

PELINDUNGAN KONSUMEN DI BIDANG SISTEM PEMBAYARAN DALAM PANDANGAN SOSIOLOGI HUKUM

Dedean Herawani Hasibuan, Dedi Harianto
Universitas Sumatera Utara

dhdean010589@gmail.com

Abstract : *Innovation in digital financial products provides benefits in the form of wider accessibility and inclusiveness, but at the same time raises various types of new risks for consumers, such as cyber security and data protection. The use of technology and data plays an important role in supporting the implementation of consumer protection elements, so readiness is required in aspects of infrastructure, business processes and human resources. It is hoped that ongoing collaboration between regulators, business players and law enforcement can increase success in protecting consumers of digital financial services and contribute to creating financial system stability. In the digital era that continues to develop rapidly, market practices, consumer protection and data privacy are the main focus in maintaining integrity and public trust. Carrying out economic activities in this context not only requires a deep understanding of market dynamics, but also the enforcement of applicable ethical and legal norms.*

Submit: **Keyword :** *Consumer Protection, Payment System, Financial Services.*

Review: **Abstrak :** Inovasi pada produk keuangan digital memberikan manfaat berupa aksesibilitas dan inklusifitas yang lebih luas, namun sekaligus memunculkan berbagai jenis risiko baru bagi konsumen seperti keamanan siber hingga penyalahgunaan data. Penggunaan teknologi dan data berperan penting dalam mendukung implementasi elemen-elemen perlindungan konsumen, sehingga diperlukan kesiapan pada aspek infrastruktur, proses bisnis, dan sumber daya manusia. Kolaborasi antara regulator, pelaku bisnis, dan penegak hukum yang berkelanjutan diharapkan dapat meningkatkan keberhasilan dalam melindungi konsumen jasa layanan keuangan digital dan turut menciptakan stabilitas sistem keuangan. Dalam era digital yang terus berkembang pesat, praktik pasar, perlindungan konsumen, dan privasi data menjadi fokus utama dalam menjaga integritas dan kepercayaan publik. Penyelenggaraan aktivitas ekonomi dalam konteks ini tidak hanya memerlukan pemahaman mendalam mengenai dinamika pasar, tetapi juga penegakan norma-norma etika dan hukum yang berlaku.

Publish: **Kata Kunci :** *Pelindungan Konsumen, Sistem Pembayaran, Layanan Keuangan*

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang begitu cepat menuntut adanya adaptasi terhadap kerangka regulasi yang ada, terutama dalam hal perlindungan konsumen. Sejumlah tantangan baru dan potensi risiko muncul, seperti berbagai modus baru kejahatan menggunakan teknologi digital. Tantangan ini juga dihadapi Indonesia yang memiliki masyarakat produktif yang mencapai sekitar 192 juta dan dengan segmen masyarakat yang beragam. Pelindungan konsumen dipandang sangat penting sebagai kebutuhan yang harus diperkuat guna meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap penggunaan produk dan jasa keuangan. Di satu sisi, pandemi mengubah kebiasaan masyarakat dalam melakukan transaksi dimana Bank Indonesia sebelumnya telah gencar mengkampanyekan *cashless society*. Walaupun saat ini penggunaan uang tunai juga mulai meningkat kembali, perlu adanya pelindungan konsumen untuk meminimalisir risiko yang muncul dengan adanya inovasi sistem pembayaran. Apabila melihat pemberitaan yang beredar, keluhan masyarakat mengenai penggunaan transaksi elektronik mulai bermunculan seperti pada penggunaan *Paylater*, kartu kredit, dan transfer antarbank melalui *mobile banking*. Konsumen selalu mengharapkan *experience* yang serba praktis dan menguntungkan. Dari perspektif *behavior*, manusia cenderung bersifat tamak atau *greedy* untuk mencapai *financial goals* dimana kerap kali terlupakan untuk memperhatikan aspek lain seperti keamanan dalam melakukan transaksi dan investasi. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan pelindungan konsumen dalam era digital agar konsumen dapat merasa aman dan nyaman dalam melakukan transaksi *online*.

Latar belakang dan tujuan meningkatkan pelindungan konsumen dalam era digital adalah untuk memastikan bahwa konsumen dilindungi dari ancaman digital dan kepentingan konsumen terjaga. Tujuan lainnya adalah untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang hak-hak dan memberikannya alat yang tepat untuk melindungi diri konsumen. Selain itu, tujuan lainnya adalah untuk memastikan bahwa pelaku usaha mematuhi peraturan dan memberikan layanan yang aman dan andal kepada konsumen. Tingkat inklusi di Indonesia meningkat sebesar 50 persen namun tingkat literasinya masih rendah sedangkan kedua aspek tersebut seharusnya sejajar. Sehingga, akses terhadap *financial services* menjadi mudah, namun masyarakat juga tetap memiliki pemahaman yang baik terhadap seluruh produk keuangan yang ditawarkan. Dari sisi Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK) pastinya memiliki konflik kepentingan karena adanya budaya insentif. Budaya insentif dengan pendekatan *marketing outsourcing* biasanya hanya memaparkan satu sisi

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

kebaikan saja dengan pengemasan yang apik tanpa menjelaskan risikonya bagi konsumen. Layanan keuangan digital akan terus membuat kontribusi yang positif terhadap ekonomi. Pemerintah dan regulator perlu mengantisipasi model bisnis baru dalam sektor keuangan dan mendukung perkembangan inovasi di bidang tersebut sekaligus memberikan perhatian khusus terhadap perlindungan konsumen. Industri perlu berkolaborasi untuk meningkatkan investasi dan bisnis sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi.

Tujuan perlindungan konsumen tidak hanya berlaku bagi konsumen, namun juga dapat dilihat dari sisi pelaku usaha. Dari sisi konsumen, tujuan perlindungan konsumen adalah untuk memberdayakan, meningkatkan kesadaran, kemandirian, harkat dan martabat konsumen dalam menuntut haknya serta sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan transparansi. Sementara itu dari sisi pelaku usaha, tujuan perlindungan konsumen adalah untuk menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga dapat meningkatkan kualitas barang dan jasa yang dapat menjamin kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen. Secara lebih luasnya, apabila tujuan dari sisi konsumen dan pelaku usaha tercapai, maka loyalitas konsumen akan semakin meningkat karena kualitas barang dan jasa yang meningkat. Hal ini kemudian akan berpengaruh terhadap tingkat persaingan yang juga ikut meningkat, sehingga pertumbuhan ekonomi semakin tinggi.

METODE

Metode Penelitian yang digunakan dalam tulisan ini yaitu penelitian hukum sebagai proses untuk memberikan solusi terhadap isu hukum yang ada dengan mengarah pada metode yuridis normatif.¹ dalam penelitian ini menggunakan sumber data sekunder dengan bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Spesifikasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif analitis, yaitu menggambarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dikaitkan dengan teoriteori hukum dan praktek pelaksanaan hukum positif yang menyangkut permasalahan yang telah dirumuskan.²

¹ Rahmat Ramadhani, dkk, "Urgensi Penataan Akses Permodalan Pasca-Redistribusi Tanah Di Provinsi Sumatera Utara", *SANKSI: Seminar Nasional Hukum, Sosial dan Ekonomi*, (2023): p. 100.

² Ismail Koto, "Perkembangan Hak Kekayaan Intelektual Komunal Di Indonesia", *SANKSI: Seminar Nasional Hukum, Sosial dan Ekonomi*, (2023): p. 169.

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi pasar digital di Indonesia tergolong sangat besar dan menjanjikan, dilihat dari populasi Indonesia yang mencapai 270,20 juta jiwa dengan 70,72% merupakan usia produktif dan 53,81% merupakan generasi milenial dan generasi Z. Dengan komposisi penduduk yang didominasi oleh generasi muda yang produktif, pergeseran perilaku dan ekspektasi masyarakat terhadap layanan digital tidak dapat dihindari, termasuk layanan digital pada sektor perbankan. Sektor perbankan dituntut semakin inovatif dengan menyesuaikan ekspektasi pasar yang bersifat *personalized*, mudah diakses, *seamless*, cepat, transparan, dan aman. Peningkatan pengguna *smartphone* di Indonesia merupakan *game changer* potensi digitalisasi di Indonesia. Dalam kurun waktu 11 tahun, pengguna *smartphone* di Indonesia meningkat secara signifikan yaitu hampir 9 kali lipat. Berdasarkan Statista (2022), tingkat penetrasi *smartphone* di Indonesia diproyeksikan mencapai 82,45% pada tahun 2026. Persentase *mobile connection* terhadap populasi Indonesia juga telah mencapai 125,6% dengan 94,9% diantaranya telah terkoneksi dengan broadband connection. Berdasarkan data *Date Reportal* (2021), 39,2% pengguna *mobile app* yang berusia 16-64 tahun mengakses aplikasi perbankan dan layanan keuangan. Sejalan dengan data tersebut, hasil survei literasi digital di Indonesia yang dilakukan Katadata dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) pada 2021 terkait layanan perbankan yang dimiliki dan digunakan, aplikasi Dompot Digital dimiliki dan digunakan oleh 65,4% responden, terbanyak ketiga setelah ATM Bank (73,5%) dan Rekening Bank (73,1%). Selanjutnya, menurut data Bank Indonesia pada Oktober 2023, pertumbuhan nilai transaksi dengan QRIS juga mengalami peningkatan, yaitu 178,57% (mtm). Adapun nilai transaksi digital banking mengalami peningkatan sebesar 6,29% (mtm). Selain maraknya penggunaan aplikasi perbankan dan layanan keuangan, pertumbuhan nilai transaksi dengan uang elektronik juga mengalami peningkatan sebesar 14,11% (mtm).

Perkembangan teknologi yang cepat tidak dibarengi dengan peningkatan literasi digital konsumen sebagai pengguna *smartphone*, ekonomi digital, dan sistem pembayaran. Pada 2022, Kemenkominfo mencatat indeks literasi digital secara nasional adalah sebesar 3,54 dari skala 5, meningkat dibandingkan 2021 sebesar 3,49. Berdasarkan survei tersebut, hal yang perlu ditingkatkan adalah kepedulian terhadap Pelindungan data pribadi dan keamanan *gadget*. Indeks literasi digital disusun dari berbagai variabel seperti *digital skill*, *digital ethics*, *digital safety* dan digital culture. Berdasarkan *gender*, secara umum indeks literasi digital laki-laki dan perempuan relatif sama, hanya secara terinci laki-laki

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

sedikit lebih baik dari perempuan dan perempuan relatif sama, hanya secara terinci laki-laki sedikit lebih baik dari perempuan.

Survei OJK 2022 mencatat gap sebesar 35% antara indeks inklusi keuangan dan literasi keuangan. Indeks literasi keuangan sebesar 49,8% sedangkan indeks inklusi keuangan sebesar 85,10%. Hal tersebut menunjukkan banyak konsumen yang belum memahami produk dan layanan jasa keuangan yang digunakan. Berdasarkan Survei Nasional Pelindungan Konsumen Bank Indonesia 2023 yang dilakukan terhadap responden produk dan jasa pembayaran berupa alat pembayaran menggunakan kartu (APMK) dan uang elektronik (UE), Indeks Keberdayaan Konsumen Sistem Pembayaran (IKK-SP) secara rata-rata adalah 64,67 atau di level Kritis. Level Kritis ini menggambarkan bahwa konsumen telah mampu dan berani menyampaikan/mengadukan pendapat/masalah ketika ada hak-haknya yang tidak dipenuhi atau adanya beban berlebih atas kewajibannya, serta mampu mengenali risiko dan menghindarinya.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Katadata, tingkat pelindungan data pribadi mayoritas (56,6%) masih tergolong rendah. Hal ini ditandai dengan pencatuman data pribadi masyarakat di media sosial, yaitu 61% responden mencantumkan nomor telepon pribadi, 57,3% mencantumkan tanggal lahir, 34,6% mencantumkan alamat rumah, dan 18,3% mencantumkan nama anggota keluarga beserta hubungan keluarga. Masih berangkat dari data survei yang sama oleh Katadata, 67,3% tingkat keamanan gadget masyarakat Indonesia masih tergolong rendah. Mayoritas (91,3%) pengguna gadget menggunakan sandi atau pola untuk membuka layar *handphone* dalam rangka menjaga tingkat keamanan *gadget* yang digunakan. Selanjutnya, sebesar 36,7% menggunakan fitur pencocokan sidik jari (*fingerprint authentication*) dan 13,5% menggunakan fitur pencocokan wajah (*face authentication*). Namun demikian masih terdapat 15,5% pengguna *gadget* yang tidak melakukan usaha apapun. Di sisi lain, tantangan yang semakin marak di masyarakat adalah terkait dengan *social engineering* (soceng). *Social engineering* adalah upaya untuk memanipulasi aspek psikologis manusia untuk melakukan sesuatu yang tidak seharusnya. Terdapat beberapa karakteristik *social engineering* yaitu berasal dari nomor dan email tidak dikenal/tidak resmi, berisi tawaran dan informasi yang mencurigakan dan membuat panik, mengharuskan membuka link yang terlihat tidak resmi, meminta data pribadi dan kode rahasia, serta penghubung tidak dapat membuktikan identitasnya. Berikut jenis-jenis serangan *social engineering*:

1. *Email Scam* : email berisi penawaran dan informasi mencurigakan dengan indikasi penipuan;

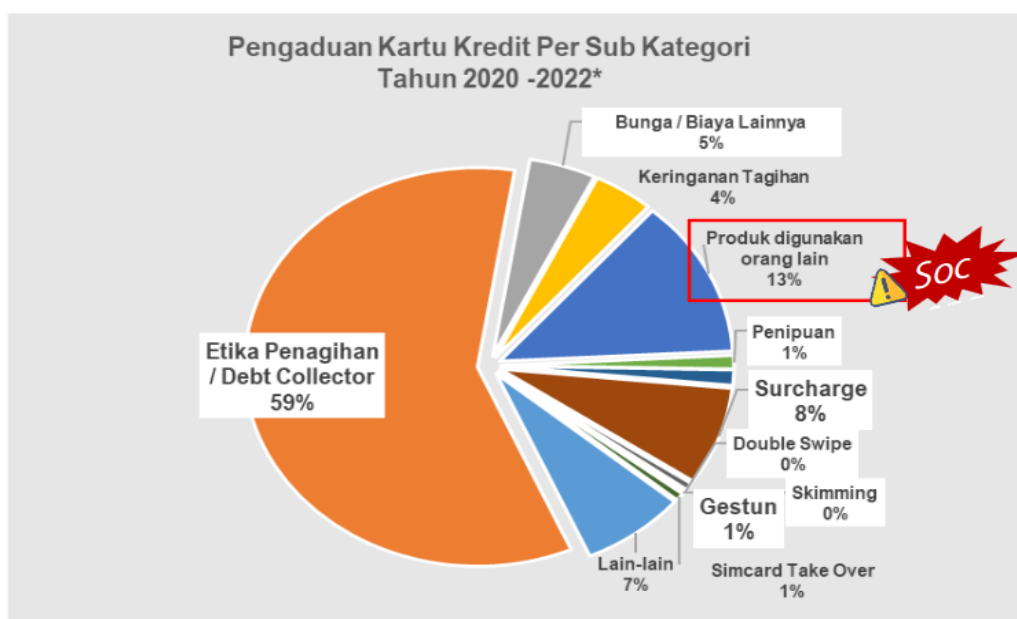
JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

2. SMS/WhatsApp Scam, melakukan penawaran dan informasi mencurigakan di SMS/WA dari nomor tidak dikenal;
3. Scam Call, panggilan berisi penawaran dari nomor yang tidak resmi dan tidak dikenal;
4. Web/Link Scam, iklan diwebsite yang mengarahkan untuk klik link mencurigakan; dan
5. Social Media Scam, tawaran dan iklan mencurigakan di sosial media dari akun yang tidak resmi.

Beberapa jenis serangan *social engineering* biasanya berupa penipuan atau scam melalui beberapa *platform* seperti *email*, pesan singkat maupun *Whatsapp*, telepon, *web/link*, dan media sosial. *Social engineering* biasanya menggunakan modus mengenai pemberian hadiah, scam biaya administrasi, alamat *email* palsu, aplikasi palsu, scam kartu kredit, *call center* palsu, dan scam ke *merchant* QRIS. Penipu juga memberikan informasi palsu yang biasanya berakhir dengan pemberian kode OTP oleh konsumen sehingga penipu berhasil mengambil alih akun konsumen. Pengaduan konsumen kepada Bank Indonesia terkait isu *social engineering* didominasi oleh aduan dengan penyebab sebagai berikut :

1. Kartu Kredit

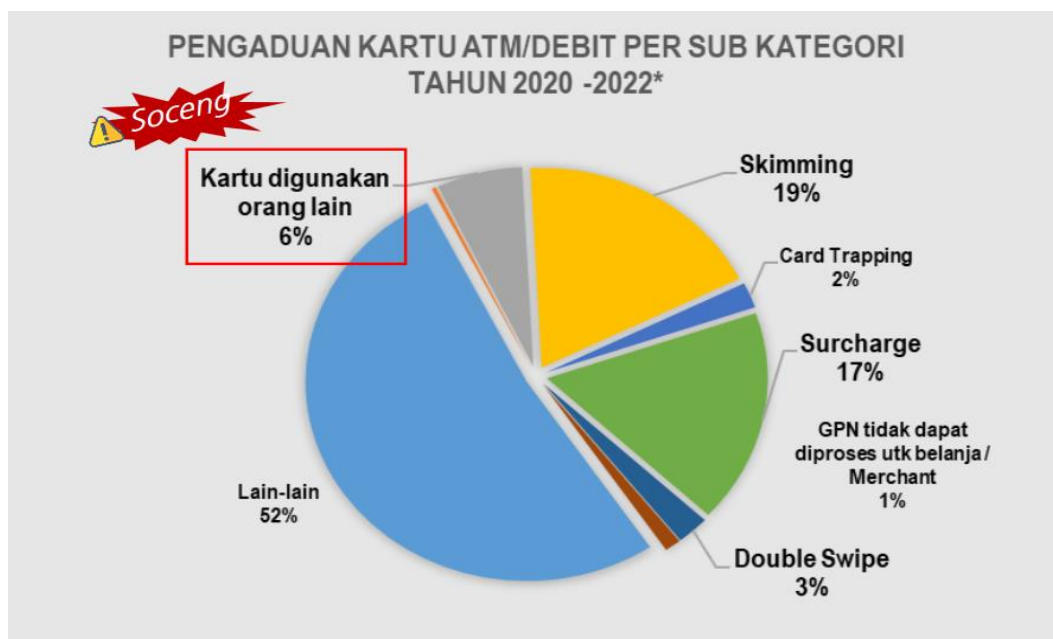


Sumber: Bank Indonesia (2022)

Gambar 1. Pengaduan Kartu Kredit Sub Kategori Tahun 2020 – 2022

Penyebab pengaduan kartu kredit terbanyak terkait dengan etika penagihan *debt collector* sebanyak 2.361 aduan.

2. Kartu Debet

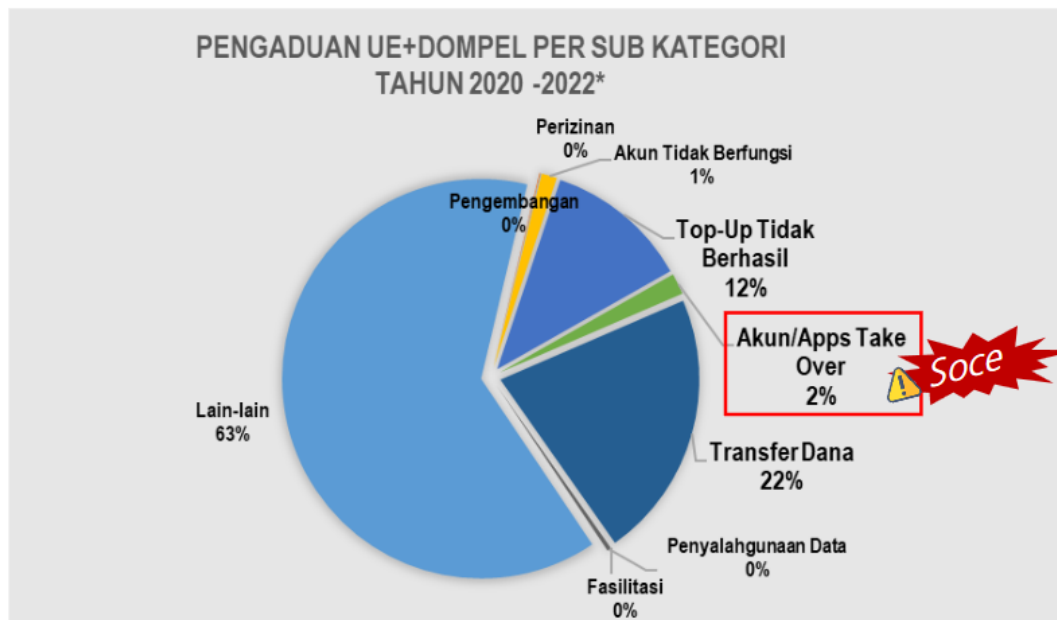


Sumber: Bank Indonesia (2022)

Gambar 2. Pengaduan UE dan Dompot Elektronik Per Sub Kategori 2020 – 2022

Penyebab pengaduan kartu ATM/Debit terbanyak terkait skimming sebanyak 170 aduan dan surcharge sebanyak 159 aduan. Pengaduan lain-lain kartu debit mencakup permintaan informasi umum seperti biaya penarikan ATM, penggantian kartu, gagal transaksi, kartu tertelan di mesin ATM, serta ketentuan umum seperti mekanisme dan biaya.

3. Uang Elektronik (UE) dan Dompel Elektronik (Dompel)



Sumber: Bank Indonesia

Gambar 3. Pengaduan UE dan Dompel Elektronik Per Sub Kategori 2020 – 2022

Penyebab pengaduan UE dan Dompel terbanyak terkait transfer dana sebanyak 520 aduan dan top-up tidak berhasil sebanyak 280 aduan. Pengaduan lain-lain UE mencakup permintaan informasi umum seperti permintaan informasi perusahaan terdaftar *e-money* dan *wallet*, informasi perizinan/*e-licensing*, serta ketentuan umum seperti mekanisme dan biaya.

Undang-Undang (UU) No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan inisiator UU terkait Pelindungan Konsumen. UU No.8 Tahun 1999 menyebutkan bahwa penerapan dan pelindungan konsumen melalui pengawasan dan pembinaan oleh Pemerintah. Hak konsumen dan Pelaku Usaha dapat diatur dalam Peraturan Perundang-Undangan lainnya. Selanjutnya, Pemerintah mengesahkan UU No. 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan (UU P2SK) yang menjadi payung dari amandemen tujuan dan instrumen kebijakan Bank Indonesia saat ini terutama dalam sistem pembayaran dan pelindungan konsumen di Sektor Jasa Keuangan. Dengan UU P2SK, tujuan Bank Indonesia adalah mencapai stabilitas nilai rupiah, memelihara stabilitas Sistem Pembayaran, dan turut menjaga Stabilitas Sistem Keuangan dalam rangka mendukung pertumbuhan

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

ekonomi. Bank Indonesia sesuai kewenangan yang diberikan oleh UU P2SK juga diberikan kewenangan dan tanggung jawab yang berkaitan dengan pengawasan jasa sistem pembayaran agar masyarakat luas dapat memperoleh jasa sistem pembayaran yang efisien, cepat, tepat, dan aman. Terkait dengan perlindungan konsumen, disebutkan dalam UU P2SK bahwa otoritas sektor keuangan berwenang melakukan pengaturan dalam rangka perlindungan konsumen dan masyarakat di sektor keuangan. Sebagai respon atas penerbitan UU P2SK, Bank Indonesia telah menerbitkan PBI No.3 Tahun 2023 tentang Pelindungan Konsumen Bank Indonesia. Terdapat 7 pokok perubahan dalam PBI Pelindungan Konsumen Bank Indonesia yaitu (i) Penyesuaian Ketentuan Umum, (ii) Pengembangan Prinsip Pelindungan Konsumen, (iii) Penambahan Hak dan Kewajiban Konsumen dan Penyelenggara, (iv) Pelaporan, (v) Penguatan Pelindungan Data dan/atau Informasi Konsumen, (vi) Penanganan Pengaduan Konsumen dan Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa (LAPS), dan (vii) Sanksi Administratif. Berikut merupakan hak dan kewajiban penyelenggara dan konsumen berdasarkan PBI No. 3 Tahun 2023 Bab IV:

Tabel I Hak dan Kewajiban Penyelenggara dan Konsumen

PENYELENGGARA	
HAK	KEWAJIBAN
1. Menerima pembayaran sesuai dengan nilai atau harga, dan/atau biaya terhadap produk dan/atau layanan yang disepakati dengan Konsumen	1. Menerapkan prinsip Pelindungan Konsumen; a. Prinsip kesetaraan dan perlakuan keadilan; b. Penerapan keterbukaan dan transparansi; c. Penerapan prinsip edukasi dan literasi; d. Penerapan prinsip perilaku bisnis yang bertanggungjawab; e. Penerapan prinsip perlindungan aset konsumen terhadap penyalahgunaan;
2. Memastikan adanya itikad baik dan transparansi Konsumen; dan/atau Konsumen;	
3. Mendapatkan informasi dan/atau literasi dokumen yang jelas, akurat, benar, dan tidak menyesatkan bagi konsumen;	
4. Mendapat perlindungan hukum dari aset konsumen	

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

terhadap tindakan Konsumen yang beritikad penyalahgunaan tidak baik; 5. Melakukan pembelaan diri di dalam data dan informasi konsumen penyelesaian sengketa Konsumen, berdasarkan ketentuan perundang – undangan; 6. Mendapatkan rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh Penyelenggara 7. Hak lain yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang – undangan.	f. Penerapan prinsip perlindungan data dan informasi konsumen g. Penerapan prinsip penanganan dan penyelesaian pengaduan yang efektif h. Penerapan prinsip peenegakan kepatuhan i. Kewajiban Penyelenggara dalam kerja sama Penyelenggara 2. Menginformasikan dan memastikan Konsumen mengetahui hak dan kewajiban Konsumen.
KONSUMEN	
HAK	KEWAJIBAN
1. Mendapatkan keamanan dalam menggunakan produk dan/atau memanfaatkan layanan sesuai yang ditetapkan dalam ketentuan peraturan perundang-undangan dan/atau perjanjian; 2. Memilih produk dan/atau layanan; 3. Mendapatkan produk dan/atau layanan sesuai dengan penawaran yang dijanjikan dan/atau sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;	1. Mendengarkan penjelasan informasi mengenai produk dan/atau layanan yang disampaikan dengan metode pemasaran tertentu oleh Penyelenggara sebelum membeli produk dan/atau layanan Penyelenggara; 2. Membaca, memahami, dan melaksanakan dengan benar perjanjian dan/atau dokumen penggunaan produk dan/atau layanan; 3. Beritikad baik dalam penggunaan produk dan/atau layanan; 4. Memberikan informasi dan/atau dokumen yang

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

4. Mengakses data dan/atau informasi Konsumen yang dikelola oleh Penyelenggara; 5. Mendapatkan informasi mengenai, produk dan/atau layanan yang jelas, akurat, benar, mudah diakses, dan tidak berpotensi menyesatkan; 6. Didengar pendapat dan pengaduannya atas produk yang digunakan dan/atau layanan yang dimanfaatkan; 7. Mendapat edukasi keuangan; 8. Diperlakukan atau dilayani secara benar; 9. Mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penanganan pengaduan dan penyelesaian sengketa Konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan; 10. Mendapatkan ganti rugi apabila produk dan/atau layanan yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan; dan 11. Hak lain yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang - undangan	- jas, akurat, benar, dan tidak menyesatkan; 5. Membayar sesuai dengan nilai atau harga dan/atau biaya atas produk dan/atau layanan yang disepakati dengan Penyelenggara; dan 6. Mengikuti upaya penyelesaian sengketa Pelindungan Konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan.
--	--

Ketentuan Pelindungan konsumen di Bank Indonesia terdiri dari PBI Pelindungan Konsumen No. 3 Tahun 2023 yang merupakan penyempurnaan dari PBI sebelumnya dan merupakan respon dari UU P2SK. Pelindungan konsumen Bank Indonesia dilaksanakan dengan prinsip-prinsip berikut:

1. Kesenjamaan dan perlakuan yang adil

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

Penyelenggara wajib memberikan kesetaraan akses kepada konsumen, layanan khusus pada konsumen berkebutuhan khusus, memiliki pedoman penetapan biaya, memperhatikan asas keseimbangan, keadilan, dan kewajaran dalam membuat perjanjian baku.

2. Perilaku bisnis yang bertanggung jawab
Kewajiban penyelenggara menerapkan perilaku bisnis yang bertanggung jawab serta mengacu pada prinsip internasional, kesepakatan asosiasi, dan/atau norma umum lainnya.
3. Pelindungan aset konsumen terhadap penyalahgunaan
Kewajiban penyelenggara menjaga keamanan aset konsumen yang berada dalam tanggungjawabnya, kewajiban menyediakan informasi mengenai pemanfaatan produk/jasa, serta perkembangan aset konsumen.
4. Keterbukaan dan transparansi
Kewajiban memberikan informasi mengenai fitur produk (biaya, manfaat, dan risiko); informasi diberikan secara akurat, terkini, jujur, jelas, dan tidak menyesatkan (termasuk dalam hal pemasaran iklan).
5. Edukasi dan literasi
Kewajiban penyelenggara memberikan edukasi dalam rangka meningkatkan literasi konsumen, melakukan edukasi secara terencana, terukur, dan berkelanjutan.
6. Pelindungan data dan/atau informasi Konsumen
Kewajiban penyelenggara menjaga kerahasiaan dan keamanan data dan/atau informasi konsumen, memastikan pihak ketiga yang bekerjasama menjaga kerahasiaan, dan serta keamanan data dan/atau informasi konsumen.
7. Penanganan dan penyelesaian pengaduan yang efektif
Kewajiban menangani dan menyelesaikan pengaduan konsumen, serta larangan mengenakan biaya kepada konsumen atas pengaduan yang diajukan.
8. Penegakan kepatuhan
9. Penyelenggara wajib memastikan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan mengenai pelindungan konsumen.

PENUTUP

Dari pembahasan di atas dapat diambil beberapa kesimpulan, tren perkembangan sistem pembayaran baik tunai maupun non-tunai terus mengalami peningkatan baik dari sisi nominal maupun volume transaksi. Salah satunya didukung oleh perkembangan teknologi komunikasi dan

JURNAL SOMASI

SOSIAL HUMANIORA KOMUNIKASI

informatika yang sangat pesat sehingga menciptakan berbagai inovasi yang memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi sistem pembayaran secara elektronis dimana saja dan kapan saja. Inovasi tersebut antara lain layanan finansial melalui mesin, kartu ATMd, kartu kredit, uang elektronik (*e-money*) dan transfer dana. Kemudahan dalam mendapatkan uang tunai serta berbagai layanan *payment gateway/payment processor* yang saat ini tumbuh subur di Indonesia. Berbagai layanan tersebut telah membantu masyarakat dalam memperoleh akses finansial dengan lebih mudah. Berbagai produk finansial tersebut telah berkembang dengan pesat dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam sehari-hari. Perkembangan ini membuat diiringi dengan peningkatan perlindungan konsumen dalam sistem pembayaran. Peranan perangkat hukum sangat penting untuk menjamin adanya aspek legalitas dalam penyelenggaraan sistem pembayaran.

REFERENSI

- Amirullah 2002. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Artauli, Areta. (2023). *Penerapan Perlindungan Konsumen dalam Praktik Non-Bank*. Bahan Ajar IHT (SPR 1306) Market Conduct, Consumer Protection and Data Privacy Tahun 2023.
- Cahyo, Ibnu. (2023). *Perlindungan Konsumen dan Proteksi Data di Era Digital : Regulasi, Pengawasan dan Mitigasi Risiko*, Bahan Ajar IHT (SPR 1306) Market Conduct, Consumer Protection and Data Privacy Tahun 2023.
- Huda, Nailul. (2023). *Inovasi Digital dan Penggunaan Data Industri Keuangan dalam Mendorong Literasi Keuangan Konsumen (Risiko dan Manfaat)*, Bahan Ajar IHT (SPR 1306) Market Conduct, Consumer Protection and Data Privacy Tahun 2023.
- Ismail Koto, "Perkembangan Hak Kekayaan Intelektual Komunal Di Indonesia", *SANKSI: Seminar Nasional Hukum, Sosial dan Ekonomi*, (2023).
- Rahmat Ramadhani, dkk, "Urgensi Penataan Akses Permodalan Pasca-Redistribusi Tanah Di Provinsi Sumatera Utara", *SANKSI: Seminar Nasional Hukum, Sosial dan Ekonomi*, (2023).
- Rahardjo, Budi. (2023). *Tantangan Risiko Siber dan Strategi Mitigasinya dalam Perlindungan Data Konsumen*, Bahan Ajar IHT (SPR 1306) Market Conduct, Consumer Protection and Data Privacy Tahun 2023.