



Perlindungan Hukum Data Pribadi Konsumen Terhadap Pelaku Usaha Jasa Keuangan

Gian Chelvanno Hiariej^{1*}, Teng Berlianty², Marselo Valentino Geovani Pariela³

^{1,2,3} Fakultas Hukum Universitas Pattimura, Ambon, Indonesia.

@ : gianhiariej55124@gmail.com

doi : 10.47268/tatohi.v3i5.1806



Info Artikel

Keywords:

Consumer Personal Data;
Businessmen; Financial
Services.

Kata Kunci:

Data Pribadi Konsumen;
Pelaku Usaha; Jasa
Keuangan.

Abstract

Introduction: Financial services businesses use personal data in the form of consumer telephone numbers as information and communication to enable the distribution of data and information on financial products, in this case such as credit offers and/or service offers, quickly and directly with consumers or potential consumers.

Purposes of the Research: (1.) To know and understand the legal protection of consumers regarding the personal data used. (2.) How is the application of the principle of rights in Consumer Personal Data Law to Financial Financing Service Business Actor.

Methods of the Research: The author uses normative juridical law research which obtains data from literature studies in the form of laws, documents, books, magazines and other literature related to writing.

Results of the Research: The application of the principle of the right to confidentiality, the right to security and the right to comfort in relation to the consumer's personal data, there are still errors or violations in implementing these principles by business actors or employees of the service business actors. The application in making offers by business actors is wrong, causing consumer discomfort. Which is the real purpose of the consumer protection law and the rules regarding consumer protection in the financial services sector issued by the OJK aimed at protecting consumer rights, one of which is the right to comfort. In SEOJK 12/2014, it is clear that financial services business actors are prohibited from contacting consumers to promote or offer a product through personal communication without any request and approval from consumers.

Abstrak

Latar Belakang: Pelaku usaha jasa keuangan menggunakan data pribadi berupa nomor telepon konsumen sebagai, informasi dan komunikasi memungkinkan distribusi data dan informasi suatu produk keuangan dalam hal ini seperti penawaran kredit dan atau penawaran jasa secara cepat dan langsung dengan konsumen atau calon konsumen.

Tujuan Penelitian: (1.) Untuk mengetahui dan memahami perlindungan hukum atas konsumen terkait data pribadi yang dipakai. (2.) Bagaimana Penerapan prinsip hak dalam Hukum Data Pribadi Konsumen Terhadap Pelaku Usaha jasa Pembiayaan Keuangan.

Metode Penelitian: Penulis menggunakan penelitian hukum Yuridis Normatif dimana memperoleh data dari studi kepustakaan berupa undang-undang, dokumen, buku-buku, majalah dan literatur lainnya yang berkaitan dengan penulisan

Hasil Penelitian: Penerapan Prinsip hak atas kerahasiaan, hak keamanan dan hak kenyamanan berkaitan dengan data Pribadi konsumen masih terdapat kekeliruan atau pelanggaran dalam melaksanakan prinsip tersebut oleh pelaku usaha ataupun karyawan

pelaku usaha jasa tersebut. Penerapan dalam melakukan penawaran pelaku usaha yang keliru sehingga menimbulkan ketidaknyamanan konsumen. Yang mana tujuan sebenarnya dari UU perlindungan konsumen dan aturan mengenai perlindungan konsumen sektoral jasa keuangan yang di keluarkan OJK bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen salah satunya hak atas kenyamanan, dalam SEOJK 12/2014, PUJK dengan demikian jelas bahwa pelaku usaha jasa keuangan dilarang menghubungi konsumen untuk mempromosikan atau melakukan penawaran suatu produk melalui komunikasi pribadi tanpa adanya permintaan dan persetujuan dari konsumen.

1. Pendahuluan

Pada saat sekarang ini perkembangan Teknologi Informasi, telah mengakibatkan beragamnya aneka jenis jasa-jasa (*features*) fasilitas telekomunikasi yang ada, serta semakin canggihnya produk-produk teknologi informasi yang mampu mengintegrasikan semua media informasi. Tetapi ironisnya, dinamika masyarakat Indonesia yang masih baru tumbuh dan berkembang menuju masyarakat industri dan masyarakat Informasi, seolah masih tampak asing untuk mengiringi perkembangan teknologi yang ada.

Kemampuan jaringan teknologi informasi dan akses yang semakin berkembang dengan sangat pesat dan pada akhirnya transaksi perniagaan pun dilakukan di dalam jaringan komunikasi tersebut¹. Jaringan publik mempunyai keunggulan dengan adanya efisiensi biaya dan waktu. Sesuai dengan sifat jaringan publik yang mudah untuk diakses oleh setiap orang menjadikan hal ini sebagai kelemahan bagi jaringan itu². Perkembangan zaman ini informasi dan data menjadi sesuatu yang sangat penting atau sering di pergunakan dalam segala bidang. Salah satunya di bidang transaksi atau di gunakan untuk jual beli serta penawaran produk dalam bentuk pembiayaan dan jasa, namun terkait dengan perkembangan teknologi timbul masalah mengenai data pribadi. Norma dasar tentang perlindungan data pribadi dapat ditemukan dalam Pasal 28G ayat (1) UUD 1945. Di pasal tersebut data pribadi dinilai sebagai "privasi" (*privacy rights*) dan bagian yang tak terpisahkan dari data diri pribadi warga negara, dengan demikian maka data pribadi sangatlah penting dalam melakukan setiap transaksi dan sudah menjadi suatu keharusan bahwa konsumen atau calon konsumen harus memberikan data pribadi atau data pribadi kepada perusahaan atau lembaga pembiayaan keuangan. Perusahaan atau pelaku usaha dalam bidang keuangan yang sering meminta data pribadi berupa nomor telepon³.

Keamanan data pribadi konsumen khususnya nomor telepon bukan saja menjadi tanggung jawab sektor keuangan, tapi juga tanggung jawab perusahaan-perusahaan di bidang yang bahkan tidak berhubungan dengan sistem pembayaran namun memerlukan data berupa nomor telepon. Nomor telepon sangat penting bagi pihak pelaku usaha atau perusahaan pembiayaan dan atau jasa karena dengan adanya data mengenai nomor telepon para pihak pelaku usaha atau perusahaan pembiayaan dan atau jasa melakukan promosi suatu produk seperti kredit maupun pinjaman hingga penawaran berlangganan suatu jasa.

¹ Abd. Haris Hamid. (2017). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. SAH MEDIA

² Sarah Selfina Kuahaty and Teng Berlianty, "Pendidikan Perlindungan Konsumen Kepada Masyarakat Desa Di Kecamatan Teon Nila Serua Kabupaten Maluku Tengah," *Aiwadthu*, vol. 1 No. 2, Tahun 2018, h. 63.

³ Abdul Halim Barkatullah. (2017). *Framework Sistem Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Nusa Media.

Seiring dengan maraknya penawaran produk lewat sarana komunikasi tersebut tidak hanya mengganggu aktivitas calon konsumen, tetapi juga menimbulkan kekhawatiran baru. Jika para telemarketer dapat dengan leluasa dan mudah untuk menghubungi para calon konsumen⁴, berarti data-data calon konsumen telah tersebar luas. Dalam beberapa kasus yang terjadi sejumlah tenaga pemasaran baik dari sektor keuangan dan atau jasa tidak ragu untuk mempromosikan suatu produk bukan lagi melalui telepon tetapi dengan menggunakan aplikasi pesan instan seperti WhatsApp. Prosedur penawaran produk dan layanan jasa keuangan yang kerap mengganggu kenyamanan konsumen melalui layanan pesan singkat atau short message service (sms) dan telepon yang di sebut dengan freelance telemarketing.

Peraturan Otoritas Jasa Kerja Nomor 1/POJK.7/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan memuat bahwa pelaku usaha jasa keuangan adalah pelaku usaha jasa keuangan umum, pelaku usaha jasa keuangan perkreditan rakyat, perusahaan efek, penasihat investasi, pelaku usaha jasa keuangan kustodian, dana pensiun, perusahaan asuransi, perusahaan reasuransi, lembaga pembiayaan, perusahaan gadai, dan perusahaan penjaminan, baik yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional maupun secara syariah. Walaupun otoritas jasa kerja telah menerbitkan Peraturan Otoritas Jasa Kerja Nomor 1/POJK.7/2013 Tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan namun kenyataannya masih banyak konsumen yang merasa terganggu dengan prosedur pemasaran yang tidak sesuai dengan aturan tersebut, dimana pihak konsumen dihubungi tanpa persetujuan konsumen dan atau calon konsumen. Para tenaga pemasaran freelance telemarketing yang menghubungi melalui sms (short message service) bahkan aplikasi pesan instan dimana para konsumen atau calon konsumen seringkali mengeluh mengenai telepon atau sms dari para pihak yang tidak dikenal yang menawarkan atau berlangganan suatu produk dari jasa keuangan.

Penawaran produk dengan cara seperti tersebut di atas adalah tindakan pelaku usaha yang mengganggu kenyamanan konsumen dan calon konsumen, dimana para pelaku pemasaran yang dengan salah menggunakan nomor telepon yang adalah termasuk data pribadi. Dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/SEOJK.07/2014 tentang penyampaian informasi dalam rangka pemasaran produk dan/atau layanan jasa keuangan dalam bab V ayat 4 di sebutkan telepon sebagai sarana komunikasi pribadi.

Para konsumen merasa tidak nyaman dan terganggu dengan adanya telepon dari nomor yang tidak dikenal, sudah di sebutkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 Hak konsumen huruf a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Sebagaimana yang dimaksud dalam peraturan Otoritas Jasa Kerja Nomor 1/POJK.7/2013 dalam Pasal 19 Pelaku Usaha Jasa Keuangan dilarang melakukan penawaran produk dan/atau layanan kepada Konsumen dan/atau masyarakat melalui sarana komunikasi pribadi tanpa persetujuan Konsumen. Dimana dalam aturan tersebut sudah jelas bahwa pelaku usaha jasa keuangan dilarang menghubungi konsumen untuk mempromosikan atau melakukan penawaran suatu produk melalui komunikasi pribadi tanpa adanya permintaan dan persetujuan dari konsumen.

⁴ Konsumen secara Digital di Masa Pandemi COVID 19. Universitas Katolik Indonesia Atmajaya

2. Metode Penelitian

Penelitian hukum Yuridis Normatif dimana memperoleh data dari studi kepustakaan berupa undang-undang, dokumen, buku-buku, majalah dan literatur lainnya yang berkaitan dengan penulisan. Penelitian ini meliputi penelitian mengenai ketentuan hukum positif yang berlaku di Indonesia yang mengatur mengenai perlindungan hukum data pribadi konsumen terhadap pelaku usaha pembiayaan keuangan dan atau jasa. Metode pendekatan masalah yang digunakan adalah pendekatan undang-undang (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*).

3. Hasil Dan Pembahasan

3.1 Penerapan Prinsip Atas Kerahasiaan, Prinsip Keamanan Dan prinsip Kenyamanan Berkaitan Dengan Data Pribadi Konsumen

Hak konsumen merupakan salah satu objek yang penting dalam pelaksanaan perlindungan konsumen. Oleh karena itu hak konsumen perlu mendapat perhatian yang lebih untuk melindungi konsumen dari tindakan pelaku usaha yang merugikan kepentingan dari konsumen. Hak konsumen adalah hak yang harus dipatuhi oleh para produsen atau pelaku usaha. Kenyamanan dan keselamatan dalam penelitian ini sebagai suatu keadaan dimana konsumen terbebas dari rasa khawatir terhadap dampak dari mengonsumsi suatu barang dan/atau jasa. Konsumen harus terhindar dari tindakan pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab, yang menyebabkan konsumen dalam keadaan tidak nyaman dan membahayakan kesehatan maupun keselamatannya. Hak atas kenyamanan dan keselamatan ini dimaksudkan untuk menjamin kenyamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan barang atau jasa yang diperolehnya, sehingga konsumen dapat terhindar dari kerugian (fisik maupun psikis) apabila mengonsumsi suatu produk. Hukum konsumen mempunyai skala lebih luas dalam aspek hukumnya yang terkandung di dalamnya, salah satunya cara mendapatkan dan mempertahankan hak-hak para konsumen atau calon konsumen terhadap perilaku pelaku usaha dalam jasa pembiayaan keuangan yang menyimpang. Salah satu cara yang diutamakan di dalam mencapai suatu keseimbangan antara perlindungan konsumen dengan perlindungan pelaku usaha adalah dengan cara menegakkan hak-hak konsumen, di karenakan posisi pelaku usaha yang selama ini lebih kuat dari pada konsumen. Berdasarkan ketentuan yang di keluarkan OJK di atas, berarti bahwa setiap pelaku usaha jasa keuangan dilarang dengan cara apapun, memberikan data dan/ atau informasi pribadi mengenai konsumennya kepada pihak ketiga. Karena nomor telepon konsumen menjadi salah satu data yang tidak diperkenankan untuk diberikan kepada pihak ketiga oleh pelaku usaha jasa keuangan tempat konsumen menyimpan dana. Meski demikian, ketentuan pelarangan ini bisa dikecualikan bila: a) Konsumen memberikan persetujuan tertulis; dan/atau; b) diwajibkan oleh peraturan perundang-undangan.

Standar dalam menjaga dan memberikan kenyamanan kepada konsumen atau calon konsumen merupakan suatu kewajiban dari pelaku usaha jasa keuangan. Kewajiban pelaku usaha dalam merahasiakan atau menyimpan data pribadi konsumen dapat di tuangkan secara eksplisit dan implisit dalam perjanjian yang di buat pelaku usaha dan konsumen, yang berarti walaupun kewajiban merahasiakan dan menjaga data pribadi konsumen tidak di cantumkan di dalam suatu perjanjian tidak membuat pelaku usaha terlepas dari ketentuan merahasiakan karena dalam melakukan kegiatan ekonomi dengan konsumen.

Masalah keamanan dan kerahasiaan data merupakan salah satu aspek paling penting dari suatu sistem informasi. Hal ini terkait dengan begitu pentingnya informasi tersebut dikirim dan diterima oleh orang yang berkepentingan. Informasi akan tidak berguna lagi apabila di tengah jalan informasi itu disadap atau dibajak oleh orang tidak berhak. Oleh karena itu pengamanan dalam sistem informasi telah menjadi isu hangat ketika transaksi elektronik mulai diperkenalkan. Tanpa pengamanan yang ketat dan canggih, perkembangan teknologi informasi tidak memberikan manfaat yang maksimal kepada konsumen.

Standar kerahasiaan data berdasarkan aturan Otoritas Jasa Keuangan yaitu kerahasiaan data di sektor jasa keuangan suatu layanan untuk menjunjung tinggi perlindungan dan kerahasiaan data oleh Lembaga otoritatif, Prosedurnya yaitu: 1) Penyampaian laporan regulatory sandbox ke otoritas jasa keuangan oleh Lembaga keuangan; 2) Mendaftarkan dan mendapatkan izin untuk melakukan akses data konsumen; 3) Lembaga keuangan dapat melakukan inovasi keuangan dengan berpegang pada kepercayaan kerahasiaan data konsumen. Hal ini seperti ditentukan dalam Pasal 4 huruf c UU OJK menyatakan bahwa salah satu tujuan dibentuknya OJK adalah agar dapat melindungi kepentingan Konsumen dan masyarakat dalam di sektor jasa keuangan. Perlindungan ini dimaksudkan agar dapat memberikan rasa aman terhadap konsumen sebagai pengguna jasa keuangan.

3.2 Perlindungan Data Pribadi Konsumen Yang Digunakan Oleh Pelaku Usaha Di Sektor Jasa Keuangan

Data pribadi yang diberikan oleh konsumen saat memakai atau mendaftar ke suatu produk keuangan yang ditawarkan pelaku usaha merupakan salah satu bentuk informasi elektronik, yang kemudian tersimpan dalam sistem informasi pelaku usaha. Informasi inilah yang digunakan oleh pelaku usaha untuk melaksanakan pekerjaannya yaitu antara lain menghubungi, mengetahui alamat dan posisi keberadaan konsumen untuk memberikan pelayanan kepada konsumen. Namun seringkali data pribadi yang sudah diberikan konsumen dipakai untuk melakukan promosi atau penawaran produk keuangan dalam bentuk penawaran produk oleh telemarketing sampai ke aplikasi pesan seperti Whatsapp dan aplikasi pesan instan lainnya.

Kerahasiaan data yang diberikan oleh konsumen pada saat melakukan pendaftaran tidak sepenuhnya aman, karena dalam kasus ini pelaku usaha ataupun pegawai dari Pelaku Usaha secara mudah mengirimkan pesan singkat atau menghubungi melalui telepon kapan saja kepada konsumen yang menggunakan jasa keuangan. Sehingga kasus penyalahgunaan data pribadi konsumen ini melanggar ketentuan tentang hak konsumen Pasal 4 huruf a dan d UU Perlindungan Konsumen yaitu salah satunya hak atas kenyamanan.

Pelaku usaha mempunyai kewajiban melindungi konsumen dalam hal ini karena antara pelaku usaha dan konsumen telah terjadi hubungan kontraktual yang mengharuskan pihak pelaku usaha bertanggung jawab apabila terjadi hal ini sesuai dengan prinsip *the privity of contract*. Adanya hubungan kontraktual maka ada tanggung jawab. Sebagaimana di atur dalam dala POJK no 1 tahun 2013 tentang perlindungan konsumen sektor jasa keuangan menegaskan bahwa pelaku usaha harus menerapkan perlindungan konsumen dengan prinsip kerahasiaan dan keamanan data pribadi konsumen, dalam pasal

29 POJK no 1 tahun 2013 tentang perlindungan konsumen sektor jasa keuangan di atur bahwa pelaku usaha jasa keuangan wajib bertanggung jawab atas kerugian konsumen yang timbul akibat kesalahan atau kelalaian, pegawai pelaku usaha jasa keuangan dan atau pehak ketiga yang bekerja untuk kepentingan pelaku usaha jasa keuangan.

Disebutkan di dalam POJK no 1 tahun 2013 bertanggung jawab atas perbuatan yang di lakukan oleh pegawai atau pihak yang menjadi tanggung jawab dan mempunyai ikatan dengan pelaku usaha jasa keuangan. Kesalahannya di pikul oleh pelaku usaha jasa keuangan tersebut. Secara umum istilah kata perlindungan berdasarkan Kamus Umum Bahasa Indonesia berarti tempat berlindung atau merupakan perbuatan (hal) melindungi misalnya memberi perlindungan kepada orang yang lemah. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1 angka 1 yang berbunyi “Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada Konsumen. Pengertian perlindungan Konsumen yang terdapat dalam pasal tersebut cukup memadai Kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum” diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha , hanya demi untuk kepentingan perlindungan Konsumen, begitu pula sebaliknya menjamin kepastian hukum bagi konsumen.

Asas-Asas Perlindungan Konsumen, penting pula untuk mengetahui landasan perlindungan konsumen berupa azas-azas yang terkandung dalam perlindungan konsumen yakni: 1) Asas Manfaat; mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan Perlindungan Konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan Konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan; 2) Asas Keadilan: partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada Konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil; 3) Asas Keseimbangan; memberikan keseimbangan antara kepentingan Konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual; 4) Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen; memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada Konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

Philipus M. Hadjon mengemukakan, bahwa sarana perlindungan hukum ada dua macam yaitu: Dari sisi mengelola atau memanfaatkannya untuk penawaran produk keuangan oleh pelaku usaha jasa keuangan lewat media elektronik yaitu telepon yang bertujuan untuk kenyamanan konsumen di atur dalam SEOJK 12/2014, PUJK, dalam hal penyampaian informasi melalui sarana komunikasi pribadi (telepon, text message, email, dan yang dapat dipersamakan dengan itu) atau kunjungan langsung harus memenuhi hal-hal sebagai berikut: a) komunikasi hanya dapat dilakukan pada hari Senin sampai dengan Sabtu di luar hari libur nasional dari pukul 08.00 - 18.00 waktu setempat, kecuali atas persetujuan atau permintaan calon Konsumen atau Konsumen; b) menginformasikan nama PUJK dan menjelaskan maksud dan tujuan terlebih dahulu sebelum menawarkan produk dan/atau layanan PUJK; dan c) Dalam hal PUJK menggunakan sarana komunikasi pribadi berupa telepon: (1) PUJK wajib menyediakan dan menggunakan alat rekam suara; (2) jika diperlukan sebagai alat bukti adanya perbuatan hukum yang dilakukan oleh Konsumen dan PUJK di Pengadilan dan/atau diperlukan oleh Bidang Pengawas maka wajib disajikan dalam hasil cetakan dan/atau surat yang ditandatangani oleh Konsumen; dan (3) alat rekam suara yang menyampaikan persetujuan Konsumen yang disajikan dalam hasil

cetakan dapat dipersamakan dengan pernyataan persetujuan tertulis yang ditandatangani oleh Konsumen.

Meski di dalam peraturan OJK tersebut tidak secara langsung mengatur mengenai penawaran produk lewat sarana komunikasi pribadi yaitu aplikasi pesan instan harus juga melalui persetujuan konsumen karena sudah masuk ke privasi konsumen. Pelaku usaha jasa keuangan yang melanggar ketentuan tersebut dapat di sanksi dalam pasal pojk no 1 tahun 2013 Pasal 53 data di kenai sanksi administratif yaitu: 1) Peringatan tertulis; 2) Denda yaitu wajib memebayar sejumlah uang tertentu; 3) Pembatasan kegiatan usaha; 4) Pembekuan kegiatan usaha; 5) Pencabutan isin usaha.

Bentuk pelaksanaan prinsip perlindungan konsumen, perlindungan konsumen sesudah terjadinya pelanggaran maka pelaku usaha jasa keuangan wajib memiliki dan melaksanakan pelayanan kepada pengaduan yang di berikana oleh konsumen sebagaimana yang di atur dalam Pojok No 1 Tahun 2013 Pasal 38 pelaku usaha harus melakukan: 1) Pemeriksaan internal atas pengaduan secara kompeten, benar, dan obyektif; 2) Melakukan analisis untuk memastikan kebenaran pengaduan; 3) Menyampaikan pernyataan maaf dan menawarkan ganti rugi atau perbaikan produk dan layanan jika pengaduan konsumen benar.

3. Kesimpulan

Penerapan Prinsip hak atas kerahasiaan, hak keamanan dan hak kenyamanan berkaitan dengan data Pribadi konsumen masih terdapat kekeliruan atau pelanggaran dalam melaksanakan prinsip tersebut oleh pelaku usaha ataupun karyawan pelaku usaha jasa tersebut. Penerapan dalam melakukan penawaran pelaku usaha yang keliru sehingga menimbulkan ketidak nyamanan konsumen, yang mana tujuan sebenarnya dari UU perlindungan konsumen dan aturan mengenai perlindungan konsumen sektoral jasa keuangan yang di keluarkan OJK bertujuan untuk melindungi hak- hak konsumen salah satunya hak atas kenyamanan, dalam SEOJK 12/2014, PUJK, dalam hal penyampaian informasi melalui sarana komunikasi pribadi (telepon, text message, email, dan yang dapat dipersamakan dengan itu) atau kunjungan langsung harus memenuhi hal-hal sebagai berikut: komunikasi hanya dapat dilakukan pada hari Senin sampai dengan Sabtu di luar hari libur nasional dari pukul 08.00 – 18.00 waktu setempat, kecuali atas persetujuan atau permintaan calon Konsumen atau Konsumen; dengan demikian jelas bahwa pelaku usaha jasa keuangan dilarang menghubungi konsumen untuk mempromosikan atau melakukan penawaran suatu produk melalui komunikasi pribadi tanpa adanya permintaan dan persetujuan dari konsumen. Perlindungan data pribadi konsumen terhadap pelaku usaha jasa keuangan sangatlah penting di atur dalam Undang-Undang ataupun Peraturan secara jelas. Karena semakin berkembangnya teknologi dalam komunkasi dan informasi sehingga dalam melakukan pengolahan atau pemanfaatan data konsumen sangatlah cepat yang di mana dalam pemanfaatan data tersebut mengganggu serta mengancam kerahasiaan dari data pribadi konsumen maka itu adanya sanksi dalam pasal pojk no 1 tahun 2013 pasal 53 data di kenai sanksi administrative, Perlindungan konsumen bisa terjadi sebelum terjadinya pelanggaran dan stelah terjadinya pelanggaran, yaitu perlindungan sebelum terjadinya dapat di upyakan pelaku usaha jasa keuangan itu sendiri agar tercipta ekosistem ekonomi yang baik.

Daftar Referensi

Jurnal

- Sarah Selfina Kuahaty and Teng Berlianty, "Pendidikan Perlindungan Konsumen Kepada Masyarakat Desa Di Kecamatan Teon Nila Serua Kabupaten Maluku Tengah," *Aiwadthu*, vol. 1 No. 2, Tahun 2018.
- I Putu Bayu Mahendra, Fakultas Hukum Universitas Udayana, Perlindungan Data Pribadi Konsumen Daring Pada Saat Bertransaksi E-Commerce Di Indonesia, 17 januari 2022. *Jurnal Kertha Desa*, Vol. 8 No. 12.
- Rut Rismanta Silalahi, Witanti Prihatiningsih, dan Ratu Laura M B P Meta Communication; *Journal Of Communication Studies* P-ISSN: 2356-4490 Vol 3 No 2 September 2018, HUBUNGAN ANTARA Komunikasi Telemarketing Asuransi Dengan Sikap Calon Pelanggan Terhadap Telemarketer
- Sekaring Ayumeida Kusnadi¹, Andy Usmina Wijaya² *Al WASATH Jurnal Ilmu Hukum* Volume 2 No. 1 April 2021: 9 - 16 1 Perlindungan Hukum Data Pribadi Sebagai Hak Privasi

Buku

- Abd. Haris Hamid. (2017). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. SAH MEDIA.
- Abdul halim barakatullah. (2017). *Hak-Hak Konsumen*. Hikam Media Utama.
- Abdul Halim Barkatullah. (2017). *Framework Sistem Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*. Nusa Media.
- Adrian Sutedi. (2014). *Aspek Hukum Otoritas Jasa Keuangan*. Penebar Swadaya Grup.
- Brenadetta Tjandra Wulaandari, & dkk. (2021). *Berbagai Aspek Hukum dalam Transaksi Konsumen secara Digital di Masa Pandemi COVID 19*. Universitas Katolik Indonesia Atmajaya.
- Celina Tri Krisyanti. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Sinar Grafika.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Sinar Grafika.
- Happy Susanto. (2008). *Alternatif Penyelesaian Sengketa*. Raja Grafindo Persada.