

PENGAWASAN PERILAKU PASAR (MARKET CONDUCT) BAGIAN DARI PERLINDUNGAN KONSUMENLAYANAN JASA KEUANGAN

Bernadetta Tjandra Wulandari

Unika AtmaJaya, bernadetta.wd@gmail.com

Abstrak

Di era ekonomi terbuka yang sangat kompetitif saat ini, banyak Pelaku Usaha Jasa Keuangan berlomba-lomba menarik minat masyarakat untuk bergabung atau memanfaatkan layanan jasa keuangan yang ditawarkan. Selain keuntungan besar yang akan diperoleh juga kemudahan bertransaksi menjadi cara ampuh menarik perhatian masyarakat calon pengguna layanan jasa keuangan. Berbagai produk layanan berbasis digital (*digital transaction*) sebagai bagian dari kebijakan digitalisasi sektor jasa keuangandi satu sisi merupakan jenis transaksi yang menjanjikan dan memberikan nilai lebih, namun sekaligus menjadi tantangan tersendiri bagi Pelaku Usaha Jasa Keuangan. Dalam hal inilah *market conduct* menjadi penting agar lembaga jasa keuangan memiliki tanggung jawab atas instrumen keuangan atau investasi yang ditawarkan terkait informasi dan hal lain sehingga masyarakat memiliki pemahaman yang baik mengenai potensi risiko yang akan muncul di kemudian hari.

Kata Kunci : Jasa, Keuangan, Perilaku, Pasar

Abstract

In today's highly competitive open economy era, many financial services businesses are competing to attract public interest to join or take advantage of the financial services offered. In addition to the huge benefits that will be obtained, the convenience of transactions is also a powerful way to attract the attention of potential users of financial services. On the one hand, various digital-based service products (digital transactions) as part of the policy on digitizing the financial services sector are types of transactions that are promising and provide added value, but at the same time pose a challenge for Financial Services Businesses. It is in this case that market conduct becomes important so that financial service institutions have responsibility for the financial instruments or investments offered regarding information and other matters so that the public has a good understanding of the potential risks that will arise in the future.

Keyword : Service, Financial, Conduct, Market

PENDAHULUAN

Sektor jasa keuangan menjadi salah satu sektor yang turut berkontribusi dalam mengakselerasi pertumbuhan ekonomi nasional, meski ditengah pandemi dan ancaman *the perfect storm* saat ini. Guna meningkatkan kinerja sektor tersebut, dibutuhkan komitmen dan kebijakan Pemerintah terkait peran sektor jasa keuangan dengan tetap mempertimbangkan terjaganya stabilitas sistem keuangan nasional. Secara khusus pada masa pandemi Covid-19, perekonomian secara umum mengalami perlambatan dalam berbagai bidang. Sektor jasa keuangan mengambil peran besar dalam merespon kondisi tersebut melalui berbagai kebijakan yang diberlakukan. Kontribusi dari sektor jasa keuangan dalam upaya pemulihan ekonomi, secara konkret tampak dalam capaian program restrukturisasi dan pelonggaran likuiditas guna membantu masyarakat serta pelaku usaha yang terdampak Covid-19. Penyaluran kredit perbankan nasional tumbuh pesat pada Mei 2022 dan tercatat mencapai 9,03% (yoy) atau 4,23% (ytd)¹.

Secara bersamaan, berbagai jasa layanan keuangan memaksimalkan penggunaan fasilitas layanandigital dalam berbagai produk mereka. Hal ini tentu memberikan dampak bagi konsumen secara umum - khususnya bagi mereka yang kurang memahami teknologi informasi. Selain itu berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan, Indeks Literasi Keuangan masih di posisi 38% dan Indeks Inklusi Keuangan sebesar 76,19%. Hal tersebut menggambarkan masyarakat Indonesia belum seluruhnya memahami secara baik dan utuh berbagai produk dan layanan jasa keuangan yang ditawarkan lembaga keuangan². Untuk itu perlu adanya kebijakan guna meminimalisir kerugian yang mungkin timbul dan salah satu kebijakan yang diberlakukan yakni terkait perilaku pasar (*market conduct*) bagi Pelaku Usaha Jasa Keuangan³. Arah kebijakan ini lebih pada Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK) yang diharapkan terus meningkatkan perlindungan konsumen melalui penguatan pengawasan

¹ Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, diakses dari <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4325/peran-penting-literasi-keuangan-dan-perlindungan-konsumen-dalam-implementasi-market-conduct-pada-sektor-jasa-keuangan>, diakses pada 16 desember 2022 pk.11.26 WIB

² Bari Baihaqi, Pentingnya Penerapan Market Conduct di Industri Jasa Keuangan, diakses dari <https://www.neraca.co.id/article/165261/pentingnya-penerapan-market-conduct-di-industri-jasa-keuangan>, diakses pada 16 Januari 2023 pk.08.42 WIB

³ Pelaku Usaha Jasa Keuangan, yang selanjutnya disingkat PUJK adalah Lembaga Jasa Keuangan dan/atau pihak yang melakukan kegiatan usaha penghimpunan dana, penyaluran dana, dan/atau pengelolaan dana di sektor jasa keuangan. Lihat Pasal 1 angka 2 Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan.

perilaku pasar (*market conduct*). Kebijakan ini merupakan implementasi dari prinsip perlindungan konsumen dan masyarakat di sektor jasa keuangan. Adapun Perlindungan Konsumen dan Masyarakat adalah upaya untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman atas produk dan/atau layanan Pelaku Usaha Jasa Keuangan yang akan digunakan atau dimanfaatkan oleh Konsumen dan/atau masyarakat, dan upaya memberikan kepastian hukum untuk melindungi Konsumen dalam pemenuhan hak dan kewajiban Konsumen di sektor jasa keuangan. Prinsip perlindungan konsumen dan masyarakat di sektor jasa keuangan :

- a. edukasi yang memadai;
- b. keterbukaan dan transparansi informasi;
- c. perlakuan yang adil dan perilaku bisnis yang bertanggung jawab;
- d. perlindungan aset, privasi, dan data Konsumen; dan
- e. penanganan pengaduan dan penyelesaian sengketa yang efektif dan efisien⁴.

Terkait dengan hal tersebut, Otoritas Jasa Keuangan menerbitkan ketentuan yang mengatur mengenai implementasi *market conduct* yaitu Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan. Ketentuan ini diterbitkan dalam rangka memperkuat implementasi *market conduct* di sektor jasa keuangan dan mendorong keterbukaan serta transparansi informasi kepada konsumen sektor jasa keuangan. Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan merupakan penyempurnaan regulasi terkait *market conduct* yang mengikat para pelaku jasa keuangan, di antaranya melalui kewajiban perancangan atau pengujian produk dan layanan keuangan untuk menilai potensi risiko kepada konsumen, serta pelaksanaan tahapan *product life cycle* sebelum suatu produk dan layanan keuangan diluncurkan kepada masyarakat.

Penerapan ketentuan ini, tidak hanya berpihak kepada konsumen⁵ namun juga menyeimbangkan kepentingan konsumen dan pelaku usaha jasa keuangan

⁴ Pasal 2 Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan.

⁵ Konsumen adalah pihak-pihak yang menempatkannya 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 pada Dana Pensiun, berdasarkan peraturan perundang-undangan di sektor jasa keuangan. Lihat Pasal 1 angka 3 Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan.

dengan tetap mempertimbangkan *cost and benefit analysis*. Hasil yang diharapkan adalah jumlah pengaduan masyarakat atas produk dan layanan keuangan dapat berangsur-angsur menurun seiring dengan implementasinya. Oleh karenanya, *market conduct* menjadi penting agar lembaga jasa keuangan memiliki tanggung jawab atas instrumen keuangan atau investasi yang ditawarkan sehingga masyarakat memiliki pemahaman yang baik mengenai risiko yang akan muncul di kemudian hari⁶. Terkait dengan uraian di atas, maka hal penting yang menjadi inti penelitian ini yakni permasalahan: “Bagaimanakah pengawasan perilaku pasar (*market conduct*) sebagai instrument dapat digunakan untuk memperkuat aspek perlindungan konsumen layanan jasa keuangan?”.

METODE PENELITIAN

Guna menjawab pertanyaan tersebut, maka penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode penelitian yuridis normative dengan menggunakan data sekunder sebagai data utama yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan (*library research*). Dimana data sekunder tersebut berupa bahan hukum yang terdiri atas bahan hukum primer berupa perundang-undangan dan peraturan lain yang terkait, antara lain :Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang No.21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan dan Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan. Berikutnya bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal maupun artikel yang diperoleh dari pranala luar serta bahan hukum tertier berupa kamus, ensiklopedia maupun hasil penelitian lain yang terkait dengan topik yang akan dibahas. Selanjutnya keseluruhan materi yang diperoleh akan dianalisa menggunakan metode analisa kualitatif dengan metode penulisan deskriptif analisis dengan tujuan dapat memberikan jawaban atas pertanyaan secara komprehensif, holistik dan mendalam.

⁶ Retno Wulandhari, Lindungi Konsumen,OJK Terbitkan Aturan Baru Terkait Market Conduct, diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/renje4380/lindungi-konsumen-ojk-terbitkan-aturan-baru-terkait-market-conduct>,diakses pada 16 Januari 2023 pk.09.39 WIB

PEMBAHASAN

A. Pengawasan Perilaku Pasar (*Market Conduct*) Dalam Layanan Jasa Keuangan

Mengacu pada *Financial Stability Board*, *Market Conduct* dibatasi sebagai :

“Tata cara dan perilaku pelaku jasa keuangan dalam mendesain produk/layanan keuangan dan melakukan penawaran kepada masyarakat (*marketing*)”⁷.

Market conduct juga terkait dengan penyampaian informasi, penyusunan perjanjian dengan konsumen, serta penyelesaian dan penanganan sengketa konsumen di sebuah lembaga jasa keuangan⁸. Dengan demikian, perilaku pasar (*market conduct*) merupakan perilaku Pelaku Usaha Jasa Keuangan dalam mendesain, menyusun dan menyampaikan informasi, menawarkan, membuat perjanjian atas produk dan/atau layanan serta penyelesaian sengketa dan penanganan pengaduan. *Market conduct* menjadi instrument penting agar lembaga jasa keuangan⁹ memiliki tanggung jawab atas instrumen keuangan atau investasi yang ditawarkan sehingga masyarakat memiliki pemahaman yang baik mengenai potensi risiko yang akan muncul di kemudian hari.

Ketentuan mengenai penerapan perilaku pasar (*market conduct*) secara khusus terdapat dalam Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan. Dengan diberlakukannya Peraturan OJK ini, menyebabkan Peraturan OJK No.1/POJK.07/2013 dicabut dan dinyatakan tidak berlaku. Melalui Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan, penerapan *market conduct* dapat diterapkan secara seimbang antara menumbuhkembangkan sektor jasa keuangan dengan pemenuhan hak dan kewajiban konsumen untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Pengaturan mengenai perilaku pasar (*market conduct*) sebagaimana terdapat

⁷ Mochamad Januar Rizki, Urgensi Penerapan Market Conduct untuk Perkuat Perlindungan Konsumen, diakses dari <https://www.hukumonline.com/berita/a/urgensi-penerapan-market-conduct-untuk-perkuat-perlindungan-konsumen-lt62c67a4eb3b1d/>, diakses pada 16 Januari 2023 pk. 09.42 WIB

⁸ Ibid

⁹ Lembaga Jasa Keuangan adalah lembaga yang melaksanakan kegiatan di sektor Perbankan, Pasar Modal, Perasuransian, Dana Pensiun, Lembaga Pembiayaan, dan Lembaga Jasa Keuangan Lainnya. Lihat Pasal 1 angka 1 Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan.

dalam Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan merupakan penjabaran/implementasi dari ketentuan Undang-Undang No.21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan sebagaimana diatur dalam Pasal 28 - 30

Adapun upaya perlindungan konsumen dan/atau masyarakat sebagaimana diatur dalam Pasal 28 hingga 30 Undang-Undang No.21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan, yang kemudian dijabarkan dalam Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan, memiliki dua tujuan utama. Pertama, meningkatkan kepercayaan dari investor dan konsumen dalam setiap aktivitas dan kegiatan usaha di sektor jasa keuangan (*market confidence*). Kedua, memberikan peluang dan kesempatan untuk perkembangan bagi Pelaku Usaha Jasa Keuangan secara adil, efisien dan transparan dan di sisi lain konsumen memiliki pemahaman hak dan kewajiban dalam berhubungan dengan Pelaku Usaha Jasa Keuangan mengenai karakteristik, layanan, dan produk (*level playing field*). Dalam jangka panjang, industri keuangan sendiri juga akan mendapat manfaat yang positif untuk memacu peningkatan efisiensi sebagai respon dari tuntutan pelayanan yang lebih prima terhadap pelayanan jasa keuangan.

Pengawasan perilaku pasar (*market conduct*) adalah pengawasan terhadap perilaku Pelaku Usaha Jasa Keuangan dalam mendesain, menyediakan dan menyampaikan informasi, menawarkan, menyusun perjanjian, memberikan pelayanan atas penggunaan produk dan/atau layanan, serta penanganan pengaduan dan penyelesaian sengketa dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen¹⁰. Keterkaitan antara pengawasan perilaku pasar dengan aspek perlindungan konsumen di sektor jasa keuangan bertujuan untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang andal, meningkatkan pemberdayaan konsumen, dan menumbuhkan kesadaran Pelaku Usaha Jasa Keuangan mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat pada sektor jasa keuangan.

Tujuan dilaksanakannya pengawasan *market conduct* sebagai pemenuhan ketentuan perlindungan konsumen dan masyarakat yang mana pengawasan *market conduct* dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan melalui dua cara yakni : pengawasan langsung dan pengawasan tidak langsung dimana hal ini

¹⁰ NN, Pengawasan Perilaku Pasar (*Market Conduct*) , diakses dari [https://paralegal.id/pengertian/pengawasan-perilaku-pasar-market-conduct/#:~:text=Pengawasan%20Perilaku%20Pasar%20\(Market%20Conduct\)%20adalah%20open](https://paralegal.id/pengertian/pengawasan-perilaku-pasar-market-conduct/#:~:text=Pengawasan%20Perilaku%20Pasar%20(Market%20Conduct)%20adalah%20open), diakses pada 4 Februari 2023 pk.08.11 WIB

telah dicantumkan pada Pasal 54 Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan. Pengawasan langsung sebagaimana dimaksud antara lain berupa pengamatan lapangan, pemeriksaan tematik, dan pemeriksaan khusus. Sedangkan pengawasan tidak langsung antara lain berupa pengawasandini melalui penelitian/penelaahan, analisis, dan evaluasilaporan Pelaku Usaha Jasa Keuangan. Hasil nyata yang diharapkan antara lain Pelaku Usaha Jasa Keuangan memperhatikan aspek kewajaran dalam menetapkan biaya atau harga produk dan/atau layanan, *fee-based pricing* minimum yang tidak merugikan konsumen, serta kesesuaian produk dan/atau layanan yang ditawarkan dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen.

B. Aspek Perlindungan Konsumen Melalui Pengawasan Perilaku Pasar (*Market Conduct*)

Apabila diperhatikan kondisi konsumen di Indonesia dewasa ini- terlebih dimana *digital transaction* secara massif diterapkan dalam berbagai aspek kehidupan- tampak bahwa posisi konsumen dapat dikatakan masih belum sepenuhnya memiliki *bargaining position* yang kuat terhadap pelaku usaha, sehingga perlu adanya upaya pemberdayaan konsumen agar tidak selalu dalam posisi yang dirugikan (sub-ordinat). Pemberdayaan tersebut dapat dilakukan melalui penerapan berbagai peraturan yang memuat aspek perlindungan konsumen, dimana peraturan tersebut dapat bersifat terpusat pada Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, maupun peraturan-peraturan lain yang bersifat sektoral.

Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuanganyang bertujuan mengakomodir perlindungan terhadap konsumen dengan menekankan pada kepatuhan para pelaku jasa keuangan melalui pemenuhan prinsip edukasi yang memadai, transparansi informasi, perlakuan yang adil, pelaku bisnis yang bertanggung jawab, perlindunganaset dan data konsumen,serta penanganan pengaduan yang efektif sehingga diharapkan dapat memberikan keyakinan dan kepastian bagi masyarakat untuk berkontribusi dalam pengembangan sektor jasa keuangan¹¹. Hal ini dikarenakan implementasi ketentuan *market conduct*, selain mengikat

¹¹ Op.cit... Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, diakses pada 4 Pebruari 2023 pk.08.37 WIB

pelaku jasa keuangan, juga harus dilengkapi peningkatan pemahaman calon konsumen terkait risiko dari produk atau layanan keuangan.

Hal ini dapat diartikan harus berbentuk bangun komunikasi yang baik mengenai segala sesuatu mengenai produk atau layanan keuangan. Jika dilihat dari perspektif perlindungan konsumen, hal ini mengkait dengan pemenuhan hak mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur sebagaimana tercantum dalam Pasal 4 huruf c Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen :hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Selain itu diatur juga dalam Undang-Undang No.21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan sebagaimana diatur dalam Pasal 28 huruf a :

“Untuk perlindungan Konsumen dan masyarakat, OJK berwenang melakukan tindakan pencegahan kerugian Konsumen dan masyarakat, yang meliputi:

- a. memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat atas karakteristik sektor jasa keuangan, layanan, dan produknya”.

Ketentuan tersebut ditegaskan dan diperluas prectrumnya dalam penjelasan Pasal 2 huruf b Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan :

“Yang dimaksud dengan “keterbukaan dan transparansiinformasi” adalah prinsip yang mengutamakan kejelasan,keakuratan, kebenaran, dan tidak berpotensi menyesatkandari informasi mengenai produk dan/atau layanan baiksebelum, saat, maupun sesudah produk dan/atau layanandigunakan oleh konsumen termasuk penyampaian datadan/atau informasi yang akurat, serta penjelasan mengenaiairisiko kerugian yang mungkin timbul akibat sebab-sebab tertentu”.

Ketentuan sebagaimana tersebut di atas menjadi sangat bersifat aplikaitif, karena berdasarkan fakta bahwa secara umum informasi yang disampaikan kepada konsumen dilakukan dengan cara merepresentasikan suatu produk dengan berbagai cara dengan berbagai media, namun dalam pelaksanaannya kadang terjadi misrepresentasi. Misrepresentasi merupakan pernyataan tidak benar yang dilakukan oleh suatu pihak untuk membujuk pihak lain masuk dalam suatu perjanjian. Hal ini dikarenakan kecenderungan konsumen untuk menggunakan, memanfaatkan atau memakai suatu produk sangat terkait

dengan informasi yang diperoleh konsumen mengenai suatu produk tertentu sebagaimana disampaikan oleh pelaku usaha jasa keuangan.

Jika dikaitkan lebih jauh mengenai bagaimana informasi tersebut harus disampaikan, maka informasi dimaksud juga termasuk yang dituangkan dalam syarat dan ketentuan yang berlakudalam bentuk perjanjianyangpada umumnya berupa perjanjian baku (*standard contract*). Bentuk perjanjian baku merupakan suatu hal umum yang ditemukan dalam berbagai macam bentuk dan jenis transaksi dalam layanan sektor jasa keuangan. Dan tidak dapat dipungkiri bahwa penggunaan perjanjian baku selain menguntungkan dalam hal efisiensi waktu namun juga berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen layanan jasa keuangan. Dikarenakan karakter perjanjian baku sendiri yang dalam prosesnya, pelaku usaha sangat dominan dalam menentukan dan merumuskan isi perjanjian tersebutserta tidak memberikan akses sama sekali pada konsumen dalam hal tersebut.

Perjanjian standar atau baku, sebenarnya dikenal sejak zaman Yunani Kuno. Plato (423-347 SM), misalnya pernah memaparkan praktik penjualan makanan yang harganya ditentukan secara sepihak oleh si penjual, tanpa memperhatikan perbedaan mutu makanan tersebut. Dalam perkembangannya, tentu saja penentuan secara sepihak oleh produsen atau penyalur produk (penjual), tidak lagi sekedar masalah harga, tetapi mencakup syarat-syarat yang lebih detail. Selain itu, bidang-bidang yang diatur dengan perjanjian standar pun semakin bertambah luas. Menurut sebuah laporan dalam *Harvard Law a Review* pada 1971 bahwa 99% perjanjian yang dibuat di Amerika Serikat berbentuk perjanjian standar¹². Mariam Darus Badruzaman mendefinisikan perjanjian standar atau baku sebagai perjanjian yang isinya dibakukan dan dituangkan dalam bentuk formulir¹³. Adapun Sutan Remi Sjahdeni mengartikan perjanjian standar atau baku sebagai perjanjian yang hampir seluruh klausul-klausulnya dibakukan oleh pemakainya dan pihak yang lain pada dasarnya tidak mempunyai peluang untuk merundingkan atau meminta perubahan¹⁴. Sedangkan H. Hondius mendefinisikan perjanjian standar atau baku adalah konsep-konsep janji-janji tertulis yang disusun tanpa membedakan isinya, serta pada umumnya dituangkan dalam

¹² Made Suryana dan Rina Suwasti. *Perlindungan Konsumen Ditinjau dari Perjanjian Baku*. Jurnal Ilmiah. 2009. Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Mataram. Hlm.22.

¹³ Mariam Darus Badruzaman dalam Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grasindo. Jakarta. 2000, hlm.119.

¹⁴ Sutan Remi Sjahdeni dalam Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grasindo, Jakarta, 2000, hlm.199-120.

perjanjian-perjanjian yang tidak terbatas jumlahnya, namun sifatnya tertentu¹⁵. Dari uraian pendapat para ahli tersebut di atas dapat dipahami bahwa hakikat perjanjian baku atau standar adalah perjanjian yang telah standar isinya, konsep janji-janji tertulis, disusun tanpa membicarakan isinya, dimana standar isinya ini dibuat oleh pihak ekonomi kuat, sedangkan pihak lainnya hanya diminta untuk menerima atau menolak isinya (*take it or leave it contract*). Artinya apabila debitur atau konsumen menandatangani perjanjian tersebut maka yang bersangkutan dianggap menerima dan terikat pada perjanjian tersebut walaupun isinya tidak sepenuhnya mengakomodir kepentingan konsumen bahkan cenderung merugikan. Sebaliknya apabila debitur atau konsumen menolak menandatangani, maka perjanjian itu dianggap tidak ada.

Dikarenakan besarnya potensi kerugian yang akan ditimbulkan dan untuk memberikan penekanan pada Pelaku Usaha Jasa Keuangan, maka Otoritas Jasa Keuangan menerbitkan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No.13/SEOJK/07/2014 tentang Perjanjian Baku. Dimana secara umum hal-hal yang diatur dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan tersebut meliputi klausula, format dan juga ketentuan lain terkait dengan penggunaan perjanjian baku dalam praktek layanan sektor jasa keuangan. Dalam angka 1 Ketentuan Umum di cantumkan :

“Perjanjian Baku adalah perjanjian tertulis yang ditetapkan secara sepihak oleh PUJK dan memuat klausula baku tentang isi, bentuk, maupun cara pembuatan, dan digunakan untuk menawarkan produk dan/atau layanan kepada Konsumen secara massal”.

Bentuk informasi yang dimaksud dapat diimplementasikan dalam berbagai cara dan bentuk, baik secara lisan maupun lewat berbagai macam media baik cetak maupun elektronik. Oleh karenanya pelaku usaha jasa keuangan memiliki kewajiban untuk memberikan informasi produk dengan jelas, benar dan jujur serta dinarasikan dalam kalimat yang tidak berpotensi menimbulkan interpretasi/pemahaman ganda. Hal ini ditemukan dalam Pasal 18 ayat (2) Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen:

“Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti”.

¹⁵ Mariam Darus Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis*, Alumni, Bandung. 1994, hlm.47.

Ketentuan sebagaimana tercantum dalam Pasal 18 ayat (2) Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sejalan dengan yang dinyatakan pada Bagian III. Format Perjanjian Baku angka 1 dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No.13/SEOJK/07/2014 tentang Perjanjian Baku:

“Perjanjian Baku yang memuat hak dan kewajiban Konsumen dan persyaratan yang mengikat Konsumen secara hukum, wajib menggunakan huruf, tulisan, simbol, diagram, tanda, istilah, frasa yang dapat dibaca, dan/atau kalimat yang sederhana dalam Bahasa Indonesia yang mudah dimengerti oleh Konsumen”.

Larangan Pelaku Usaha Jasa Keuangan mencantumkan klausula eksonerasi/eksemsi dalam perjanjian baku sebagaimana tercantum dalam Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, ditegaskan kembali pada Pasal 30 ayat (4) Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan : PUJK dilarang mencantumkan klausula dalam perjanjian baku yang memuat klausula eksonerasi/eksemsi. Secara rinci larangan tersebut meliputi hal-hal yang ditentukan dalam Pasal 30 ayat (5) Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan :

“Klausula eksonerasi/eksemsi sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berisi:

- a. menyatakan pengalihan tanggung jawab atau kewajiban PUJK kepada Konsumen;
- b. menyatakan pemberian kuasa dari Konsumen kepada PUJK, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk melakukan segala tindakan sepihak atas barang yang diagunkan oleh Konsumen, kecuali tindakan sepihak tersebut dilakukan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- c. mengatur tentang kewajiban pembuktian oleh Konsumen, jika PUJK menyatakan bahwa hilangnya kegunaan produk dan/atau layanan yang dibeli oleh Konsumen bukan merupakan tanggung jawab PUJK;
- d. memberi hak kepada PUJK untuk mengurangi kegunaan produk dan/atau layanan atau mengurangi harta kekayaan Konsumen yang menjadi obyek perjanjian produk dan/atau layanan;
- e. menyatakan bahwa Konsumen memberi kuasa kepada PUJK untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau

- hak jaminan atas produk dan/atau layanan yang dibeli oleh Konsumen secara angsuran;
- f. menyatakan bahwa PUJK dapat menambah, mengubah, dan/atau memberikan aturan lanjutan secara sepihak setelah perjanjian disetujui/disepakati;
 - g. menyatakan bahwa Konsumen tunduk pada perubahan sepihak oleh PUJK terhadap aturan sebagaimana diatur dalam huruf f setelah perjanjian ditandatangani oleh Konsumen;
 - h. memberikan kewenangan bagi PUJK untuk menghindari atau membatasi keberlakuan suatu klausula;
 - i. menyatakan bahwa PUJK memiliki wewenang untuk menafsirkan arti perjanjian secara sepihak;
 - j. menyatakan bahwa PUJK membatasi tanggungjawab terhadap kesalahan dan/atau kelalaian Pegawai dan/atau pihak ketiga yang bekerja untuk atau mewakili kepentingan PUJK;
 - k. membatasi hak Konsumen untuk menggugat PUJK jika terjadi sengketa terkait dengan perjanjian; dan/atau
 - l. membatasi barang bukti yang dapat diberikan oleh Konsumen jika terjadi sengketa terkait dengan perjanjian.

Selaras dengan ketentuan di atas, maka dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No.13/SEOJK/07/2014 tentang Perjanjian Baku hal tersebut dapat ditemukan pada Bagian II Klausula Dalam Perjanjian Baku angka 3 dan 4.

Selain informasi, maka hal yang menjadi aspek penting dalam pengawasan atas *market conduct* Pelaku Usaha Jasa Keuangan yaitu terkait dengan perlindungan data pribadi. Perlindungan data pribadi merupakan salah satu hak asasi manusia yang merupakan bagian dari perlindungan diri pribadi dan hal ini pun memiliki dasar kuat karena tercantum juga dalam Pasal 28G UUD 1945. Perlindungan atas data pribadi bersifat universal, dalam arti diakui diberlakukan oleh banyak negara di dunia dan sejak Mei 2018 sebanyak 28 negara anggota Uni Eropa (UE) telah menerapkan *General Data Protection Regulation*¹⁶. Deklarasi Hak Asasi Manusia *Association of Southeast Asian Nations* (ASEAN) menempatkan perlindungan privasi data pribadi sebagai hak privasi dan saat ini, tercatat 75 negara mengatur perlindungan data pribadi secara khusus¹⁷.

¹⁶ Lina Miftahul Jannah, UU Perlindungan Data Pribadi Dan Tantangan Implementasinya, diakses dari <https://fia.ui.ac.id/uu-perlindungan-data-pribadi-dan-tantangan-implementasinya/#:~:text=Perlindungan%20data%20pribadi%20merupakan%20sala>, diakses pada 4 Februari 2023 pk.11.33 WIB

¹⁷ Tejomurti, K., Hadi, H., Imanullah, M. N., & Indriyani, R. (2018). "Legal Protection for Urban Online-Transportation-User's Personal Data Disclosure in the Age of Digital Technology". *Padjadjaran Journal of Law*, 5(3), hlm.492.

Konsep perlindungan data pribadi menekankan bahwa setiap orang berhak menentukan nasibnya sendiri seperti apakah dirinya akan melakukan sharing data atau tidak dan apabila sharing data dilakukan maka ia berhak juga menentukan syarat yang hendak dipenuhi dalam suatu komunitas masyarakat. Adapun yang dimaksud dengan data pribadi sebagaimana tercantum dalam Pasal 1 angka 1 Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik adalah data seseorang yang disimpan, dirawat, dan dijaga kebenaran serta dilindungi kerahasiaannya. Suatu data disebut sebagai data pribadi ketika berhubungan dengan informasi identitas seseorang atau seseorang dapat diketahui dari data tersebut. Menjadi hal yang penting bahwa perlindungan data pribadi tidak hanya sebatas apakah suatu data mempunyai identitas atau tidak, tetapi hukum berbicara mengenai perlindungan privasi atas data yang dapat mengidentifikasi pemiliknya¹⁸.

Perlindungan data pribadi menjadi penting sebab pengungkapan data pribadi tanpa kendali terbukti menimbulkan banyak risiko beragam tindak kriminalitas, perundungan, ancaman, penipuan, hingga pembobolan akun menjadi hal yang tidak terhindarkan. Perlindungan privasi atas data pribadi jika tidak dilindungi, maka ketika tersebarnya suatu informasi pribadi seseorang dapat menimbulkan kerugian baik materil maupun immateril. Tahun 1980, Samuel Warren dan Louis Brandeis menjadi pencetus pertama kali mengenai konsep hak privasi. *Harvard Law Review* menerbitkan sebuah esai yang berjudul “*The Right to Privacy*”, ditulis oleh Samuel dan Louis. Mereka mengungkapkan bahwa pengakuan terhadap hak individu “*right to be let alone*” merupakan salah satu isu Hak Asasi Manusia (HAM), sehingga Warren menyampaikan gagasannya bahwa privasi merupakan hak setiap individu yang perlu mendapatkan perlindungan kepada hakim. Perlindungan data pribadi menjadi penting karena merupakan hal esensial menyangkut harga diri dan kebebasan berekspresi seseorang¹⁹.

Dalam konteks layanan sektor jasa keuangan, perlindungan data pribadi juga mendapatkan tempat penting dikarenakan hampir dipastikan semua fasilitas layanan sektor jasa keuangan akan berkaitan dengan data pribadidebitur atau konsumen. Dalam banyak kasus seringkali ditemui terjadi penyebaran data

¹⁸ Fanny Priscyllia, Perlindungan Privasi Data Pribadi Perspektif Perbandingan Hukum, Jurnal Jatiswara, Vol.34 No,3 Tahun 2019, hlm.242

¹⁹ Dewi, S. (2016). “Konsep Perlindungan Hukum Atas Privasi Dan Data Pribadi Dikaitkan Dengan Penggunaan Cloud Computing Di Indonesia”, DEMO 2 JURNAL, (94), 22-30.

pribadi tanpa seijin pemilik data oleh Pelaku Usaha Jasa Keuangan dan tentu hal ini selain merugikan konsumen pemilik data juga akan berdampak pada reputasi Pelaku Usaha Jasa Keuangan tersebut. Untuk itu guna mengantisipasi dan meminimalisir kerugian yang timbul, maka dalam Pasal 11 ayat (1) Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan diatur mengenai hal-hal yang dilarang dilakukan terkait hal-hal yang tercantum dalam Pasal 11 ayat (2). Ketentuan tersebut di atas bersifat wajib dengan pengecualian hanya terkait dengan hal-hal sebagaimana diatur dalam Pasal 11 ayat (3). Pengecualian sebagaimana diatur dalam ayat (3) juga terkait dengan data yang diperoleh, dikelola dan disimpan baik dalam bentuk tertulis maupun data elektronik²⁰.

Dalam praktek layanan sektor jasa keuangan, baik yang dilaksanakan secara konvensional maupun dengan menggunakan perangkat elektronik (*electronic transaction*) dimungkinkan terjadi sengketa (*dispute*) yang dapat saja bersumber dari Pelaku Usaha Jasa Keuangan ataupun dari konsumen pengguna fasilitas jasa keuangan. Dalam rezim perlindungan konsumen sengketa konsumen dibatasi sebagai :

“Setiap perselisihan antara konsumen dan penyedia produk konsumen (barang atau jasa konsumen) dalam hubungan hukum satu sama lain mengenai produk konsumen tertentu²¹”.

Perselisihan tersebut dapat menyangkut prestasi para pihak terkait dengan pemenuhan hak atau pelaksanaan kewajiban berkenaan dengan memberikan sesuatu, berbuat sesuatu atau tidak berbuat sesuatu (1233 jo 1234 KUH Perdata) atau kombinasi dari prestasi tersebut.

Terhadap adanya perselisihan atau sengketa, maka demi keadilan akan ditempuh upaya-upaya untuk mencari solusi melalui mekanisme penyelesaian sengketa yang dikenal saat ini. Penyelesaian sengketa bisnis kebanyakan dilaksanakan menggunakan cara litigasi atau penyelesaian sengketa melalui proses persidangan. Penyelesaian sengketa tersebut diawali dengan pengajuan gugatan kepada pengadilan negeri dan diakhiri dengan putusan hakim. Namun disamping penyelesaian sengketa melalui proses litigasi, terdapat pula penyelesaian sengketa melalui non litigasi. Penyelesaian melalui non litigasi ialah

²⁰ Lihat Pasal 11 ayat (7) Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan.

²¹ Az.Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Jakarta :Pustaka Sinar harapan, 1995 hlm.178.

penyelesaian sengketa yang dilakukan menggunakan cara-cara yang ada di luar pengadilan atau menggunakan lembaga alternatif penyelesaian sengketa²².

Dalam konteks layanan sektor jasa keuangan, konsumen merupakan pihak yang memiliki peran besar dalam apapun jenis bisnis layanan jasa keuangan saat ini. Bahkan dapat dikatakan konsumen pengguna layanan jasa keuangan sangat menentukan keberlangsungan suatu usaha termasuk dalam sektor jasa keuangan. Untuk itu kepentingan terkait konsumen termasuk saat suatu sengketa terjadi, wajib mendapatkan perhatian dari Pelaku Usaha Jasa Keuangan terlepas apakah sumber sengketa tersebut bersumber dari konsumen atau dari Pelaku Usaha Jasa Keuangan. Mekanisme tersebut telah dirumuskan dalam beberapa kebijakan termasuk menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan dari *Market Conduct* Pelaku Usaha Jasa Keuangan. Terkait dengan sengketa yang melibatkan Pelaku Usaha Jasa Keuangan, maka cara pertama yang dilakukan adalah dengan mendengarkan complain/keluhan konsumen yang disampaikan melalui mekanisme pengaduan²³ yang disediakan dan mengupayakan mencari jalan keluar dari permasalahan yang ada (*internal dispute resolution*) sebagaimana dimanatkan dalam Pasal 29 Undang-Undang No.21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan :

“OJK melakukan pelayanan pengaduan Konsumen yang meliputi:

- a. menyiapkan perangkat yang memadai untuk pelayanan pengaduan Konsumen yang dirugikan oleh pelaku di Lembaga Jasa Keuangan;
- b. membuat mekanisme pengaduan Konsumen yang dirugikan oleh pelaku di Lembaga Jasa Keuangan; dan
- c. memfasilitasi penyelesaian pengaduan Konsumen yang dirugikan oleh pelaku di Lembaga Jasa Keuangan sesuai dengan peraturan perundang-undangan di sektor jasa keuangan”.

Untuk selanjutnya secara lebih rinci diatur dalam Peraturan OJK No.18/POJK.07/2018 tentang Layanan Pengaduan Konsumen di Sektor Jasa Keuangan.

²² Rifqani Nur Fauziah Hanif, Arbitrase Dan Alternatif Penyelesaian Sengketa diakses dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-manado/baca-artikel/13628/Arbitrase-Dan-Alternatif-Penyelesa>, diakses pada 4 Pebruari pk.14.11 WIB

²³ Pengaduan adalah ungkapan ketidakpuasan konsumen baik lisan atau tertulis yang disebabkan oleh adanya kerugian dan/atau potensi kerugian materil, wajar dan secara langsung pada konsumen karena tidak dipenuhinya perjanjian dan/atau dokumen transaksi keuangan yang telah disepakati. Lihat Pasal 1 angka 6 POJK No.18/POJK.07/2018 tentang Layanan Pengaduan Konsumen di Sektor Jasa Keuangan

Jika dicermati apa yang diatur dalam Peraturan OJK No.18/POJK.07/2018 tentang Layanan Pengaduan Konsumen di Sektor Jasa Keuangan, memiliki kesamaan dengan ketentuan yang dijumpai pada Bagian Kesembilan Penanganan Pengaduan dan Penyelesaian Sengketa atas Produk dan Layanan sebagaimana tertuang dalam Pasal 41 dan 42 Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan. Di mana inti dari kedua aturan tersebut diarahkan untuk diselesaikan secara langsung terlebih dahulu antar pihak yang bersengketa (*internal dispute resolution*) untuk selanjutnya jika tidak menemukan jalan keluar, maka dapat ditempuh upaya-upaya lain melalui lembaga yang ada (*external dispute resolution*) berdasar pilihan para pihak. Hal serupa diatur juga dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 45 – 48.

Upaya-upaya tersebut dilakukan dalam rangka memenuhi prinsip keadilan, di mana pengertian keadilan ini tidaklah memiliki pengertian para pihak menerima dengan ukuran dan jumlah yang sama, melainkan memberikan apa yang seharusnya menjadi haknya. Sejalan dengan aliran hukum alam yang meyakini bahwa alam semesta ini diciptakan dengan prinsip keadilan, sehingga pada norma hukum primer ditemukan pendapat Stoisisme yang menyatakan bahwa “berikanlah kepada setiap orang apa yang menjadi haknya (*unicuique suum tribuerre*) dan jangan merugikan seseorang (*neminem laedere*)”. Terhadap pendapat tersebut Cicero lebih lanjut mengatakan bahwa hukum dan keadilan tidak ditentukan oleh pendapat manusia tetapi oleh alam²⁴. Pendapat tersebut selaras dengan ketentuan sebagaimana tercantum pada Pasal 30 Undang-Undang No.21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan hal tersebut:

- “(1) Untuk perlindungan Konsumen dan masyarakat, OJK berwenang melakukan pembelaan hukum, yang meliputi:
- a. memerintahkan atau melakukan tindakan tertentu kepada Lembaga Jasa Keuangan untuk menyelesaikan pengaduan Konsumen yang dirugikan Lembaga Jasa Keuangan dimaksud;
 - b. mengajukan gugatan:
 1. untuk memperoleh kembali harta kekayaan milik pihak yang dirugikan dari pihak yang menyebabkan kerugian, baik yang berada di bawah penguasaan pihak yang menyebabkan

²⁴ Darji Darmodiharjo dan Shidarta, Pokok-Pokok Filsafat Hukum (Apa dan Bagaimana Filsafat Hukum Indonesia), Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama, 1995, hlm.140.

- kerugian dimaksud maupun di bawah penguasaan pihak lain dengan itikad tidak baik; dan/atau
2. untuk memperoleh ganti kerugian dari pihak yang menyebabkan kerugian pada Konsumen dan/atau Lembaga Jasa Keuangan sebagai akibat dari pelanggaran atas peraturan perundang-undangan di sektor jasa keuangan.
- (2) Ganti kerugian sebagaimana dimaksud ayat (1) huruf b angka 2 hanya digunakan untuk pembayaran ganti kerugian kepada pihak yang dirugikan”.

Guna terpenuhinya tujuan tersebut maka penerapan dan pengawasan *Market Conduct* dalam hal ini menjadi instrument/hal penting sebagai upaya perlindungan konsumen pada khususnya dan juga Pelaku Usaha Jasa Keuangan dengan tidak terkecuali.

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan pada uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan memiliki peran penting dalam upaya perlindungan konsumen dan dapat sepenuhnya digunakan sebagai instrument perlindungan konsumen layanan jasa keuangandikarenakan mengatur dan memberikan penekanan pada transparansi informasi, perlindungan aset dan data konsumen, serta penanganan pengaduan yang efektif serta hal lain yang terkait oleh Pelaku Usaha Jasa Keuangan. Hal lain yang menguatkanbahwa sebagai suatu aturan Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan bersinergi dengan beberapa peraturan yang bersifat sektoral dimana satu sama lain sejalan, melengkapi dan menguatkan hal-hal yang diatur dalamPeraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan ini.

SARAN

Terkait dengan pembahasan sebagaimana diuraikan di atas, maka dapat disampaikan saran, perlunya edukasi aktif kepada konsumen mengenai pemahaman terkait dengan *market conduct* harus dimulai sejak awal agar konsumen dapat mengetahui produk, risiko, kontrak dengan para provider jasa

keuangan dan cara melakukan pelaporan kepada otoritas bila terdapat *fraud* pada sektor jasa keuangan. Sedangkan dari sisi Pelaku Usaha Jasa Keuangan, pemahaman dan pengawasan mengenai *market conduct* benar-benar harus diterapkan, dengan demikian tidak hanya dalam rangka pemenuhan aspek perlindungan konsumen semata, namun juga menghindarkan Pelaku Usaha Jasa Keuangan dari permasalahan hukum dan juga menjaga keberlangsungan usaha Pelaku Usaha Jasa Keuangan tersebut untuk dapat berkembang. Otoritas Jasa Keuangan sebagai lembaga yang diberi wewenang dalam hal pengawasan *market conduct* Pelaku Usaha Jasa Keuangan, hendaknya benar-benar berkomitmen dalam hal pengawasan terkait ketentuan-ketentuan dalam Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan agar tujuan dari diberlakukannya peraturan tersebut benar dapat terwujud.

Daftar Pustaka

Buku

- Amiruddin & Zainal Asikin, Pengantar Metode Penelitian Hukum, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2012
- Az.Nasution, Konsumen dan Hukum, Jakarta :Pustaka Sinar harapan, 1995
- Darji Darmodiharjo dan Shidarta, Pokok-Pokok Filsafat Hukum (Apa dan Bagaimana Filsafat Hukum Indonesia), Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama, 1995
- Hasanah, Uswatun, Hukum Perbankan, Malang: Setara Press, 2017.
- Mariam Darus Badruzaman dalam Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grasindo. Jakarta. 2000.
- Mariam Darus Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis*, Alumni, Bandung. 1994.
- Putra, Ardhansyah dan Dwi Saraswati, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2020.
- Soerjono Soekanto, Faktor Yang Mempengaruhi Penegakan Hukum, PT. Grafindo Persada, Jakarta, 2008
- Sutan Remi Sjahdeni dalam Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT.Grasindo Persada, Jakarta, 2000.

Jurnal/Artikel/Pranala Luar

- Dewi, S. (2016). “Konsep Perlindungan Hukum Atas Privasi Dan Data Pribadi Dikaitkan Dengan Penggunaan *Cloud Computing* Di Indonesia”, *DEMO 2 JURNAL*, (94), 22-30.
- Fanny Priscyllia, Perlindungan Privasi Data Pribadi Perspektif Perbandingan Hukum, *Jurnal Jatiswara*, Vol.34 No,3 Tahun 2019, hlm.242
- Made Suryana dan Rina Suwasti. *Perlindungan Konsumen Ditinjau dari Perjanjian*
- Baku. *Jurnal Ilmiah*. 2009. Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Mataram.
- Tejomurti, K., Hadi, H., Imanullah, M. N., & Indriyani, R. (2018). “*Legal Protection for Urban Online-Transportation-User’s Personal Data Disclosure in the Age of Digital Technology*”. *Padjadjaran Journal of Law*, 5(3).
- Bari Baihaqi, Pentingnya Penerapan Market Conduct di Industri Jasa Keuangan, diakses dari <https://www.neraca.co.id/article/165261/pentingnya-penerapan-market-conduct-di-industri-jasa-keuangan>, diakses pada 16 Januari 2023 pk.11.42 WIB
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, diakses dari <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4325/peran-penting-literasi-keuangan-dan-perlindungan-konsumen-dalam-implementasi-market-conduct-pada-sektor-jasa-keuangan>, diakses pada 16 Januari 2023 pk.08.42 WIB
- Lina Miftahul Jannah, UU Perlindungan Data Pribadi Dan Tantangan Implementasinya, diakses dari <https://fia.ui.ac.id/uu-perlindungan-data-pribadi-dan-tantangan-implementasinya/#:~:text=Perlindungan%20data%20pribadi%20merupakan%20sala>, diakses pada 4 Pebruari 2023 pk.11.33 WIB
- Mochamad Januar Rizki, Urgensi Penerapan Market Conduct untuk Perkuat Perlindungan Konsumen, diakses dari <https://www.hukumonline.com/berita/a/urgensi-penerapan-market-conduct-untuk-perkuat-perlindungan-konsumen-lt62c67a4eb3b1d/>, diakses pada 16 Januari 2023 pk. 09.42 WIB
- NN, Pengawasan Perilaku Pasar (*Market Conduct*), diakses dari [https://paralegal.id/pengertian/pengawasan-perilaku-pasar-market-conduct/#:~:text=Pengawasan%20Perilaku%20Pasar%20\(Market%20Conduct\)%20adalah%20open](https://paralegal.id/pengertian/pengawasan-perilaku-pasar-market-conduct/#:~:text=Pengawasan%20Perilaku%20Pasar%20(Market%20Conduct)%20adalah%20open), diakses pada 4 Pebruari 2023 pk.08.11 WIB
- Retno Wulandhari, Lindungi Konsumen, OJK Terbitkan Aturan Baru Terkait Market Conduct, diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/>

renje4380/lindungi-konsumen-ojk-terbitkan-aturan-baru-terkait-market-conduct, diakses pada 16 Januari 2022 pk.09.39 WIB

Rifqani Nur Fauziah Hanif, Arbitrase Dan Alternatif Penyelesaian Sengketa diakses dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-manado/baca-artikel/13628/Arbitrase-Dan-Alternatif-Penyelesa>, diakses pada 4 Pebruari pk.14.11 WIB

Peraturan

Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang No.21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan

POJK No.18/POJK.07/2018 tentang Layanan Pengaduan Konsumen di Sektor Jasa Keuangan

Peraturan OJK No.6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan

Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No.13/SEOJK/07/2014 tentang Perjanjian Baku