

TRANSPARANSI INFORMASI SEBAGAI BENTUK PERLINDUNGAN KONSUMEN DI SEKTOR JASA KEUANGAN: STUDI KOMPARASI DI INDONESIA, SINGAPURA, DAN MALAYSIA

Trigaya Ahimsa

Fakultas Hukum, Universitas Indonesia

trigaya.ahimsa01@ui.ac.id

Submitted: 2022-1-18 | Reviewed: 2022-4-1 | Accepted: 2022-4-13

How to cite: Trigaya Ahimsa. "Transparansi Informasi Sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen di Sektor Jasa Keuangan: Studi Komparasi di Indonesia, Singapura, dan Malaysia". *Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum*, Vol. 13, No. 2, (2022), 000-000.

DOI:
<https://doi.org/10.28932/di.v13i2.4391>

ABSTRACT

Based on the data disclosed by Otoritas Jasa Keuangan (Financial Services Authority) as the supervisory body of the financial services sector, throughout 2020 and 2021, there are thousands of complaints regarding information provided and conveyed by financial services providers. This matter shall be observed carefully, since transparency of information is one of the principles commonly recognized in consumer protection field, both generally and in the financial services sector specifically. The transparency of information regarding financial products and/or services may give the consumers a fair chance to compare said products and/or services, and to assess whether the products and/or services really fit the consumers' needs. This study also compares the rules on the subject of transparency of information regarding financial products and/or services in Indonesia against the rules in Singapore and Malaysia. The comparison between aforementioned countries is needed to identify which rules and/or principle is in need of strengthening. This study aims to dig deeper about the transparency of information principle regarding financial products and/or services, based on the domestic rule and international best practices.

Keywords: *Consumer; Financial Services Sector; Transparency*

PENDAHULUAN

Globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah sedikit banyak memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara. Hal tersebut di atas menyebabkan barang dan/atau jasa yang ditawarkan amat bervariasi, baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri. Di satu sisi, kondisi tersebut memiliki manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi secara lebih cepat dan mudah. Selain itu, konsumen akan lebih bebas untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen.¹

Kondisi dan fenomena tersebut sebagaimana dimaksud di atas dapat menimbulkan akibat ketidakseimbangan kedudukan antara pelaku usaha dan konsumen. Konsumen ditempatkan pada posisi yang lemah dan semata-mata menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang berpotensi merugikan konsumen.^{2,3} Atas ketidakseimbangan itulah, diperlukan adanya hukum yang mengatur perlindungan konsumen, agar dapat memberikan pengayoman kepada masyarakat.⁴

Hal serupa turut terjadi pada sektor jasa keuangan. Pada hakikatnya, pesatnya kemajuan di bidang teknologi informasi serta globalisasi dalam sistem keuangan telah menciptakan suatu sistem keuangan yang kompleks dan dinamis. Selain itu, sistem keuangan tersebut memiliki keterkaitan antar sub-sektor, baik terkait produk maupun kelembagaan. Kompleksitas sistem keuangan tersebut harus diatur dan diawasi,

¹ Martina Lestari Ritonga, "Juridical Review Consumer Legal Against Labeling of Food Products Based on Law No. 8 Year 1999," *Journal of Law Science*, Volume 3 No. 4, 2021, hlm. 153 – 154.

² Rifan Adi Nugraha, *et. al.*, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi *Online*," *Jurnal Serambi Hukum*, Volume 8 No. 2, 2014-2015, hlm. 95.

³ Aan Aswari. "Peran Ganda Administrator sebagai Mediator dalam Sengketa Transaksi Ponsel Bekas secara *Online*." *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, Volume 12 No. 3, 2018, hlm. 259-274.

⁴ Rizka Syafriana, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik," *De Lega Lata*, Volume 1 No. 2, 2016, hlm. 430.

khususnya agar tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen di sektor jasa keuangan dan menjaga stabilitas sistem keuangan.⁵

Konstruksi hubungan hukum antara pelaku usaha jasa keuangan (PUJK) dengan konsumen semestinya setara (*equal*), namun secara *de facto* maupun *de jure* konsumen ada dalam posisi yang lemah di hadapan PUJK. Adapun PUJK secara umum lebih *well informed* terhadap produk dan/atau jasa yang dikeluarkannya. Ketidakseimbangan kedudukan inilah yang banyak menimbulkan pelbagai macam kerugian bagi konsumen.⁶ Hal ini patut menjadi sorotan, mengingat *the right to be informed* atau hak atas informasi merupakan salah satu hak dasar konsumen yang dikemukakan oleh Presiden Amerika John F. Kennedy yang banyak dianggap sebagai pelopor gerakan konsumen modern.⁷

Di sektor jasa keuangan, kelengkapan dan kebenaran informasi menjadi salah satu faktor penting bagi konsumen sebelum menentukan sikap dalam membeli atau menggunakan suatu produk dan/atau jasa keuangan. Jika informasi tidak disampaikan secara lengkap dan benar maka konsumen tidak dapat memastikan apakah produk dan/atau jasa keuangan yang dimanfaatkan telah sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.⁸

Sebelum masuk lebih dalam, jika berbicara mengenai transparansi informasi di tengah perkembangan era digital saat ini patut diketahui bahwa Pemerintah telah mencoba meregulasi hal tersebut salah satunya dengan penerbitan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika (Permenkominfo) Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat. Berdasarkan ketentuan tersebut, salah satu yang termasuk ke dalam Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat salah satunya adalah Penyelenggara Sistem Elektronik yang memiliki portal, situs, atau aplikasi dalam jaringan melalui internet yang dipergunakan untuk menyediakan, mengelola, dan/atau mengoperasikan layanan transaksi keuangan.

⁵ Muhamad Rizki Syafaat, "Perlindungan Konsumen menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013," *Maleo Law Journal*, Volume 3 No. 2, 2019, hlm. 211.

⁶ Agus Satory, "Perjanjian Baku dan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Bisnis Sektor Jasa Keuangan: Penerapan dan Implementasinya di Indonesia," *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum*, Volume 2 No. 2, 2015, hlm. 271.

⁷ Heru Saputra Lumban Gaol dan Fransisca Yanita Prawitasari, "Kedudukan Pelaku Usaha dan Konsumen dalam Hukum Perlindungan Konsumen," *Jurnal Yustika*, Volume 21 No. 2, 2018, hlm. 36.

⁸ Otoritas Jasa Keuangan, *Strategi Perlindungan Konsumen Keuangan*, Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2017, hlm. 21.

Dalam hal ini, Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat yang melakukan kegiatan usaha yang menyelenggarakan sistem elektronik dalam menjalankan usahanya harus melakukan pendaftaran kepada Pemerintah. Adapun dalam pendaftaran tersebut terdapat beberapa hal yang harus diungkapkan secara benar oleh Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat kepada Pemerintah selaku pemberi izin, antara lain gambaran umum pengoperasian Sistem Elektronik, kewajiban untuk memastikan keamanan informasi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, kewajiban melakukan perlindungan Data Pribadi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan kewajiban untuk melakukan uji kelaikan Sistem Elektronik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Selain itu, terdapat keterangan yang menyatakan bahwa Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat menjamin dan melaksanakan kewajiban pemberian akses terhadap Sistem Elektronik dan Data Elektronik dalam rangka memastikan efektivitas pengawasan dan penegakan hukum sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pun demikian, pada dasarnya tulisan ini akan lebih membahas mengenai transparansi dalam koridor perlindungan konsumen, khususnya transparansi terkait informasi yang sepatutnya disampaikan kepada konsumen.

Dalam koridor perlindungan konsumen, hak atas informasi sendiri dapat dipahami juga merupakan salah satu hak konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen). Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang produk, karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memilih produk yang diinginkan/sesuai kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan produk.⁹

Sebagaimana telah dijelaskan pada Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan (UU Otoritas Jasa Keuangan), pada sektor jasa keuangan, Otoritas Jasa Keuangan hadir sebagai regulator untuk mewujudkan kestabilan perekonomian nasional sekaligus melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat. Perlindungan kepentingan konsumen tersebut telah dimaktubkan dengan jelas sebagai salah satu tujuan dari dibentuknya Otoritas Jasa Keuangan yang melakukan perlindungan konsumen dengan memperhatikan standar dan ketentuan yang berlaku secara

⁹ I Wayan Gede Asmara, *et. al.*, "Perlindungan Hukum terhadap Hak Konsumen atas Informasi Produk Import," *Jurnal Analogi Hukum*, Volume 1 No. 1, 2019, hlm. 121.

internasional (*international best practices*).¹⁰ Otoritas Jasa Keuangan sebagai lembaga yang memiliki kewenangan untuk melakukan pengawasan terhadap kegiatan usaha di sektor jasa keuangan tentunya harus kompeten untuk melindungi konsumen yang menempatkan dan/atau memanfaatkan pelayanan yang tersedia di lembaga jasa keuangan.¹¹ Perlindungan Konsumen sendiri diatur secara lebih jelas UU Otoritas Jasa Keuangan, tepatnya pada Bab VI perihal Perlindungan Konsumen dan Masyarakat, dari Pasal 28 hingga Pasal 31. Pasal 28 hingga Pasal 30 memberikan penjelasan umum terkait perlindungan konsumen dan masyarakat yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan, sedangkan Pasal 31 memberikan amanat bagi Otoritas Jasa Keuangan untuk menerbitkan pengaturan terperinci pada bidang perlindungan konsumen dan masyarakat.

Dalam upayanya untuk melakukan perlindungan konsumen, Otoritas Jasa Keuangan melakukan berbagai layanan bagi konsumen dan masyarakat, yang mana salah satunya adalah layanan pengaduan. Sebagaimana tercantum pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan (POJK Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan), Otoritas Jasa Keuangan melakukan tindakan pelayanan pengaduan dengan cara memfasilitasi penyelesaian pengaduan konsumen yang dirugikan oleh PUJK maupun pihak lain di sektor jasa keuangan apabila saat dilakukan *internal dispute resolution* tidak tercapai kesepakatan antara konsumen dengan PUJK.

Pada tahun 2020 dan 2021, Otoritas Jasa Keuangan banyak mencatat pengaduan dari masyarakat terkait dengan informasi dari PUJK, mencakup di antaranya pemberian informasi dan iklan dari PUJK yang melanggar ketentuan. Berdasarkan hasil pengawasan oleh Otoritas Jasa Keuangan bahwa pada periode Januari 2019 – 22 September 2020 telah ditemukan 3.224 tayangan iklan yang melanggar ketentuan periklanan pada sektor jasa keuangan. Dari jumlah pelanggaran tersebut, sebagian besar merupakan iklan dari sektor Perbankan, yakni sebesar 71%. Sektor Industri Keuangan Non-Bank menyumbangkan 27%, dan sektor Pasar Modal berkontribusi terhadap 1% di antaranya. Lebih jauhnya lagi, dari seluruh pelanggaran, terbagi menjadi tiga jenis. Di antaranya adalah iklan yang tidak

¹⁰ Aad Rusyad Nurdin, "Kajian Peraturan Perlindungan Konsumen di Sektor Perbankan," *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, Volume 48 No. 2, 2018, hlm. 307.

¹¹ Marnia Rani, "Perlindungan Otoritas Jasa Keuangan terhadap Kerahasiaan dan Keamanan Data Pribadi Nasabah Bank," *Jurnal Selat*, Volume 2 No. 1, 2014, hlm. 171.

jelas (94%), iklan yang menyesatkan (5%), serta iklan yang tidak akurat (1%).¹² Pada tahun 2021, Otoritas Jasa Keuangan juga masih mencatat banyaknya aduan yang disebabkan informasi yang tidak benar dari PUJK. Di sektor industri asuransi misalnya, terdapat 5.783 aduan yang termasuk di dalamnya adalah aduan terkait produk dan/atau layanan tidak sesuai dengan penawaran.¹³

Menilik pemaparan singkat di atas, nampak masih banyak aduan yang disampaikan kepada Otoritas Jasa Keuangan terkait penyampaian informasi. Banyaknya aduan terkait dengan penyampaian informasi patut menjadi sorotan tersendiri, mengingat hal ini dapat diartikan bahwa perlindungan konsumen di sektor jasa keuangan belum dilakukan secara maksimal. Untuk menguatkan perlindungan konsumen khususnya di sektor jasa keuangan, perlu dikaji kembali secara mendalam terkait prinsip transparansi informasi bagi konsumen di sektor jasa keuangan dengan melihat tidak hanya ketentuan di dalam negeri, namun juga *international best practices*. Penelitian ini membahas ketentuan prinsip transparansi informasi bagi konsumen di sektor jasa keuangan yang dikenal secara umum, serta ketentuan di Indonesia, Malaysia, dan Singapura.

Dilihat dari tujuannya, penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai penelitian hukum normatif. Metode ini umumnya dilakukan dengan cara melakukan penelitian terhadap apa yang terdapat di dalam peraturan perundang-undangan serta bahan pustaka atau data sekunder. Penelitian hukum normatif difokuskan untuk mengkaji penerapan berbagai kaidah atau norma dalam hukum positif.¹⁴ Penelitian hukum jenis ini umumnya mengonsepsikan hukum sebagai apa yang tertulis di dalam suatu peraturan perundang-undangan, atau hukum dikonsepsikan sebagai suatu kaidah yang berfungsi sebagai tolok ukur tingkah laku manusia yang dianggap patut.¹⁵

¹² Syahrizal Sidik, "OJK: Ada 3.224 Iklan Jasa Keuangan 'Sesat', Bank Terbanyak," <https://www.cnbcindonesia.com/market/20201117170603-17-202517/ojk-ada-3224-iklan-jasa-keuangan-sesat-bank-terbanyak>, diakses 7 Januari 2022, pukul 19.32 WIB.

¹³ Novita Intan, "OJK: Pengaduan Konsumen di 2021 Mayoritas mengenai Fintech," <https://www.republika.co.id/berita/r3lf2b414/ojk-pengaduan-konsumen-di-2021-mayoritas-mengenai-fintech>, diakses 8 Januari 2022, pukul 12.40 WIB.

¹⁴ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013, hlm. 13.

¹⁵ Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo, 2016, hlm. 118.

Penelitian ini juga dilakukan dengan cara studi komparatif. Dalam penelitian ini, Penulis membandingkan ketentuan perihal transparansi informasi terkait produk dan/atau layanan jasa keuangan di Indonesia dengan ketentuan di Singapura dan Malaysia.

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari data sekunder. Dalam penelitian ini, data sekunder utamanya diperoleh dengan mempelajari peraturan perundang-undangan, buku-buku hukum, serta dokumen yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dilakukan berdasarkan pendekatan kualitatif karena penelitian ini mencoba untuk membangun sebuah teori dari bawah atau secara induktif. Metode analisis data kualitatif digunakan sebab permasalahan yang dijadikan topik dalam penelitian ini tidak menggunakan data kuantitatif, melainkan menitikberatkan pada apa yang tertulis dalam ketentuan yang ada.¹⁶ Peneliti dalam penelitian ini mengumpulkan data dan/atau informasi, kemudian melakukan pengklasifikasian data berdasarkan berbagai kategori dalam upaya untuk menemukan pola atas realitas atau gejala yang terjadi.

PEMBAHASAN

Transparansi Informasi dalam Perkembangan Perlindungan Konsumen

Berbicara mengenai perlindungan konsumen secara umum tidak dapat dilepaskan dari konsep perlindungan hukum. Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum adalah suatu upaya untuk melindungi hak dari pihak tertentu yang disesuaikan dengan kewajiban yang dilakukannya. Perlindungan hukum sendiri merupakan konsep yang dikenal secara umum. Perlindungan hukum dapat pula dikatakan sebagai perlindungan yang diberikan hukum atas suatu perkara tertentu. Menurut Sudiko Mertokusumo, perlindungan hukum terbagi menjadi dua macam: perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif. Perlindungan hukum preventif arahnya lebih kepada upaya pencegahan terhadap dilanggarnya kepentingan hukum seseorang, sedangkan

¹⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015, hlm. 4.

perlindungan hukum represif dilaksanakan untuk menyelesaikan sengketa ataupun permasalahan yang telah terjadi.^{17,18}

Secara historis, prinsip transparansi informasi selalu menyertai perkembangan perlindungan konsumen secara umum. Patut diketahui bahwa sistem perlindungan Konsumen tumbuh seiring dengan berkembangnya pola perekonomian yang makin lama makin pesat.¹⁹ Perhatian terhadap perlindungan Konsumen mengalami perkembangan yang sangat signifikan dan menjadi objek kajian bidang ekonomi, sosial, politik dan hukum utamanya di Amerika Serikat bahkan semenjak akhir abad ke-19. Pada tahun 1890 Kongres Amerika menyetujui *The Sherman Antitrust Act*. Undang-undang ini melarang praktik kontrak-kontrak dan berbagai konspirasi yang dapat merusak atau menghambat perdagangan. Undang-undang ini juga melarang upaya monopoli perdagangan antar negara. Dengan Undang-undang ini, negara ingin memberikan jaminan bahwa Konsumen dapat menggunakan haknya untuk memilih (*the right to choose*) melalui persaingan yang terbuka dan bebas. Pada tahun 1906 Kongres selanjutnya menyetujui *Food, Drugs, and Cosmetic Act* untuk melindungi Konsumen dari produk-produk palsu dan tidak aman dalam industri makanan dan obat-obatan. Lebih jauhnya lagi, pada tahun 1914 Amerika mengeluarkan *The Federal Trade Commission Act* (FTCA).²⁰

Presiden Amerika John F. Kennedy dianggap sebagai pelopor gerakan Konsumen modern. Pada tanggal 15 Maret 1963, dalam pidatonya di depan publik Amerika Serikat, Kennedy menjabarkan empat hak yang dimiliki Konsumen, yaitu:²¹

- a. *the right to safety* (hak atas keamanan);
- b. *the right to be informed* (hak atas informasi);
- c. *the right to choose* (hak untuk memilih); dan
- d. *the right to be heard* (hak untuk didengarkan).

¹⁷ Shara Mitha Mahfirah, *et. al.*, "Tanggung Jawab Maskapai Penerbangan atas Kecelakaan Pesawat Udara dalam Perspektif Teori Perlindungan Hukum," *Jurnal Education and Development*, Volume 9 No. 1, 2021, hlm. 643.

¹⁸ R. Juli Moertiono, "Perjanjian Kredit Pemilikan Rumah dalam Perspektif Teori Perlindungan Hukum," *All Fields of Science J-LAS*, Volume 1 No. 3, 2021, hlm. 256.

¹⁹ Dwi Edi Wibowo, "How Consumers in Indonesia are Protected Fairly?" *Indonesian Journal of Advocacy and Legal Services*, Volume 2 No. 1, 2020, hlm. 58.

²⁰ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2013, hlm. 28.

²¹ Niru Anita Sinaga dan Nunuk Sulisrudatin, "Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, Volume 5 No. 2, 2015, hlm. 84.

Pada perkembangannya, semakin banyak negara di dunia yang mengakui perlindungan konsumen dengan membentuk undang-undang perlindungan konsumen masing-masing. Setelah itu, pada tahun 1985, Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) secara resmi mengakui kepentingan konsumen dengan mengeluarkan Resolusi PBB No.A/RES/39/248 Tanggal 16 April 1985 tentang Perlindungan Konsumen yang menegaskan perlunya perlindungan bagi konsumen. Resolusi PBB ini populer dengan sebutan *Guidelines for Consumer Protection*, yang telah menetapkan perlindungan kepentingan-kepentingan konsumen. *Guidelines for Consumer Protection* menyatakan bahwa Konsumen di manapun mereka berada, dari segala bangsa, mempunyai hak-hak dasar sosialnya. Maksud hak-hak dasar tersebut adalah hak untuk mendapatkan informasi yang jelas, benar, dan jujur; hak untuk mendapatkan ganti rugi; hak untuk mendapatkan kebutuhan dasar manusia (kecukupan pangan dan papan); hak untuk mendapatkan lingkungan yang baik dan bersih serta kewajiban untuk menjaga lingkungan; serta hak untuk mendapatkan pendidikan dasar. PBB menghimbau seluruh anggotanya untuk memberlakukan hak-hak konsumen tersebut di negara masing-masing.²²

Dalam *Guidelines for Consumer Protection*, transparansi informasi pun telah dikenal sebagai salah satu prinsip perlindungan konsumen. Sebagaimana merujuk pada *Guidelines for Consumer Protection*, prinsip-prinsip sebagaimana dimaksud meliputi:

- a. Perlakuan yang adil;
- b. Perilaku komersial;
- c. Pengungkapan dan transparansi;
- d. Edukasi dan peningkatan kesadaran;
- e. Perlindungan privasi; dan
- f. Pengaduan dan sengketa Konsumen.

Lebih jauhnya lagi, penjelasan dari prinsip pengungkapan dan transparansi pada *Guidelines for Consumer Protection* adalah pelaku usaha harus menyediakan informasi terkait produk dan/atau layanan yang lengkap, akurat, dan tidak menyesatkan. Adapun informasi tersebut meliputi setidaknya syarat dan ketentuan, serta tarif yang dibebankan. Hal ini bertujuan agar Konsumen mendapatkan informasi yang cukup sebelum membuat keputusan. Selain itu, pelaku usaha harus memastikan kemudahan akses terhadap informasi sebagaimana dimaksud.

²² Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media, 2014, hlm. 7.

Pengaturan mengenai transparansi informasi sebetulnya tidak dapat dikatakan sebagai konsep yang baru. Merujuk pada ketentuan Consumers Rights Directive di Uni Eropa, sudah terdapat kewajiban bagi pelaku usaha untuk mengungkapkan berbagai informasi yang relevan kepada konsumen sebelum penandatanganan perjanjian. Pengungkapan informasi ini juga harus dilakukan oleh pihak ketiga yang terlibat dalam perjanjian.²³

Pada dasarnya, menilik sejarah singkat perkembangan perlindungan konsumen di atas, transparansi informasi kepada konsumen merupakan hal yang krusial. Prinsip transparansi informasi selalu ditekankan demi memberikan kesempatan bagi konsumen untuk memilih apakah akan menggunakan produk dan/atau jasa yang ditawarkan atau tidak. Selain itu, tidak adanya transparansi dari pelaku usaha kepada konsumen akan berpotensi mengakibatkan kerugian bagi konsumen.

Sebagaimana sempat disebutkan sebelumnya, hak atas informasi merupakan salah satu hak konsumen sebagaimana diatur dalam UU Perlindungan Konsumen. Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang produk, karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memilih produk yang diinginkan/sesuai kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan produk.²⁴

Informasi yang merupakan hak konsumen tersebut di antaranya adalah mengenai manfaat kegunaan produk; efek samping atas penggunaan produk; tanggal kadaluwarsa, serta identitas produsen dari produk tersebut. Informasi tersebut dapat disampaikan baik secara lisan, maupun secara tertulis, baik yang dilakukan dengan mencantumkan pada label yang melekat pada kemasan produk, maupun melalui iklan-iklan yang disampaikan oleh produsen, baik melalui media cetak maupun media elektronik. Informasi ini dapat memberikan dampak yang signifikan untuk meningkatkan efisiensi dari konsumen dalam memilih produk serta meningkatkan kesetiiaannya terhadap produk tertentu, sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan yang memenuhi kebutuhannya. Dengan

²³ Caroline Cauffman dan Catalina Goanta, "A New Order: The Digital Services Act and Consumer Protection," *European Journal of Risk Regulation*, Volume 12 No. 4, 2021, hlm. 761.

²⁴ I Wayan Gede Asmara, *et. al.*, "Perlindungan Hukum terhadap Hak Konsumen atas Informasi Produk Import," *Jurnal Analogi Hukum*, Volume 1 No. 1, 2019, hlm. 121.

demikian, pemenuhan hak ini akan menguntungkan baik konsumen maupun pelaku usaha.²⁵

Secara ringkas, ketentuan mengenai penyampaian informasi tersebar dalam beberapa pasal di UU Perlindungan Konsumen, meliputi:

a. Pasal 3 huruf d

Keterbukaan informasi sebagai salah satu tujuan Perlindungan Konsumen, yakni menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

b. Pasal 4 huruf c

Konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

c. Pasal 5 huruf a

Konsumen berkewajiban untuk membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.

d. Pasal 7 huruf b

Pelaku Usaha berkewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

e. Pasal 8 ayat (1) huruf j

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

f. Pasal 8 ayat (2)

Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.

g. Pasal 8 ayat (3)

Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

²⁵ Abd. Haris Hamid, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: SAH Media, 2017, hlm. 107.

h. Pasal 10

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan.

i. Pasal 17 ayat (1) huruf c

Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa.

j. Pasal 17 ayat (1) huruf d

Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa.

Lebih jauhnya lagi, ketentuan mengenai transparansi informasi terkait produk dan/atau layanan jasa keuangan telah diatur secara lebih spesifik di ketentuan mengenai perlindungan konsumen di sektor jasa keuangan. Adapun transparansi informasi terkait produk dan/atau layanan jasa keuangan beserta perbandingan antara ketentuan di Indonesia dengan Malaysia dan Singapura akan dijelaskan lebih lanjut pada bagian selanjutnya dari tulisan ini.

Prinsip Transparansi Informasi Produk dan/atau Layanan Jasa Keuangan

Di sektor jasa keuangan, transparansi informasi terkait produk dan/atau layanan jasa keuangan pada dasarnya sudah dikenal luas sebagai salah satu prinsip perlindungan konsumen. Prinsip ini juga memiliki kaitan erat dengan prinsip *responsible business conduct* atau perilaku bisnis yang bertanggungjawab. Penggunaan prinsip transparansi informasi produk dan/atau layanan dapat merujuk pula kepada publikasi The Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD) berjudul *Effective Approaches to Support the Implementation of the Remaining G20/OECD High-Level Principles on Financial Consumer Protection*. Menilik kepada publikasi tersebut, yang termasuk ke dalam prinsip-prinsip perlindungan konsumen yang dikenal oleh OECD meliputi:²⁶

²⁶ G20/OECD Task Force on Financial Consumer Protection, *Effective Approaches to Support the Implementation of the Remaining G20/OECD High-Level Principles on Financial Consumer Protection*, Paris: OECD, 2014, hlm. 3.

- a. *Legal, regulatory, and supervisory framework* (kerangka hukum, pengaturan dan pengawasan).
- b. *Role of oversight bodies* (peran dari badan pengawasan).
- c. *Equitable and fair treatment of consumers* (perlakuan yang adil bagi konsumen).
- d. *Disclosure and transparency* (pengungkapan dan transparansi).
- e. *Financial education and awareness* (kesadaran dan edukasi keuangan).
- f. *Responsible business conduct of financial services providers and authorised agents* (perilaku bisnis yang bertanggung jawab dari PUJK dan agen resmi).
- g. *Protection of consumer assets against fraud and misuse* (perlindungan terhadap aset konsumen dari penyalahgunaan dan *fraud*).
- h. *Protection of consumer data and privacy* (perlindungan privasi dan data konsumen).
- i. *Complaint handling and redress* (penanganan pengaduan dan penggantian kerugian).
- j. *Competition* (persaingan usaha).

Selain itu, transparansi informasi produk dan/atau layanan jasa keuangan juga memiliki kaitan dengan prinsip pencegahan dan pengelolaan benturan kepentingan. Dilansir dari publikasi yang sama, pada pokoknya PUJK maupun agen harus memberikan informasi yang cukup kepada konsumen. Informasi tersebut berkaitan dengan manfaat, risiko, syarat dan ketentuan, serta informasi mengenai potensi benturan kepentingan. Adapun, informasi tersebut haruslah akurat, jujur, dapat dipahami, serta tidak menyesatkan.²⁷

Perihal prinsip transparansi informasi telah sedikit banyak dijelaskan pada publikasi World Bank dengan judul *Good Practices for Financial Consumer Protection*. Beberapa arahan terkait prinsip ini, meliputi:²⁸

- a. Seluruh dokumen penyampaian informasi yang diungkapkan PUJK kepada konsumen, baik yang berbentuk tertulis maupun verbal, harus merupakan informasi yang jujur, mudah dimengerti, dan tidak menyesatkan. selain itu, bahasa yang digunakan harus sesuai dengan bahasa daerah setempat.
- b. Segala macam bentuk komunikasi tertulis, termasuk pada dokumen elektronik, harus mudah dibaca oleh orang kebanyakan.

²⁷ G20/OECD Task Force on Financial Consumer Protection, *Compendium of Effective Approaches for Financial Consumer Protection in the Digital Age*, Paris: OECD, 2020, hlm. 35.

²⁸ World Bank, *Good Practices for Financial Consumer Protection*, Washington DC: World Bank, 2017, hlm. 23.

- c. Dokumen penting seperti perjanjian dan formulir harus tersedia dalam format tertulis yang dapat disimpan oleh konsumen.
- d. Bentuk komunikasi tulisan, verbal, dan visual harus menonjolkan fitur kunci dari produk dan/atau layanan jasa keuangan yang ditawarkan.
- e. Kerangka pengaturan harus memuat pemilihan waktu pengungkapan informasi kepada konsumen dengan jelas.
- f. Selain fitur kunci produk dan/atau layanan jasa keuangan yang ditawarkan, informasi yang diungkapkan diharapkan turut memuat:
 - 1) status hukum PUJK;
 - 2) informasi kontak PUJK khususnya terkait pengajuan pengaduan; dan
 - 3) informasi kontak penyelesaian sengketa eksternal.

Dengan meninjau pemaparan di atas, nampak bahwa prinsip transparansi informasi terkait dengan produk dan/atau jasa keuangan turut merupakan hal yang dikenal secara umum. Transparansi informasi di sini utamanya meliputi karakteristik produk dan/atau layanan jasa keuangan. Prinsip transparansi informasi terkait dengan produk dan/atau jasa keuangan juga memiliki kaitan erat dengan prinsip yang juga dikenal secara umum di sektor jasa keuangan, yakni perilaku bisnis yang bertanggungjawab. Menilik kepada ketentuan di Indonesia, Malaysia, dan Singapura yang akan dijelaskan pada bagian selanjutnya dari tulisan ini, prinsip transparansi informasi terkait dengan produk dan/atau jasa keuangan pun telah dikenal di ketiga negara tersebut.

Perbandingan dan Masukan terkait Pengaturan Transparansi Informasi dalam Perlindungan Konsumen di Sektor Jasa Keuangan

Di Indonesia, transparansi informasi produk dan/atau layanan jasa keuangan saat ini pun sudah merupakan salah satu prinsip perlindungan konsumen yang dikenal dalam POJK Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan. Adapun yang dimaksud dengan prinsip transparansi dalam POJK Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan adalah pemberian informasi mengenai produk dan/atau layanan jasa keuangan kepada konsumen, secara jelas, lengkap, dengan bahasa yang mudah dimengerti.

Dalam POJK Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan disebutkan bahwa PUJK wajib menyediakan dan/atau menyampaikan informasi mengenai produk dan/atau layanan yang akurat, jujur, jelas, dan tidak menyesatkan. Adapun, informasi tersebut

dituangkan dalam dokumen atau sarana lain yang dapat digunakan sebagai alat bukti. Informasi tersebut juga harus memenuhi beberapa ketentuan, di antaranya:

- a. Disampaikan pada saat memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai hak dan kewajibannya.
- b. Disampaikan pada saat membuat perjanjian dengan konsumen.
- c. Dimuat pada saat disampaikan melalui berbagai media antara lain melalui iklan di media cetak atau elektronik.
- d. Merupakan informasi terkini.
- e. Mudah diakses.

Lebih jauhnya lagi, informasi sebagaimana dimaksud memuat setidaknya:

- a. Hak dan kewajiban konsumen.
- b. Biaya.
- c. Syarat dan ketentuan, yang sekurang-kurangnya memuat:
 - 1) manfaat;
 - 2) risiko;
 - 3) prosedur pelayanan; dan
 - 4) prosedur penyelesaian pengaduan.

Dalam hal terjadi perubahan pada informasi yang telah diberikan kepada dan telah disetujui oleh konsumen, maka PUJK wajib memberitahukannya kepada konsumen paling lambat 30 (tiga puluh) hari kerja sebelum berlakunya perubahan. Adapun jika konsumen tidak menyetujui perubahan terhadap persyaratan produk dan/atau layanan tersebut, maka konsumen berhak memutuskan produk dan/atau layanan tanpa dikenakan ganti rugi apapun.

Sebagai peraturan turunan dari POJK Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan, Otoritas Jasa Keuangan telah menerbitkan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan (SEOJK) Nomor 12/SEOJK.07/2014 tentang Penyampaian Informasi dalam Rangka Pemasaran Produk dan/atau Layanan Jasa Keuangan (SEOJK Penyampaian Informasi) untuk mengatur teknis ketentuan terkait penyampaian informasi terkait produk dan/atau layanan jasa keuangan. Lebih jelasnya lagi, dalam Ketentuan Umum SEOJK Penyampaian Informasi dijelaskan terkait jenis-jenis informasi sebagaimana disebutkan sebelumnya. “Informasi Akurat” didefinisikan sebagai informasi berdasarkan kejelasan referensi yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif. “Informasi Jujur” dijelaskan sebagai

informasi yang sesuai dengan keadaan sebenarnya. “Informasi Jelas” adalah informasi yang disampaikan secara lengkap. Terakhir, “Informasi Tidak Menyesatkan” adalah informasi yang tidak menimbulkan perbedaan penafsiran antara Konsumen dan/atau masyarakat dengan PUJK terhadap ketentuan yang dimuat dalam perjanjian.

Di Singapura, sektor jasa keuangan diatur dan diawasi oleh Monetary Authority of Singapore berdasarkan Monetary Authority of Singapore Act 1970 yang telah mengalami beberapa perubahan. Dalam ketentuan ini, Monetary Authority of Singapore berperan sebagai bank sentral sekaligus regulator dan pengawas terhadap sektor jasa keuangan.

Pengaturan mengenai perlindungan konsumen di Singapura salah satunya dapat merujuk kepada Consumer Protection (Fair Trading) Act 2003 atau yang biasa disingkat CPFT. Peraturan ini mencakup ketentuan perlindungan konsumen secara umum, termasuk di sektor jasa keuangan. Dalam *Article 4* CPFT, disebutkan bahwa pelaku usaha dikatakan melakukan praktik bisnis yang tidak adil dalam kaitannya dengan transaksi dengan konsumen jika mengatakan atau tidak mengatakan sesuatu yang dapat memperdaya dan/atau menyesatkan konsumen. Selain itu, perilaku pelaku usaha yang mengambil keuntungan dari konsumen yang belum memahami hal-hal terkait transaksi yang dilakukan juga dapat dikatakan sebagai praktik bisnis yang tidak adil.

Lebih jauhnya lagi, ketentuan mengenai transparansi informasi produk dan/atau layanan jasa keuangan di Singapura dapat pula merujuk pada *guideline* atau pedoman yang dikeluarkan oleh Monetary Authority of Singapore, yakni *Guideline No. FSG-G02* perihal *Guidelines on Standards of Conduct for Marketing and Distribution Activities*. Salah satu ketentuan dalam *guideline* ini menyatakan bahwa PUJK harus mengatur bagaimana pegawai atau pihak ketiga yang bekerja untuk atau mewakili PUJK dalam melakukan penawaran bertindak. Pegawai atau pihak ketiga sebagaimana dimaksud, dalam melakukan penawaran produk dan/atau layanan jasa keuangan, harus menjelaskan dengan lengkap kepada konsumen terkait dengan produk dan/layanan yang ditawarkan. Jika perlu, PUJK diharapkan membekali pegawai atau pihak ketiga yang bekerja untuk atau mewakili PUJK dengan naskah atau arahan tertentu agar tidak ada informasi penting yang terlewat.

Ketentuan lain yang mengatur secara lebih mendetail mengenai transparansi informasi terkait produk dan/atau layanan jasa keuangan di Singapura adalah *Notice No.*

FAA-N03 terkait *Notice on Information to Clients and Product Information Disclosure* yang dikeluarkan oleh Monetary Authority of Singapore. Diatur di antaranya adalah bahwa PUJK pada hakikatnya harus mengungkapkan informasi kepada konsumen dengan ciri sebagai berikut:

a. Jelas.

Dalam ketentuan ini, yang dimaksud dengan informasi jelas adalah informasi yang disampaikan kepada konsumen secara mudah dipahami, dan harus dijelaskan jika menggunakan jargon atau istilah yang mungkin tidak dimengerti oleh konsumen.

b. Memadai.

Informasi yang disediakan dan disampaikan harus memenuhi regulasi yang berlaku dan sesuai dengan praktik terbaik di industri. Informasi yang disampaikan juga diharapkan dapat membantu konsumen dalam menggunakan produk dan/atau jasa keuangan.

c. Tidak menyesatkan.

Informasi yang disediakan dan disampaikan oleh PUJK kepada konsumen tidak boleh ambigu dalam penulisan maupun penyampaiannya, sehingga tidak mengaburkan makna asli dari informasi tersebut.

Adapun, dalam *Notice on Information to Clients and Product Information Disclosure*, contoh informasi yang disampaikan kepada konsumen oleh PUJK, antara lain:

a. Sifat dan tujuan produk dan/atau layanan.

b. Nama perusahaan penerbit atau penyedia produk dan/atau layanan.

c. Hak dan kewajiban konsumen.

d. Profil atau segmentasi konsumen terhadap produk dan/atau layanan.

e. Manfaat produk dan/atau layanan.

f. Risiko produk dan/atau layanan.

g. Biaya atau harga produk dan/atau layanan.

h. Peringatan atau *disclaimer* terkait produk dan/atau layanan.

Di Malaysia, ketentuan mengenai transparansi informasi terkait produk dan/atau layanan diatur diantaranya melalui Financial Services Act 2013. Pada *Article 123*, diatur bahwa Bank Negara Malaysia dapat menetapkan standar perilaku bisnis kepada PUJK untuk melindungi kepentingan konsumen. Adapun, salah satu standar perilaku bisnis

sebagaimana dimaksud adalah terkait dengan transparansi dan pengungkapan informasi terkait produk dan/atau layanan jasa keuangan kepada konsumen. Informasi sebagaimana dimaksud harus akurat, jelas, tepat waktu, dan tidak menyesatkan.

Ketentuan sebagaimana disebutkan di atas senada dengan ketentuan dalam *Development Financial Institutions Act 2002*. Disebutkan pula dalam ketentuan ini bahwa salah satu standar perilaku bisnis yang baik dari PUJK terkait dengan transparansi dan pengungkapan informasi terkait produk dan/atau layanan jasa keuangan adalah informasi sebagaimana dimaksud harus akurat, jelas, tepat waktu, dan tidak menyesatkan konsumen.

Lebih jauhnya lagi, Bank Negara Malaysia pun telah merilis ketentuan lanjutan terkait perlakuan yang adil dan perilaku bisnis kepada konsumen di sektor jasa keuangan. Melalui *Policy Document on Fair Treatment of Financial Consumers*, Bank Negara Malaysia menargetkan sistem perlindungan konsumen yang lebih baik dari masing-masing PUJK.

Dalam *Section 12 Policy Document on Fair Treatment of Financial Consumers*, disebutkan bahwa PUJK harus menyediakan informasi terkait produk dan/atau layanan jasa keuangan yang jelas, relevan, dan tepat waktu kepada konsumen. Informasi sebagaimana dimaksud harus disampaikan kepada konsumen secara mudah dipahami. Hal ini dimaksudkan agar konsumen dapat menggunakan dan memanfaatkan produk dan/atau layanan jasa keuangan sesuai dengan kebutuhannya. Selain itu, dengan adanya informasi dari PUJK, konsumen dapat membandingkan produk dan/atau layanan jasa keuangan tersebut dengan produk dan/atau layanan lain.

Ketentuan lebih lanjut dalam *Section 12 Policy Document on Fair Treatment of Financial Consumers* di antaranya adalah:

- a. Informasi yang disampaikan kepada konsumen harus mencakup diantaranya fitur kunci, risiko, biaya, dan keuntungan dari produk dan/atau layanan jasa keuangan yang ditawarkan serta hak dan kewajiban konsumen agar konsumen dapat membuat keputusan apakah akan menggunakan produk dan/atau layanan tersebut atau tidak.
- b. Informasi yang disampaikan kepada konsumen harus mencukupi di semua tahapan, dari sebelum perjanjian, saat penandatanganan perjanjian, serta saat konsumen menggunakan produk dan/atau layanan jasa keuangan.

- c. Informasi yang tertera dalam rangka pemasaran atau promosi harus jelas dan tidak menyesatkan konsumen.
- d. Informasi yang disampaikan secara elektronik tetap harus disampaikan dengan jelas sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Menilik pemaparan di atas, baik Indonesia, Singapura, maupun Malaysia masing-masing telah mengintegrasikan ketentuan terkait transparansi informasi terkait produk dan/atau layanan jasa keuangan ke dalam ketentuan masing-masing negara. Ketiga negara tersebut telah mengatur pelbagai ketentuan mengenai penyediaan dan penyampaian informasi terkait produk dan/atau layanan jasa keuangan, seperti syarat dan cakupan informasi yang disediakan dan disampaikan oleh PUJK kepada konsumen. Hal tersebut tentunya diatur karena ketiga negara telah memahami pentingnya perlindungan konsumen di sektor jasa keuangan, demi tumbuhnya industri yang sehat dan dapat bersaing.

Pun demikian, dapat dipahami bahwa terdapat beberapa perbedaan dari ketentuan di ketiga negara tersebut. Beberapa ketentuan nampak belum diatur di regulasi Indonesia, namun sudah diatur di Singapura dan/atau Malaysia. Pelbagai ketentuan tersebut dapat dipertimbangkan untuk diadopsi oleh Indonesia dengan harapan dapat memperkuat pengaturan perlindungan konsumen di sektor jasa keuangan. Adapun, beberapa ketentuan tersebut meliputi di antaranya adalah sifat informasi, pemahaman konsumen dalam penyampaian informasi, waktu penyampaian informasi, jenis informasi yang disampaikan kepada konsumen, serta pembekalan pegawai PUJK dan/atau pihak ketiga yang bekerja untuk atau mewakili kepentingan PUJK.

Terkait dengan sifat informasi, telah disebutkan sebelumnya bahwa dalam POJK Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan diatur bahwa PUJK wajib menyediakan dan/atau menyampaikan informasi mengenai produk dan/atau layanan yang akurat, jujur, jelas, dan tidak menyesatkan. Hal ini sedikit berbeda dengan ketentuan di Singapura. Dalam *Notice No. FAA-N03* terkait *Notice on Information to Clients and Product Information Disclosure* yang dikeluarkan oleh Monetary Authority of Singapore, disebutkan bahwa PUJK harus mengungkapkan informasi yang jelas, memadai, dan tidak menyesatkan kepada konsumen. Informasi yang memadai belum diatur pada ketentuan di Indonesia. Adapun informasi yang memadai sendiri dijelaskan sebagai informasi yang memenuhi regulasi yang berlaku dan sesuai dengan praktik terbaik di industri dalam

penyediaan dan penyampaian. Hal ini penting untuk diatur karena dapat menutup celah bagi PUJK yang memiliki itikad tidak baik. Dalam menyampaikan informasi kepada konsumen maka PUJK harus memenuhi ketentuan dalam regulasi yang berlaku, yang berarti tidak dibatasi pada hanya satu atau dua regulasi, melainkan regulasi apapun yang relevan. Selain itu, PUJK juga harus memperhatikan praktik terbaik di industri sektor jasa keuangan, karena ada kemungkinan belum diaturnya suatu ketentuan terkait penyediaan dan/atau penyampaian informasi tertentu dalam regulasi yang berlaku. Frasa “informasi yang memadai” ini diharapkan dapat diatur untuk menutup kesempatan adanya itikad tidak baik dari PUJK, sehingga penting untuk diatur.

Masih berhubungan dengan sifat informasi, terdapat pula perbedaan antara ketentuan di Indonesia dengan Malaysia. Berdasarkan *Development Financial Institutions Act 2002*, informasi terkait produk dan/atau layanan jasa keuangan harus akurat, jelas, tepat waktu, dan tidak menyesatkan konsumen. Ketepatan waktu inilah yang belum diatur di regulasi Indonesia. Penyediaan dan penyampaian informasi yang tepat tentunya penting bagi konsumen, karena memiliki keterkaitan dengan tujuan dari penggunaan produk itu sendiri. Selain itu, informasi yang tidak tepat waktu akan berpotensi merugikan konsumen atau setidaknya dapat mengurangi manfaat yang dapat diperoleh oleh konsumen. Atas alasan tersebut, penting untuk mengatur ketepatan waktu penyampaian informasi dalam regulasi di Indonesia.

Terkait dengan jenis informasi yang disampaikan kepada konsumen, dalam POJK Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan diatur mengenai informasi apa saja yang disampaikan kepada konsumen, seperti hak dan kewajiban konsumen, biaya, serta syarat dan ketentuan penggunaan produk dan/atau layanan jasa keuangan. Jika dibandingkan dengan ketentuan di Singapura, terdapat dua hal yang dapat diimplementasikan di Indonesia untuk melengkapi ketentuan tersebut, yakni informasi mengenai profil atau segmentasi konsumen terhadap produk dan/atau layanan serta peringatan atau *disclaimer* terkait produk dan/atau layanan. Ketentuan tersebut termaktub dalam *Notice on Information to Clients and Product Information Disclosure* yang diterbitkan oleh Monetary Authority of Singapore. Profil atau segmentasi konsumen terhadap produk dan/atau layanan penting untuk diketahui oleh konsumen agar dapat mempertimbangkan kebutuhan serta kemampuan masing-masing dalam menggunakan produk dan/atau layanan jasa keuangan yang ditawarkan. Selain itu, peringatan atau *disclaimer* terkait

produk dan/atau layanan juga patut untuk diketahui konsumen untuk mengetahui dan meminimalisir risiko yang mungkin timbul, serta mencegah sengketa yang dapat terjadi jika konsumen merasa dirugikan karena sudah diinformasikan di awal.

Berikutnya, ketentuan yang berbeda adalah mengenai pemahaman konsumen dalam penyampaian informasi. Pada ketentuan di Indonesia, tepatnya di SEOJK Penyampaian Informasi, pemahaman tersebut hanya terbatas pada iklan yang disampaikan dalam bahasa yang mudah dipahami oleh konsumen dan/atau masyarakat. Hal ini berbeda dengan ketentuan di Malaysia yang mewajibkan informasi secara umum disampaikan kepada konsumen secara mudah dipahami. Informasi secara keseluruhan ini berarti tidak hanya terbatas kepada iklan, namun juga informasi lain, seperti Ringkasan Informasi Produk dan/atau Layanan (RIPLAY) yang juga disampaikan kepada konsumen. Hal ini penting untuk diatur agar konsumen dapat menyesuaikan penggunaan dan pemanfaatan produk dan/atau layanan sebagaimana dimaksud dengan kebutuhannya. Informasi secara keseluruhan yang disampaikan oleh PUJK juga menjadi acuan bagi konsumen untuk dapat membandingkan produk dan/atau layanan jasa keuangan yang satu dengan lainnya.

Terkait dengan waktu penyampaian informasi, dalam POJK Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Konsumen termaktub bahwa informasi disampaikan pada saat memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai hak dan kewajibannya, serta pada saat membuat perjanjian dengan konsumen. Ketentuan ini tidak selengkap ketentuan di Malaysia sebagaimana diatur pada *Section 12 Policy Document on Fair Treatment of Financial Consumers*. Diatur bahwa informasi yang disampaikan kepada konsumen harus mencukupi di semua tahapan, dari sebelum perjanjian, saat penandatanganan perjanjian, serta saat konsumen menggunakan produk dan/atau layanan jasa keuangan. Hal ini mengindikasikan bahwa PUJK masih memiliki tanggung jawab kepada konsumen untuk memberikan informasi saat konsumen sedang menggunakan produk dan/atau layanan. Ketentuan ini penting untuk diatur demi memitigasi risiko konsumen yang memerlukan pemahaman ataupun informasi lebih lanjut saat sedang menggunakan produk dan/atau layanan jasa keuangan.

Satu hal lagi yang dapat dicontoh adalah mengenai pembekalan pegawai PUJK dan/atau pihak ketiga yang bekerja untuk atau mewakili kepentingan PUJK, dimana berdasarkan ketentuan di Singapura, PUJK diharapkan membekali pegawai atau pihak

ketiga yang bekerja untuk atau mewakili PUJK dengan naskah atau arahan tertentu agar tidak ada informasi penting yang terlewat. Ketentuan yang tertera dalam *Guideline No. FSG-G02* perihal *Guidelines on Standards of Conduct for Marketing and Distribution Activities* terbitan Monetary Authority of Singapore ini nampak menginginkan adanya tanggung jawab dari PUJK untuk memberikan edukasi pula kepada tenaga pemasar, yakni pegawai dan/atau pihak ketiga yang bekerja untuk/atau mewakili PUJK. Ketentuan ini lebih lengkap dari ketentuan di POJK Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan dan SEOJK Penyampaian Informasi yang lebih mengedepankan kewajiban dan pertanggungjawaban PUJK terhadap pihak ketiga.

Pelanggaran Ketentuan terkait Transparansi Informasi dalam Perlindungan Konsumen di Sektor Jasa Keuangan di Indonesia

Pada praktik di Indonesia, masih ditemukan indikasi pelanggaran dalam penerapan ketentuan transparansi informasi produk dan/atau layanan jasa keuangan. Sebagaimana sempat disebutkan di atas, berdasarkan hasil pengawasan selama tahun 2020 hingga tahun 2021. Otoritas Jasa Keuangan masih banyak mencatat pengaduan dari masyarakat terkait dengan informasi dari PUJK. Aduan tersebut mencakup di antaranya pemberian informasi dan iklan dari PUJK yang melanggar ketentuan. Pelanggaran tersebut pada pokoknya dapat dibagi menjadi beberapa jenis, yakni iklan yang tidak jelas, iklan yang menyesatkan, iklan yang tidak akurat, serta produk dan/atau layanan tidak sesuai dengan penawaran dari PUJK. Pelbagai pelanggaran tersebut pun ditemukan pada berbagai sektor jasa keuangan yang meliputi sektor Perbankan, Pasar Modal, dan Industri Keuangan Non-Bank.^{29,30}

Salah satu contoh spesifik adalah kasus yang dilakukan oleh pinjaman *online* (pinjol) di berbagai tempat. Terdapat kasus dimana seseorang meminjam dana sebesar Rp5juta kepada pinjol, namun tiba-tiba harus membayar total sebesar Rp80juta. Jumlah

²⁹ Syahrizal Sidik, "OJK: Ada 3.224 Iklan Jasa Keuangan 'Sesat', Bank Terbanyak," <https://www.cnbcindonesia.com/market/20201117170603-17-202517/ojk-ada-3224-iklan-jasa-keuangan-sesat-bank-terbanyak>, diakses 7 Januari 2022, pukul 19.32 WIB.

³⁰ Novita Intan, "OJK: Pengaduan Konsumen di 2021 Mayoritas mengenai Fintech," <https://www.republika.co.id/berita/r3lf2b414/ojk-pengaduan-konsumen-di-2021-mayoritas-mengenai-fintech>, diakses 8 Januari 2022, pukul 12.40 WIB.

tersebut dikarenakan pinjaman pokok yang dibebani bunga harian yang besar serta berbagai biaya administrasi.^{31,32}

Menilik kembali kasus tersebut, nampak adanya pelanggaran terkait transparansi produk dan/atau layanan jasa keuangan. Perusahaan pinjol tersebut tidak memberikan informasi kepada peminjam mengenai bunga yang dikenakan. Hal ini menyebabkan peminjam tidak dapat melakukan penilaian sebelum transaksi dilakukan, apakah akan tetap mengajukan pinjaman atau tidak. Cerita berbeda bisa jadi terjadi jika sedari awal dijelaskan oleh perusahaan pinjol tersebut berapa hutang yang nantinya harus dibayarkan oleh peminjam.

Adapun dalam kasus ini, perusahaan pinjol tersebut dianggap melakukan pelanggaran terhadap ketentuan mengenai transparansi informasi sebagaimana diatur oleh UU Perlindungan Konsumen, bukan POJK Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan. Hal ini disebabkan perusahaan pinjol tersebut bukanlah perusahaan yang berizin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Pun demikian, tentunya perusahaan pinjol tersebut masih dapat dimintai pertanggungjawaban dengan berlakunya UU Perlindungan Konsumen.

Selain itu dengan mempertimbangkan bahwa tidak sedikit kasus serupa, dimana pelaku usaha berusaha menarik keuntungan sebesar-besarnya dengan tidak menaati hukum yang berlaku, dapat menjadi pertimbangan tersendiri bagi otoritas untuk memperketat pengaturan dan memperberat sanksi yang berlaku. Hal ini dapat merujuk pula pada teori dari Richard Posner terkait dengan *economic analysis of law*. Pada pokoknya, Posner berpendapat bahwa seseorang memiliki kecenderungan untuk tidak menaati ketentuan hukum apabila yang bersangkutan memperkirakan dapat memperoleh keuntungan lebih besar daripada mematuhi, dan demikian pula sebaliknya.³³ Dalam kasus seperti ini misalnya, terdapat kemungkinan bahwa pelaku usaha yang mencurangi konsumennya merasa bahwa walaupun nantinya yang bersangkutan akan dikenakan sanksi denda, keuntungan yang telah didapat sudah lebih dari cukup untuk membayarnya.

³¹ Danang Sugianto, "Gilanya Bunga Pinjol yang Bikin Masyarakat Tercekik," <https://finance.detik.com/fintech/d-5761987/gilanya-bunga-pinjol-yang-bikin-masyarakat-tercekik>, diakses 1 April 2022, pukul 18.29 WIB.

³² Rr. Ariyani Yakti Widyastuti, "Cerita Pinjol Ilegal di Jabar Beri Utang Rp 5 Juta, Sebulan Bunganya Rp 80 Juta," <https://bisnis.tempo.co/read/1519700/cerita-pinjol-ilegal-di-jabar-beri-utang-rp-5-juta-sebulan-bunganya-rp-80-juta>, diakses 1 April 2022, pukul 18.30 WIB.

³³ Fajar Sugianto, *Economic Analysis of Law: Seri Analisis Ke-Ekonomian tentang Hukum*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014, hlm. 7.

Karena itulah penting untuk dilakukan penguatan regulasi agar perlindungan konsumen yang dilakukan semakin maksimal.

PENUTUP

Pada pokoknya, dapat dipahami secara umum prinsip transparansi informasi terkait produk dan/atau layanan jasa keuangan merupakan salah satu bentuk perlindungan konsumen di sektor jasa keuangan. Transparansi informasi terkait produk dan/atau layanan jasa keuangan memiliki keterkaitan erat dengan prinsip *responsible business conduct* atau perilaku bisnis yang bertanggung jawab. Transparansi informasi terkait produk dan/atau layanan dari PUJK tentunya dapat memberikan konsumen kesempatan untuk membandingkan dengan produk dan/atau layanan lain, serta menilai apakah produk dan/atau layanan jasa keuangan tersebut sesuai dengan kebutuhannya atau tidak.

Dengan mempelajari ketentuan prinsip transparansi informasi terkait produk dan/atau layanan jasa keuangan berdasarkan *international best practices* serta membandingkannya dengan negara Singapura dan Malaysia, dapat dikatakan bahwa sebetulnya pengaturan di Indonesia sudah cukup mumpuni, meskipun terdapat beberapa ketentuan yang dapat dicontoh untuk memperkuat perlindungan konsumen di sektor jasa keuangan. Adapun, beberapa ketentuan tersebut di antaranya adalah terkait dengan sifat informasi, pemahaman konsumen dalam penyampaian informasi, waktu penyampaian informasi, jenis informasi yang disampaikan kepada konsumen, serta pembekalan pegawai PUJK dan/atau pihak ketiga yang bekerja untuk atau mewakili kepentingan PUJK. Penting bagi regulator di Indonesia, dalam hal ini Otoritas Jasa Keuangan, untuk mengkaji kemungkinan implementasi ketentuan tersebut untuk memperkuat perlindungan konsumen di sektor jasa keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abd. Haris Hamid, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: SAH Media, 2017.
- Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo, 2016.

Fajar Sugianto, *Economic Analysis of Law: Seri Analisis Ke-Ekonomian tentang Hukum*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.

G20/OECD Task Force on Financial Consumer Protection, *Effective Approaches to Support the Implementation of the Remaining G20/OECD High-Level Principles on Financial Consumer Protection*, Paris: OECD, 2014.

G20/OECD Task Force on Financial Consumer Protection, *Compendium of Effective Approaches for Financial Consumer Protection in the Digital Age*, Paris: OECD, 2020.

Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.

Otoritas Jasa Keuangan, *Strategi Perlindungan Konsumen Keuangan*, Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2017.

Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

World Bank, *Good Practices for Financial Consumer Protection*, Washington DC: World Bank, 2017.

Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2013.

Jurnal

Aad Rusyad Nurdin, "Kajian Peraturan Perlindungan Konsumen di Sektor Perbankan," *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, Volume 48 No. 2, 2018.

Agus Satory, "Perjanjian Baku dan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Bisnis Sektor Jasa Keuangan: Penerapan dan Implementasinya di Indonesia," *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum*, Volume 2 No. 2, 2015.

Caroline Cauffman dan Catalina Goanta, "A New Order: The Digital Services Act and Consumer Protection," *European Journal of Risk Regulation*, Volume 12 No. 4, 2021.

Dwi Edi Wibowo, "How Consumers in Indonesia are Protected Fairly?" *Indonesian Journal of Advocacy and Legal Services*, Volume 2 No. 1, 2020.

Heru Saputra Lumban Gaol dan Fransisca Yanita Prawitasari, "Kedudukan Pelaku Usaha dan Konsumen dalam Hukum Perlindungan Konsumen," *Jurnal Yustika*, Volume 21 No. 2, 2018.

I Wayan Gede Asmara, "Perlindungan Hukum terhadap Hak Konsumen atas Informasi Produk Import," *Jurnal Analogi Hukum*, Volume 1 No. 1, 2019.

- Marnia Rani, "Perlindungan Otoritas Jasa Keuangan terhadap Kerahasiaan dan Keamanan Data Pribadi Nasabah Bank," *Jurnal Selat*, Volume 2 No. 1, Oktober 2014.
- Martina Lestari Ritonga, "Juridical Review Consumer Legal Against Labeling of Food Products Based on Law No. 8 Year 1999," *Journal of Law Science*, Volume 3 No. 4, 2021.
- Muhamad Rizki Syafaat, "Perlindungan Konsumen menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013," *Maleo Law Journal*, Volume 3 No. 2, 2019.
- Niru Anita Sinaga dan Nunuk Sulisrudatin, "Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, Volume 5 No. 2, 2015.
- R. Juli Moertiono, "Perjanjian Kredit Pemilikan Rumah dalam Perspektif Teori Perlindungan Hukum," *All Fields of Science J-LAS*, Volume 1 No. 3, 2021.
- Rifan Adi Nugraha, *et. al.*, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Online," *Jurnal Serambi Hukum*, Volume 8 No. 2, 2014 – 2015.
- Rizka Syafriana, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik," *De Lega Lata*, Volume 1 No. 2, 2016.
- Shara Mitha Mahfirah, *et. al.*, "Tanggung Jawab Maskapai Penerbangan atas Kecelakaan Pesawat Udara dalam Perspektif Teori Perlindungan Hukum," *Jurnal Education and Development*, Volume 9 No. 1, 2021.

Pranala Luar

- Danang Sugianto, "Gilanya Bunga Pinjol yang Bikin Masyarakat Tercekik," <https://finance.detik.com/fintech/d-5761987/gilanya-bunga-pinjol-yang-bikin-masyarakat-tercekik>, diakses 1 April 2022, pukul 18.29 WIB.
- Novita Intan, "OJK: Pengaduan Konsumen di 2021 Mayoritas mengenai Fintech," <https://www.republika.co.id/berita/r3lf2b414/ojk-pengaduan-konsumen-di-2021-mayoritas-mengenai-fintech>, diakses 8 Januari 2022, pukul 12.40 WIB.
- Rr. Ariyani Yakti Widyastuti, "Cerita Pinjol Ilegal di Jabar Beri Utang Rp 5 Juta, Sebulan Bunganya Rp 80 Juta," <https://bisnis.tempo.co/read/1519700/cerita-pinjol-ilegal-di-jabar-beri-utang-rp-5-juta-sebulan-bunganya-rp-80-juta>, diakses 1 April 2022, pukul 18.30 WIB.
- Syahrizal Sidik, "OJK: Ada 3.224 Iklan Jasa Keuangan 'Sesat', Bank Terbanyak," <https://www.cnbcindonesia.com/market/20201117170603-17-202517/ojk-ada-3224->

iklan-jasa-keuangan-sesat-bank-terbanyak, diakses 7 Januari 2022, pukul 19.32 WIB.