

Gagasan pengaturan kewajiban persetujuan tertulis atas penerimaan penawaran kredit tanpa agunan melalui telemarketing dalam rangka transparansi informasi kredit = The idea to regulate the requirement of written agreement for the acceptance of no-collateral loan offerings through telemarketing in terms of credit transparency

Sawitri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20493164&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini mengkaji mengenai praktik penawaran Kredit Tanpa Agunan (KTA) melalui telemarketing, serta menggagas regulasi yang paling tepat untuk menghadapi tantangan dalam penguatan transparansi informasi kredit atas bentuk penawaran KTA dimaksud. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum atau penelitian yuridis yang bersifat normatif, dengan menggunakan pendekatan kualitatif, meliputi pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan analitis (analytical approach) baik atas bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk menciptakan kondisi perekonomian yang sehat dan agar Bank tidak kalah bersaing dengan industri FinTech yang juga menerbitkan produk serupa, diperlukan suatu penyempurnaan aturan yang menunjang transparansi informasi kredit. Pengaturan tersebut mengatur kewajiban bank untuk melengkapi kegiatan pemasaran dan persetujuan KTA yang dilakukan secara telemarketing dengan beberapa dokumen/ mekanisme penerimaan dan persetujuan tertulis. Kemudian diperlukan juga aturan tambahan mengenai kewajiban pemberian kesempatan kepada konsumen untuk mempelajari tawaran yang diajukan sebelum menyetujui penawaran KTA melalui telemarketing, yaitu periode bebas lihat (free look period).

<hr>

This research examines the telemarketing activities of No-Collateral Loan (NCL), as well as initiating the idea of the most appropriate regulations to face challenges in strengthening the transparency of credit information on the intended forms of NCL marketing. The study applies legal research or juridical research method that is normative, and put forward qualitative approaches, including the statute approach and analytical approach both on primary and secondary legal material. The results of the study show that in order to create a sustainable economic conditions and to compete with the outgrowing FinTech industry which also sells similar products, some existing regulations that emphasize the transparency of credit information are needed to improve. This arrangement regulates banking obligation to complete the NCL telemarketing and its approval procedure with some written acceptance and approval documents/mechanisms. Further, some additional rules are also needed regarding the obligation to give the opportunity to consumers to understand the loan quotation before agreeing what is offered through telemarketing, namely the free-look period.