tenaga pemasaran seperti Telemarketing apalagi tenaga pemasar tersebut merupakan tenaga pemasar dari pihak ketiga, jelas tidak diperbolehkan. Menghubungi Nasabah dengan menggunakan sarana komunikasi pribadi dengan nomor telepon merupakan hal yang harus memiliki izin atau persetujuan pemilik hak pribadi tersebut, yaitu Nasabah yang bersangkutan.

Persetujuan ini juga harus dinyatakan secara jelas agar tidak terjadi kebingungan dan kecurigaan terhadap perlindungan data dan/atau informasi Nasabah, baik kepada pihak Bank yang menjadi tempat pembukaan rekening Nasabah tersebut, maupun pada pihak ketiga seperti perusahaan asuransi.

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan dalam Pasal 4 ayat (1) juga menjelaskan bahwa Pelaku Usaha Jasa Keuangan wajib menyediakan dan/atau menyampaikan

informasi mengenai produk dan/atau layanan yang akurat, jujur, jelas, dan tidak menyesatkan.

Artinya, ketika Pelaku Usaha Jasa Keuangan melalui tenaga pemasaran seperti Telemarketing, menyampaikan informasi mengenai produk dan/atau layanan kepada Nasabahnya, harus disampaikan berdasarkan informasi yang akurat, jujur, jelas, dan tidak menyesatkan. Sehingga tidak akan terjadi kesalahpahaman yang akan berujung pada keuntungan secara sepihak dengan kerugian yang hanya ditanggung oleh Nasabahnya saja.

Sebagai petunjuk pelaksanaan dari Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan, dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 14/SEOJK.07/2014 menjelaskan lebih rinci lagi tentang apa yang dimaksud dengan data dan/atau Informasi Pribadi Konsumen. Data dan/atau informasi, tersebut mencakup, nama, alamat, tanggal lahir dan/atau umur, nomor telepon dan/atau nama ibu kandung.

Dan Bagian ke V angka 4 huruf a dan b Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/SEOJK.07/2014 menjelaskan aturan mengenai Penyampaian Informasi Dalam Rangka Pemasaran Produk Dan/Atau Layanan Jasa Keuangan sebagai berikut :

Dalam hal penyampaian informasi melalui sarana komunikasi pribadi (telepon, text message, email, dan yang dapat dipersamakan dengan itu) atau kunjungan langsung harus memenuhi hal-hal sebagai berikut:

- a) komunikasi hanya dapat dilakukan pada hari Senin sampai dengan

Sabtu diluar hari libur nasional dari pukul 08.00 – 18.00 waktu setempat, kecuali atas persetujuan atau permintaan calon Konsumen atau Konsumen;

- b) menginformasikan nama PUJK dan menjelaskan maksud dan tujuan terlebih dahulu sebelum menawarkan produk dan/atau layanan PUJK;