

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Lembaga keuangan merupakan lembaga bagi semua pihak yang mempunyai dana atau membutuhkan dana, serta memiliki kemampuan untuk bertindak sebagai perantara keuangan publik (*financial intermediaries*). selain itu, hipotesis Abdul Kadir Muhammad mendukung pengertian tersebut menurutnya, lembaga keuangan merupakan “badan usaha yang memiliki aset berupa aset keuangan (*financial asset*)<sup>1</sup>. dengan pengertian tersebut mungkin lebih mudah dipahami lembaga keuangan merupakan lembaga yang dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan perekonomiannya dalam segi perkreditan, *transfer*, dan tempat dimana orang menyimpan uangnya. hal tersebut menjadikan masyarakat dan lembaga memiliki hubungan hukum.

Pandangan Soeroso<sup>2</sup> terhadap hubungan hukum ialah hubungan antara dua subjek hukum atau lebih. dalam hubungan hukum semacam seperti hak dan kewajiban satu pihak berhadapan dengan hak dan kewajiban pihak lainnya. untuk terjadinya hubungan hukum konsumen lembaga keuangan wajib memenuhi syarat-syarat yang ditentukan oleh lembaga

---

<sup>1</sup> Muchdarsyah Sinungan, *Uang dan Bank*, Bina Aksara, Jakarta, 1987, hlm. 111, dikutip dalam Neni Sri Imaniyati, *Pengantar Hukum Perbankan Indonesia*, Refika Ditama, Bandung, 2010.

<sup>2</sup> R. Soeroso. *Pengantar Ilmu Hukum*. Sinar Grafika, Jakarta, 2011, hlm. 269.

keuangan diantaranya identitas diri nasabah seperti nama, tempat tanggal lahir, dan sebagainya.

Lembaga Keuangan sebagai Lembaga publik non-pemerintah<sup>3</sup> wajib merahasiakan identitas data pribadi nasabah. prinsip kerahasiaan bank muncul dengan tujuan untuk memberikan perlindungan terhadap kepentingan nasabah bank dalam melindungi kerahasiaan yang menyangkut laporan keuangannya dan identitas diri nasabah<sup>4</sup>. hal tersebut terdapat pada Pasal 40<sup>5</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan yang menjelaskan bahwa lembaga keuangan wajib merahasiakan keterangan mengenai Nasabah Penyimpan dan simpanannya, kecuali dalam hal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41, Pasal 41A, Pasal 42, Pasal 44, dan Pasal 44A”.

Pasal 16 Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik memberikan pengecualian pada asas-asas serta prinsip pada kerahasiaan bank. hal tersebut terdapat pada informasi Publik yang wajib disediakan oleh organisasi non-pemerintah dalam Undang-Undang ini adalah:

- a. asas dan tujuan;
- b. program dan kegiatan organisasi;
- c. nama, alamat, susunan kepengurusan, dan perubahannya;

---

<sup>3</sup> Abdul Hamid Dipopramono, *Keterbukaan dan Sengketa Informasi Publik*, Renebook, Jakarta, 2017, hlm. 45.

<sup>4</sup> Muhammad Djumhana, *Rahasia Bank*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 1996, hlm. 112.

<sup>5</sup> Pasal 40 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan.

- d. pengelolaan dan penggunaan dana yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan/atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah, sumbangan masyarakat, dan/atau sumber luar negeri;
- e. mekanisme pengambilan keputusan organisasi;
- f. keputusan-keputusan organisasi; dan/atau
- g. informasi lain yang ditetapkan oleh peraturan perundang-undangan

Penjelasan Pasal 16 dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008

Tentang Keterbukaan Informasi Publik tersebut adalah untuk mempermudah melakukan kegiatan pengarsipan, pendokumentasian data pribadi nasabah dalam membantu lembaga-lembaga yang berkaitan dalam memudahkan proses penyelidikan, penyidikan apabila nasabah terjerat tindak pidana ataupun melakukan perbuatan melawan hukum dengan dasar harus memberikan pertimbangan secara tertulis terhadap setiap kebijakan yang diambil untuk memenuhi hak setiap orang atas Informasi Publik<sup>6</sup>.

Berkembangnya zaman secara global dalam praktik *marketing* produk membuat Lembaga Keuangan menyalahgunakan informasi atas data pribadi nasabah. mereka secara militan menginvasi para nasabah/calon nasabah mereka dengan praktik *telemarketing*. kata *telemarketing* berasal dari kata *tele* and *marketing*, *tele* artinya luas, sedangkan *marketing* artinya kegiatan pemasaran, kesimpulan tersebut menjelaskan bahwa *telemarketing* merupakan aktivitas memasarkan produk atau jasa melalui saluran komunikasi jarak jauh. untuk meningkatkan pemasaran produk mereka lewat

---

<sup>6</sup> Pasal 16 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.

media sosial ataupun telepon seluler lembaga keuangan yang mengarah kepada penyalahgunaan data pribadi. menjual produk melalui perangkat elektronik menjadi pilihan yang tepat ketika kemudahan sistem telekomunikasi ditawarkan pada produk melalui *telemarketing* lewat telepon, dimana kontak dengan calon untuk menawarkan produk menjadi penyalahgunaan oleh *telemarketer* lembaga keuangan dalam memarketing produknya.

Kronologi kasus pelaksanaan *telemarketing* pada Lembaga Keuangan yang menyalahgunakan informasi atas data pribadi terjadi pada awal Oktober 2020 seorang nasabah bank swasta di Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung yang tidak bisa disebutkan namanya mendapat pesan singkat dari seorang yang mengaku dari pihak bank ingin berkunjung kerumah nasabah tersebut perihal tawaran untuk membuat kartu kredit. meski ditolak, *telemarketer* tersebut tetap saja menghubungi nasabah lewat telepon, pesan singkat, hingga kepada media sosial nasabah. pada akhirnya nasabah marah dan akan melaporkan kepada pihak kepolisian atas perbuatan tidak menyenangkan pihak *telemarketer*. hal tersebut dilakukan oleh nasabah karena khawatir nomor telepon ataupun akun media sosial tersebar pada *telemarketer* lembaga keuangan lain yang menyalahgunakan data pribadinya. hal tersebut dialami juga oleh nasabah lembaga keuangan yang lain yang terjadi dua tahun lalu. mendapatkan telepon dari nomor telepon *seluler* yang tidak ia kenal ketika diangkat, ternyata panggilan telepon tersebut berasal dari petugas *telemarketing* salah satu bank swasta

besar di Indonesia<sup>7</sup> yang menawarkan program tentang asuransi hingga, petugas tersebut memberikan penjelasan agar nasabah tertarik dengan program yang ditawarkan dan meminta untuk menerima serta menyetujui program yang ditawarkan oleh *telemarketer* saat itu juga, namun nasabah tersebut memutuskan untuk mengakhiri panggilan dengan petugas *telemarketing* tersebut untuk menghindari hal-hal yang dapat terjadinya hubungan hukum dengan lembaga keuangan tersebut.

Fakta dilapangan pada tahun 2019 melalui Sistem Informasi Pelaporan Market Intelijen (SIPMI), Otoritas Jasa Keuangan memantau kegiatan telemarketing dan penawaran produk serta layanan jasa keuangan. pada triwulan IV-2019, dari 29 Iklan (Media Cetak Massa Lokal maupun Media Cetak Massa Nasional dalam SIPMI), sebanyak 12 iklan masih belum sesuai dengan Pedoman Iklan Jasa Keuangan. seluruh pelanggaran merupakan kategori Iklan Tidak Jelas, yang umumnya masih menggunakan “syarat dan ketentuan berlaku” tanpa mencantumkan tautan spesifik, tidak mencantumkan pernyataan “terdaftar dan diawasi Otoritas Jasa Keuangan” dan/atau logo Otoritas Jasa Keuangan. berkaitan dengan pelanggaran tersebut, Otoritas Jasa Keuangan telah memberikan Surat Pembinaan kepada 18 lembaga keuangan agar menyesuaikan materi *telemarketing* terhadap ketentuan yang berlaku. dalam rangka memperluas jangkauan pemantauan, selain itu Otoritas Jasa Keuangan melaksanakan

---

<sup>7</sup> Mariaperdana, *data pribadi diperjual-belikan secara daring*, <https://www.kompasiana.com/mariaperdana/5ce3f068733c43084747d525/data-pribadi-diperjualbelikan-secara-daring?page=all>, (diunduh pada 31 Desember 2020) Pukul 20.00 Wib.

pengembangan SIPMI dengan menambahkan media sosial dan media online. uji coba pemantauan iklan dengan SIPMI 2.0 dilaksanakan pada desember 2019. dengan adanya penambahan media sosial dan media online, jumlah kegiatan *telemarketing* mengalami pelonjakan tajam. dari data sementara, terdapat 994 kegiatan *telemarketing* lembaga keuangan yang masuk ke dalam sistem. tren *telemarketing* di era digital didominasi oleh media sosial. mayoritas berasal dari *platform Facebook* dan *Twitter* dengan perbedaan jumlah yang signifikan dengan media lain. dari hasil pemantauan juga didapatkan bahwa iklan melalui media cetak dan *telemarketing* melalui media sosial memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga perlu pertimbangan lebih lanjut terkait penentuan pelanggaran iklan yang berkaitan dengan *telemarketing*. sehubungan dengan hal tersebut, Otoritas Jasa Keuangan melaksanakan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan narasumber dari Ketua Tim Penyempurnaan Etika Pariwisata Indonesia dan Indonesian *Digital Association* terkait *telemarketing* media sosial. hasil dari *Focus Group Discussion* (FGD)<sup>8</sup> ini menjadi salah satu bahan masukan dalam penyempurnaan Pedoman Iklan Jasa Keuangan yang telah ada terhadap lembaga keuangan dalam melindungi informasi data pribadi nasabah dalam pelaksanaan *telemarketing*. menertibkan *telemarketing* untuk memberikan perlindungan terhadap informasi data pribadi nasabah lembaga keuangan dari setiap kebijakan yang dilakukan berkaitan dengan

---

<sup>8</sup>Otoritas Jasa Keuangan, *Laporan Profil Industri Perbankan Triwulan IV- 2019*, Departemen Pengembangan Pengawasan dan Manajemen Krisis, Jakarta, 2019, hlm. 97.

pemasaran, promosi, dan penawaran produk baik barang ataupun jasa kepada nasabah sehingga tercapainya itikad baik yang dilakukan oleh lembaga keuangan dalam pelaksanaan *telemarketing* dalam memberikan perlindungan terhadap informasi data pribadi nasabah.

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan bentuk skripsi yang membahas judul tentang **“Pelaksanaan *Telemarketing* Pada Lembaga Keuangan dalam Rangka Perlindungan Informasi Atas Data Pribadi Menurut Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.”**

## **B. Identifikasi Masalah**

1. Bagaimana bentuk informasi data pribadi yang disalahgunakan oleh operator *telemarketer* lembaga keuangan berdasarkan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik ?
2. Bagaimanakah tanggung jawab lembaga keuangan atas perbuatan operator *telemarketer* yang menyalahgunakan informasi data pribadi nasabah dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik ?
3. Upaya apakah yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan dan kendala yang timbul dalam menertibkan *telemarketing* lembaga keuangan dalam melindungi informasi data pribadi nasabah?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui bentuk informasi atas data pribadi yang disalahgunakan oleh operator *telemarketer* lembaga keuangan menurut Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik
2. Mengetahui tanggungjawab yang dilakukan oleh pelaku jasa keuangan terhadap operator *telemarketer* dalam penyalahgunaan informasi data pribadi nasabah berkaitan dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik
3. Mengetahui upaya yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan dan kendala yang timbul dalam menertibkan *telemarketing* jasa keuangan dalam melindungi informasi data pribadi nasabah

### **D. Kegunaan Penelitian**

#### **1. Kegunaan Teoritis**

- a. Memberikan pemahaman yang benar pada lembaga keuangan dalam melakukan praktik *telemarketing* terhadap produknya untuk tidak menyalahgunakan informasi atas data pribadi nasabah.
- b. Memberikan pengetahuan tentang informasi atas data pribadi dalam pengawasan dan perlindungan data pribadi menurut ketentuan peraturan perundang-undangan.

#### **2. Kegunaan Praktis**

- a. Meningkatkan kehatian-hatian pada nasabah lembaga keuangan dalam memberikan informasi data pribadi agar terhindar dari



pelaksanaan *telemarketing* yang mengarah kepada penyalahgunaan informasi data pribadi.

- b. Memberikan perhatian terhadap Otoritas Jasa Keuangan untuk lebih serius dalam mengawasi dan menangani pelaksanaan *telemarketing* yang dilakukan oleh lembaga keuangan terhadap penyalahgunaan informasi atas data pribadi nasabah.

#### **E. Kerangka Pemikiran**

Warga Negara Indonesia berhak mendapatkan perlindungan secara mutlak, hal tersebut tertuang pada Pasal 28G ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 memberikan perlindungan bagi semua orang berhak atas perlindungan diri pribadi, keluarga, kehormatan, martabat, dan harta benda yang di bawah kekuasaannya, serta berhak atas rasa aman dan perlindungan dari ancaman ketakutan untuk berbuat atau tidak berbuat sesuatu yang merupakan hak asasi”.

Teori perlindungan hukum pendapat dari Fitzgerald yang dia contohkan dari teori perlindungan hukum Salmond ialah menggabungkan dan mengatur berbagai kepentingan karena dalam trafik kepentingan, perlindungan kepentingan tertentu dapat dilakukan dengan membatasi berbagai kepentingan di sisi lain. pentingnya hukum adalah untuk melindungi hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum mempunyai kewenangan tertinggi dalam menentukan hak asasi manusia yang harus diatur dan dilindungi. perlindungan hukum perlu diperhatikan secara berjenjang yaitu ketika perlindungan hukum yang lahir dari ketentuan

undang-undang dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang pada hakikatnya merupakan kesepakatan publik untuk mengatur hubungan perilaku antar anggota masyarakat dan antara individu dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat<sup>9</sup>

Pasal 4 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen memberikan perlindungan hukum bagi konsumen. hak-hak tersebut meliputi hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.” penjelasan Pasal tersebut menjelaskan bahwa setiap orang yang memakai, menggunakan produk seperti barang atau jasa dilindungi haknya tidak terkecuali bagi konsumen jasa lembaga keuangan.

Lembaga Keuangan juga diberikan aturan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan agar dalam memasarkan produk tidak bertentangan dengan hak pribadi nasabah ,khususnya dalam melakukan *telemarketing* terhadap nasabah yang terdiri dari :

- a. Prinsip Kepercayaan (*Principle of Fiduciary Relationship*) merupakan suatu asas yang melandasi hubungan antara bank dengan nasabah bank. bank berusaha dari dana masyarakat yang disimpan berdasarkan kepercayaan, sehingga setiap bank perlu menjaga kesehatan banknya dengan tetap memelihara dan mempertahankan

---

<sup>9</sup> Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum* , PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm.53.

kepercayaan masyarakat. prinsip kepercayaan diatur dalam Pasal 29 ayat (4) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan.

- b. Prinsip Kehati-hatian (*Prudential Principle*) adalah suatu prinsip yang memberikan penegasan bahwa bank dalam menjalankan kegiatan usaha baik dalam penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat harus sangat berhati-hati. istilah *prudent* tak jarang dikaitkan menggunakan fungsi supervisi bank dan manajemen bank. dalam global perbankan kata itu dipakai untuk "asas kehati-hatian". *prudent* yang berarti bijaksana atau asas kehati-hatian bukan merupakan istilah asing, tetapi mengandung konsepsi baru dalam menyikapi secara tegas, rinci dan efektif terhadapnya banyaknya resiko yang inheren dalam bisnis bank. jadi *prudential* merupakan konsep yang mempunyai unsur sikap, prinsip, dan kebijakan serta teknik manajemen risiko bank dalam menghindari dampak sekecil apapun yang bisa atau dapat membahayakan serta merugikan *stakeholders* terutama para depositor dan nasabah. tujuan prinsip tersebut dilakukan agar bank selalu komitmen dalam menjalankan usahanya dengan baik dan mematuhi aturan-aturan dan norma-norma hukum yang berlaku dalam dunia perbankan. Veithzal Rivai memberikan penjelasan dalam bukunya tentang "*Islamic Financial Management*" bahwa konsep, teori, serta penerapan pedoman praktek

- prinsip kehati-hatian bermanfaat bagi lembaga keuangan, praktisi, mahasiswa, dan nasabah. prinsip bermanfaat dalam melindungi pembiayaan dari berbagai masalah dengan memahami nasabah melalui identitas calon nasabah<sup>10</sup>.
- c. Prinsip Kerahasiaan Bank diatur pada Pasal 40 dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan menjelaskan bahwa bank wajib merahasiakan fakta tentang nasabah penyimpan dan simpanannya. kewajiban merahasiakan itu dikecualikan untuk pada Pasal 41-44 A yang berkaitan tentang kepentingan pajak, penyelesaian utang piutang bank yang telah diserahkan pada badan Urusan Piutang dan Lelang/Panitia Urusan Piutang Negara (UPLN/PUPN), untuk kepentingan pengadilan kasus pidana, pada kasus perdata antara bank menggunakan nasabah, dan pada rangka tukar menukar warta antar bank.
- d. Prinsip Mengenal Nasabah (*Know How Costumer Principle*) merupakan prinsip yang menerapkan bank untuk mengetahui dan mengenal bukti identitas diri nasabah, memantau kegiatan transaksi nasabah termasuk setiap laporan transaksi yang mencurigakan. prinsip mengenal nasabah diatur pada Peraturan Bank Indonesia Nomor.3/10/PBI/2001 mengenai penerapan prinsip mengenal

---

<sup>10</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Financial Management : “Teori, Konsep dan Aplikasi Panduan Praktis Untuk Lembaga Keuangan, Nasabah, Praktisi dan Mahasiswa”*, Kharisma Putra Utama Offset, Jakarta, 2008, hlm. 617.

nasabah. tujuan yang hendak dicapai pada penerapan prinsip tersebut adalah untuk menaikkan kiprah forum keuangan menggunakan aneka macam kebijakan pada menunjang praktik forum keuangan, menghindari aneka macam kemungkinan forum keuangan. pada poin dalam prinsip kehati-hatian atau dianggap juga *prudential principle*, diambil berdasarkan istilah pada bahasa Inggris "*prudent*" yang artinya "bijaksana".

Pengecualian prinsip kerahasiaan bank yang terdapat pada Pasal 40-47 dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan dikesampingkan juga oleh Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik. pengesampingan Pasal tersebut berkaitan dengan bank sebagai lembaga non-publik wajib memberikan/menyediakan informasi atas data pribadi. ketentuan tersebut terdapat pada Pasal 16 (g) dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik. pengertian informasi publik yang wajib disediakan oleh organisasi non-pemerintah adalah informasi lain yang ditetapkan oleh peraturan perundang-undangan. peraturan yang dimaksud berkaitan dengan hubungan hukum antara nasabah dengan bank yang berkaitan dengan informasi data pribadi apabila nasabah tidak mampu melakukan kewajibannya sebagai debitur, ataupun atas permintaan, persetujuan atau dari nasabah yang dibuat secara tertulis menurut ketentuan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998

Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan.

Lembaga publik baik pemerintah maupun non-pemerintah diberikan hak dan kewajiban atas informasi publik. pada Pasal 6 ayat (1) Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik dalam hal Badan Publik berhak menolak memberikan informasi yang dikecualikan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.hal tersebut berkaitan dengan informasi dengan hak-hak pribadi,khususnya hak-hak pribadi nasabah lembaga keuangan.

Lembaga keuangan bank sebagai lembaga publik non-pemerintah, mulai melanggar asas-asas dan prinsip tentang kepercayaan dan kerahasiaan bank.permasalahan terjadi ketika informasi atas data pribadi nasabah disalahgunakan oleh pihak bank. tindakan yang disalahgunakan berkaitan dengan informasi atas data pribadi nasabah seperti menemui mereka kerumahnya,memberikan pesan singkat melalui telepon seluler ,hingga menelepon mereka secara berulang-ulang setiap harinya, yang mereka dapatkan dari informasi atas data pribadi nasabah.selain itu lembaga keuangan bank juga telah menyalahgunakan haknya terhadap pemberian informasi yang berkaitan dengan hak-hak pribadi pada Pasal 6 ayat 3 (e) dan bank sebagai badan publik diberikan kewajiban pada Pasal 7 ayat 4 yang harus mempertimbangkan secara tertulis setiap kebijakan yang berkaitan dengan hak orang atas informasi publik dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Permasalahan mengenai pentingnya perlindungan informasi data pribadi pada nasabah lembaga keuangan mulai menguat seiring dengan meningkatnya nasabah yang menggunakan telepon seluler dan internet dalam melakukan transaksi. sejumlah kasus yang mencuat, terutama yang memiliki keterkaitan dengan kebocoran informasi data pribadi seseorang dan bermuara kepada aksi penipuan keuangan atau tindak kriminal pornografi, menguatkan wacana pentingnya pembuatan aturan hukum untuk melindungi data pribadi. perlindungan data pribadi berhubungan dengan konsep privasi. Konsep privasi sendiri adalah gagasan untuk menjaga integritas dan martabat pribadi<sup>11</sup>.

Permasalahan data pribadi pada nasabah lembaga keuangan semakin mencuat di era globalisasi dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat ini mengharuskan pemerintah segera mengesahkan Rancangan Undang-Undang tentang Perlindungan Data Pribadi. adanya pengaturan khusus mengenai perlindungan data pribadi tersebut diharapkan kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara akan terlindungi. Rancangan sudah memasuki tahun kedua pembahasan di pemerintahan, dan sudah tahun kedua masuk ke dalam Prolegnas 2018 dan 2019, dan menjadi Prolegnas Prioritas pada tahun 2019.<sup>12</sup> perkembangan Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi masih dalam tahap pengharmonisasian

---

<sup>11</sup> Wahyudi Djafar dan Asep Komarudin, *Perlindungan Hak Atas Privasi di Internet-Beberapa Penjelasan Kunci*, Elsam, Jakarta, 2014, hlm. 2.

<sup>12</sup> Padma Widyantari & Adi Sulistiyono, *PELAKSANAAN HARMONISASI RANCANGAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN DATA PRIBADI (RUU PDP)*, Jurnal Privat Law Vol. VIII No. 1 Januari-Juni 2020, hlm 119.

di bawah naungan Direktorat Jenderal Peraturan Perundang-undangan Kementerian Hukum dan HAM, khususnya di bawah sub Direktorat Industri, Perdagangan, Riset dan Teknologi, Direktorat.

Pengaturan perlindungan data pribadi terhadap nasabah lembaga keuangan merupakan langkah yang dapat menjamin dan dapat melindungi hak dasar warga negara dari penyalahgunaan informasi data pribadi. selain untuk meningkatkan kesadaran hukum lembaga keuangan dan oknum *telemarketer* untuk menghargai hak privasi nasabah. menjamin masyarakat khususnya nasabah untuk mendapatkan pelayanan yang aman dan nyaman dari kegiatan *telemarketing* yang dilakukan oleh lembaga keuangan dengan mempercepat pengesahan Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi menjadi Undang-Undang, sehingga Otoritas Jasa Keuangan sebagai lembaga yang melakukan pengawasan, pemeriksaan, penyidikan, perlindungan nasabah, dan tindakan lain terhadap lembaga keuangan dapat memberikan sanksi administratif/sanksi pidana atas penyalahgunaan nama, tanggal lahir, ID Nomor kartu, nomor paspor, karakteristik, sidik jari, status perkawinan, keluarga, pendidikan, pekerjaan, catatan kriminal, informasi kontak, kondisi keuangan, kegiatan sosial<sup>13</sup>.

Otoritas Jasa Keuangan sebagai Lembaga yang mengawasi lembaga keuangan perbankan mempunyai wewenang dalam menindak praktik *telemarketing* terhadap penyalahgunaan informasi atas data pribadi dalam

---

<sup>13</sup> Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi, hlm. 132.



Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013 Tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan Pasal 31 ayat (1) tentang kegiatan Pelaku Usaha Jasa Keuangan dilarang dengan cara apapun, memberikan data dan/atau informasi mengenai nasabah kepada pihak ketiga.”. selain itu dalam Salinan Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 4/SEOJK.07/2014 Tentang Kerahasiaan dan Keamanan Data dan/atau Informasi Pribadi Konsumen mewajibkan bahwa Lembaga Keuangan Perbankan meminta terlebih dahulu persetujuan tertulis dari nasabah dalam memberikan dan/atau menyebarluaskan Data Informasi atas Data Pribadi nasabah kepada pihak ketiga untuk tujuan apapun, kecuali ditetapkan lain dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Berdasarkan penjelasan tentang prinsip kerahasiaan dan kehati-hatian pada bank dapat dikecualikan bagi ketentuan peraturan perundang-undangan yang lain khususnya Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik dimana bank sebagai lembaga publik wajib memberikan dan mengumpulkan informasi atas data pribadi dengan tujuan meningkatkan peran Warga Negara Indonesia pada setiap keputusan kebijakan publik dan pengelolaan Badan Publik yang baik,serta akibat hukum yang dilakukan lembaga keuangan dalam menyalahgunakan informasi atas data pribadi dalam melakukan kegiatan *telemarketing*. membuat peneliti menjadikan bentuk informasi atas data pribadi yang disalahgunakan oleh *telemarketer* lembaga keuangan,dan tanggungjawab pelaku jasa keuangan atas perbuatan operator *telemarketer* yang merugikan

hak pribadi nasabah lembaga keuangan serta upaya yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan dalam penertiban *telemarketing* jasa keuangan terhadap hak pribadi pengguna seluler, sebagai petunjuk dalam penelitian tentang pelaksanaan praktik *telemarketing* terhadap penyalahgunaan informasi atas data pribadi pada lembaga keuangan menurut Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.

## **F. Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan suatu prosedur atau metode untuk memperoleh pengetahuan atau kebenaran yang benar melalui langkah-langkah sistematis<sup>14</sup>.

Metode penelitian tentang pelaksanaan *telemarketing* pada lembaga keuangan dalam rangka perlindungan atas informasi data pribadi menurut Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik menurut langkah-langkah berikut akan peneliti gunakan dalam menulis rekomendasi untuk penelitian ini :

### **1. Spesifikasi Penelitian**

Spesifikasi penelitian yang peneliti gunakan adalah spesifikasi Deskriptif Analitis yaitu penelitian yang menjelaskan dan menganalisis suatu peraturan perundang-undangan yang berlaku, lalu dikaitkan dengan teori-teori yang ada dalam perlindungan data pribadi

---

<sup>14</sup> Soekanto, *Sri Mamudji, Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 1995, hlm. 2.

serta metode-metode pemasaran yang dilakukan lembaga keuangan apakah sesuai dengan ketentuan perundang-undangan atau tidak, hingga hal-hal yang memuat informasi atas data pribadi menurut Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.

## 2. Metode Pendekatan

Metode pendekatan dalam penelitian dilakukan dengan cara mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu dengan jalan menganalisisnya Yuridis-Normatif<sup>15</sup>.dimana penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kepada perundang-undangan (*statute approach*) yang berhubungan dengan ketentuan aturan yang satu dengan ketentuan aturan yang lainnya serta kaitannya dengan pelaksanaan.<sup>16</sup>

Metode pendekatan dalam penelitian terhadap pelaksanaan *telemarketing* pada lembaga keuangan dalam rangka melindungi informasi atas data pribadi menurut Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik mengarah kepada pasal-pasal tentang pelaksanaan *telemarketing* dalam lembaga keuangan,serta jenis-jenis data pribadi yang diatur oleh ketentuan perundang-undangan khususnya Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.

---

<sup>15</sup> Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif, Pemahaman Filosofis dan Metodologis Ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 83.

<sup>16</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 1984, hlm. 20.

### 3. Tahap Penelitian

Tahap penelitian ini dilakukan dengan menggunakan 2 tahap penelitian yaitu :

- a. Penelitian kepustakaan<sup>17</sup> merupakan suatu penelitian terhadap data sekunder yang digunakan untuk mencari suatu teori, konsep, asumsi, atau penemuan yang berkaitan dengan pokok permasalahan dalam penelitian ini. penelitian yang dilakukan untuk mencari data sekunder :
  1. Bahan Hukum Primer yaitu bahan hukum yang berkaitan dengan peraturan perundang-undangan. bahan hukum yang digunakan dalam penelitian yaitu :
    - a. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
    - b. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
    - c. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan
    - d. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
    - e. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi

---

<sup>17</sup> Ronny Hanitijo Soemitro, S.H, *Metode Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1988, hlm. 97.

- f. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2006 Tentang Administrasi Kependudukan
- g. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik
- h. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2011 Tentang Otoritas Jasa Keuangan
- i. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik
- j. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013 Tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan
- k. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik
- l. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Tentang POJK Nomor : 31/POJK.07/2020 Tentang Penyelenggaraan Layanan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan
- m. Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi

## 2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan Hukum Sekunder adalah bahan hukum yang dapat memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer. bahan hukum yang diambil dari dari hasil karya ilmiah

para sarjana, dan dari tulisan-tulisan yang ada pada jurnal-jurnal yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi menurut keterbukaan informasi publik, perlindungan konsumen dalam lembaga keuangan, dan ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai pelaksanaan *telemarketing* lembaga keuangan dalam melindungi informasi data pribadi nasabah menurut Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik

### 3. Bahan Hukum Tersier

Bahan Hukum Tersier merupakan bahan hukum yang dapat memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder. Bahan hukum tersier tersebut adalah media internet. penelitian ini dilakukan dengan mengutip dari tulisan-tulisan yang ada di internet tentang pelaksanaan *telemarketing* pada lembaga keuangan dalam rangka perlindungan atas informasi data pribadi menurut Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.

- b. Studi penelitian lapangan sekunder diperoleh dan didapatkan peneliti secara tidak langsung dari pihak-pihak yang berkaitan dengan pelaksanaan *telemarketing* pada Lembaga Keuangan dalam rangka perlindungan atas informasi data pribadi menurut Undang-Undang Nomor 14 tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi

Publik. penelitian sekunder dilakukan dengan mengikuti dan mengambil data dari webinar-webinar yang diselenggarakan oleh Otoritas Jasa Keuangan dengan tema yang berhubungan terhadap perlindungan informasi data pribadi nasabah pada lembaga keuangan terhadap pelaksanaan *telemarketing* serta webinar yang diadakan oleh Komisi Informasi yang berhubungan dengan tanggung jawab lembaga keuangan dalam melindungi informasi publik yang bersifat pribadi terhadap nasabah serta penyelesaian sengketa informasi publik pada lembaga keuangan pribadi *telemarketing* terhadap penyalahgunaan informasi atas data pribadi pada Lembaga Keuangan menurut Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan, penelitian akan dilakukan dengan beberapa metode sebagai berikut :

- a. Dokumentasi adalah metode yang mengumpulkan data dan pencatatan *file* atau dokumen yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan<sup>18</sup>. pendapat Suharsimi Arikunto tentang dokumentasi merupakan istilah awal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. dalam melaksanakan dokumentasi, peneliti akan meneliti benda-benda tertulis<sup>19</sup>. hal tersebut sama

---

<sup>18</sup> *Ibid.*, hlm. 66.

<sup>19</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta, Jogjakarta, 1991, hlm. 131.

dengan metode penelitian normatif atau kepustakaan yang bahan hukumnya bersifat tertulis. hipotesis Suharsimi Arikunto juga menerangkan mengenai dokumen. saat menggunakan metode penelitian sastra, fokusnya adalah memeriksa objek tertulis. hal tersebut sesuai dengan jenis penelitian literatur normatif yang digunakan untuk menyusun bahan hukum dalam penelitian yang dilakukan berkaitan dengan pelaksanaan *telemarketing* pada lembaga keuangan dalam rangka perlindungan informasi atas data pribadi menurut Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik. dokumen yang digunakan antara lain artikel, jurnal, buku, peraturan perundang-undangan dan lain-lain yang berkaitan dengan kesimpulan hukum. oleh sebab itu teknik yang akan digunakan penelitian ini berupa dokumen-dokumen, sebagaimana dijelaskan pada bagian sumber, jenis data yang dibahas sebelumnya meliputi buku hukum, jurnal, dan makalah.

- b. Penelitian lapangan merupakan data-data tentang objek penelitian yang diperoleh langsung dari hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi. observasi merupakan teknik pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengamati secara langsung objek-objek yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian mengenai pelaksanaan *telemarketing* pada lembaga keuangan dalam memberikan perlindungan terhadap informasi data pribadi nasabah



menurut Keterbukaan Informasi Publik dengan tujuan memperoleh data yang komprehensif.

- c. Wawancara merupakan metode yang memperoleh informasi dengan menanyakan secara tidak langsung kepada pihak yang berwenang dalam menurut Keterbukaan Informasi Publik. pihak-pihak yang akan diwawancarai untuk memperoleh data-data sekunder diantaranya, anggota Deputy Komisioner Edukasi dan perlindungan Konsumen Otoritas Jasa Keuangan, dan Direktur Direktur Eksekutif Departemen Pengembangan UMKM Bank Indonesia, serta Ketua Komisi Informasi Republik Indonesia dalam webinar yang diikuti oleh peneliti.

## **5. Alat Pengumpul Data**

Alat pengumpulan data melalui dokumen penelitian atau bahan pustaka dan wawancara. ini merupakan alat pengumpulan data melalui data tertulis atau wawancara langsung dengan pihak terkait.

- a. Alat pengumpulan data dalam penelitian kepustakaan berupa laptop, komputer, dan buku catatan.
- b. Alat pengumpulan data dalam penelitian lapangan berupa rekaman, *handphone*, serta daftar pertanyaan yang akan dibuat oleh peneliti.

## **6. Analisis Data**

Analisis merupakan proses yang sistematis dan konsisten untuk menyelesaikan gejala atau permasalahan tertentu. penjelasan tersebut,

dapat disimpulkan bahwa analisis sangat erat kaitannya dalam metode permasalahan.<sup>20</sup> oleh sebab itu, cara dalam menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah terhimpun dilakukan dengan menggunakan metode analisis Normatif-Kualitatif. Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji menguraikan tentang normatif-kualitatif dilakukan dengan cara menguraikan data-data yang diperoleh berdasarkan norma-norma hukum, doktrin hukum, teori-teori, serta kaidah yang relevan dengan pokok permasalahan<sup>21</sup>. berkaitan dengan pelaksanaan *telemarketing* pada lembaga keuangan dalam memberikan perlindungan informasi data pribadi nasabah menurut Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.

## 7. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti diantaranya :

- a. Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Pasundan yang beralamat di Jl. Lengkong Dalam No.17, Cikawao, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40251.
- b. Kantor Pusat Otoritas Jasa Keuangan yang bertempat di Gedung Soemitro Djojohadikusumo, Jl. Lap. Banteng Timur No.2-4, Ps. Baru, Kecamatan Sawah Besar, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10710.

---

<sup>20</sup> Soerjono Soekanto, *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*, CV Rajawali, Jakarta, 1982, hlm.37.

<sup>21</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, *Penelitian Hukum Normatif*, PT.Grafindo Media Pratama : Jakarta, 2010, hal 98.

- c. Komisi Informasi Pusat Republik Indonesia yang beralamat di Wisma BSG Lantai 9, Jalan Abdul Muis Nomor. 40, *South* Petojo, Gambir, RT.1/RW.8, Petojo Sel., Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10160.