



Implementasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Industri Perbankan Syariah

Irfan Ridha^{1*}, Ahmad Kalingga², Aisyah Putri Indra³, Alfajar Ahmad Abujibril⁴,
Alisha Zahra Saadiya⁵, Anisa Ayu Putri⁶, Annisa Mardiya Hakim⁷, Arinaldi⁸,
Arina Putri Agustina⁹, Ayu Saputri¹⁰, Bintang Reynaldo Putra¹¹
¹⁻¹¹Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia

Korespondensi penulis: irfan.ridha30@uin-suska.ac.id*

Abstract: The Consumer Protection Law (UU 22/2020) has provided a legal basis for consumer protection in the banking industry. The implementation of this law is important in the Islamic banking industry due to its consistency with sharia values which place justice and balance as the main principles. The purpose of this study is to analyze the implementation of the Consumer Protection Act in the Islamic banking industry and evaluate the effectiveness of its implementation. This research uses a qualitative approach with a literature study. Data was collected through analysis of book literature and analysis of documents related to the implementation of the Consumer Protection Act. The results of the study show how actual implementation of the Consumer Protection Law is in its operational procedures. However, there are several challenges in implementation, such as the lack of awareness and understanding of customers about their rights, as well as a lack of adequate human resources and information technology to meet the requirements of the law. This study recommends that Islamic banks increase consumer empowerment campaigns and invest in adequate human resources and information technology to increase the effectiveness of the implementation of the Consumer Protection Act. This is expected to increase customer confidence in the sharia banking industry and support sustainable industry growth.

Keywords : Consumer Protection, Implementation, Islamic Bank .

Abstrak: Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU 22/2020) telah memberikan landasan hukum bagi perlindungan konsumen dalam industri perbankan. Implementasi UU ini menjadi penting dalam industri perbankan syariah karena konsistensi dengan nilai-nilai syariah yang menempatkan keadilan dan keseimbangan sebagai prinsip utama. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis implementasi UU Perlindungan Konsumen dalam industri perbankan syariah dan mengevaluasi efektivitas pelaksanaannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi literatur kepustakaan. Data dikumpulkan melalui analisis literatur buku serta analisis dokumen terkait implementasi UU Perlindungan Konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bagaimana sebenarnya pengejawantahan implementasi UU Perlindungan Konsumen dalam prosedur operasionalnya. Namun, ada beberapa tantangan dalam pelaksanaan yang dihadapi, seperti minimnya kesadaran dan pemahaman nasabah tentang hak-hak mereka, serta kekurangan sumber daya manusia dan teknologi informasi yang memadai untuk memenuhi persyaratan UU tersebut. Penelitian ini merekomendasikan agar bank syariah meningkatkan kampanye pemberdayaan konsumen dan investasi pada sumber daya manusia dan teknologi informasi yang memadai untuk meningkatkan efektivitas implementasi UU Perlindungan Konsumen. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap industri perbankan syariah dan mendukung pertumbuhan industri yang berkelanjutan.

Kata kunci : Perlindungan Konsumen, Implementasi, Bank Syariah.

1. PENDAHULUAN

Indonesia terpengaruh oleh munculnya bank-bank syariah di negara-negara Islam pada awal 1980-an. Di Indonesia, pertumbuhan sektor organisasi keuangan telah mengakibatkan ekspansi yang signifikan. Ini termasuk perbankan tradisional atau berbasis sharia, pasar saham, dan sektor keuangan lainnya (Shidqiyah, 2017).

Bank harus memiliki aturan untuk menjaga integritas nama bank itu sendiri sehubungan dengan bank syariah di Indonesia. Akibatnya, bank harus melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan persyaratan hukum yang berlaku. Dalam keberadaan perjanjian kredit atau perjanjian pembiayaan bank yang merupakan perjanjian standar, konsumen dilindungi oleh Undang-Undang No. 8 tahun 1999. (standar kontrak).

Sementara hubungan antara bank dan pelanggan adalah salah satu keuntungan bersama, pengembangan kebijakan yang mempertahankan perlindungan hukum untuk pelanggan sering berada dalam situasi yang kurang menguntungkan. Ketika kita berbicara tentang keamanan konsumen, kita harus meragukan keyakinan dengan mana hak konsumen akan dipertahankan (Shidqiyah, 2017).

Sebagai hasil dari fluralisme hukum yang aktif dan berkembang dalam dinamika masyarakat Indonesia, keberadaan perbankan syariah yang merujuk pada prinsip-prinsip ekonomi Islam berdasarkan Al-Qur'an dan hadits Rosulullah – membawa angin baru bagi komunitas Islam di Indonesia. Menurut Undang- Undang No 21/2008, Peran utama Bank Syariah adalah untuk mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyebarkannya sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah dalam bentuk pembiayaan/kredit kepada masyarakat serta berfungsi sebagai lembaga sosial yang dikenal sebagai baitul mal. Akibatnya, bank berfungsi sebagai entitas perantara dan mempromosikan pertumbuhan dan stabilitas ekonomi.. Dalam operasionalnya bank syariah disamping menggunakan modalnya sendiri, Prinsip wadi'ah (titipan) dan mudharabah (untuk hasil), yang diterapkan dalam bentuk tabungan, giro, dan deposit, juga digunakan oleh bank untuk mengumpulkan dana dari komunitas.

Dana tersebut kemudian didistribusikan menggunakan prinsip murabahah (menjual beli), mudharaba (untuk hasil), musyarah (mitra), dan perampokan. (sewa). Bank bergantung pada kepercayaan publik untuk mengumpulkan uang dari masyarakat umum. Orang akan merasa aman untuk menyimpan uang atau uang mereka di bank jika mereka mempercayai bank. Akibatnya, bank terkena risiko reputasi yang signifikan. Agar pelanggan atau masyarakat umum dapat terus menyetor uang ke bank, bank harus terus mempertahankan tingkat kepercayaan publik yang tinggi. Layanan pelanggan yang baik adalah jenis perlindungan pelanggan dan menentukan tingkat kepercayaan pelanggan kepada bank.

Kegiatan perbankan yang menyediakan jasa pada sektor ekonomi tidak terlepas dari adanya resiko yang dapat merugikan pihak bank sendiri maupun pihak nasabah, baik nasabah penyimpan dana maupun debitur adanya resiko- resiko tersebut maka membuat bank harus benar-benar melaksanakan prinsip yang seharusnya diterapkan dalam perbankan terkait dengan nasabah, yaitu menyangkut: prinsip kepercayaan (fiduciary principle), prinsip kehati-hatian

(prudencial principle), dan juga prinsip kerahasiaan (confidential Principle). Banyaknya bank di Indonesia baik itu menggunakan sistem syariah atau konvensional, tidak menjamin melakukan transaksi secara sehat. Ada kemungkinan lahirnya masalah yang merugikan nasabah merupakan masalah yang tidak bisa diabaikan begitu saja. Terlebih jika melihat posisi nasabah sebagai pihak yang lemah dibandingkan pihak bank.

Berangkat dari uraian di atas, munculnya permasalahan dalam transaksi ekonomi syariah, mulai dari minimnya informasi konsumen mengenai peraturan perlindungan konsumen, hak-hak nasabah yang kurang diperhatikan oleh bank, serta mengenai kerahasiaan data nasabah yang sering bocor kepada pihak ketiga. Maka berangkat dari hal tersebut penelitian ini memberikan pemahaman serta pengetahuan kepada nasabah mengenai berbagai haknya dan memberikan evaluasi implementasi Undang-Undang perlindungan konsumen dalam praktik perbankan syariah.

2. METODE

Jenis dan pendekatan penelitian

Jenis penelitian ini ialah deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini didasarkan pada fakta-fakta yang menyebar di lapangan. Yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sebenarnya pengejawantahan implementasi UU Perlindungan Konsumen dalam prosedur operasionalnya. Pendekatan kualitatif adalah teknik atau metode penelitian yang menghasilkan informasi deskriptif yang dapat dilihat dari bentuk suara, tulisan bahkan perilaku subjek itu sendiri. Tujuan menggunakan pendekatan kualitatif adalah perlunya panduan untuk memastikan bahwa semuanya sudah sesuai dengan fakta di lapangan.

Subjek penelitian

Subjek atau informan dari penelitian ini hanya buku-buku sastra dan jurnal mengenai hukum perlindungan konsumen dan buku mengenai hukum perbankan syariah itu sendiri.

Teknik pengumpulan data

Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data pada penelitian ini adalah teknik literatur kepustakaan, yang didefinisikan sebagai cara pengumpulan informasi dari kertas yang sudah ada atau catatan yang disimpan, baik dalam bentuk buku, artikel, jurnal atau materi lain yang terkait dengan topik yang sedang dipelajari, termasuk undang-undang mengenai perbankan syariah. Metode ini diharapkan dapat mendukung pengumpulan data yang dibahas dalam penelitian ini.

Teknik analisis data

Analisis data melibatkan pengumpulan data secara metode informasi yang dikumpulkan dari literasi berbagai buku, jurnal yang memiliki sumber-sumber yang akurat serta dokumentasi. Ini dilakukan dengan mengklasifikasi informasi ke dalam kelompok, menggambarkan dalam hal unit-unit yang terpisah, mensintesisnya, mengkompilasi menjadi pola, memilih informasi yang akan dipelajari dan menarik kesimpulan yang jelas bagi orang lain.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dasar Perlindungan Konsumen

Perkembangan bisnis syariah di Indonesia tidak terlepas dari perkembangan bisnis syariah pada masyarakat negara-negara Islam di dunia. Tentu kenyataan tersebut berpengaruh terhadap hiruk-pikuk perbankan syariah. Prinsip-prinsip dasar ekonomi syariah yang selama ini kita kenal melalui bank syariah adalah nilai-nilai etika dan norma ekonomi yang universal dan komprehensif. Keuniversalan itu sengaja diberikan pada umat untuk memberikan kesempatan agar berinovasi (ijtihad) dan berkreasi (jihad) dalam mengatur sistem ekonominya dengan syarat tidak keluar dari kerangka umumnya. Dengan demikian sistem ekonomi Islam akan valid dan cocok untuk setiap perubahan waktu dan perbedaan tempat dan umat Islam mampu memerankan fungsinya sebagai kholifah di muka bumi ini (Mansyur, 2011). Perbankan dengan sistem Hukum Islam dengan dasar hukum Hukum No. 21 tahun 2008 tentang bank-bank syariah. Undang-undang tersebut telah secara implisit membuka peluang untuk kegiatan “untuk keuntungan” dan kelahiran Undang-Undang Perbankan Syariah diperkirakan akan merangsang masuknya investor asing ke Indonesia.

Secara garis besar hubungan antara bank dengan nasabah dapat dilihat dari klausula yang ada dalam akad yang terdiri dari 5 (lima) konsep akad, yaitu sistem simpanan murni, sistem bagi hasil, sistem jual beli dengan margin keuntungan, sistem sewa dan sistem fee (jasa). Upaya mewujudkan 5 (lima) konsep akad tersebut, lembaga keuangan syariah harus memperhatikan larangan-larangan dalam Islam. Akad-akad tradisional Islam sebagai alternatif dan implementasinya dalam transaksi transaksi LKS (Lembaga Keuangan Syariah), Kelayaan usaha bank, dan lain-lain. Di sisi lain juga harus memperhatikan hal-hal yang terkait dengan keadaan dari debitur (nasabah) yang menyangkut 5C (the five C for credit), diantaranya character, capital, capacity, collateral, and condition of economy. Dalam uu no 22 tahun 2020 yang dimaksud dengan konsumen pada pasal 1 ayat 1 Konsumen adalah” orang-perseorangan atau badan, baik berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, yang memanfaatkan produk

dan/atau jasa dari penyelenggara”. Pada pasal 2 ayat 1 Perlindungan Konsumen yang diatur dalam Peraturan Bank Indonesia ini mencakup Perlindungan Konsumen untuk Konsumen yang memanfaatkan produk dan/atau jasa dari Penyelenggara yang diatur dan diawasi oleh Bank Indonesia (Bank Indonesia, 2020).

Dalam hal ini produsen, distributor serta jaringan-jaringan yang melaksanakan fungsi pendistribusian dan pemasaran barang dan/atau jasa pengguna barang dan/atau jasa, wajib tunduk terhadap Undang- undang ini. Dalam PBI No. 16/1/PBI/2014, tentang perlindungan konsumen jasa sistem pembayaran, yang dimaksud dengan perlindungan konsumen dalam pasal 1 ayat 2 adalah: perlindungan konsumen jasa sistem pembayaran yang selanjutnya disebut perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen jasa sistem pembayaran. Prinsip Perlindungan Konsumen (nasabah) menurut peraturan Bank Indonesia meliputi:

1. keadilan dan keandalan;
2. transparansi;
3. perlindungan data dan/atau informasi Konsumen; dan
4. penanganan dan penyelesaian pengaduan yang efektif (Shidqiyah, 2017).
5. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Dalam pasal 2 No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen bahwa asas dalam perlindungan konsumen yaitu: “perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum”. Penjelasan dari pasal ini yaitu : “perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

1. Asas manfaat

Asas ini menekankan bahwa setiap kebijakan, langkah, dan tindakan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus berorientasi pada manfaat yang sebesar-besarnya. Maksudnya, pelaksanaan perlindungan konsumen harus mampu memberikan keuntungan bukan hanya kepada konsumen sebagai pihak yang dilindungi tetapi juga kepada pelaku usaha yang berperan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal ini mencakup upaya untuk menciptakan iklim usaha yang sehat, transparan, dan berdaya saing, sehingga mampu mendorong pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Dengan asas ini, diharapkan semua pihak dapat merasakan dampak positif, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

2. Asas keadilan

Asas ini mengharuskan adanya perlakuan yang setara bagi semua pihak, baik konsumen maupun pelaku usaha, tanpa memandang latar belakang, status sosial, atau kapasitas ekonomi. Partisipasi masyarakat harus diwujudkan secara maksimal dalam mendukung kebijakan perlindungan konsumen. Konsumen diberikan hak untuk mendapatkan informasi yang jelas, memilih barang dan jasa yang berkualitas, serta menyampaikan keluhan jika terjadi pelanggaran. Sebaliknya, pelaku usaha juga memiliki hak untuk menjalankan usahanya sesuai dengan aturan hukum yang berlaku dan mendapatkan perlindungan dari tindakan konsumen yang tidak bertanggung jawab. Dengan asas ini, keseimbangan antara hak dan kewajiban kedua belah pihak dapat terwujud secara adil.

3. Asas keseimbangan

Asas ini bertujuan untuk menciptakan harmoni antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah. Dalam hal ini, keseimbangan tidak hanya dimaknai secara materiil, seperti pembagian keuntungan yang adil, tetapi juga mencakup aspek spiritual, seperti kepercayaan dan tanggung jawab moral antar pihak. Konsumen diharapkan menggunakan haknya secara bijaksana, sementara pelaku usaha dituntut untuk menjalankan kegiatan usahanya dengan penuh tanggung jawab terhadap konsumen dan lingkungan. Pemerintah sebagai regulator dan pengawas berperan untuk menjaga agar kepentingan semua pihak tetap terakomodasi secara proporsional. Dengan demikian, keseimbangan ini menjadi fondasi bagi terciptanya hubungan yang saling menguntungkan.

4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas ini mengutamakan jaminan keamanan dan keselamatan bagi konsumen dalam menggunakan barang dan jasa. Pelaku usaha wajib memastikan bahwa produk yang dihasilkan atau jasa yang ditawarkan telah memenuhi standar keamanan yang ditetapkan. Tidak hanya itu, informasi yang jelas mengenai cara penggunaan, risiko, dan perawatan barang atau jasa juga harus diberikan. Pemerintah berperan aktif dalam mengawasi serta memberikan sanksi tegas terhadap pelaku usaha yang mengabaikan aspek keamanan dan keselamatan ini. Dengan asas ini, konsumen dapat merasa lebih tenang dan terlindungi dalam setiap transaksi yang mereka lakukan.

5. Asas kepastian hukum

Asas ini menuntut agar segala bentuk kegiatan perlindungan konsumen dilaksanakan berdasarkan hukum yang jelas dan tegas. Hal ini mencakup kepastian dalam proses hukum jika terjadi pelanggaran, serta penegakan hukum yang tidak memihak. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum atas pelanggaran yang merugikan mereka, sedangkan

pelaku usaha juga berhak atas proses hukum yang adil jika mereka merasa dirugikan oleh konsumen. Pemerintah memiliki tanggung jawab untuk menyediakan perangkat hukum yang efektif dan berfungsi sebagai jaminan bahwa semua pihak dapat menjalankan hak dan kewajibannya dengan rasa aman. Dengan asas ini, tercipta kepercayaan terhadap sistem hukum yang pada akhirnya mendukung iklim usaha yang sehat (Karim, 2023).

Tujuan Perlindungan Konsumen

Tujuan perlindungan konsumen dapat dijabarkan sebagai berikut (Novita & Santoso, 2021):

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.

Langkah ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada konsumen mengenai hak dan kewajibannya, serta risiko yang mungkin timbul dari penggunaan barang dan jasa. Kesadaran konsumen dapat ditingkatkan melalui program literasi konsumen, kampanye edukasi, dan penyebaran informasi yang mudah diakses. Selain itu, kemampuan konsumen untuk menganalisis dan memahami informasi produk, seperti label, komposisi, serta dampak lingkungan, juga menjadi perhatian utama. Kemandirian konsumen berarti mereka mampu membuat keputusan secara bijaksana tanpa terlalu bergantung pada pihak lain, sehingga mampu melindungi diri dari potensi penyalahgunaan atau penipuan.

2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa.

Perlindungan konsumen tidak hanya sebatas mencegah kerugian finansial, tetapi juga melindungi aspek sosial dan psikologis. Hal ini dilakukan dengan memastikan bahwa konsumen terhindar dari produk yang berbahaya, menyesatkan, atau tidak sesuai standar. Selain itu, pelaku usaha perlu bertanggung jawab dalam memberikan produk atau jasa yang dapat meningkatkan kualitas hidup konsumen tanpa membawa dampak negatif, seperti gangguan kesehatan atau kerusakan lingkungan. Dengan demikian, konsumen dapat menjalani hidup yang lebih bermartabat dan terhindar dari risiko yang merugikan.

3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.

Pemberdayaan konsumen berarti memberikan kemampuan kepada mereka untuk memahami hak-haknya, seperti hak atas informasi, keamanan, dan penggantian jika terjadi kerugian. Program pemberdayaan ini dapat dilakukan melalui pelatihan, seminar, atau layanan konsultasi yang membantu konsumen menjadi lebih kritis dan selektif dalam memilih produk atau jasa. Selain itu, konsumen juga diberi pemahaman tentang cara menyampaikan keluhan

atau menuntut hak mereka melalui mekanisme yang sesuai, seperti lembaga perlindungan konsumen atau jalur hukum.

4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

Sistem perlindungan konsumen harus dibangun di atas dasar hukum yang jelas, tegas, dan mudah dipahami. Kepastian hukum berarti setiap pihak yang melanggar hak konsumen akan mendapatkan sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku. Selain itu, keterbukaan informasi memainkan peran penting agar konsumen dapat memahami risiko, manfaat, dan karakteristik produk atau jasa yang mereka gunakan. Akses informasi ini harus disediakan melalui berbagai media, seperti internet, brosur, atau layanan pengaduan, sehingga konsumen dapat membuat keputusan yang tepat dan bertanggung jawab.

5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.

Pelaku usaha perlu diberi pemahaman bahwa perlindungan konsumen bukan hanya kewajiban hukum, tetapi juga menjadi strategi untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dan keberlanjutan bisnis. Dengan menyadari pentingnya perlindungan konsumen, pelaku usaha diharapkan dapat mengadopsi prinsip kejujuran dan tanggung jawab, seperti memberikan informasi yang transparan, memenuhi standar kualitas, dan menanggapi keluhan konsumen dengan cepat dan adil. Kesadaran ini dapat ditumbuhkan melalui pelatihan, insentif, atau penghargaan bagi pelaku usaha yang menjalankan praktik usaha yang baik.

6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen. Peningkatan kualitas barang dan jasa menjadi tanggung jawab utama pelaku usaha untuk memastikan bahwa produk yang mereka hasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan. Hal ini mencakup aspek kesehatan, seperti bebas dari bahan berbahaya; kenyamanan, seperti desain yang ramah pengguna; keamanan, seperti ketahanan terhadap risiko kerusakan; dan keselamatan, seperti minimnya risiko cedera saat digunakan. Dengan memberikan produk atau jasa berkualitas tinggi, pelaku usaha tidak hanya memenuhi kewajiban mereka kepada konsumen tetapi juga memastikan keberlanjutan usaha mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Selain itu, usaha pemerintah untuk melindungi nasabah perbankan secara umum juga dapat ditemukan dalam UU Perlindungan konsumen. Bank bertanggung jawab untuk melaksanakan amanat UU Nomor 7 Tahun 1992, bahwa ruang lingkup rahasia bank meliputi dana simpanan nasabah (nasabah kreditor) dan juga kredit yang diterima oleh nasabah

(nasabah debitor), tetapi dewasa ini berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, ruang lingkup rahasia bank terbatas hanya terhadap identitas nasabah penyimpan di samping keadaan simpanan nasabah yang bersangkutan. Ini berarti yang dilindungi rahasia bank tidak hanya menyangkut simpanannya saja, melainkan juga meliputi identitas nasabah penyimpannya.

Selanjutnya, bank syariah sebagai lembaga intermediasi dalam melaksanakan kegiatan usahanya senantiasa bertumpu pada unsur kepercayaan masyarakat, terutama kepercayaan nasabah penyimpan dana yang menempatkan simpanannya dan nasabah investor yang menempatkan dana di bank syariah (Fibrianti, 2020). Sebagai lembaga kepercayaan, maka bank syariah dan pihak terafiliasi diwajibkan untuk merahasiakan segala sesuatu yang berhubungan dengan keterangan mengenai nasabah penyimpan dan simpanannya serta nasabah investor dan investasinya (Dwitama et al., 2023). Dengan demikian, rahasia bank diperlukan sebagai salah satu faktor untuk menjaga kepercayaan nasabah penyimpan dan simpanannya serta nasabah investor dan investasinya.

Ketentuan rahasia bank, mula-mula diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 sebagai pengganti Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1967, yang kemudian diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998. Namun sebelumnya, ketentuan rahasia bank ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 Prp Tahun 1960 tentang Rahasia Bank. Bila dibandingkan terdapat rumusan pengertian rahasia bank yang berbeda antara Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 (Idris, 2019). Kemudian dalam ketentuan Pasal 40 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 menyatakan, bahwa: Bank dilarang memberikan keterangan yang tercatat pada bank tentang keadaan keuangan dan hal-hal lain dari nasabahnya, yang wajib dirahasiakan oleh bank menurut keaziman dalam dunia perbankan, kecuali dalam hal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41, 42, 43 dan 44 (Novita & Santoso, 2021).

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah secara menentukan pengecualian atas berlakunya ketentuan rahasia bank dalam kegiatan usaha perbankan syariah. Pengecualian ketentuan rahasia bank dalam kegiatan usaha perbankan syariah dimaksud diatur dalam ketentuan Pasal 42 sampai dengan Pasal 48 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, yang menetapkan pengecualian hal ini terkait dengan tindakan pidana, pemeriksaan di pengadilan, dalam hal tukar-menukar informasi dan berkaitan dengan nasabah apabila ia telah meninggal dunia (Fibrianti, 2020).

Namun dalam hal pengecualian tentang kerahasiaan nasabah ketentuan dalam Pasal 44 UUP sangat diskriminatif, hanya sebatas antar banksaja dengan tidak memberikan peluang kepada masyarakat yang berkecimpung dalam dunia bisnis. Padahal dunia bisnis dalam arti luas sangat memerlukan informasi data keadaan keuangan yang sebenarnya dari suatu perusahaan yang hendak bermitra dengannya. Sepantasnya memang jika sebuah perusahaan atau masyarakat ingin mengetahui dengan pasti keadaan keuangan calon mitranya (Idris, 2019).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, implementasi hukum perlindungan konsumen dalam industri perbankan syariah ialah bahwa perlunya edukasi mengenai hak-hak konsumen serta implementasi bank syariah dalam tindak aktif. Dalam hal perlindungan hak-hak konsumen ini baik dari penyalahgunaan data pribadi yang dibagikan kepada pihak ketiga maupun upaya penipuan layanan perbankan digital yang menyebabkan penurunan kepercayaan pihak konsumen kepada pihak bank terkait. Juga dalam hal ini penerapan prinsip Islam harus diamalkan sehingga bank syariah dapat meminimalisir terjadinya pelanggaran hak-hak konsumen serta pengawasan yang ketat dalam hak menjaga data para nasabah perlu ditingkatkan dengan pengaksesan data nasabah dilakukan oleh yang telah berwenang bukan bisa diakses seluruh pegawai perbankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Q. K. (2021). Analisis mekanisme pembiayaan murabahah berdasarkan PBI Nomor: 7/46/PBI/2005. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Studi Syariah, Hukum dan Filantropi*, 3(2), 135–148.
- Fibrianti, N. (2020). Penyelenggaraan perlindungan konsumen: Sinergi negara, pelaku usaha, dan konsumen. *Borobudur Law Review*, 2(2), 90–101. <https://doi.org/10.31603/burrev.3971>
- Idris, M. (2019). Kerahasiaan bank: Suatu tinjauan dalam aturan hukum perbankan syariah di Indonesia. *Al-Amwal: Journal of Islamic Economic Law*, 1(1), 1–29. <https://doi.org/10.24256/alw.v1i1.624>
- Komunikasi, D. (2020). Peraturan Bank Indonesia No. 22/20/PBI/2020 tentang perlindungan konsumen Bank Indonesia. *Bank Indonesia*.
- Mansyur, M. A. (2011). Aspek hukum perbankan syariah dan implementasinya di Indonesia. *Jurnal Dinamika Hukum*, 11(Edition Khusus). <https://doi.org/10.20884/1.jdh.2011.11.edsus.263>
- Mashuri. (2015). Analisis keunggulan produk pembiayaan perbankan syariah. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 4(2), 112–122.

- Modjo, R. (2023). Perlindungan konsumen terhadap kerusakan barang yang diakibatkan oleh perusahaan. *JCS*, 2(5), 1455–1460. <https://doi.org/10.59188/jcs.v2i5.364>
- N. Karim. (2023). Penghambat pencantuman label terhadap produk makanan dan minuman impor yang tidak berlabel bahasa Indonesia. *JCS*, 2(6), 1474–1485. <https://doi.org/10.59188/jcs.v2i6.366>
- Nasution, M. L. I. (2018). *Manajemen pembiayaan bank syariah*. Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Novita, Y., & Santoso, B. (2021). Urgensi pembaharuan regulasi perlindungan konsumen di era bisnis digital. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 3(1), 46–58. <https://doi.org>
- Shidqiyah, R. (2017). Pengaruh penerapan ketentuan perlindungan konsumen terhadap keamanan nasabah di bank syariah (Studi kasus Bank Syariah Mandiri KCP Pasar Minggu). *Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents*.