

BAB IV

KENDALA YANG DIHADAPI DALAM PELAKSANAAN TRANSPARANSI INFORMASI PRODUK BANK

Dari penjelasan sebelumnya, dapat diketahui bahwa dalam proses pelaksanaan Transparansi Informasi Produk Bank, ada beberapa yang tidak terlaksana dengan baik sesuai dengan yang telah dicantumkan dan diwajibkan dalam Peraturan dan ketentuan yang berlaku. Misalnya dalam kewajiban pemberian informasi mengenai risiko, masih ada nasabah yang mengaku tidak mendapatkan informasi tersebut, sehingga mereka tidak mengerti dengan apa yang dimaksud risiko yang terkait dengan produk tabungan yang sedang digunakan. Inilah yang memunculkan kesalahpahaman di kemudian hari, contoh kasus: nasabah merasa dirugikan karena rekening tabungan miliknya berkurang secara otomatis, padahal itu adalah akibat dari potongan pajak atas bunga yang didapatnya. Kemudian Fasilitas *auto debit* yang bisa saja sewaktu-waktu mengalami kesalahan sistem komputer sehingga nasabah dirugikan.

Dalam Pelaksanaan transparansi informasi produk bank, khususnya tabungan ini, penyampaian informasi ini juga tidak termasuk mengenai keberadaan lembaga penjamin simpanan, padahal dalam Pasal 5 ayat 2 PBI No.7/6/PBI 2005 dikatakan yaitu dalam hal produk bank terkait dengan penghimpunan dana, bank wajib memberikan informasi mengenai program penjaminan terhadap produk bank tersebut. Tabungan merupakan salah satu produk bank yang merupakan penghimpunan dana. Adanya kenyataan ini nasabah dapat dirugikan, apabila ternyata sewaktu-waktu bank gagal atau mengalami kesulitan keuangan, nasabah tidak mengetahui bagaimana nasib simpanan tersebut, bisa diambil kembali atau tidak.

Inilah beberapa risiko yang terkadang muncul akibat pelaksanaan transparansi informasi produk atau penyampaian informasi yang dilakukan secara lisan dari pihak bank, penyampaian informasi secara lisan ini mempunyai kelemahan sehingga menjadi bukan merupakan kesatuan informasi yang utuh. Kelemahan

baik dari pihak bank maupun nasabah itu sendiri. Dengan hanya penyampaian secara lisan saja, informasi yang utuh dan relevan sangat sulit untuk diperoleh. Padahal PBI No.7/6/PBI/2005 mewajibkan Pihak Bank untuk menyampaikan informasi kepada nasabah secara tertulis dan atau lisan, begitu pula halnya diatur dalam Undang-undang Perlindungan konsumen bahwa nasabah sebagai Konsumen mempunyai hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai produk bank tersebut. Selain itu dalam Undang-Undang Keterbukaan Informasi juga diatur mengenai kewajiban Bank, khususnya Bank BUMN untuk menyediakan informasi publik.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia mencatat perbankan selalu berada pada lima besar pengaduan yang diterima lembaga itu.¹ Sepuluh besar data pengaduan konsumen dapat kita lihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Sepuluh Besar Pengaduan Konsumen

NO	TAHUN 2007		TAHUN 2006		TAHUN 2005	
	Komoditas	Prosentase	Komoditas	Prosentase	Komoditas	Prosentase
1	Perumahan	18,2%	Perumahan	22,0%	Bank	42,4%
2	Bank	16,9%	Bank	14,1%	PDAM	21,1%
3	PDAM	14,8%	PDAM	13,7%	PLN Listrik	7,7%
4	PLN	13,3%	PLN	11,3%	Pertamanan	7,4%
5	Telepon	8,7%	Telepon	9,8%	Telepon	6,5%
6	Undian/ Hadiah	6,4%	Transportasi	7,6%	Elektronik	4,8%
7	Transportasi	6,1%	Elektronik	7,4%	Transportasi	3,5%
8	Lain-lain	6,1%	Undian/hadiah	100,0%	Lain-lain	2,5%
9	Asuransi	5,4%	Wisata	3,9%	Leasing	2,4%
10	Elektronik	4,1%	Leasing	3,7%	Otomotif	1,6%

Sumber : YLKI 2010 (setelah diolah penulis)

Masalah-masalah yang umumnya sering muncul dalam kasus perbankan umumnya adalah masalah ATM atau kartu debit, masalah kartu kredit, KPR,

¹ Bambang Tri Subeno, *Mendorong Lembaga Mediasi Perbankan*, http://suaramerdeka.com/sm cetak/index.php?fuseaction=beritacetak.detailberitacetak&id_beritacetak=3053, 29 Februari 2008.

Iklan, Bunga, Layanan, Petugas, Klausula baku, dan lain lain.² Menurut YLKI meningkatnya jumlah permasalahan perbankan antara lain disebabkan perilaku perbankan yang kurang transparan mengenai informasi produknya.

Melihat banyaknya masalah atau pengaduan konsumen pada YLKI tersebut dapat kita simpulkan bahwa sangat penting transparansi informasi mengenai karakteristik produk perbankan, khususnya mengenai risiko yang melekat pada produk perbankan tersebut .

4.1 Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan transparansi informasi produk bank.

Analisa mengenai kendala-kendala dalam pelaksanaan transparansi informasi produk bank, penulis menguraikannya sebagai berikut:

1. Personil bank kurang memahami *product knowledge* dan ketentuan yang mengatur mengenai transparansi informasi produk bank .

Dalam pelaksanaan transparansi informasi produk bank khususnya pemberian informasi mengenai manfaat dan risiko produk tabungan, yang dilihat oleh penulis terdapat beberapa kendala. Yang pertama berkaitan dengan personil bank itu sendiri. Dalam proses pembukaan tabungan, keluhan mengenai pelayanan atau semua yang berhubungan dengan pelayanan perbankan, produk dan jasa sebuah bank, nasabah berurusan personil bank khususnya dengan *customer service* atau unit pelayanan nasabah. Karena personil bank yang berhubungan langsung dengan kinerja pelayanan bank terhadap nasabah, yaitu *customer service* atau Unit Pelayanan yang pada bank, maka, seharusnya melalui *customer servicelah* pelaksanaan pemberian informasi mengenai manfaat dan risiko pada khususnya dapat dilakukan dengan baik.

Tetapi seringkali *customer service* yang ada pada bank atau Unit Pelayanan kurang memahami secara benar mengenai risiko yang ada pada produk tabungan tersebut dan juga fitur-fitur berkaitan dengan produk tersebut, padahal pada era modern ini semua fasilitas perbankan sangat maju, adanya berbagai fasilitas perbankan yang berbasis teknologi terkadang rentan akan risiko.

² Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, 2007

Misalnya cara pengambilan tabungan pada era modern saat ini tidak harus selalu melalui teller, tetapi bisa lewat ATM yang bisa saja memiliki risiko terdapat dua kali sehingga jumlah uang yang diambil pada mesin ATM tidak sama jumlahnya dengan yang tertera dari hasil print out pada buku tabungan dan ternyata kertas hasil print out dari ATM yang mencantumkan waktu transaksi, jumlah uang dan lokasi ATM terlanjur dimusnahkan oleh nasabah sehingga tidak ada lagi bukti otentik yang menyatakan bahwa nasabah hanya mengambil uang satu kali. Kejadian ini tentu akan sangat merugikan nasabah, padahal bisa saja ini kesalahan teknis pada mesin ATM. Risiko yang mungkin terjadi seperti inilah yang wajib diberitahukan bank kepada nasabah baik itu mencakup mengenai prosedur keamanan mengambil uang di ATM, sampai dengan cara penyelesaian yang dilakukan antara bank dan nasabah, sehingga nasabah tidak dirugikan.

Keadaan ini menunjukkan indikasi bahwa pihak bank khususnya personil yang ada di unit pelayanan nasabah (*customer service*) tidak mengetahui secara detail dan jelas mengenai *product knowledge* yang ada pada Bank tersebut.

Selain itu dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, terdapat beberapa personil bank (*customer service*) pada unit pelayanan nasabah yang tidak mengetahui secara detail dan jelas mengenai ketentuan yang mengatur mengenai Transparansi Informasi Produk Bank, sehingga wajar saja jika ada personil bank yang tidak mengetahui adanya kewajiban penyampaian informasi mengenai karakteristik secara menyeluruh, tidak hanya manfaatnya saja tetapi juga risiko dan karakteristik lainnya yang melekat pada produk bank tersebut.

Keberadaan personil bank yang tidak mengetahui secara detail dan jelas mengenai adanya kewajiban tentang Transparansi Informasi Produk Bank, dan kurang memahami *product knowledge* yang ada pada bank tersebut, menyebabkan transparansi informasi produk mengalami kendala khususnya dalam hal penyampaian informasi mengenai produk tabungannya khususnya risiko pada tabungan, *customer service* yang ada terkesan acuh tak acuh.

2. Budaya Masyarakat yang acuh tak acuh dan tidak sadar akan haknya sebagai konsumen perbankan.

Bagi nasabah, informasi tentang produk dan atau jasa bank merupakan suatu kebutuhan utama sebelum nasabah menggunakan jasa pelayanan perbankan. Namun informasi yang utuh dan relevan sangat sulit untuk diperoleh. Informasi yang diberikan oleh bank hanya sebatas pada kelebihan produk yang ditawarkannya. Dilain pihak, nasabah kurang mempunyai waktu, keinginan atau kemampuan dalam menggunakan informasi yang diberikan bank.

Dari 10 Nasabah yang diwawancarai penulis, 9 orang (90%) mengaku tidak menanyakan informasi mengenai karakteristik produk tabungan, khususnya risiko yang melekat pada produk tabungan, dengan alasan yang bermacam-macam, alasan tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.2

Alasan Nasabah Tidak Menanyakan Karakteristik Produk Bank

No	Alasan	f	%
1	Malas	2	22,2
2	Tidak terpikir	2	22,2
3	Pihak Bank yang pasif	3	33,3
4	Percaya pada kredibilitas bank	2	22,2
		9	100

Ada 4 (empat) alasan mengapa nasabah tidak menanyakan informasi mengenai karakteristik produk tabungan, khususnya risiko yang melekat pada produk tabungan, yaitu malas, tidak kepikiran, pihak bank yang pasif, dan percaya pada kredibilitas bank. Sebanyak 22,2% nasabah mengaku malas untuk menanyakan mengenai informasi mengenai karakteristik produk tabungan, khususnya risiko yang melekat pada produk tabungan karena membuang waktu nasabah, mengingat dalam proses pembukaan aplikasi tabungan pertama kali sudah memakan waktu yang lama, belum lagi jumlah nasabah yang banyak, sehingga seringkali timbul antrian panjang untuk membuka tabungan pada waktu penyetorannya.

Pengisian aplikasi pembukaan tabungan yang terkadang membutuhkan waktu yang relative lama, karena banyak ketentuan yang harus diisi, ini yang menyebabkan waktu nasabah banyak terbuang sehingga walaupun pihak bank

telah merasakan menyampaikan informasi mengenai manfaat dan risiko, itu terlewatkan begitu saja. Tetapi yang menjadi masalah apabila setelah waktu berjalan, tiba-tiba nasabah yang bersangkutan komplain. Alasannya nasabah merasa tidak diberi informasi hal tersebut, padahal pada saat disampaikan pihak bank, nasabah yang bersangkutan malas-malasan atau bersikap tidak peduli.

Nasabah mempunyai tingkat pendidikan yang berbeda, yang dapat mempengaruhi kesadaran dan kepedulian nasabah terhadap aspek-aspek dari produk tabungan yang digunakannya. Nasabah yang tingkat pendidikannya rendah cenderung berpikir lebih sederhana mengenai karakteristik produk tabungan yang digunakannya, nasabah mengaku tidak menanyakan informasi mengenai karakteristik produk tabungan, khususnya risiko yang melekat pada produk tabungan dengan alasan yang sangat sederhana yaitu tidak terpikirkan. Ini menunjukkan indikasi bahwa tingkat pendidikan berpengaruh pada perilaku nasabah dalam menggunakan produk tabungan.

Selain itu nasabah tidak kepikiran untuk menandakan informasi tersebut karena kesadaran yang rendah akan hak nasabah sebagai konsumen pengguna produk jasa perbankan, sehingga menurut nasabah tabungan merupakan salah satu produk simpanan pada bank yang paling aman. Jadi nasabah tidak mengetahui bahwa semua produk bank mempunyai risiko dimana sewaktu-waktu nasabah dapat saja mengalaminya. Oleh karena itu, untuk mengantisipasi timbulnya keluhan di kemudian hari oleh nasabah, maka informasi mengenai karakteristik produk bank harus diberikan secara jelas.

Lalu dari tabel diatas 33,3% nasabah mengaku tidak menanyakan informasi mengenai karakteristik produk tabungan, karena pihak bank yang pasif, menunggu ditanya oleh nasabah baru dijawab. Seharusnya apabila dari pihak bank bersikap pasif dalam penyampaian segala hal yang berkaitan dengan tabungan, maka dari pihak nasabah lah yang aktif untuk menanyakan tentang biaya-biaya, risiko dan semua yang dirasa perlu diketahui agar apabila kemudian hari terjadi sesuatu hal yang bersifat merugikan, nasabah sudah mengerti dan memahami karena sudah mengetahui hal tersebut sebelumnya.

Sedangkan tidak semua nasabah mempunyai kesadaran atau mengetahui sebenarnya tabunganpun mempunyai risiko yang harus diketahui oleh nasabah.

Selain itu pihak bank juga kurang ramah apabila ada nasabah yang menanyakan risiko yang melekat pada produk tabungan yang digunakan, misalnya keamanan proses transfer, berapa biaya administrasi yang dikenakan, dan lain-lain. Seharusnya sudah merupakan kewajiban pihak bank untuk menyampaikan informasi mengenai karakteristik produk tabungan, khususnya risiko yang melekat pada produk tabungan sesuai dengan Pasal 4 PBI No.7/6/PBI/2005.

Nasabah bank seringkali bersikap acuh tak acuh mengenai hal-hal yang berkaitan dengan produk tabungan yang sedang digunakannya. Nasabah tidak punya kesadaran atau kemauan untuk menanyakan mengenai risiko yang mungkin akan terjadi sehubungan dengan penggunaan tabungan tersebut. Menurut anggapan sebagian besar masyarakat, tabungan adalah produk yang paling aman untuk menyimpan uang di bank, terlebih apabila bank tersebut adalah bank pemerintah yang sudah berdiri lama dan dikenal masyarakat, wajar saja apabila bank tersebut sudah dikenal mempunyai kredibilitas yang tinggi dan sudah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Sehingga nasabah yang mempunyai tabungan pada bank tersebut sudah sangat percaya, dengan keamanan dan risiko yang kecil. Jumlah nasabah yang beralasan tidak menanyakan informasi mengenai karakteristik produk bank karena percaya pada kredibilitas bank adalah sebanyak 22,2%. Karena menurut nasabah sebagai bank yang sudah lama berdiri dan dikenal masyarakat pasti akan bertanggung jawab dan mau mengganti kerugian apabila nasabah mengalami kerugian sehubungan dengan produk bank tersebut.

Cara berpikir nasabah yang cenderung tidak peduli inilah yang menjadi kendala dalam transparansi informasi produk, khususnya penyampaian informasi mengenai manfaat dan risiko pada produk tabungan. Apalagi ternyata penyampaian yang dilakukan pihak bank dalam bentuk lisan maka nasabah cenderung tidak memperhatikan dan tidak sabar sehingga menjadi kurang efektif.

3. Kurangnya jumlah pegawai (*customer service*) di unit pelayanan nasabah.

Jumlah Unit Pelayanan Nasabah atau *customer service* yang hanya berjumlah sedikit (satu atau dua orang), tentu tidak maksimal untuk pelaksanaan transparansi informasi produk terlebih dalam hal memberikan informasi mengenai manfaat dan risiko pada produk tabungan pada saat pembukaan tabungan, apalagi

bila bank tersebut mempunyai jumlah nasabah yang banyak. Padahal Unit Pelayanan Nasabah atau *customer service* tidak hanya melayani nasabah yang ingin membuka rekening saja, tetapi juga nasabah lain yang ingin menanyakan segala sesuatu yang berhubungan dengan produk atau jasa layanan perbankan yang sedang atau ingin dipergunakan nasabah.

Penyampaian informasi manfaat dan risiko yang dilakukan secara lisan tentu akan memakan waktu dan ini tidak akan efektif karena antrian yang panjang akan memecah konsentrasi pihak Unit Pelayanan Nasabah atau *customer service* sehingga inilah yang menyebabkan pada saat pengisian aplikasi pembukaan tabungan, pihak Unit Pelayanan Nasabah atau *customer service* akan hanya menjelaskan bagian yang ditanyakan oleh nasabah. Begitu juga mengenai risiko yang mungkin akan didapat nasabah pada saat penggunaan tabungan, Unit Pelayanan Nasabah atau *customer service* tidak menjelaskan karena menganggap telah tertera dibalik kertas aplikasi pembuatan tabungan. Padahal, huruf yang kecil dengan warna yang terang terkadang membuat nasabah malas membaca atau terlewatkan begitu saja dan ketentuan yang telah tercantum tersebut belum mencakup semua risiko yang mungkin akan diterima oleh nasabah. Selain itu, risiko yang tertulis pada buku tabungan seringkali tidak jelas terbaca dan tidak dipahami oleh nasabah karena huruf yang kecil dan bahasa yang sulit dipahami, terlebih mengingat tingkat pendidikan nasabah yang ber-beda-beda.

1. Perkembangan Teknologi Informasi dan Pihak Bank yang kurang transparan

Kemajuan teknologi informasi ikut menambah tantangan yang dihadapi oleh perbankan. Perkembangan teknologi informasi menyebabkan makin pesatnya perkembangan jenis dan kompleksitas produk dan jasa bank sehingga risiko-risiko yang muncul menjadi lebih besar dan bervariasi. Nasabah selalu menginginkan ada transparansi untuk bisa mengakses informasi atau data sehingga ada akuntabilitas. Namun perbankan melihat bahwa itu merupakan kerahasiaan bank. Terlebih berkaitan dengan standar teknologi atau sistem pada bank tersebut. Bank khawatir dengan memberikan informasi mengenai standar teknologi atau sistem mereka, ada yang lebih pintar dari pihak bank yang mungkin bisa menyalahgunakan itu misalnya pembobolan dana nasabah melalui

atm. Pihak bank khawatir dengan memberikan informasi mengenai karakteristik produknya, terkait hal ini adalah sistem atau teknologi informasinya akan menguntungkan pihak lain yang merupakan saingannya.

2. Pengawasan dan *law enforcement* yang masih harus ditingkatkan

Liberalisasi industri perbankan harus diikuti dengan penerapan prinsip *good corporate governance*. Untuk menerapkan prinsip *good governance* tersebut prasyarat utamanya adalah hukum harus diterapkan dengan tegas. Sanksi optimal harus dikenakan kepada siapa saja yang mencoba bermain-main dengan *rule of law*

Pasal 12 PBI tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Nasabah menyatakan bahwa bank yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam peraturan tersebut, akan dikenakan sanksi administratif sesuai Pasal 52 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 berupa teguran tertulis.

Pelaksanaan *law enforcement* dan pengawasan pelaksanaan Transparansi Informasi Produk belum efektif, terbukti dengan masih adanya pelanggaran yang dilakukan oleh personil (pihak bank) dan banyaknya pengaduan konsumen bank pada YLKI maupun kasus-kasus yang maju ke pengadilan. Bank Indonesia sebagai Pengawas Perbankan masih harus meningkatkan dan menyempurnakan pengawasan pelaksanaan transparansi informasi produk bank terhadap nasabahnya, hal ini disebabkan karena masih terdapatnya beberapa prinsip atau ketentuan yang prudensial yang masih belum diterapkan secara baik. Pengawasan ini tidak hanya datang dari Bank Indonesia sebagai Pengawas perbankan, Pengawasan atas pelaksanaan transparansi informasi produk bank ini juga harus dilakukan oleh pihak intern bank itu sendiri yaitu direksi atau komisaris terhadap pegawainya demi meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap bank.

4.2. Upaya Mengatasi Kendala Pada Pelaksanaan Transparansi Informasi Produk Bank.

Dalam uraian sebelumnya telah diketahui beberapa kendala yang dihadapi dalam hal pelaksanaan transparansi informasi produk bank, khususnya pemberian informasi mengenai manfaat dan risiko yang melekat pada produk tabungan. Berikut penulis akan menguraikan upaya yang dapat dilakukan dalam mengatasi kendala yang ada sehingga diharapkan akan terwujud hubungan yang baik dan seimbang antara bank dengan nasabah, dimana tidak ada pihak pihak yang dirugikan.

- a. Personil bank kurang memahami *product knowledge* dan ketentuan yang mengatur mengenai transparansi informasi produk bank

Kendala yang muncul adalah kurangnya pemahaman pihak bank khususnya *customer service* atau unit pelayanan nasabah tentang kewajiban pelaksanaan transparansi informasi produk bank, khususnya dalam hal ini adalah kewajiban pemberian informasi manfaat dan risiko yang melekat pada produk tabungan.

Untuk mengatasi kendala kurangnya pemahaman personil bank tentang kewajiban pelaksanaan transparansi informasi produk bank, maka dapat dilakukan sosialisasi secara individual tiap bank oleh Bank Indonesia mengenai aturan-aturan yang mengenai hal tersebut, sehingga diharapkan pihak bank khususnya *customer service* mengetahui pentingnya adanya transparansi informasi produk bank khususnya manfaat dan risiko yang seimbang, mengingat sebelumnya terjadi kesenjangan informasi antara manfaat dan risiko sehingga nasabah hanya mengetahui mengenai manfaat tabungan saja tanpa mengetahui bahwa tabungan juga mempunyai risiko. Ini juga ditujukan agar terwujud perlindungan nasabah sebagai konsumen layanan perbankan. Walaupun BI telah mengeluarkan SE BI No. 7/25/DPNP mengenai Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan data Pribadi Nasabah kepada semua bank di Indonesia, ternyata itu tidak cukup untuk mensosialisasikan kewajiban mengenai Transparansi Informasi Produk Bank yang diatur baik dalam PBI No.7/6/PBI/2005 maupun peraturan lainnya, karena ada pihak bank yang kurang paham dengan isi, maksud dan tujuan peraturan-peraturan ini dibuat, oleh karena itu alangkah baiknya bila ada semacam

sosialisasi atau penyuluhan dari BI setempat kepada setiap bank sehingga apabila mereka tidak paham dapat menanyakan langsung kepada pihak BI.

Maka apabila pihak bank telah memahami dan mengerti secara rinci mengenai isi ketentuan-ketentuan yang mengatur mengenai hal tersebut dan segala hal yang berkaitan dengan kewajiban mengenai transparansi informasi produk bank, diharapkan akan memberikan informasi yang sejujur-jujurnya tentang produk bank, khususnya mengenai manfaat dan risiko pada tabungan dan lebih bersikap proaktif demi untuk mewujudkan perlindungan terhadap nasabah, sehingga nasabah tidak mengalami kerugian pada saat penggunaan produk tabungan tersebut.

Selain itu kendala yang ada pada *customer service* atau unit pelayanan nasabah adalah kurangnya pemahaman *customer service* atau unit pelayanan nasabah tentang *product knowledge*. Dalam upaya mengatasi kendala tersebut Pihak bank secara berkala dapat melakukan training atau pelatihan dan pendidikan, yang gunanya untuk meningkatkan pengetahuan personilnya mengenai jenis dan karakteristik produk yang ada dalam bank tersebut.

Kepercayaan masyarakat terhadap bank tergantung pada beberapa hal antara lain adalah³:

1. Bahwa bank dikelola oleh manajemen yang profesional, yang mampu menjaga tingkat kesehatan bank sebaik mungkin dari waktu ke waktu.
2. Bahwa Bank dikelola oleh anggota-anggota Direksi dan Komisaris serta pegawai-pegawai bank yang berpengetahuan mengenai manajemen dan perbankan, berketerampilan mengenai teknik-teknik perbankan, dan berintegritas tinggi yang dapat memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada masyarakat bahwa dana simpanan masyarakat itu tidak disalahgunakan atau salah urus.
3. Bahwa bank dapat menjamin kerahasiaan tentang simpanan (tabungan, deposito, dan giro) dan identitas nasabah yang memiliki simpanan tersebut.

³ Sutan Remi Sjahdeni, *op.cit*, Hal 21

Dengan adanya sosialisasi, training atau pelatihan kepada pegawai bank maka akan terwujud pegawai-pegawai bank yang berpengetahuan, berketeterampilan dan berintegritas tinggi yang dapat melaksanakan transparansi informasi, sehingga dapat memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada masyarakat terhadap bank tersebut.

2. Budaya Masyarakat yang acuh tak acuh dan tidak sadar akan haknya sebagai konsumen perbankan

Dalam upaya mengatasi kendala pada faktor atau budaya masyarakat tersebut dapat dilakukan dengan cara membagikan semacam pemberitahuan berbentuk brosur yang dibuat semenarik mungkin kepada setiap nasabah yang datang ke bank. Dalam hal ini bank perlu memperhatikan penempatan tulisan, bentuk huruf, dan warna tulisan dalam penjelasan informasi yang sulit dimengerti, bank sebaiknya memberikan penjelasan dengan menggunakan kalimat yang singkat dan jelas sehingga mudah dimengerti, hal ini sesuai dengan Pasal 7 PBI No. 7/6/PBI 2005 yang menyebutkan bahwa bank dilarang mencantumkan informasi dan atau keterangan mengenai karakteristik produk bank yang letak atau bentuknya sulit terlihat dan atau tidak dapat dibaca secara jelas dan atau pengungkapannya sulit dimengerti.

Berikut penulis lampirkan contoh brosur atau leaflet yang mencantumkan informasi dan atau keterangan mengenai karakteristik produk bank:

Gambar.1

Contoh Brosur Yang Memuat Fitur Atau Manfaat Produk Tabungan

Dengan setoran awal sebesar Rp 200.000,- Anda sudah bisa menjadi nasabah Tabungan BRI BritAma dan mendapatkan fitur serta fasilitas Tabungan BRI BritAma, yang akan memudahkan Anda dalam melakukan transaksi perbankan.



Fitur dan Fasilitas Tabungan BRI BritAma yang Anda dapatkan sebagai nasabah Tabungan BRI BritAma:

- 1. Real Time Online**
Setoran dan penarikan tabungan Tabungan BRI BritAma dapat dilakukan di lebih dari 2000 unit kerja Bank BRI yang tersebar di seluruh Indonesia.
- 2. Gratis Fasilitas Asuransi Kecelakaan Diri (Personal Accident)**
Nasabah Tabungan BRI BritAma dilindungi fasilitas asuransi kecelakaan diri yang diberikan secara gratis kepada nasabah dengan saldo mengendap minimal Rp 500.000,- (lima ratus ribu rupiah). Pertanggungjawaban yang diberikan apabila terjadi klaim adalah sebesar 250% dari saldo akhir atau maksimal sebesar Rp 100.000.000,- (seratus juta rupiah).
- 3. Fasilitas Standing Instruction (Transfer Dana Otomatis)**
 - **Automatic Funds Transfer (AFT)**
Fasilitas untuk mentransfer dana dari rekening Tabungan BRI BritAma ke rekening lainnya di Bank BRI pada tanggal tertentu yang ditetapkan oleh nasabah.
 - **Account Sweep**
Fasilitas untuk mentransfer dana dari rekening Tabungan BRI BritAma ke rekening lainnya secara otomatis, yang sebelumnya telah di *set-up* saldo minimal atau saldo maksimalnya.
 - **Automatic Grab Fund (AGF)**
Fasilitas untuk menarik (mendebet) dana secara otomatis oleh satu rekening dari rekening Tabungan BRI BritAma. Misalnya untuk pembayaran rekening pinjaman dengan cara mendebet Tabungan BRI BritAma.
- 4. Undian Berhadiah Miliaran Rupiah**
Tabungan BRI BritAma memberikan hadiah undian bernilai ratusan miliar rupiah dan diadakan dengan frekuensi pengundian lebih sering, sehingga kesempatan memperoleh hadiah menjadi lebih besar.
- 5. Aksesibilitas BRI Card**
Nasabah Tabungan BRI BritAma akan mendapatkan BRI Card yang dapat berfungsi sebagai Kartu ATM dan Kartu Debit. BRI Card mempunyai aksesibilitas tertinggi karena selain di ATM BRI dapat digunakan pada jaringan ATM Link, ATM Bersama, ATM Prima, Bank Card dan ATM Cirrus. Transaksi yang dapat dilakukan nasabah dengan menggunakan BRI Card adalah:
 - a Penarikan tunai
 - b Transfer antar rekening: Bank BRI, ATM Bersama, ATM Prima.
 - c Pembelian pulsa isi ulang: Simpati, Mentari, IM3, XL, Kartu AS, Star One.
 - d Pembayaran tagihan telepon seluler: HALO Telkomsel, Matrix, IM3, Flexi.
 - e Pembayaran tagihan kartu kredit: Bank BRI, Citibank, HSBC, Standard Chartered, ANZ, ABN Amro.
 - f Pembayaran Kredit Tanpa Agunan/Personal Loan: Standard Chartered, Citibank/CitiFinancial, HSBC, ABN Amro.
 - g Pembayaran Universitas: Universitas Terbuka, Unpad Bandung.
 - h Pembayaran tagihan telepon rumah dan PLN.
 - i *Auto payment* tagihan PLN dan Telkom.
 - j Pembayaran asuransi motor : FIF, BAF, SOF, Finasia, Verena.
 - k Pembayaran tagihan bulanan TV berlangganan: Indovision, TOP TV, Tren Mobile, OKEVISION.
 - l Pembayaran tiket *on line* penerbangan: Garuda, Mandala dan Lion Air.
- 6. Transaksi Phone Banking BRI**
Merupakan layanan informasi dan transaksi perbankan selama 24 jam, yang dapat diakses nasabah Tabungan BRI BritAma melalui Call BRI 14017 dengan *hotline* 14017 (pulsa lokal) atau melalui nomor 021-57-987-400 atau 021-500-017
- 7. Transaksi Mobile Banking BRI**
Nasabah Tabungan BRI BritAma dapat melakukan transaksi perbankan melalui:
 - **SMS Banking BRI**
Transaksi yang dapat dilakukan adalah SmsInfo, SmsTransfer, Sms Payment, SmsPrepaid, SmsAdmin.
 - **m-ATM Bersama**
Transaksi yang dapat dilakukan adalah informasi saldo dan transfer antar rekening bank anggota ATM Bersama.

BRI Card dapat digunakan melalui *merchant* yang berlogo Bank BRI, berlogo Maestro dengan otorisasi PIN (*Personal Identification Number*) dan *merchant* berlogo Mastercard dengan otorisasi Tanda Tangan.



Sumber: Bank Rakyat Indonesia, 2010

Gambar.2

Contoh Brosur Yang Memuat Manfaat Dan Risiko Produk Tabungan

Fasilitas BNI Taplus (e-Banking dan BNI Card)

KETERANGAN	BNI ATM	BNI PHONE PLUS	BNI SMS BANKING	BNI INTERNET BANKING	BNI MOBILE BANKING	BNI INFO
Informasi saldo	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Informasi 3 transaksi terakhir			✓			
Informasi tagihan Kartu Kredit BNI	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Informasi tagihan Kartu Halo Telkomsel	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Informasi tagihan Telkom	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Informasi tagihan Listrik/PLN	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Informasi mutasi rekening		✓		✓		
Cetak mutasi rekening				✓		
Penarikan uang	✓					
Transfer dana antar rekening BNI	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Transfer dana online antar Bank	✓					
Transfer dana (Kliring & RTGS)		✓				
Ganti PIN	✓	✓	✓		✓	
Registrasi BNI e-Banking	✓	✓	✓			
Cetak & kirim bukti transaksi		✓				
Cetak rekening koran		✓		✓		
Cash Advance	✓					
Pembayaran tagihan :						
- Telkom Telpon, Fixed Classy, Speedy	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- Handphone Halo, Matrix, StarOne, Xplor, Free, Esia, 3Three	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- Kartu Kredit BNI, Citibank, Standard, HSBC, GE Finance, ANZ, Niaga, ABN AMRO, Permata, Danamon, Bukopin	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- Listrik/ PLN	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- Air Bersih/PAM	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- TV Berlangganan Astro, Indovision, First Media & Telekomvisi	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- Angsuran pinjaman Citibank, Standard, HSBC, ABN AMRO	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- Biaya pendidikan	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- Premi Asuransi	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- ZIS & Kurban	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Pembelian :						
- Pulsa isi ulang Simpati, As, Mentari, IM3, StarOne, XL Bebas & Jempol, Free, Esia, Flexy Trency, 3Three	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- Isi ulang Kartu Debit	✓					
- Tiket Pesawat Garuda Indonesia, Air Asia, Lion Air, Mandala	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Autodebet		✓				
Sebagai Kartu Belanja						✓
Sebagai Kartu ATM						✓
Menikmati program promosi BNI Card						✓

Jenis transaksi akan terus bertambah untuk kemudahan

Tarif Biaya Transaksi di BNI ATM

No.	Jenis Transaksi Nasabah	Biaya
1.	Penarikan kartu debit Bank lain anggota LINK	Rp. 3.000
2.	Inquiry kartu debit Bank lain anggota LINK	Rp. 2.000
3.	Penarikan kartu debit Bank lain anggota ATM Bersama	Sesuai Ketentuan Penerbit Kartu
4.	Inquiry kartu debit Bank lain anggota ATM Bersama	Sesuai Ketentuan Penerbit Kartu
5.	Tarik tunai kartu berlogo Cirrus & Plus	Sesuai Ketentuan Penerbit Kartu
6.	Cash advance kartu kredit BNI	4%/minimal Rp. 10.000
7.	Cash advance Visa/MasterCard Sesuai Ketentuan	Sesuai Ketentuan Penerbit Kartu
8.	Transfer antar rekening BNI	Rp. 1.000
9.	Transfer antar Bank Anggota ATM Bersama	Rp. 5.000
10.	Pembayaran tagihan	Bebas Biaya
11.	Pembayaran tagihan PLN	Rp. 2.000
12.	Pembayaran angsuran pinjaman	Bebas Biaya
13.	Pembelian pulsa isi ulang	Bebas Biaya

Tarif Biaya Transaksi di BNI Internet Banking

No.	Jenis Transaksi	Biaya
1.	Transfer antar rekening BNI	Bebas Biaya
2.	Pembayaran tagihan	Bebas Biaya
3.	Pembayaran Tagihan PLN	Rp. 2000
4.	Isi Ulang Pulsa	Bebas Biaya
5.	Pemesanan BNI @Secure	Rp. 10.000

*Tarif biaya dapat berubah sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan.

Layanan BNI PhonePlus dengan nomor Lokal BNI Call dari 23 kota di Indonesia

Jakarta	(021) 5789 9999	Pekanbaru	(0761) 84 9999
Bandung	(022) 425 8899	Batam	(0778) 42 9999
Semarang	(024) 831 9999	Palembang	(0711) 36 9999
Yogyakarta	(0274) 38 9999	Lampung	(0721) 47 9999
Surakarta	(0271) 66 9999	Banjarmasin	(0511) 335 9999
Surabaya	(031) 295 9999	Balikpapan	(0542) 73 9999
Denpasar	(0361) 24 9999	Samarinda	(0541) 74 9999
Medan	(061) 455 9999	Makassar	(0411) 31 9999
Padang	(0751) 3 6999	Manado	(0431) 85 9999
Jambi	(0741) 2 9999	Malang	(0341) 34 8999
Mataram	(0370) 63 8999	Kediri	(0354) 68 9999
Bogor	(0251) 39 0999		

atau 68888 dari ponsel Anda

Sumber: Bank Negara Indonesia, 2010

Gambar 3

Contoh Brosur Yang Memuat Tips Meminimalisir Risiko Produk Bank

tips aman penggunaan mandiri atm dan mandiri debit

Melindungi kerahasiaan PIN

- Jaga kerahasiaan PIN.
- Ganti PIN secara berkala.
- Biasakan menutupi dengan tangan atau benda lain saat menekan nomor PIN.
- Petugas Bank tidak pernah menanyakan PIN Anda.

Transaksi di ATM

- Pilih lokasi yang aman (dekat petugas keamanan atau tempat ramai).
- Batalkan transaksi dan segera laporkan ke bank, jika menemukan tanda-tanda yang mencurigakan di ATM, seperti benda-benda asing atau kabel yang tidak wajar.
- Pastikan kartu, uang dan bukti transaksi sudah ada di tangan Anda kembali.
- Waspada orang tak dikenal yang tiba-tiba menawarkan bantuan pada saat bertransaksi di ATM.
- Segera blokir kartu bila menemukan kejanggalaan transaksi.

Transaksi di merchant

- Ikuti secara cermat keberadaan kartu.
- Bila ada alat mencurigakan menempel pada mesin EDC, segera batalkan transaksi.

Menghindari penipuan

1. Waspada orang-orang yang meminta bantuan untuk transfer uang.
2. Segera hubungi bank jika kartu tertelan.
3. Segera lapor ke bank dan polisi jika dana berkurang secara mencurigakan.

Cetaklah buku tabungan secara berkala dan cermati apakah ada data transaksi yang aneh.

mandiri call 14000
atau (021) 5299-7777

Sumber: Bank Mandiri, 2010

Brosur atau leaflet tersebut diberikan kepada nasabah agar mendapatkan informasi berkaitan dengan produk tabungan yang akan digunakannya. Sebagian besar brosur yang ada dibuat untuk promosi produk bank, sehingga lebih banyak

memuat tentang manfaat atau fasilitas yang diberikan produk bank, tetapi ada juga yang memuat risiko produk tabungan antara lain mengenai biaya, tapi seperti yang kita ketahui bahwa risiko produk tabungan bukan hanya biaya, masih banyak hal lain yang menjadi risiko suatu produk tabungan, termasuk fitur-fitur yang mendukung produk bank atau tabungan tersebut, misalnya ATM atau kartu debit, hal ini juga harus menjadi perhatian pihak bank karena hal ini terkait produknya. Salah satu cara untuk mencegah risiko terkait ATM atau kartu debit, yaitu dengan menyediakan brosur seperti yang ada pada gambar 3, dengan tips yang diharapkan nasabah dapat menikmati kemudahan bertransaksi menggunakan ATM dengan aman dan nyaman.

Apabila cara ini dirasa terlalu membuang waktu dan tenaga karena harus membagikannya pada tiap nasabah, dapat dilakukan dengan cara lain yaitu menaruhnya pada tempat-tempat strategis dimana nasabah bisa mengambil brosur, atau juga dengan cara menempel pemberitahuan yang berukuran besar dipapan pengumuman sehingga dapat dibaca dengan mudah oleh nasabah. Dengan begitu nasabah dapat mengetahui bahwa tabungan tidak hanya mempunyai manfaat saja tetapi juga risiko yang harus ditanggung nasabah sewaktu-waktu.

Apabila saat pelaksanaan transparansi atau penyampaian informasi mengenai manfaat dan risiko nasabah bersikap acuh tak acuh atau malas mendengarkan, pemberian brosur dan selebaran ini dapat membantu nasabah untuk lebih memahami tentang manfaat dan risiko pada tabungan, karena dikemas lebih menarik, bisa juga disertai dengan visualisasi. Dengan adanya brosur itu sedikit banyak membantu *customer service* dan nasabah dapat mengetahui informasi mengenai tabungan yang digunakannya, adanya manfaat dan risiko pada produk tabungannya sehingga dikemudian hari tidak terjadi kesalahpahaman antara pihak bank dengan nasabah.

Selain itu untuk mengatasi kendala pada faktor atau budaya masyarakat, Bank Indonesia sebagai lembaga pengawas perbankan di Indonesia, mempunyai peranan yang besar sekali dalam usaha melindungi dan menjamin agar nasabah tidak mengalami kerugian akibat tindakan bank yang salah. Dalam Arsitektur Perbankan Indonesia (API), upaya untuk mengarahkan pemenuhan hak dan kewajiban bank dan nasabah dimuat dalam Pilar 6 API dengan program utama

Peningkatan Perlindungan dan Pemberdayaan Nasabah. Program utama tersebut dituangkan dalam 4 (empat) program prioritas yaitu (1) penyusunan mekanisme pengaduan nasabah di bank (2) pembentukan lembaga mediasi independen, (3) penyusunan standar transparansi informasi produk perbankan dan (4) edukasi nasabah.⁴

Edukasi yang dilakukan pada intinya merupakan pemberian informasi dan pemahaman kepada masyarakat mengenai fungsi dan kegiatan usaha bank, serta produk dan jasa yang ditawarkan bank. Edukasi dalam hal ini diharapkan dapat memfasilitasi pemberian informasi yang cukup kepada masyarakat sebelum mereka melakukan interaksi dengan bank guna menghindari terjadinya kesenjangan informasi pada pemanfaatan produk dan jasa perbankan yang dapat menyebabkan timbulnya permasalahan antara bank dengan nasabah di kemudian hari.⁵

Salah satu contoh program edukasi nasabah adalah dengan diluncurkannya **Slogan 3P** (Pastikan Manfaatnya, Pahami risikonya, Perhatikan Biayanya), Slogan 3P merupakan program edukasi perbankan (edukasi nasabah) yang bertema “Ayo ke bank”, dengan disebarluaskan slogan ini baik melalui media cetak maupun lewat iklan di media elektronik, diharapkan di masyarakat lebih tercipta kesadaran dan lebih memperhatikan pentingnya mengetahui karakteristik produk perbankan (dalam hal ini tabungan) yang akan digunakannya, sehingga di kemudian hari tidak akan terjadi perselisihan antara nasabah dan pihak bank.

1. Kurangnya jumlah pegawai (*customer service*) di unit pelayanan nasabah .

Untuk mengatasi kendala pada fasilitas (sarana dan prasarana) sebagai pendukung terlaksananya kaidah atau peraturan hukum bisa dilakukan kebijakan pihak bank untuk menambah jumlah karyawan yang bertugas dibagian *customer service*, agar pelayanan terhadap nasabah dapat maksimal, karena jumlah nasabah yang ingin bertanya atau berurusan dengan penggunaan produk dan jasa perbankan begitu banyak sehingga tidak seimbang dengan jumlah *customer service* yang ada. Sesungguhnya, posisi *customer service* adalah posisi yang vital

⁴ Kelompok Kerja, *Edukasi Masyarakat di Bidang Perbankan, Cetak Biru Edukasi Masyarakat di Bidang Perbankan*, 2007.

⁵ *Ibid*

dan sangat penting bagi perkembangan sebuah bank. Karena *customer service* adalah pihak bank yang berhadapan langsung dengan nasabah apabila nasabah ingin menggunakan, menanyakan, atau mengeluhkan produk dan jasa perbankan yang ada.

Apabila pelayanan *customer service* terhadap nasabah begitu baik dan jujur, tentu akan semakin banyak masyarakat yang tertarik untuk menggunakan produk dan jasa bank tersebut dan tidak segan-segan menanamkan uangnya sebagai sarana investasi. Apabila jumlah orang yang bertugas diposisi *customer service* telah memadai maka tentu dapat dilakukan pembagian tugas sehingga pelayanan yang diberikan dapat lebih maksimal dan terwujudlah apa yang dinamakan pelayanan prima, penyampaian informasi mengenai manfaat dan risiko dapat dilakukan dengan fokus, baik secara tertulis dan atau lisan, juga tanpa ditanya terlebih dahulu oleh nasabah sehingga sehingga tidak ada yang akan mearsa dirugikan karena telah dijelaskan secara rinci sehingga nasabah mengetahui risiko yang harus ditanggung.

Selain itu berdasarkan ketentuan pasal 8 PBI No. 7/6/PBI 2005 dan Pasal 7 Undang-undang Keterbukaan Informasi Publik, bank wajib menyediakan layanan informasi mengenai karakteristik produk bank yang dapat diperoleh secara mudah oleh masyarakat. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan akses informasi kepada masyarakat yang ingin memanfaatkan produk bank. Layanan informasi ini dapat berupa publikasi tertulis disetiap kantor bank dan atau dalam bentuk informasi secara elektronik yang disediakan melalui *hotline service/call center* atau website. Perkembangan teknologi dimanfaatkan oleh bank dalam menjalankan kegiatan usahanya. Hampir semua bank yang bersangkutan, termasuk produk-produk apa saja yang ditawarkan. Antara bank dan nasabah pun dapat berhubungan melalui dunia maya tersebut saling berkiriman email untuk bertanya seputar produk-produk bank. Selain itu bank juga menyediakan *call center* dimana nasabah dapat bertanya hal-hal yang ingin diketahuinya, terutama berkaitan dengan produk dan jasa pelayanan perbankan. Layanan elektronik ini diharapkan dapat memberikan akses seluasnya kepada masyarakat dalam memperoleh informasi mengenai produk bank.

Ada banyak manfaat yang bisa dipetik perusahaan dengan mengembangkan *call center*. Selain bisa menampung keluhan nasabah, *call center* juga bisa untuk menyampaikan informasi yang berkaitan dengan perusahaan, produk, prosedur, kebijakan, dan program promosi. Bahkan, *call center* bisa untuk transaksi perbankan.⁶

Sementara itu, Sasmita, *Director Technology and Operations* Bank Mandiri, mengemukakan, tugas *call center* itu *me-maintenance* nasabah, dalam hal ini *customer relationship*. Selain itu, melayani informasi tentang produk-produk perbankan. *Call center* juga bisa menjadi *point of sales*, misalnya, menjual produk deposito. Layanan ini memberikan nilai tambah, baik bagi nasabah maupun bank, ujarnya.

Call center pun punya peran penting untuk menguatkan citra perusahaan dari sisi pelayanan. Tak heran jika *call center* menjadi salah satu fasilitas yang dinilai dalam suatu ajang pemberian penghargaan di bidang pelayanan.

Ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan suatu perusahaan secara matang ketika akan mengembangkan *call center*. Satu, sumber daya manusia (SDM). Dua, proses bisnis. Tiga, teknologi informasi. Ketiga hal ini tak bisa dipisahkan.⁷

Kini, *call center* telah berkembang menjadi *contact center* dan pengertiannya jauh lebih luas dari sekadar berkomunikasi melalui suara (telepon). Hal ini sejalan dengan berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi, khususnya teknologi internet. Komunikasi di sini mencakup pula komunikasi melalui surat elektronik (*electronic mail* atau *e-mail*), web, dan kanal komunikasi lain.

Sekarang, nasabah menuntut *call center* lebih banyak memberikan informasi dan layanan yang lebih baik. Untuk itu, perusahaan perlu menggunakan teknologi informasi, seperti *database* nasabah, aplikasi *customer relationship management*, *sales and marketing management*, dan *help-desk*.⁸

⁶ *Call center* Sebatas Pelayan Informasi dan Penampung Keluhan, <http://www.infobanknews.com/index.php?mib=news.details&id=9552>, 8 Desember 2007.

⁷ *Ibid*

⁸ *Ibid*

Beralihnya nasabah dalam bertransaksi perbankan ke pesawat telepon menguntungkan bank. Bank akan lebih cepat dalam mengembangkan bisnisnya. Kualitas kontrol pelayanan dan pendapatan bank meningkat melalui proses pelayanan yang tersentralisasi dan berbiaya lebih murah, dan nasabah pun mendapatkan informasi dan layanan seperti yang mereka inginkan.

2. Perkembangan Teknologi Informasi dan Pihak bank yang kurang transparan

Konsumen atau nasabah selalu menginginkan ada transparansi untuk bisa mengakses informasi atau data sehingga ada akuntabilitas. Namun perbankan melihat bahwa itu merupakan kerahasiaan bank. Ini berarti ada kasus di sisi nasabah yang ingin mendapatkan informasi lebih jauh mengapa ini terjadi terutama untuk transaksi-transaksi yang tidak mereka lakukan. Bank seharusnya bisa lebih fleksibel dalam kaitan dengan kasus-kasus khusus tadi. Bank semestinya tidak kaku berpegang pada sistem dan teknologi yang dia miliki tanpa melihat hal-hal lain yang seharusnya menjadi perhatian mereka juga.

Seperti misalnya pembobolan dana nasabah melalui atm yang sudah terjadi. Yang pasti memang ada unsur kejahatan dan lemahnya sistem serta teknologi, karena jelas bank tidak mampu mengantisipasi potensi-potensi penyalahgunaan teknologi atau sistem yang mereka gunakan dan berakibat seperti ini. Untuk itu bank seharusnya melakukan sistem pengawasan atau kontrol berkala dengan benar, dan juga verifikasi data atau transaksi perbankan.⁹ Bagaimana langkah mereka ketika menerima atau mendapatkan ada yang aneh dalam satu transaksi, bagaimana mengantisipasi potensi-potensi penyalahgunaan teknologi atau sistem yang mereka gunakan bukannya menutup-nutupi informasi mengenai karakteristik produk mereka. Mengenai khawatiran mereka mengenai timbulnya keuntungan pihak lain yang merupakan saingannya apabila pihak bank memberikan informasi mengenai karakteristik produknya, seharusnya tidak lagi menjadi alasan dari pihak bank, karena dalam undang-undang keterbukaan informasi publik, informasi yang apabila diberikan mengakibatkan persaingan

⁹ Husna Zahir, *Perlindungan Terhadap Nasabah Bank Masih Lemah*, <http://www.perspektifbaru.com/wawancara/725/>, 15 Februari 2010.

usaha tidak sehat merupakan informasi yang dikecualikan untuk dibuka atau diberikan kepada nasabah.

3. Pengawasan dan *law enforcement* yang masih harus ditingkatkan

Untuk meningkatkan pengawasan dan *law enforcement* dalam rangka pelaksanaan transparansi informasi produk Bank Indonesia sebagai pengawas perbankan melakukan upaya berupa program peningkatan pengawasan perbankan, hal ini dilakukan dengan peningkatan kompetensi pemeriksa bank. Peningkatan efektivitas *enforcement* dan koordinasi antara lembaga pengawas. Begitu pula dari pihak intern bank, pengawasan dan *law enforcement* terus berupaya ditingkatkan dengan terus memantau pegawainya, keluhan yang datang dari nasabah dan menerapkan sanksi yang tegas kepada pegawai yang melakukan pelanggaran. Hal ini dilakukan agar kepercayaan masyarakat tetap terjaga dan bank tersebut dapat terus berkembang.

