



1. Diizinkan mengutip sebagian atau seluruh karya tulis yang menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**PELAKSANAAN *TELEMARKETING* DALAM LEMBAGA PEMBIAYAAN
DI TINJAU DARI PERATURAN OTORITAS JASA KEUANGAN NOMOR
6/POJK.07/2022 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN
MASYARAKAT DI SEKTOR JASA KEUANGAN
DI KOTA PEKANBARU**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syariah dan Hukum**



UIN SUSKA RIAU

NADIA DEMONIKA PUTRI
11820725110

**PROGRAM S1
ILMU HUKUM**

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
2022 M/1444 H**

- a. Perengucupan i tairiya urruk kepuruungan peruunukan, peruuat, peruusan karya mudi, peruusuran repurat, peruusan kruk atau urjauan suaw masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUN PEMBIMBING


Skripsi dengan judul “ **Pelaksanaan telemarketing dalam lembaga pembiayaan di tinjau dari peraturan otoritas jasa keuangan nomor 6/Pojk.07/2022 pasal 25 ayat 1 tentang konsumen dan masyarakat di sektor jasa keuangan di kota Pekanbaru** ”, yang ditulis oleh:

Nama : Nadia Demonika Putri
NIM :11820725110
Program Studi : Ilmu Hukum

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.


Pekanbaru, 14 Desember 2022

Pembimbing Skripsi I



Hj. Nur'aini Sahu, SH, MH
NIP. 197209012005011005

Pembimbing Skripsi II



Irfan Ridha, SH, MH
NIP. 198608302019081001

- a. Perigunaipai itariya unruk keperiniigari periuinikari, periuinai, periuinai karya ininai, periuinai karya atau uniguaru suai masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul pelaksanaan *Telemarketing* dalam Lembaga Pembiayaan di Tinjau Dari Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 6/PoJK.07/2022 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Masyarakat Di Sektor Jasa Keuangan Di Kota Pekanbaru Yang ditulis oleh:

Nama : Nadia Demonika Putri
NIM : 11820725110
Program Studi : Ilmu Hukum

Telah di *munaqasyahkan* pada:

Hari/Tanggal : Rabu, 4 Januari 2022
Pukul : 13.00 WIB
Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, 15 Januari 2022

TIM PENGUJI MUNAQASYAH TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Ade Fariz Fahrullah, M.Ag

Sekretaris
Rudiadi, SH, MH

Penguji 1
Dr. FebriHandayani, S.HI, MH

Penguji 2
Firdaus, SH, MH

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Dr. Zulkifli, M.Ag.
NIP. 197410062005011005



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengumpulan narasi untuk kepentingan penulisan, penerbitan, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau uraian suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : NADIA DEMONIKA PUTRI

NIM : 11820725110

Tempat/ Tgl. Lahir : Minas , 23 Maret 2000

Fakultas/Pascasarjana : Syariah dan Hukum

Prodi : Ilmu Hukum

Judul Skripsi :

“PELAKSANAAN TELEMARKETING DALAM LEMBAGA PEMBIAYAAN DI TINJAU DARI PERATURAN OTORITAS JASA KEUANGAN NOMOR 6/POJK.07/2022 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN MASYARAKAT DI SEKTOR JASA KEUANGAN DI KOTA PEKANBARU”

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi , saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 27 Desember 2022
Yang membuat pernyataan



Nadia Demonika Putri
NIM : 11820725110

- pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

ABSTRAK

Nadia Demonika Putri, (2022) : Pelaksanaan *Telemarketing* dalam Lembaga Pembiayaan di Tinjau Dari Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 6/Pojk.07/2022 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Masyarakat Di Sektor Jasa Keuangan Di Kota Pekanbaru

Manusia dalam menjalankan aktifitasnya sangatlah di permudah dengan adanya internet. Hal tersebut dapat di lihat dari adanya kemudahan dalam berkomunikasi dan mendapatkan informasi dengan tidak terbatas. Perkembangan industri jasa keuangan sangat pesat seiring kemajuan teknologi. Layanan pemasaran produk atau *telemarketing* hingga penagihan sudah di lakukan secara digital. 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*. *telemarketing* juga di manfaatkan untuk mempromosikan produk. Sayangnya, kemudahan tersebut memberi sisi negatif bagi konsumen karena merasa terganggu dengan informasi-informasi yang tidak di butuhkan. Terlebih, terdapat berbagai kasus bahwa konsumen merasa tidak pernah menyerahkan kontak pribadi pada layanan jasa keuangan tersebut.

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini ialah Bagaimana pelaksanaan *telemarketing* dalam lembaga Pembiayaan ditinjau dari peraturan Otoritas Jasa Keuangan nomor 6/Pojk.07/2022 tentang perlindungan konsumen dan masyarakat di sektor jasa keuangan. Apa upaya hukum yang dapat di lakukan masyarakat yang merasa di rugikan akibat penawaran produk secara *online* kepada calon konsumen melalui sarana komunikasi pribadi tanpa persetujuan konsumen. Penelitian ini merupak jenis penelitian hukum sosiologis, yaitu penelitian lapangan yang menggunakan metode yuridis empiris yakni melihat sesuatu kenyataan hukum di dalam masyarakat.

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui, bahwa Pelaksanaan pemasaran produk melalui sarana *telemarketing* belum memenuhi ketentuan yang memberikan perlindungan konsumen. Pemerintah Indonesia sudah menetapkan aturan perlindungan terhadap konsumen dari perbuatan pelaku usaha yang menggunakan metode pemasaran produk melalui sarana *telemarketing* dengan menetapkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 6 /Pojk.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan. Namun kurangnya kesadaran hukum dari pelaku usaha, serta pemerintah dan pemahaman masyarakat sehingga pelaksanaan yang telah ditetapkan tidak berjalan sebagaimana mestinya. serta sistem penyampaian informasi dan pengaduan menjadi poin penting yang menghambat pelaksanaan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 6/POJK.07/2022

Kata Kunci : Otoritas Jasa Keuangan, *Telemarketing*.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengantumkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah Yang Maha Kuasa, karena berkat limpahan rahmad dan hidayah yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pelaksanaan Telemarketing Dalam Lembaga Pembiayaan Di Tinjau Dari Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 6/Pojk.07/2022 Pasal 25 Ayat Tentang Konsumen Dan Masyarakat Di Sektor Jasa Keuangan Di Kota Pekanbaru”** untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada program Studi Ilmu Hukum Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan alam yakni Nabi Muhammad SAW, Semoga mendapatkan syafa'at beliau *yaumul* akhir kelak. *Amin*.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa dukungan dari semua pihak dengan berbagai bentuk kontribusi yang diberikan, baik secara moril ataupun materil. Dengan kerendahan dan ketulusan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1) Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta yaitu Ayahanda Mapilyandra dan Ibunda Martita yang telah mendukung dan memberi semangat kepada penulis serta mencurahkan kasih sayang, cinta dan pengorbanan yang takkan mungkin sanggup penulis balas. Serta seluruh keluarga yang selalu bersabar dan memberikan semangat serta dukungan moril maupun materil serta do'a.
- 2) Bapak Prof. Dr. Hairunnas, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 © Hak Cipta dimiliki UIN Suska Riau
 UIN Suska Riau
 Sultan Syarif Kasim Riau

- 3) Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum beserta bapak Dr. H. Erman Gani, M.Ag, Selaku Wakil Dekan 1, bapak Dr. H. Mawardi, M.Ag, Selaku Wakil Dekan 2, Ibu Dr. H. Sofia Hardani, M.Ag, Selaku Wakil Dekan 3 Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah melayani keperluan mahasiswa menjadi sarjana yang baik.
- 4) Bapak Asril, SHi. MH, selaku Ketua Jurusan Ilmu Hukum UIN SUSKA Riau yang telah memberikan kesempatan dan pelayanan selama ini kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
- 5) Bapak Dr. M. Alpi Syahrin, SH., MH Selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Hukum beserta bapak dan ibu Dosen yang telah mengajar dan telah memberikan ilmunya kepada penulis selama proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- 6) Ibuk Hj. Nur'aini Sahu, SH, MH dan Bapak Irfan Ridha, SH, MH Selaku pembimbing skripsi penulis yang selama ini membimbing, mengarahkan serta memberikan ilmu dalam penyelesaian skripsi ini.
- 7) Bapak Roni Kurniawan, SH., MH selaku penasehat akademik (PA) yang telah banyak memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis selama menimba ilmu di Fakultas Syari'ah dan Hukum.
- 8) Bapak-bapak dan Ibu-ibu Dosen Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau yang selama ini telah banyak memberikan berbagai ilmu pengetahuan kepada Penulis.
- 9) Bapak-bapak dan Ibu-ibu Tata Usaha Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau yang selama ini telah banyak memberikan kemudahan administrasi kepada Penulis.



10) Terimakasih juga kepada saudara penulis yaitu, Attalarik Fatori dan Muhammad Raka Alshavenza

11) Teruntuk teman-teman teristimewa, Vyona Devi Arumsa, Bunga Septa Pabella, Afni Juniani Daulay, Iqbal Nanda, Iqbal Arsy, Zijdan Yudhitya, Hasanah Muthmainna, Alindy Rezy, Rahmi Salsabila yang sama-sama saling support dalam menyelesaikan skripsi ini

12) Teman-teman seperjuangan Ilmu Hukum angkatan 2018 dan terkhusus Lokal IH'18 dan Hukum Bisnis Ayang telah bersedia menjadi teman selama empat tahun dalam menimba ilmu bersama-sama dan semoga kita semua menjadi orang-orang yang sukses ,amiin.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih ada kekurangan baik dari segi materi maupun teknik penulisan, maka untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Oleh karena itu, saran dan kritik serta koreksi dari berbagai pihak demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini akan penulis terima dengan baik. Semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua. Amin, Ya Rabbal Alamini

Wasalamu'alaikun Wr.Wb.

Pekanbaru, Desember 2022

Penulis,

NADIA DEMONIKA PUTRI
NIM : 11820725110

DAFTAR ISI

| | | |
|--|--|-----|
| | ABSTRAK | i |
| | KATA PENGANTAR | ii |
| | DAFTAR ISI | v |
| | DAFTAR TABEL | vii |
| | BAB I PENDAHULUAN | |
| | A. Latar Belakang | 1 |
| | B. Batasan Masalah | 7 |
| | C. Rumusan Masalah | 7 |
| | D. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 8 |
| | BAB II KAJIAN PUSTAKA | |
| | A. Tinjauan Umum Tentang <i>Telemarketing</i> | 10 |
| | B. Tinjauan umum tentang Lembaga Pembiayaan | 14 |
| | C. Transaksi Elektronik | 16 |
| | D. Otoritas jasa keuangan | 18 |
| | E. Analisis Hukum Islam Terhadap <i>Telemarketing</i> | 23 |
| | F. Penelitian Terdahulu | 25 |
| | BAB III METODOLOGI PENELITIAN | |
| | A. Jenis Penelitian | 28 |
| | B. Pendekatan Penelitian | 28 |
| | C. Lokasi Penelitian | 29 |
| | D. Subjek dan Objek Penelitian | 29 |
| | E. Populasi dan Sampel | 30 |
| | F. Data dan Sumber Data | 31 |
| | G. Metode Pengumpulan Data | 32 |
| | H. Analisis Data | 34 |
| | BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| | A. Pelaksanaan <i>telemarketing</i> dalam lembaga Pembiayaan ditinjau dari peraturan otoritas jasa keuangan nomor | |

© Scisitemilk UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
 Halcip Ditunggung Undang-Undang
 1. Menyanggah sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

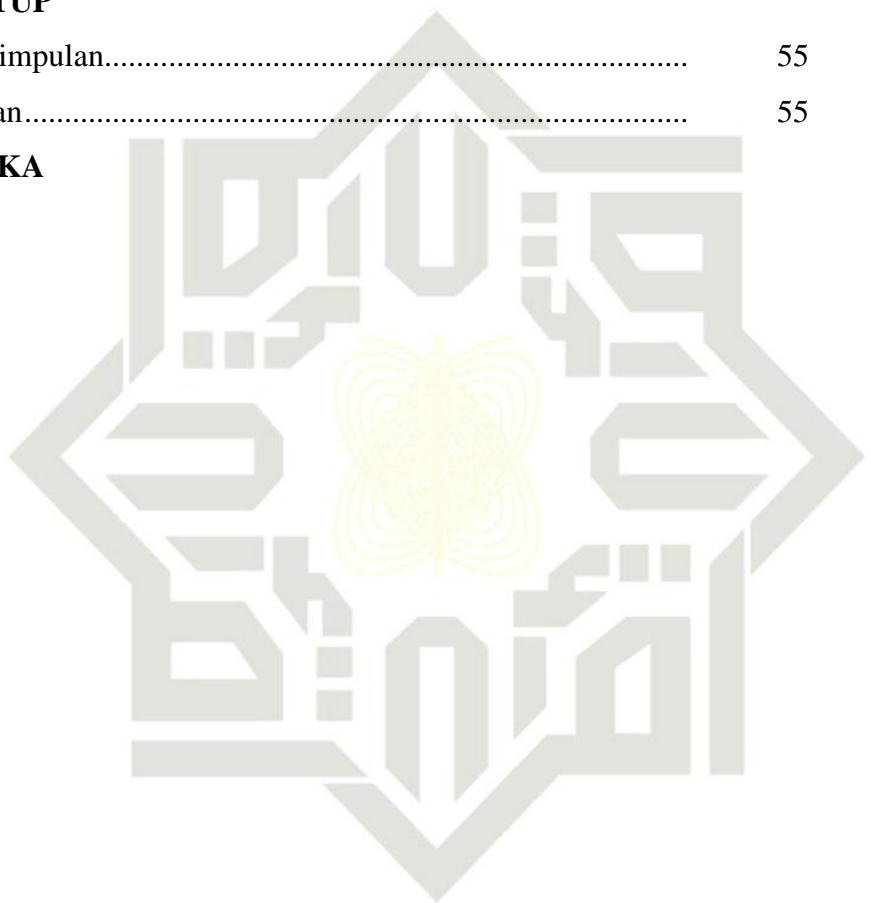
| | |
|---|----|
| 6/pojk.07/2022 pasal 25 ayat 1 tentang konsumen dan masyarakat di sektor jasa keuangan | 35 |
| B. Upaya hukum yang dapat di lakukan masyarakat yang merasa di rugikan akibat penawaran produk secara <i>online</i> kepada calon konsumen melalui sarana komunikasi pribadi tanpa persetujuan konsumen..... | 46 |

PENUTUP

| | |
|--------------------|----|
| A. Kesimpulan..... | 55 |
| B. Saran..... | 55 |

DAFTAR PUSTAKA

SAMPIRAN



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR TABEL

| | | | |
|--|--|---|---|
| <p>© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.</p> | <p>4.1 4.2 4.3 4.4 4.5 4.6 4.7</p> | <p>Populasi Dan Sampel..... Jenis Kelamin..... Pendapat Responden Mengenai Seberapa Sering Menerima Sms Atau Telfon Penawaran Lembaga Keuangan Bank/Non Bank..... Pendapat Responden Tentang Apakah Pernah Secara Sadar Memberikan Persetujuan Penawaran..... Pendapat Responden Tentang Apakah Penawaran Tersebut Bermanfaat..... Pendapat Responden Tentang Apakah Merasa Terganggu Atau Tidak Terhadap Penawaran Tersebut Apakah Setelah Berakhirnya Perjanjian Masih Mendapatkan Penawaran.....</p> | <p>31 37 38 38 39 39 40 40 42</p> |
|--|--|---|---|

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi melaju dengan sangat cepat dan pesat dalam era globalisasi saat ini. Perkembangan teknologi ini tentunya sangat mempengaruhi perubahan-perubahan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat adalah perkembangan teknologi internet. Manusia dalam menjalankan aktifitasnya sangatlah di permudah dengan adanya internet. Hal tersebut dapat di lihat dari adanya kemudahan dalam berkomunikasi dan mendapatkan informasi dengan tidak terbatas. Hadirnya globalisasi di era *millenium* telah membawa dampak besar di seluruh sektor kehidupan manusia termasuk dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi.

Pemanfaatan teknologi informasi, media, dan komunikasi telah mengubah baik perilaku masyarakat maupun peradaban manusia secara global terutama di Indonesia. Teknologi dan komunikasi kini bahkan memiliki peran yang sangat besar dalam menunjang segala aktivitas kehidupan masyarakat. Hal ini ditunjukkan lewat *survey* yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Berdasarkan *survey* yang dilakukan oleh APJII, pengguna internet di Indonesia sepanjang tahun 2021 mencapai angka 210.26.769 jiwa pengguna internet dari total populasi 272,682,600 yang berarti hampir keseluruhan penduduk Indonesia telah menggunakan teknologi



informasi terutama internet.¹ Teknologi informasi saat ini bisa menjadi pedang bermata dua karena, selain memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan, kemajuan dan peradaban manusia, sekaligus juga menjadi sarana efektif perbuatan melawan perbuatan hukum.

Media informasi saat ini bisa mengakses beraneka ragam informasi baik dalam maupun luar Indonesia. Melalui komunikasi peradaban manusia bisa mengalami kemajuan, melalui komunikasi pula peradaban manusia bisa mengalami kemunduran. Menurut sejarah, untuk berkomunikasi yang lebih jauh antara satu dengan yang lainnya tidak mungkin bisa di capai hanya dengan berbicara jarak normal, maka dari itu di perlukan penggunaan komunikasi yang lebih moderen dan bisa mempermudah manusia untuk berkomunikasi satu sama lain.

Perkembangan industri jasa keuangan sangat pesat seiring kemajuan teknologi. Layanan pemasaran produk atau *telemarketing* hingga penagihan sudah di lakukan secara digital. 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* dan *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 media sosial ataupun telepon seluler lembaga

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak Cipta milik UIN Suska Riau
- Statik Islami University of Sultan Sharif Kasirun Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hasil survei internet APJII 2022 di akses dari <https://apjii.or.id/survei/surveiprofilinternetindonesia2022-21072047>, pada 3 Agustus



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 pemasaran produknya.

Telemarketing adalah suatu aturan pemasaran yang menggunakan sarana telekomunikasi untuk berhubungan dengan pelanggan ataupun mempromosikan produk yang di miliki oleh perusahaan. *Telemarketing* merupakan sarana yang efektif untuk penjualan di bidang jasa seperti Bank, Travel, Hotel, Asuransi. Melalui aktivitas *telemarketing* bisa langsung di peroleh persetujuan untuk transaksi yang di tawarkan ke pelanggan melalui telepon. Di samping itu, *telemarketing* juga bisa di dimanfaatkan untuk mempromosikan ptdok.² Sayangnya, kemudahan tersebut memberi sisi negatif bagi konsumen karena merasa terganggu dengan informasi-informasi yang tidak di butuhkan. Terlebih, terdapat berbagai kasus bahwa konsumen merasa tidak pernah menyerahkan kontak pribadi pada layanan jasa keuangan tersebut.

Tawaran pinjaman yang menggiurkan ini kadang datang tak kenal waktu. Lembaga jasa keuangan yang menawarkan pun beragam. Terlebih layanan *non-bank*, lembaga ini pun ikut-ikutan menawarkan kredit melalui layanan *telemarketing*. Pesan singkat ini mau tak mau di baca nasabah yang tidak membutuhkan informasi tersebut.

²A.fauzi dan Defri Mardinsyah, *Aplikasi Exel untuk Telemarketing* , (Jakarta: PT Alex Media Komputindo,2007),h. 7.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tidak hanya berbentuk pesan, penawaran produk juga datang melalui panggilan telepon. Biasanya, produk yang di tawarkan seperti kredit motor atau pinjaman uang. Tawaran datang tak kenal waktu, bahkan saat jam kerja, telepon penawaran itu berdering. Untuk mengecoh nasabah, terkadang sang tenaga pemasaran *telemarketing* menggunakan nomor telepon yang kini mudah di beli dimana-mana. Bila telepon tidak di angkat nasabah, mereka pun mengulangi panggilan hingga beberapa kali. Karena makin tak terkendali, *telemarketing* yang tujuannya untuk memikat nasabah justru berubah menjadi hal yang menjengkelkan nasabah.

Dalam perkembangannya salah satu perusahaan asuransi yang menggunakan metode *telemarketing* yaitu asuransi AXA Mandiri. Dalam menjalankan tugasnya seorang *telemarketer* menggunakan alat bantu komunikasi yaitu telepon. Telepon yang di gunakan untuk menghubungi konsumen. Dalam kenyataannya terdapat keluhan dari konsumen yang merasa tidak nyaman terhadap pemasaran produk melalui *telemarketing*.

Konsumen yang mendapat telepon dari *telemarketer* dalam hal ini perusahaan asuransi kemudian mereka terlibat suatu komunikasi yang berawal dari proses penawaran jasa asuransi kemudian berujung pada kesepakatan atas jasa yang di tawarkan oleh *telemarketer* terhadap konsumen. Pada kondisi ini membuat banyak konsumen yang merasa terjebak atas penawaran asuransi melalui *telemarketing* tersebut, konsumen yang mendapatkan telepon dalam kondisi tidak siap membuat konsumen tersebut tidak begitu paham dan jelas atas pernyataan yang di ajukan, bahkan konsumen tidak mengetahui ketika ada pernyataan tentang konfirmasi kebenaran tanggal lahir konsumen dan

konsumen membenarkan ternyata itu merupakan bagian dari pernyataan kesepakatan konsumen bahwa konsumen menyepakati perjanjian tersebut.³

Adanya permasalahan-permasalahan di atas, jika dikaitkan dengan peraturan perundang-undangan yang terkait dan berlaku di Indonesia baik mengenai peraturan mengenai Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik maupun peraturan-peraturan lainnya maka terdapat pelanggaran-pelanggaran yang telah dilakukan. Pelanggaran tersebut yaitu mengenai *Short Message Service (SMS) Spam* yang merugikan konsumen. SMS *Spam* yang dikirimkan ke pelanggan tanpa izin si pemilik nomor dan si pengirim pun tidak mengantongi izin dari Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (selanjutnya disebut BRTI) ini melanggar Permenkominfo No 01/2009 tentang Penyelenggaraan Jasa Pesan Premium dan Pengiriman Jasa Pesan Singkat.⁴ Demikian pula jika konsumen atau pengguna telepon seluler menganggap privasinya telah dirugikan, dalam UU ITE pada Pasal 26 jelas disebutkan bahwa:⁵ “Penggunaan setiap informasi melalui media elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan orang yang bersangkutan.” Sehingga harus dipastikan mengenai data nomor seluler yang akan dikirimkan melalui SMS *Blas* tersebut diambil dengan persetujuan dari pemilik nomor seluler yang bersangkutan karena jika tidak mereka akan dianggap telah melanggar hak-hak pengguna yang telah ada.

³ Robby yanuareksa, Suradi, Rinitami Njatrijani, Penerapan UU ITE Dan UU Perlindungan Konsumen Bagi Transaksi Telemarketing (Studi Pada PT AXA Mandiri) dalam *Diponegoro Law Journal*, Vol 5, No.3., 2016, h.5.

⁴ Hanum R Helmi, “Perlindungan Hukum Bagi Pengguna Jasa Operator Seluler Atas Adanya Short Message Service (SMS) Spam”, *Jurnal Hukum*. Vol. 26, No. 3, September-Desember 2011, h. 3.

⁵ Indonesia (UU ITE) Undang-Undang Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, UU Nomor.11 Tahun 2016.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Melihat kondisi tersebut, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memperkuat pengaturan perlindungan konsumen dengan menerbitkan Peraturan OJK Nomor 6 Tahun 2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan. Peraturan otoritas jasa keuangan (POJK) tersebut mencabut POJK Nomor 1/POJK.07/2013. POJK ini memperjelas kewajiban prinsip keterbukaan dan transparansi informasi produk dan layanan serta peningkatan perlindungan data dan informasi konsumen.

Pada intinya, dalam Peraturan OJK Nomor 6 Tahun 2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan dalam pasal 25 ayat 1 Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK) dilarang melakukan penawaran produk dan/atau layanan kepada calon konsumen melalui sarana komunikasi pribadi tanpa persetujuan calon konsumen.⁶ PUJK dilarang memberikan data dan atau informasi pribadi mengenai konsumen kepada pihak lain. Kemudian, PUJK juga dilarang memaksa persetujuan konsumen dalam menyerahkan data atau informasi pribadi.⁷

Namun pada kenyataannya di kalangan masyarakat masih banyak PUJK yang tidak mematuhi aturan tersebut, melakukan penawaran produk dan atau layanan kepada calon konsumen melalui media komunikasi atau yang biasa disebut telemarketing tanpa seizin konsumen hingga memberikan maupun menyalahgunakan data dan/atau informasi pribadi konsumen maupun calon konsumen kepada pihak lain, sehingga tidak terlaksananya aturan tersebut dengan semestinya. Berdasarkan latar belakang permasalahan yang dikemukakan tersebut, maka penulis tertarik untuk mengambil penelitian yang

⁶ Indonesia, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 6 /Pojk.07/2022 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Masyarakat Di Sektor Jasa Keuangan, Pasal 25 ayat (1)

⁷ Mochamad Januar Rizki, POJK 6/2022 Larang Telemarketing Produk Jasa Keuangan Tanpa Persetujuan Konsumen, <https://www.hukumonline.com/berita/a/pojk-6-2022-larang-telemarketing-produk-jasa-keuangan-tanpa-persetujuan-konsumen-lt6287737ca5230>, pada tanggal 22 juni 2022 pukul 11:22.



berjudul, **Pelaksanaan *Telemarketing* dalam Lembaga Pembiayaan di Tinjau Dari Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 6/Pojk.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan di Kota Pekanbaru.**

5. Batasan Masalah

Supaya penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang diteliti maka peneliti membatasi permasalahan penelitian ini hanya pada Pelaksanaan *Telemarketing* dalam Lembaga Pembiayaan di Tinjau Dari Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 6/Pojk.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan di Kota Pekanbaru.

6. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan di atas, dapat di kemukakan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan *telemarketing* dalam lembaga Pembiayaan ditinjau dari peraturan otoritas jasa keuangan nomor 6/Pojk.07/2022 tentang Perlindungan konsumen dan masyarakat di sektor jasa keuangan ?
2. Apa upaya hukum yang dapat dilakukan masyarakat yang merasa dirugikan akibat penawaran produk secara *online* kepada calon konsumen melalui sarana komunikasi pribadi tanpa persetujuan konsumen ?

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Adapun yang menjadi tujuan penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui Pelaksanaan *Telemarketing* Dalam Lembaga Pembiayaan Di Tinjau Dari Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 6/Pojk.07/2022 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Masyarakat Di Sektor Jasa Keuangan Di Kota Pekanbaru.

Untuk mengetahui upaya hukum yang dapat dilakukan masyarakat yang merasa dirugikan akibat penawaran produk secara *online* kepada calon konsumen melalui sarana komunikasi pribadi tanpa persetujuan konsumen.

2. Berdasarkan penelitian ini di harapkan dapat diambil manfaatnya baik bagi penulis sendiri maupun pihak lain.

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

Manfaat Teoritis

Dapat memberikan kemajuan ilmu hukum khususnya dalam bidang perlindungan konsumen terhadap jasa layanan operator seluler. Selain itu, untuk lebih mengembangkan penalaran, membentuk pola pikir dinamis sekaligus untuk mengetahui kemampuan peneliti dalam menerapkan ilmu yang di peroleh. Dan dapat menjadi referensi atau menambah wawasan terhadap siapapun yang ingin mempelajarinya terutama di bidang hukum perdata.

b. Manfaat Praktis

Diharapkan melalui penulisan skripsi ini dapat untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta dapat mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama kuliah serta untuk mengetahui permasalahan yang timbul serta berusaha untuk memberikan masukan dalam bentuk pemikiran kepada masyarakat atau pihak yang menghadapi permasalahan mengenai perlindungan hukum dan upaya masyarakat yang merasa dirugikan akibat penawaran produk yang tidak di inginkan dengan melalui sarana komunikasi karena pelanggaran privasi.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Telemarketing merupakan sarana yang efektif untuk penjualan di bidang Jasa, Seperti Bank, Travel, Hotel, Asuransi. Melalui aktifitas *telemarketing* bisa langsung di peroleh persetujuan untuk transaksi yang di awarkan ke pelanggan melalui telepon. Di samping itu, *telemarketing* juga bisa di manfaatkan untuk mempromosikan produk.

Berdasarkan prosesnya, *telemarketing* dapat di bagi menjadi *inbound telemarketing* dan *outbound telemarketing*.⁹

Outbound telemarketing

Outbound telemarketing merupakan jenis pemasaran yang lebih aktif dibandingkan *inbound telemarketing*. Petugas menghubungi pelanggan berdasarkan *database* yang di miliki perusahaan. Pelanggan di berikan informasi tentang produk dan sekaligus menawarkan produk tersebut.

Dengan ketatnya persaingan bisnis saat ini, terutama dalam memasarkan produk dan jasa, tentunya cara *outbound telemarketing* akan lebih efektif.

Outbound telemarketing lebih sulit di lakukan dan memerlukan persiapan yang matang di bandingkan dengan *inbound telemarketing*. Dalam *inbound telemarketing*, pelanggan menghubungi perusahaan karna tertarik dengan suatu produk yang di promosikan. Sedangkan dalam *outbound telemarketing*, petugas harus menawarkan barang

⁹A.fauzi dan Defri Mardinsyah, *Loc.cit*.

kepada pelanggan yang belum mengetahui samasekali tentang produk tersebut.¹⁰

2) *Telemarketing* berdasarkan telepon yang masuk (*Incoming Telemarketing*).

Yaitu layanan *telemarketing* yang di sediakan oleh produsen untuk para pelanggan potensial atau konsumen yang termotivasi dan memenuhi syarat untuk meminta informasi produk atau jasa, memesan langsung memberikan pengaduan atau mengungkapkan keluhan atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut kepada pelanggannya serta meminta keterangan tentang *dealer* atau *outlet* terdekat.¹¹

Selain jenis yang dikemukakan diatas, terdapat juga empat jenis *Telemarketing* yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan, yaitu :

a. *Tele-penjualan (Telesales)*

Menerima pesanan dari katalog atau iklan dan juga melakukan telepon keluar.

b. *Tele-jangkauan (Telecoverage)*

Menelpon pelanggan untuk mempertahankan dan memelihara hubungan dengan pelanggan-pelanggan utama.

c. *Teleprospecting*

Mengaktifkan dan mengkualifikasikan calon-calon baru untuk ditutup saluran penjualan lain

¹⁰*Ibid.*, h. 8.

¹¹Harry T. Yani Achsan,*Op. Cit.*,h. 15.





2. Landasan Hukum Pelaksanaan *Telemarketing*

Landasan hukum Pelaksanaan *telemarketing* dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata harus memenuhi unsur-unsur tentang adanya kesepakatan yang dilakukan oleh lembaga keuangan dengan nasabah, kecakapan nasabah, objek yang diketahui oleh nasabah, serta sebab yang halal dari itikad baik lembaga keuangan. Namun, untuk tercapainya pelaksanaan *telemarketing* antara nasabah dengan operator *telemarketer* lembaga keuangan melalui lisan ataupun tulisan, perjanjian tersebut sah dan menjadi undang-undang bagi para pihak yang membuat. Sebab Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tidak mengatur ketentuan bahwa setiap perjanjian yang dibuat harus tertulis, ataupun tidak tertulis (lisan).¹²

Pelaksanaan *telemarketing* lembaga keuangan melalui media elektronik dapat digolongkan sebagai bentuk transaksi elektronik karena dilakukan melalui sarana telekomunikasi telepon.¹³ Bentuk transaksi elektronik dilakukan melalui sarana telekomunikasi telepon untuk menawarkan produk/jasa kepada nasabah agar tertarik sehingga menimbulkan hubungan hukum/perikatan.

lembaga keuangan dalam melakukan *telemarketing* kepada nasabah dilarang dalam menawarkan, menjual ataupun mempromosikan produknya baik barang/jasa yang dilakukan dengan menggunakan telepon seluler tanpa persetujuan konsumen.

¹² Andika Prawira Buana, Harmonisasi Peraturan Perundang-undangan Terhadap Bentuk Perjanjian Melalui Telemarketing, Vol 9, No, 2, Oktober 2019.

¹³ Ilyas, Keabsahan Perjanjian Asuransi Melalui Telemarketing Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008, Kanun Jurnal Ilmu Hukum, Vol.14, No.2, Agustus 2012, h. 201.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lembaga keuangan dilarang melakukan penawaran produk dan/atau layanan kepada Konsumen dan/atau masyarakat melalui sarana komunikasi pribadi tanpa persetujuan Konsumen. Aturan terhadap lembaga keuangan dilakukan untuk memberikan secara spesifik tentang bagaimana cara yang sah dalam melakukan penawaran/menjual produk. Serta memberikan aturan yang spesifik dalam Pasal 25 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor : 6 /Pojk.07/2022 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Masyarakat Di Sektor Jasa Keuangan Yang meliputi :¹⁴

- a. PUJK dilarang melakukan penawaran produk dan/atau layanan kepada calon Konsumen melalui sarana komunikasi pribadi tanpa persetujuan calon Konsumen.
- b. PUJK dilarang mewajibkan persetujuan penawaran produk dan/atau layanan melalui sarana komunikasi pribadi sebagai syarat penggunaan produk dan/atau layanan.
- c. Dalam hal calon Konsumen dan/atau Konsumen menarik persetujuan atas penawaran produk dan/atau layanan melalui sarana komunikasi pribadi, PUJK wajib menghentikan penawaran produk dan/atau layanan.

3. Tinjauan umum tentang Lembaga Pembiayaan

1. Pengertian Lembaga Pembiayaan

Menurut kepres No. 61 tahun 1988 di jelaskan bahwa lembaga pembiayaan adalah badan usaha yang melakukan kegiatan pembiayaandalam bentuk penyediaan dana atau modal dengan tidak menarik dana secara langsung dari masyarakat.¹⁵

¹⁴ Indonesia, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 6 /Pojk.07/2022 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Masyarakat Di Sektor Jasa Keuangan, Pasal 25
¹⁵ Marfatun uliya, *mengenal ojk dan lembaga keuangan*, (yogyakarta : anggota IKAPI ,2017), h. 85.

Dari pengertian tersebut di atas terdapat beberapa unsur-unsur :¹⁶

- a. Badan usaha, yaitu perusahaan pembiayaan yang khusus didirikan untuk melakukan kegiatan yang termasuk dalam bidang usaha lembaga pembiayaan.
- b. Kegiatan pembiayaan, yaitu melakukan kegiatan atau aktivitas dengan cara membiayai pada pihak-pihak atau sektor usaha yang membutuhkan.
- c. Penyedia dana, yaitu perbuatan menyediakan dana untuk suatu keperluan.
- d. Barang modal, yaitu barang yang di pakai untuk menghasilkan sesuatu.
- e. Tidak menarik dana secara langsung.
- f. Masyarakat, yaitu sejumlah orang yang hidup bersama di suatu tempat.

Selain itu juga menurut peraturan presiden nomor 9 tahun 2009 tentang lembaga pembiayaan, lembaga pembiayaan adalah badan usaha yang melakukan kegiatan pembiayaan dalam bentuk penyediaan dana atau barang modal.

2. Peranan lembaga pembiayaan

Lembaga pembiayaan mempunyai peranan yang lebih penting, yaitu sebagai salah satu lembaga sumber pembiayaan alternatif yang potensial untuk menunjang pertumbuhan perekonomian nasional. Di samping peran

¹⁶ *Ibid*, h. 86.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut lembaga pembiayaan juga memiliki peran penting yaitu menampung dan menyalurkan aspirasi dan minat masyarakat, berperan aktif dalam pembangunan dimana lembaga pembiayaan ini di harapkan masyarakat atau pelaku usaha dapat mengatasi salah satu faktor yang umum di alami yaitu faktor permodalan.¹⁷

3. Kedudukan lembaga pembiayaan dalam lembaga keuangan

Lembaga keuangan di indonesia merupakan suatu sistem yang di dalamnya terdapat sub-sub sistem yang secara garis besar sub sistemnya terbagi menjadi dua yakni lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank. Dimana lembaga keuangan bank masuk dalam otoritas bank indonesia yang selanjutnya dapat di klasifikasikan sebagai bank umum, bank syariah, dan BPR, sedangkan lembaga keuangan bukan bank menjadi otoritas departemen keuangan, bidang-bidang usahanya adalah pegadaian, pasar modal, dana pensiun, asuransi dan lembaga pembiayaan.¹⁸

2. Transaksi Elektronik

1. Pengertian Transaksi Elektronik

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 jo. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, informasi elektronik adalah satu atau sekumpulan data elektronik, termasuk tapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, *electronic data interchange* (EDI), surat elektronik

¹⁷Ibid, h. 87.

¹⁸Ibid



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(*electronic mail*), telegram, teleks, *telecop*y, atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, kode akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.¹⁹

Transaksi Elektronik berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 jo. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/ atau media elektronik lainnya.²⁰

Sedangkan pengertian dari Teknologi Informasi berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 jo. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Teknologi Informasi adalah, suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan/ atau menyebarkan informasi.²¹ Namun dalam hal layanan pinjam meminjam uang, pengertian Teknologi Informasi sendiri tidak jauh berbeda dengan yang diutarakan oleh Otoritas Jasa Keuangan dalam pasal 1 angka 5 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/POJK.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi yaitu, Teknologi Informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan,

¹⁹ Indonesia, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 jo. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 1 Ayat (1)

²⁰ Indonesia, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 jo. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 1 Ayat (2)

²¹ Indonesia, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 jo. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 1 Ayat (3)

menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan/atau menyebarkan informasi di bidang layanan jasa keuangan.²²

Dengan merujuk kepada pengertian-pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa proses penawaran pinjaman yang dilakukan menggunakan layanan pesan singkat atau SMS (*Short Message Service*), *WhatsApp* ataupun telepon bisa digolongkan sebagai Informasi Elektronik, Transaksi Elektronik, dan juga Teknologi Informasi.

D. Otoritas Jasa Keuangan

1. Pengertian

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2011 Pasal 1 Ayat 1, Otoritas Jasa Keuangan selanjutnya disingkat OJK, adalah lembaga yang independen dan bebas dari campur tangan pihak lain, yang mempunyai fungsi, tugas, dan wewenang pengaturan, pengawasan, pemeriksaan, dan penyidikan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang tersebut.²³ Otoritas Jasa Keuangan adalah lembaga negara yang dibentuk berdasarkan pada UU Nomor 21 Tahun 2011 yang berfungsi menyelenggarakan sistem pengaturan dan pengawasan yang terintegrasi terhadap keseluruhan kegiatan di dalam sektor jasa keuangan.

Otoritas Jasa Keuangan adalah institusi yang bukan hanya menyanggah independen, berdiri sendiri, namun wewenangnya juga berbeda dengan wewenang lembaga sebelumnya yakni Bank Indonesia

²² Pasal 1 Angka (5) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi
²³ Indonesia, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 Tentang Otoritas Jasa Keuangan, Pasal 1 Ayat (1)



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

yang selama ini tidak memiliki kewenangan untuk melakukan penyidikan, namun OJK memilikinya.

Sehubungan dengan sistem baru kinerja institusi keuangan di Indonesia yang nota bene adalah salah satu pilar sistem keuangan dan perekonomian bangsa yang harus dijaga dan tegak berdiri agar tidak menggoyahkan sendi-sendi kehidupan berbangsa secara keseluruhan. Hal-hal yang perlu dicermati terkait dengan lahirnya lembaga baru tersebut khususnya pada masa transisi penyerahan tugas-tugas tersebut antara lain terkait: wewenang penyidikan, pungutan (fee), sarana dan prasarana, acuan sistem kerja (best practise) lembaga tersebut dengan lembaga-lembaga yang ada di negara lain.

a. Tujuan dan Fungsi

Tujuan Otoritas Jasa Keuangan adalah :²⁴

- 1) Untuk menyelenggarakan sektor jasa keuangan secara teratur, adil, transparan, akuntabel;
- 2) Mampu mewujudkan sistem keuangan yang tumbuh secara berkelanjutan dan stabil;
- 3) Mampu melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat.

Otoritas Jasa Keuangan berfungsi untuk menyelenggarakan sistem pengaturan dan pengawasan yang terintegrasi terhadap keseluruhan kegiatan di dalam sektor jasa keuangan.²⁵

Secara umum, dapat dikatakan bahwa Otoritas Jasa Keuangan didirikan untuk menggantikan peran Bapepam-LK untuk melakukan

²⁴ Indonesia, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011, tentang Otoritas Jasa Keuangan,

Pasal 4. ²⁵ Indonesia, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011, tentang Otoritas Jasa Keuangan,

Pasal 5.

pengawasan secara ketat terhadap lembaga keuangan seperti perbankan, pasar modal, reksadana, perusahaan pembiayaan, dana pensiun dan asuransi. Sebelum ada OJK, pengawasan industri keuangan berjalan secara terpisah dibawah dua regulator, yakni Bank Indonesia dan Bapepam-LK yang mengawasi pasar modal dan industri keuangan non-bank. Tugas pengawasan industri keuangan nonbank dan pasar modal yang dulu di Kementerian Keuangan dan Bapepam-LK secara resmi beralih ke OJK pada tanggal 31 Desember 2012. Sedangkan pengawasan di sektor perbankan beralih ke OJK pada tanggal 31 Desember 2013 dan Lembaga Keuangan Mikro pada tahun 2015.

b. Tugas dan Wewenang

Tugas Otoritas Jasa Keuangan terdapat dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan yang mempunyai tugas diantaranya adalah :

- 1) Otoritas Jasa Keuangan melaksanakan tugas pengaturan dan pengawasan terhadap:²⁶
 - a) Kegiatan jasa keuangan di sektor perbankan
 - b) Kegiatan jasa keuangan di sektor pasar modal
 - c) Kegiatan jasa keuangan di sektor perasuransian, dana pensiun, lembaga pembiayaan, dan lembaga jasa keuangan lainnya.

²⁶Indonesia, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011, tentang Otoritas Jasa Keuangan,





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- 2) Untuk melaksanakan tugas pengaturan dan pengawasan disektor perbankan Otoritas Jasa Keuangan mempunyai wewenang sebagai berikut:²⁷
 - a) Pengaturan dan pengawasan mengenai kelembagaan bank yang meliputi, perizinan untuk pendirian bank, pembukaan kantor bank, anggaran dasar, rencana kerja, kepemilikan, kepengurusan dan sumber daya manusia, merger, konsolidasi dan akuisisi bank, serta pencabutan izin usaha bank dan kegiatan usaha bank, antara lain sumber dana, penyediaan dana, produk hibridasi, dan aktivitas di bidang jasa;
 - b) Pengaturan dan pengawasan mengenai kesehatan bank yang meliputi likuiditas, rentabilitas, solvabilitas, kualitas aset, rasio kecukupan modal minimum, batas maksimum pemberian kredit, rasio pinjaman terhadap simpanan, dan pencadangan bank, kemudian laporan bank yang terkait dengan kesehatan dan kinerja bank, sistem informasi debitur, pengujian kredit (*credit testing*) serta standar akuntansi bank;
 - c) Pengaturan dan pengawasan mengenai aspek kehati-hatian bank meliputi manajemen risiko tata kelola bank, prinsip mengenal nasabah dan anti pencucian uang, pencegahan pembiayaan terorisme dan kejahatan perbankan, dan pemeriksaan bank.

Selain itu OJK juga mempunyai wewenang lainnya yang diatur dalam Undang-Undang tentang OJK, diantaranya:²⁸

- 1) Menetapkan peraturan pelaksanaan undang-undang OJK;
- 2) Menetapkan peraturan perundang-undangan di sektor jasa keuangan;
- 3) Menetapkan peraturan dan keputusan OJK;
- 4) Menetapkan peraturan mengenai pengawasan di sektor jasa keuangan;
- 5) Menetapkan kebijakan mengenai pelaksanaan tugas OJK;
- 6) Menetapkan peraturan mengenai tata cara penetapan perintah tertulis terhadap lembaga jasa keuangan dan pihak tertentu;
- 7) Menetapkan peraturan mengenai tata cara penetapan pengelola statuter pada lembaga jasa keuangan;

²⁷Indonesia, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011, tentang Otoritas Jasa Keuangan,

²⁸Indonesia, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011, tentang Otoritas Jasa Keuangan,

Pasal 7

Pasal 8



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 8) Menetapkan struktur organisasi dan infrastruktur, serta mengelola, memelihara, dan menatausahakan kekayaan dan kewajiban; dan
- 9) Menetapkan peraturan mengenai tata cara pengenaan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di sektor jasa keuangan.

Pasal 9 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 juga menyatakan bahwa untuk melaksanakan tugas pengawasan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 UU OJK, OJK mempunyai wewenang:²⁹

- 1) Menetapkan kebijakan operasional pengawasan terhadap kegiatan jasa keuangan;
- 2) Mengawasi pelaksanaan tugas pengawasan yang dilaksanakan oleh kepala eksekutif;
- 3) Melakukan pengawasan, pemeriksaan, penyidikan, perlindungan konsumen, dan tindakan lain terhadap lembaga jasa keuangan, pelaku, dan/atau penunjang kegiatan jasa keuangan sebagaimana dimaksud dalam peraturan perundang-undangan di sektor jasa keuangan;
- 4) Memberikan perintah tertulis kepada Lembaga Jasa Keuangan dan/atau pihak tertentu;
- 5) Melakukan penunjukan pengelola statuter;
- 6) Menetapkan penggunaan pengelola statuter;
- 7) Menetapkan sanksi administratif terhadap pihak yang melakukan pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan di sektor jasa keuangan; dan
- 8) Memberikan dan/atau mencabut:
 - a) Izin usaha;
 - b) Izin orang perseorangan;
 - c) Efektifnya pernyataan pendaftaran;
 - d) Surat tanda terdaftar;
 - e) Persetujuan melakukan kegiatan usaha;
 - f) Pengesahan;
 - g) Persetujuan atau penetapan pembubaran; dan
 - h) Penetapan lain,

²⁹Indonesia, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011, tentang Otoritas Jasa Keuangan, Pasal 9



E. Analisis Hukum Islam Terhadap *Telemarketing*

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak Cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Hassan Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pemasaran adalah proses dan manajerial dimana seseorang atau sekelompok orang memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkannya melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.³⁰ Pemasaran dalam Islam adalah bentuk *mu'amalah* yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah. Sedangkan menurut Kertajaya dan Sula Syariah *marketing* adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip *mu'amalah* (bisnis) dalam Islam.³¹ Definisi ini didasarkan pada salah satu ketentuan dalam bisnis Islam yang tertuang dalam hadis Nabi riwayat Tirmidzi:³²

أَصْلُ حِجَابِ رَبِّنَا الْمُسْلِمِينَ الْأَصْلُ حَرَمٌ حَلَالًا أَوْ أَحْلَحَرَامًا وَالْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ الْأَشْرَاطُ حَرَمٌ حَلَالًا أَوْ أَحْلَحَرَامًا (رواه الترمذي عن عمرو بن عوف)

Artinya :Perdamaian dapat dilakukan diantara kaum muslimin kecuali perdamaian yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram, dan kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang menghalalkan atau menghalalkan yang haram'. (HR. Tirmidzi dan 'Amr bin 'Auf).

Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta:Bumi Aksara,2008),h. 1.
 Hermawan kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*,(Bandung:Pt Mizan Pustaka,2006),h. 9.
 Al-Hafiz Ibnu Hajar Al-Asqalani,*Bulughul Maram*, (Jakarta:Pustaka Al Kautsar,2015),h. 48.



Selain itu, didalam kaidah fiqih juga mengatakan :³³

الْأَصْلُ فِي الْمُعْمَلَةِ الْإِبَاحَةُ حَتَّى يَدُلَّ الدَّلِيلُ عَلَى تَحْرِيمِهَا

(Pada dasarnya semua bentuk *muamalah* [bisnis] boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya).

Ini berarti bahwa dalam marketing syariah, seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah Islami tidak terjadi dalam suatu transaksi apapun dalam pemasaran dapat dibolehkan. Allah mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuaran zalim dalam berbisnis termasuk dalam proses penciptaan, penawaran dan proses perubahan nilai dalam pemasaran.

Pemasaran dalam Islam juga diatur dalam fatwa DSN-MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang penjualan secara langsung berjenjang syariah. Menurut MUI, penjualan langsung berjenjang adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usahanya secara berturut-turut. Namun fatwa tersebut lebih tepatnya dalam bidang strategi pemasaran MLM (*Multi Level Marketing*) adalah strategi pemasaran di mana tenaga penjual (*sales*) tidak hanya mendapatkan kompensasi atas penjualan yang mereka hasilkan, tetapi juga atas hasil penjualan sales lain yang mereka rekrut.

³³ Sudanto, *Masailul Fiqhiyah Al-Haditsah* (Yogyakarta:CV Budi Utama,2018), h. 8.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 © Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada umumnya, tenaga penjual menjual produk perusahaan secara langsung kepada konsumen yang merupakan orang terdekat atau melalui pemasaran dari mulut-ke-mulut. Sedangkan *telemarketing* adalah suatu strategi pemasaran dengan menggunakan media telepon (*Call Center*). Dalam fatwa tersebut, MUI memutuskan beberapa ketentuan yang harus terpenuhi dalam melakukan sebuah pemasaran produk, diantaranya sebagai berikut:³⁴

- a. Adanya obyek transaksi *riil* yang diperjual belikan berupa barang atau produk jasa.
- b. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram.
- c. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur gharar.

Berdasarkan hal tersebut, dapat di simpulkan bahwa menawarkan produk menggunakan strategi *telemarketing* itu boleh, asal tidak ada hal yang bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah seperti yang di jelaskan di atas. Karena kegiatan pemasaran harus di dasari dengan semangat beribadah kepada tuhan yang maha esa dan berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama.

F. Penelitian Terdahulu

1. Skripsi yang ditulis oleh Bakri Sondang Siahaan “Pelaksanaan *Telemarketing* Pada Lembaga Keuangan Dalam Rangka Perlindungan atas Informasi Data Pribadi Menurut Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik” Persamaan dari kedua

³⁴Fatwa DSN-MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009,h. 6.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang *telemarketing*. Perbedaannya yaitu dari penelitian Bakri Sondang Siahaan membahas tentang perlindungan atas informasi data pribadi akibat *telemarketing* sedangkan pada penelitian ini membahas tentang pelaksanaan *telemarketing* dalam lembaga pembiayaan Di Tinjau Dari Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 6/Pojk.07/2022 Tentang perlindungan Konsumen Dan Masyarakat Di Sektor Jasa Keuangan.

2. Skripsi yang di tulis oleh Kristania Felita Tarigan “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Pelanggaran Privasi Melalui Sms *Blast*” persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang perlindungan konsumen terhadap sms *spam* sedangkan perbedaannya yaitu dari penelitian kristina felita tarigan lebih membahas mengenai pelanggaran privasi dari sms *blast* sedangkan pada penelitian ini membahas perlindungan terhadap penawaran lembaga pembiayaan tanpa seizin konsumen.
3. Skripsi yang di tulis oleh A. Irma Sutra Dewi “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Sms *Spam* Yang Dikirim Oleh Operator Seluler” persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang perlindungan konsumen atas sms *spam* sedangkan perbedaannya yaitu dari penelitian A. Irma Sutra Dewi lebih membahas spam oleh operator seluler sedangkan pada penelitian ini lebih membahas *spam telemarketing* dari layanan dan/atau jasa keuangan.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Skripsi yang di tulis oleh Sigit Siputra Angga Pranata “ Tinjauan Hukum Islam Dan Peraturan OJK No.1/Pojk.07/2013 Tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan Terhadap *Telemarketing* Di PT.Asuransi Cigna Surabaya” persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama sama membahas mengenai *telemarketing* sedangkan pebedaannya yaitu dari penelitian Sigit Siputra Angga Pranata membahas mengenai *telemarketing* dan pemasaran menurut hukum islam dan Peraturan OJK No.1/Pojk.07/2013 Tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan sedangkan pada penelitian ini lebih membahas pelaksanaan *telemarketing* bedasarkan hukum konvensional Di Tinjau Dari Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 6/Pojk.07/2022 Tentang perlindungan Konsumen Dan Masyarakat Di Sektor Jasa Keuangan.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum sosiologis. Penelitian sosiologis adalah penelitian ilmiah yang merupakan investigasi fenomenal secara sistematis, terkontrol, empiris, dan kritis di pandu oleh teori dan hipotesis tentang hubungan antar fenomena, penelitian sosiologis yaitu penelitian yang dilakukan langsung ke lapangan yang dilakukan baik melalui survei ataupun penyebaran kuisioner.³⁵ Survei merupakan metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu dengan tujuan untuk mengetahui siapa mereka, apa yang mereka pikir, rasakan, atau kecenderungan suatu tindakan.³⁶ Penelitian ini termasuk data primer yang di peroleh langsung dari masyarakat.³⁷

Penelitian ini adalah penelitian empiris karena peneliti ingin mengetahui pelaksanaan *telemarketing* dalam lembaga pembiayaan Di Tinjau Dari Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 6/Pojk.07/2022 Tentang perlindungan Konsumen Dan Masyarakat Di Sektor Jasa Keuangan.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan sosiologi hukum, yang menganalisis tentang bagaimana reaksi

Jonaedi Efendi dan Johnny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normatif Dan Empiris*, (Depok : Prenada Media Grup, 2016), h. 124.

Masri Singarimbun Dan Effendi Sofian, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta : Pustaka LP3ES Indonesia, 2006), h.112.

Ibid, h.149.



serta interaksi yang terjadi ketika sistem norma itu bekerja di dalam masyarakat atau efektifitas hukum dimana penulis secara langsung turun ke lapangan untuk mencari data yang diperlukan.³⁸

C. Lokasi Penelitian

Sesuai permasalahan yang ditemukan, penelitian ini merupakan penelitian hukum sosiologis yang dilakukan di Kantor Otoritas Jasa Keuangan Riau. Yang beralamat di Jl. Arifin Ahmad No. 35, Sidomulyo Timor, Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Riau.

Adapun alasan penulis menetapkan lokasi tersebut menjadi tempat penelitian penulis karena lokasi tersebut sangatlah mudah dijangkau oleh penulis untuk melakukan wawancara mengenai Pelaksanaan *Telemarketing* dalam Lembaga Pembiayaan di Tinjau Dari Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 6/Pojk.07/2022 Pasal 25 Ayat 1 Tentang Konsumen Dan Masyarakat Di Sektor Jasa Keuangan Di Kota Pekanbaru.

D. Subjek Dan Objek Penelitian

Adapun subjek dalam penelitian ini adalah Masyarakat yang mendapatkan penawaran *telemarketing* melalui media komunikasi, Otoritas Jasa Keuangan Kota Pekanbaru. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah pelaksanaan *telemarketing* di sektor jasa keuangan.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Salim HS dan Erlies Septiana, *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2013), h. 20



E. Populasi dan Sampel

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi adalah keseluruhan dari objek pengamatan dan/atau objek yang menjadi penelitian.³⁹ Subjek dalam populasi ini jika diteliti adalah berkaitan dengan orang, karena orang inilah yang akan dijadikan sumber informasi atau sumber dalam memperoleh data melalui alat pengumpulan data. Populasi dapat berupa himpunan orang, benda, kejadian, kasus-kasus, waktu dan tempat dengan ciri dan sifat yang sama. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah :

1. Kepala Otoritas Jasa Keuangan Pekanbaru
2. Konsumen yang mendapat spam *Telemarketing*

Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian, maka penulis melakukan sampel, dimana sampel adalah himpunan bagian atau sebagian dari populasi yang dapat mewakili keseluruhan objek penelitian. Sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai narasumber atau partisipan, informan, dan lain-lain. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menghasilkan teori. Suharsimi Arikunto menyatakan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.⁴⁰

³⁹Zainuddin ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2015), h. 98.

⁴⁰Tarjo, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2019), h. 45-47

Metode yang dipakai adalah metode *purposive sampling*, yaitu menetapkan sejumlah sampel yang memiliki jumlah populasi yang ada, yang kategori sampelnya itu telah ditetapkan sendiri oleh peneliti.⁴¹ Untuk lebih jelasnya mengenai populasi dan sampel dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel III.I
Populasi dan Sampel

| No | Responden | Populasi | Sampel | Presentase |
|----|--|----------|--------|------------|
| 1 | Kepala OJK | 1 | 1 | 100 % |
| 2 | Konsumen yang mendapat <i>spam telemarketing</i> | 36 | 36 | 100% |
| 3 | Jumlah | 37 | 37 | - |

Sumber : Data Olahan Penelitian Oktober-November(2022)

Data dan Sumber Data

Data adalah fakta atau keterangan mengenai segala hal yang dapat digunakan sebagai bahan untuk membuat informasi. Informasi yang merupakan inti sari sebuah data digunakan sebagai alat untuk mengambil keputusan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua sumber data yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah data atau keterangan yang diperoleh langsung dari sumbernya melalui wawancara serta laporan dalam bentuk dokumen tidak resmi yang kemudian di olah oleh peneliti.⁴² Data ini diperoleh dengan melakukan wawancara melalui *google form* kepada konsumen yang mendapat penawaran secara online melalui media komunikasi pribadi.

Yan Pramadya puspa, *Kamus Hukum*, (Semarang: Aneka Ilmu, 1977), h. 281

Zainudin Ali, *Metodologi Penelitian Hukum*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2015), h. 21.



2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil penelaahan keputusan atau penelaahaan terhadap berbagai litelatur atau bahan pustaka yang berkaitan dengan masalah dan materi penelitian atau yang sering disebut dengan badan hukum.⁴³ Data dapat berupa bahan-bahan pustaka, seperti buku-buku, undang-undang, peraturan perundang-undangan yang mendukung penelitian ini.

G. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau fakta-fakta yang ada dilapangan. Untuk pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini, metode yang peneliti gunakan adalah :

1. Observasi

yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengamati atau meninjau secara cermat dan langsung di lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi yang terjadi atau membuktikan kebenaran dari sebuah desain penelitian yang sedang dilakukan

2. Wawancara

yaitu peneliti melakukan tanya jawab secara langsung dengan narasumber atau responden yang berhubungan dengan pokok permasalahan yang diteliti guna melengkapi data yang diperlukan.

⁴³ Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2003), Cet. Ke-5, h. 121.



3. Angket

yaitu dengan mengumpulkan hasil angket dari beberapa masyarakat yang ingin di wawancara.

Menurut Zainal Arifin, angket merupakan instrument penelitian yang berisikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan untuk menjangkau data atau informasi yang harus dijawab oleh responden secara bebas sesuai dengan pendapatnya.⁴⁴ Terdapat tiga jenis angket :

a. Angket tertutup yang terdiri atas pertanyaan atau pernyataan dengan sejumlah jawaban tertentu sebagai pilihan. Responden akan menceklis jawaban yang paling sesuai dengan dirinya.

b. Angket terbuka merupakan angket yang memberi kesempatan penuh untuk memberikan jawaban yang dirasa perlu oleh responden. Dimana, peneliti hanya memberikan sejumlah pertanyaan yang berkenaan dengan masalah penelitian dan meminta responden menguraikan pendapat atau pendiriannya dengan panjang lebar bila diinginkan.

Angket campuran merupakan angket gabungan antara angket tertutup dan angket terbuka. Dimana, peneliti membuat sejumlah pernyataan dengan jawaban yang sudah terdapat pilihannya dan pertanyaan dengan jawaban uraian.

Berdasarkan hal ini, peneliti menyebarkan angket pada pihak terkait dalam penelitian ini, yaitu kepada konsumen yang mendapat penawaran secara online melalui media komunikasi pribadi.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁴⁴Zainal Arifin, *Penelitian Pendidikan – Metode dan Paradigma Baru*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2012), h. 228



4. Studi pustaka

yaitu peneliti mencari data atau informasi melalui jurnal, buku-buku referensi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Metode ini digunakan untuk mencari bahan hukum sekunder guna mendukung bahan hukum primer.

H. Metode Analisa Data

Analisis data adalah cara menganalisis data penelitian, termasuk alat-alat statistik yang relevan untuk digunakan dalam penelitian.⁴⁵ Dalam penelitian ini, analisis yang dipakai adalah analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah analisis yang menggambarkan karakteristik suatu fenomena yang menjadi perhatian khusus dalam sebuah penelitian.⁴⁶ Dalam hal ini penulis menganalisis mengenai fakta-fakta dan data-data mengenai pengawasan Otoritas Jasa Keuangan terhadap lembaga pembiayaan yang melakukan telemarketing di Kota Pekanbaru yang akan di hubungkan dengan teori-teori dan aturan-aturan yang ada, sehingga nantinya tercapai kesimpulan akhir.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

h. 4.

⁴⁵ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2014), h. 249
⁴⁶ Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum dalam Praktek*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2008),

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari masalah di atas dapat di simpulkan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan pemasaran produk melalui sarana *telemarketing* belum memenuhi ketentuan yang memberikan perlindungan konsumen. Pemerintah Indonesia sudah menetapkan aturan perlindungan terhadap konsumen dari perbuatan pelaku usaha yang menggunakan metode pemasaran produk melalui sarana *telemarketing* dengan menetapkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 6 /Pojk.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan. Namun kurangnya kesadaran hukum dari pelaku usaha, konsumen, serta pemerintah sehingga pelaksanaan yang telah ditetapkan tidak berjalan sebagaimana mestinya. Itikad baik dari pelaku usaha sangat dibutuhkan untuk melindungi kepentingan dan hak-hak konsumen yang merasa dirugikan.
2. Upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen yang mengalami kerugian dapat melakukan komplain langsung kepada pelaku usaha serta konsumen dapat menuntut pelaku usaha untuk mempertanggung jawabkan kerugian yang diderita. Konsumen yang dirugikan juga dapat melapor kerugiannya tersebut kepada OJK, untuk mendapatkan pendampingan dalam upaya penyelesaian sengketa, dan apabila cara penyelesaian ini tidak berhasil

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

maka konsumen bisa melapor kerugiannya tersebut ke pengadilan atau badan penyelesaian sengketa lainnya.

Saran

Adapun saran yang ingin di sampaikan penulis adalah :

1. kepada Otoritas jasa keuangan agar lebih mensosialisasikan tentang pelaksanaan *telemarketing* yang sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 6 /Pojk.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan. dan lebih melakukan pengawasan terhadap lembaga keuangan bank maupun non bank
2. kepada pelaku usaha Itikad baik dari pelaku usaha sangat dibutuhkan untuk melindungi kepentingan dan hak-hak konsumen yang merasa dirugikan.





DAFTAR PUSTAKA

- © Hak Cipta dilindungi Undang-Undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: 1. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Buku**
- Acasan, Harry T. Yani, *Perancangan Sistem Informasi Telemarketing* (Jakarta: Pasikom UI, 1998)
- Al-Asqalani, Al-Hafiz Ibnu Hajar, *Bulughul Maram*, (Jakarta: Pustaka Al Kautsar, 2015)
- Al-Zainuddin *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2015)
- Arifin, Zainal *Penelitian Pendidikan – Metode dan Paradigma Baru*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2012)
- Effendi, Jonaedi Dan Johnny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normatif Dan Empiris*, (Depok : Prenada Media Grup, 2016)
- Fatwa DSN-MUI No:75/DSN-MUI/VII/2009
- Fauzi, ADan Defri Mardinsyah, *Aplikasi Exel Untuk Telemarketing*, (Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2007)
- Husmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008)
- Kertajaya, Hermawan Dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Pt Mizan Pustaka, 2006)
- Muhammad, *Metode Penelitian Hukum*, (Mataram: Mataram University Press, 2020)
- Puspa, Yan Pramadya *Kamus Hukum*, (Semarang: Aneka Ilmu, 1977)
- Ramadhan, Muhammmad, *Metode Penelitian*, (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021)
- Singaribun, Masri Dan Effendi Sofian, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta Pustaka LP3ES Indonesia, 2006)
- Sudanto, *Masailul Fiqhiyah Al-Haditsah* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018)
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2014)
- Sunggono, Bambang *Metodologi Penelitian Hukum*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2003), Cet. Ke-5
- Suratman Dan Philips Dillah, *Metode Penelitian Hukum*, (Bandung, Alfabet, 2014)



Suekanto, Soerjono Dan Sri Mamudi, *Penelitian Hukum Normative Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003)

Suekanto, Soerjono, *Pengantar Penelitian Hukum*, Cet Ke-3, (Jakarta: UI Press, 2007)

Soerjono, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2019)

Ully, Marfatun *Mengenal Ojk Dan Lembaga Keuangan*, (Yogyakarta : Anggota IKAPI, 2017)

Wuluyo, Bambang *Penelitian Hukum dalam Praktek*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2008)

B. Undang-undang dan peraturan sejenisnya

Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 *Undang-Undang Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*, UU Nomor. 19 Tahun 2016

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 Tentang Otoritas Jasa Keuangan,

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor : 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan.

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor : 18/POJK.07/2018 tentang Layanan Pengaduan di Sektor Jasa Keuangan.

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor : 31/POJK.07/2020 tentang Penyelenggaraan Layanan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan Oleh Otoritas Jasa Keuangan.

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor : 61/POJK.07/2020 tentang Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa (LAPS) Sektor Jasa Keuangan.

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor : 6 /Pojk.07/2022 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Masyarakat Di Sektor Jasa Keuangan

C. Jurnal Hukum

Andika Prawira Buana, Harmonisasi Peraturan Perundang-undangan Terhadap Bentuk Perjanjian Melalui *Telemarketing*, Vol 9, No, 2, Oktober 2019

Hanum R Helmi, “Perlindungan Hukum Bagi Pengguna Jasa Operator Seluler Atas Adanya Short Message Service (SMS) Spam”, *Jurnal Hukum*. Vol. 20, No. 3, September-Desember 2011



UIN SUSKA RIAU

Ilyas, Keabsahan Perjanjian Asuransi Melalui *Telemarketing* Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008, *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, Vol.14, No.2, Agustus 2012

Robby yanuareksa, Suradi, Rinitami Njatrijani, Penerapan UU ITE Dan UU Perlindungan Konsumen Bagi Transaksi *Telemarketing* (Studi Pada PT AXA Mandiri) dalam *Diponegoro Law Journal*, Vol 5, No.3., 2016

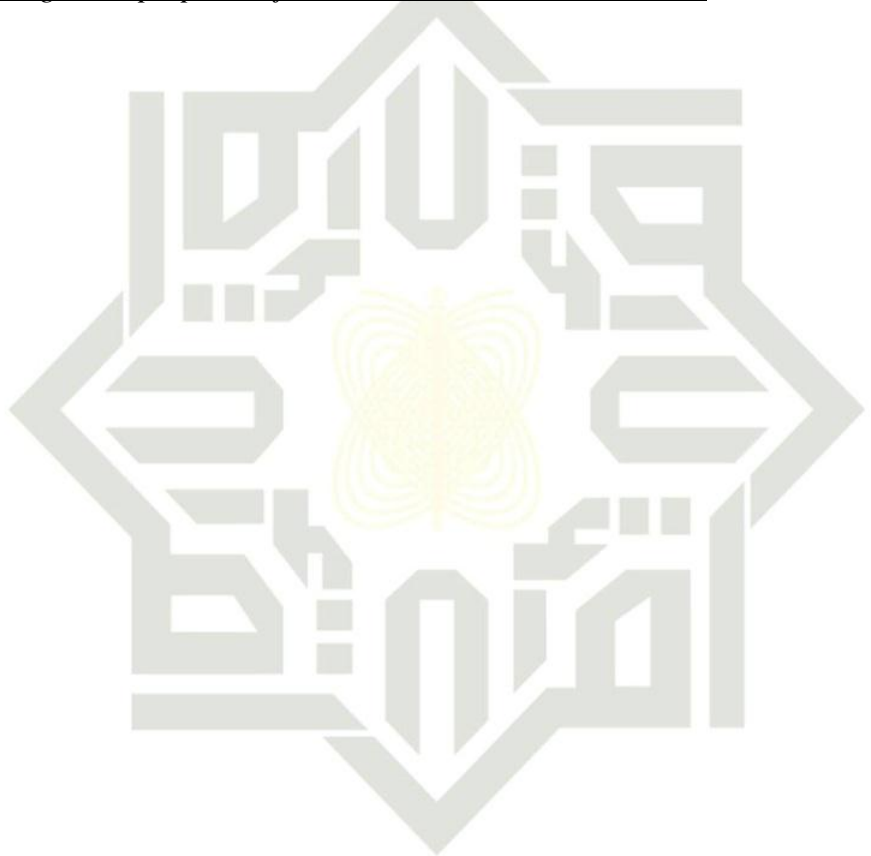
Website
<https://www.hukumonline.com/berita/a/pojk-6-2022-larang-telemarketing-produk-jasa-keuangan-tanpa-persetujuan-konsumen-lt6287737ca5230>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة والقانون

FACULTY OF SHARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuah Madani - Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. /Fax 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/9585/2022
Sifat : Biasa
Lamp. : 1 (Satu) Proposal
Hal : **Mohon Izin Riset**

Pekanbaru, 13 September 2022

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : NADIA DEMONIKA PUTRI
NIM : 11820725110
Jurusan : Ilmu Hukum S1
Semester : IX (Sembilan)
Lokasi : Kantor Otoritas Jasa Keuangan Kota Pekanbaru

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul :
"Perlindungan Hukum Terhadap Penawaran Secara Online Kepada Calon Konsumen Melalui Sarana Komunikasi Pribadi Tanpa Persetujuan Konsumen di Tinjau Dari Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 6/POJK.07/2022 Pasal 25 Ayat 1 di Kota Pekanbaru.

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksananya riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
Pekanbaru

Dr. Zukhril Syarifuddin
NIP. 197411062005011005

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau



PEMERINTAH KOTA PEKANBARU BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

JL. ARIFIN AHMAD NO. 39 TELP. / FAX. (0761) 39399 PEKANBARU

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 071/BKBP-SKP/2060/2022



- a. Dasar :
1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.
 2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik.
 3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2016 Tentang Perangkat Daerah.
 4. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 Tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian.
 5. Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 9 Tahun 2016 Tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Pekanbaru.
- b. Menimbang :
- Rekomendasi dari Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, nomor 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISSET/50410 tanggal 14 September 2022, perihal pelaksanaan kegiatan Penelitian Riset/Pra Riset dan pengumpulan data untuk bahan Skripsi.

MEMBERITAHUKAN BAHWA :

1. Nama : NADIA DEMONIKA PUTRI
2. NIM : 11820725110
3. Fakultas : SYARIAH DAN HUKUM UIN SUSKA RIAU
4. Jurusan : ILMU HUKUM
5. Jenjang : S1
6. Alamat : JL. KASTURI KAMPUNG SUKARAMAI KEL. MINAS JAYA KEC. MINAS-SIAK
7. Judul Penelitian : PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENAWARAN SECARA ONLINE KEPADA CALON KONSUMEN MELALUI SARANA KOMUNIKASI PERIBADI TANPA PERSETUJUAN KONSUMEN DI TINJAU DARI PERATURAN OTORITAS JASA KEUANGAN NOMOR 6/POJK.07/2022 PAS5AL 25 AYAT 1 DI KOTA PEKANBARU
8. Lokasi Penelitian : KANTOR OTORITAS JASA KEUANGAN KOTA PEKANBARU

Untuk Melakukan Penelitian, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungan dengan kegiatan Riset/Pra Riset/ Penelitian dan pengumpulan data ini.
2. Pelaksanaan kegiatan Riset ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan.
3. Berpakaian sopan, mematuhi etika Kantor/Lokasi Penelitian, bersedia meninggalkan photo copy Kartu Tanda Pengenal.
4. Melaporkan hasil Penelitian kepada Walikota Pekanbaru c.q Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Pekanbaru, paling lambat 1 (satu) minggu setelah selesai.

Demikian Rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 15 September 2022

Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
Kota Pekanbaru



ZUL FAHMI ADRIAN, AP, M.Si

Pembina Utama Muda

NIP. 19750715 199311 1 001

Tembusan

- Yth :
1. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau di Pekanbaru.
 2. Yang Bersangkutan.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



OTORITAS
JASA
KEUANGAN

Nomor : S-451/KO.053/2022
Sifat : Segera
Lampiran : Satu Set Berkas
Hal : Tanggapan Permohonan Data
Penelitian a/n Sdr. Nadia Demonika
Putri

31 Oktober 2022

Yth. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif
Kasim Riau
Jalan HR. Soebrantas No.155 Km 15, Simpang Baru, Tampan, Pekanbaru

Menunjuk surat Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik Pemerintah Kota Pekanbaru Nomor: 071/BKBP-SKP/2060/2022 tanggal 15 September 2022 Perihal Surat Keterangan Penelitian atas rekomendasi dari Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau Nomor: 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/50410 tanggal 14 September 2022 Perihal: Pelaksanaan kegiatan penelitian riset/prariset dan pengumpulan data untuk bahan skripsi atas surat Saudara terkait izin penelitian mahasiswa Saudara atas nama Sdr. Nadia Demonika Putri - Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, terlampir kami sampaikan data sebagai materi pendukung penelitian dan penulisan skripsi dimaksud.

Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Kepala OJK Provinsi Riau



Muhamad Lutfi

Dokumen Ini Ditandatangani secara Elektronik.
Validasi dapat dilihat melalui scan QR-Code.

KP: D.01/KO.0531230



OJK-211022-216832

Jalan Arifin Ahmad No. 35 Marpoyan Damai Pekanbaru



- a. Pengutuban hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutuban tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
 Email : dpmtsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/50410
 TENTANG

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**



Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.II/PP.00.9/9585/2022 Tanggal 13 September 2022, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

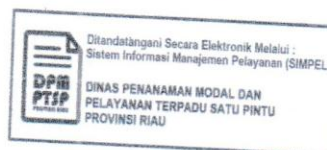
- | | |
|----------------------|--|
| 1. Nama | : NADIA DEMONIKA PUTRI |
| 2. NIM / KTP | : 11820725110 |
| 3. Program Studi | : ILMU HUKUM |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENAWARAN SECARA ONLINE KEPADA CALON KONSUMEN MELALAU SARANA KOMUNIKASI PERIBADI TANPA PERSETUJUAN KONSEUMEN DI TINJAU DARI PERATURAN OTORITAS JASA KEUANGAN NOMOR 6/POJK.07/2022 PASAL 25 YAT 1 DI KOTA PEKANBARU |
| 7. Lokasi Penelitian | : KANTOR OTORITAS JASA KEUANGAN KOTA PEKANBARU |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 14 September 2022



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Walikota Pekanbaru
- Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nadia Demonika Putri lahir di Minas tanggal 23 Maret 2000, sebagai anak pertama dari tiga bersaudara pasangan Bapak Mapilyandra dan Ibu Martita. Penulis menyelesaikan Pendidikan Formal Sekolah Dasar di SD Negeri 001 Minas Jaya tahun 2012. Pada tahun 2015 penulis menyelesaikan Pendidikan Lanjutan Tingkat Pertama di MTS Sumatra Thawalib Parabek Bukittinggi dan menyelesaikan Pendidikan Menengah Atas dengan jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) di SMAN 1 MINAS pada tahun 2018.

Tahun 2018 penulis melanjutkan Pendidikan ke Perguruan Tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan lulus di Fakultas Syariah dan Hukum dengan Jurusan Ilmu Hukum. Pada bulan Februari 2021, penulis melaksanakan Kerja Praktek Lapangan di Kejaksaan Negeri Bukittinggi yang dibimbing oleh Ibu Dr. Jenita, SE, MM. Bulan Juli - Agustus 2021 penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Minas Jaya, Kecamatan Minas. Penulis dinyatakan lulus ujian sarjana pada tanggal 04 Januari 2023 dengan judul Tugas Akhir **“Pelaksanaan Telemarketing Dalam Lembaga Pembiayaan Di Tinjau Dari Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 6/Pojk.07/2022 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Masyarakat Di Sektor Jasa Keuangan Di Kota Pekanbaru”** dengan dosen pembimbing Hj. Nur’aini Sahu, SH, MH dan Irfan Ridha, SH. MH