

LAKUKAN PELANGGARAN PERILAKU

# OJK Terima 411 Aduan Debt Collector

JAKARTA (KR) - Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat, sejak Januari hingga Juni 2024 terdapat 411 pengaduan berindikasi pelanggaran ketentuan perlindungan konsumen khususnya terkait perilaku petugas penagihan atau debt collector.

Kepala Eksekutif Pengawas Perilaku Pelaku Usaha Jasa Keuangan, Edukasi dan Pelindungan Konsumen (PEPK) OJK Friderica Widyasari Dewi mengatakan, indikasi pelanggaran dimaksud terjadi di industri perbankan, perusahaan pembiayaan, dan financial technology (fintech). "Pelanggaran perilaku petugas penagihan yang paling banyak terjadi berupa penggunaan kata-kata kasar dan penagihan dengan kalimat ancaman," kata Friderica di Jakarta, Rabu (10/7).

Friderica menyampaikan, OJK senantiasa melakukan penegakan disiplin atas pelanggaran ketentuan yang dilakukan oleh Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK) termasuk

bagaimana perilaku petugas penagihan yang mewakili PUJK dalam melakukan tugasnya.

Pada beberapa waktu yang lalu, ujar Friderica, OJK telah melakukan pemeriksaan terhadap PUJK di sektor perbankan dan perusahaan pembiayaan terhadap perilaku penagihan ini dan telah menjatuhkan sanksi administratif atas pelanggaran yang ditemukan. "Dari hasil pemeriksaan OJK, walaupun penagihan ini didasarkan pada wanprestasi konsumen, namun bukan berarti tindakan penagihan dapat dilakukan dengan tidak memperhatikan kepentingan konsumen," katanya.

Beberapa pelanggaran yang ditemukan OJK di antaranya termasuk petugas penagihan yang belum memiliki lisensi resmi namun telah melakukan penagihan. Selain itu, cara berpakaian petugas penagihan yang cenderung tidak resmi, menagih di luar waktu yang ditentukan oleh ketentuan atau lebih dari jam 20.00 waktu setempat, dan sikap penagi-

han yang cenderung agresif serta disertai dengan ancaman.

"Hal ini telah menjadi perhatian OJK. Dan OJK memberikan tindakan tegas terhadap PUJK yang menggunakan debt collector baik internal maupun eksternal," kata Friderica.

Dengan adanya penerapan sanksi, OJK berharap hal ini menjadi awareness bagi PUJK untuk senantiasa mematuhi ketentuan khususnya Peraturan OJK (POJK) No 22 Tahun 2023.

Dalam ketentuan tersebut telah diatur secara khusus mengenai perilaku penagihan dan bagi konsumen maupun masyarakat yang merasa ditagih oleh debt collector dengan perilaku yang tidak sesuai dengan ketentuan. "Kami mengharapkan agar konsumen dan/atau masyarakat tidak ragu untuk melaporkan kepada OJK melalui saluran pengaduan yang telah disediakan oleh OJK," kata Friderica. (Ant/San)-f

DARI KPP PRATAMA YOGYAKARTA

# Bank BPD DIY Terima Penghargaan



KR-Istimewa

## Penyerahan penghargaan untuk Bank BPD DIY.

YOGYA (KR) - Bank BPD DIY mendapat penghargaan dari Kantor Pelayanan Pajak Pratama (KPP) Yogyakarta sebagai Kontributor Utama Wajib Pajak Badan. Penghargaan diserahkan Kepala Kanwil Direktorat Jenderal Pajak (DJP) DIY Ema Sulistyowati kepada Direktur Umum Bank BPD DIY Hudan Mulyawan didampingi Kepala KPP Pratama Yogyakarta Andi Setiawan dalam acara Tax Gathering, Rabu (10/7), di Artotel Suites Bianti.

Hudan Mulyawan menyampaikan, Bank BPD DIY selaku badan usaha berkomitmen tinggi menjalankan kewajibannya sebagai wajib pajak dengan membayar pajak sesuai ketentuan. "Kami menyadari, pajak mempunyai peranan penting dalam pembangunan. Harapan kami, dengan membayar pajak, Bank BPD DIY telah berpartisipasi dalam membangun negeri," ungkap Hudan.

Dikemukakan, selain sebagai wajib pajak, Bank BPD DIY juga

menjadi bank persepsi yang dapat menerima setoran pajak maupun penerimaan bukan pajak dari masyarakat. Oleh sebab itu, Bank BPD DIY selalu berkomitmen untuk memberikan layanan prima termasuk pelayanan setoran pajak masyarakat.

Erma Sulistyowati menyampaikan terima kasih dan memberikan apresiasi kepada seluruh wajib pajak atas kontribusi dan dukungannya kepada KPP Pratama Yogyakarta, sehingga mampu mencapai target penerimaan dan memperoleh predikat 5 Besar Kantor Pelayanan Terbaik 2024.

KPP Pratama memberikan penghargaan kepada lima wajib pajak badan, lima wajib pajak perorangan dan dua wajib pajak sebagai Pelopor Penyampaian SPT Tahunan. (Rsv)-d

## 85 Korban

Dengan penemuan tersebut, maka diketahui masih ada 32 orang korban yang hilang dalam pencarian, dari total sebanyak 140 orang korban bencana tanah longsor yang terdata secara resmi di Posko Utama Operasi SAR hingga Rabu siang.

Sebelumnya, Kepala Basamas Kusrowo mengungkapkan, pihaknya sedang berupaya mengerahkan penambahan alat berat guna memaksimalkan pencarian dan evakuasi korban. Di samping itu ada helikopter tambahan.

Saat ini Tim SAR Gabungan masih mengandalkan satu helikopter bantuan dari Polri dan dua alat berat ekskavator, termasuk sejumlah mesin alkon pertanian yang difungsikan menyemprom tumpukan

tanah dalam mencari korban.

Berdasarkan hasil pantauannya pada Selasa (9/7) petang, akses dari posko menuju ke lokasi bencana berjarak puluhan kilometer di dalam hutan perbukitan atau setidaknya butuh waktu 4-5 jam secara infanteri.

Menurutnya, waktu tempuh 1.009 personel SAR Gabungan bisa lebih lama lagi bila hujan terus mengguyur, kondisi tanah yang labil dan di beberapa titik harus melintasi jembatan, sehingga membutuhkan helikopter untuk mengatasi kesulitan itu.

Di Gorontalo, Kepala Kantor Basamas Gorontalo Hariyanto mengungkapkan, jumlah korban tanah longsor yang dite-

## Sumbangan hal 1

mukan meninggal dunia di kawasan tambang rakyat Desa Tulabolo Timur, Kecamatan Suwawa Timur, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo mencapai 23 orang. Data yang tercatat dan sudah terkonfirmasi pada Selasa pukul 23.00 WITA, total keseluruhan korban mencapai 173 orang. "Rinciannya 23 orang meninggal dunia, yang selamat 81 orang, dan masih dalam pencarian 33 orang," kata Hariyanto.

Menurutnya, korban yang selamat dari bencana tanah longsor yang terjadi pada Sabtu (13/7) malam, sebagian besar mengalami luka-luka hingga patah tulang, dan saat ini tengah menjalani perawatan di rumah sakit. (Ant/San)-d

## Polri

"Kami mendorong agar pihak kepolisian melakukan evaluasi SOP mereka untuk mencegah terjadinya salah tangkap di masa mendatang," ujarnya.

Selain itu, ia juga meminta Polda Jabar untuk memberikan pertanggungjawaban secara moril dan materil terhadap Pegi atas kesalahan yang terjadi. Dengan demikian,

katanya, hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat atas integritas, profesional serta ketelitian pihak kepolisian.

"Kami meminta agar pihak kepolisian tidak hanya meminta maaf secara resmi, tetapi juga memberikan kompensasi yang layak sebagai bentuk tanggung jawab dan pengakuan atas kesalahan yang terjadi," ujar Wakil

Ketua Badan Kerja Sama Antar-Parlemen (BKSAP) DPR tersebut.

Pihaknya, memastikan Komisi III DPR RI mengawal pengungkapan kasus pembunuhan Vina sampai tersangka yang sesungguhnya terungkap. Ia juga mengatakan, tidak menutup kemungkinan akan dilakukan rapat kerja untuk membahas hal tersebut. (Ant/Obi)-f

## Pegi

Dedi memastikan, bila tujuh terpidana terbebas dari hukuman berdasarkan peninjauan kembali (PK), tidak akan menuntut apa pun pada negara. "Saya sudah bicara dengan keluarga, dan saya sampaikan di sini bahwa kekeliruan dalam pandangan kami atau peradilan yang sesat ini pada akhirnya andai kata mereka terbebas hukuman dengan PK, mereka sudah ngomong tidak akan menuntut apa pun pada negara, dan hanya ingin keluarganya bebas," ucap Dedi.

Terpisah, Pegi Setiawan menyatakan siap memberikan keterangan terhadap upaya Peninjauan Kembali (PK) dari Saka Tatal, seorang yang telah divonis bersalah dalam kasus

pembunuhan Vina dan Eki di Cirebon pada 2016. "Saya bersedia dan siap. Kuasa hukum juga bersedia (untuk memberikan keterangan)," katanya di Cirebon Jabar, Rabu (10/7).

Pegi menekankan bisa membantu dalam proses pengajuan PK tersebut, sesuai kapasitas serta kemampuannya. Selain itu, bersedia guna memberikan keterangan terhadap pengajuan PK yang akan dilakukan oleh tujuh terpidana lainnya pada perkara tersebut. "Saya siap terbuka. Walaupun memang tidak mengikutik perkembangannya (kasus Vina dan Eki)," ujarnya.

Namun Pegi mengaku saat ini akan fokus untuk beristirahat sementara waktu usai be-

bas dari Rumah Tahanan Polda Jabar, menyusul dikabulkannya gugatan praperadilannya oleh Pengadilan Negeri (PN) Bandung. "Ketika saya mendengar hakim mengabulkan gugatan itu, saya merasa senang dan bahagia. Akhirnya keadilan ini bisa ditegakkan," katanya.

Sementara itu Titin Priailanti, salah satu kuasa hukum Saka Tatal, mengatakan pihaknya telah mengajukan upaya hukum berupa PK ke Pengadilan Negeri (PN) Cirebon pada Senin (8/7). Dalam pengajuan PK tersebut, sejumlah berkas penting termasuk novum telah diserahkan kepada PN Cirebon. (Ant/Has)-f

## Memaknai

Masalahnya, simpulan dalam kasus deflasi ini justru bertolak belakang.

Dugaan kemungkinan kedua tampaknya lebih masuk akal. Momentum Idul Adha dan libur sekolah pada Juni 2024 agaknya tidak kuasa mendorong permintaan, sehingga malah terjadi deflasi.

Inflasi inti (core inflation) yang diyakini lebih merepresentasikan daya beli toh mengalami inflasi.

Pada Juni 2024, inflasi inti mencapai 0.10% secara bulanan. Cerita yang sama juga berlaku pada harga yang diatur pemerintah yang mengalami inflasi 0,12%.

Mengompromikan kontradiksi di atas, peningkatan daya beli tampaknya hanya terbatas pada komoditas pangan. Harga komoditas pangan bergejolak (volatile food) terjadi deflasi sebesar 0,98%, dari bulan sebelumnya yang masih inflasi sebesar 0,69%.

Mengingat porsi belanja makanan lebih kecil daripada pengeluaran non makanan, simpulan umum bahwa terjadi penurunan daya beli tampaknya tetap relevan. Penurunan daya beli semacam ini perlu diantisipasi.

Juli ada momen anak-anak masuk sekolah yang menandai tahun ajaran baru. Biasanya, pada tahun ajaran baru, masyarakat banyak

berbelanja untuk keperluan sekolah. Kenaikan permintaan terjadi pada sektor pendidikan, pakaian, dan transportasi.

Lebih luas lagi, pola historis produksi beras mulai menurun. Pergeseran cuaca juga berpotensi mendorong kembali kenaikan harga pangan bergejolak. Demikian pula, transmisi pelemahan nilai tukar rupiah bisa menyulit inflasi impor.

Dengan sehimpun tantangan di atas, mempertahankan syukur-syukur meningkatkan, daya beli tampaknya menjadi kata kunci. Masyarakat kelas atas yang memiliki daya beli tinggi perlu didorong dengan berbagai insentif agar tidak menunda belanjanya.

Belanja dari satu pelaku ekonomi niscaya akan menjadi penerimaan bagi pelaku ekonomi lain.

Perputaran antara belanja-penerimaan ini secara makro akan memacu pertumbuhan ekonomi.

Sejalan dengan itu, daya beli generasi milenial yang dominan dalam dunia kerja juga perlu diperhatikan serius. Pendapatan mereka tak kunjung naik signifikan sejak pagedub Covid-19. Padahal, generasi sandwich ini harus membiayai diri sendiri, anak, dan bahkan orang tuanya.

Sementara, 9,9 juta generasi Z belum memperoleh pekerjaan (baca: pendapatan).

Segmen anak muda ini sering disebut generasi strawberry, eksotis namun rapuh. Mereka suka belanja meski belum mempunyai cukup pendapatan. Intinya, penciptaan lapangan kerja produktif-remuneratif menjadi komplemen dengan upaya peningkatan daya beli tadi.

Namun demikian, iktihar serempak dari ranah konsumen dan produsen di atas butuh waktu. Ekspektasi positif terhadap kondisi ekonomi ke depan menjadi determinan penting dalam mendorong belanja masyarakat kelas atas, peningkatan pendapatan generasi milenial, dan penciptaan kesempatan kerja bagi generasi Z.

Alhasil, fenomena deflasi berturut-turut selama dua bulan terakhir dapat dimaknai sebagai upaya mandiri golongan masyarakat menengah/bawah dalam mempertahankan daya beli guna menghadapi situasi ekonomi yang belum menentu. Bukan begitu?

(Penulis adalah Guru Besar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta; Direktur Riset SEEBI (the Socio-Economic & Educational Business Institute) Jakarta; Anggota Focus Group Bidang Fiskal dan Keuangan Negara PP-ISEI)-f

## 155

Di sisi lain, perkembangan digital membuat pengelola museum gagap teknologi. Ini yang harus kita urai bersama," ungkapnya.

Prof Wiendu Nuryanti, Wakil Menteri Pendidikan dan Kebudayaan 2011-2014 yang juga Guru Besar Arsitektur UGM menyampaikan, selain dalam pembelajaran sejarah, museum merupakan tempat yang paling tepat untuk mencari sumber informasi dan pendidikan karakter. Museum harus bisa menjadi institusi budaya yang dinamis, agar tetap relevan dengan zaman.

"Museum harus mampu berkomunikasi dengan lintas generasi. Misalnya memberi fasilitas WiFi, karena saat ini generasi native, digital. Museum harus membuka diri terhadap ide-ide yang terkini, menjadi bagian dari ekosistem penting kebudayaan," ungkap Wiendu.

Museum apapun, menurut Wiendu, harus bisa bertransformasi dan membangun karakter anak bangsa, melalui inspirasi dan kreativitas dalam

bingkai penghayatan. Kehadiran teknologi menjadi sangat penting untuk menghadirkan nilai yang ada di dalam museum.

"Pelajar-pelajar museum harus lahir kembali, menghadirkan kekinian dalam koleksi yang dimiliki. Ini menjadi sangat penting agar museum tetap relevan dikunjungi dan menarik generasi muda yang ingin kita bangun karakternya," kata Wiendu.

Sementara, Prof Warsito, Deputi Peningkatan Kualitas Pendidikan dan Moderasi Beragama Kemenko PMK mengatakan, pengelola museum diharapkan bisa membuka lebar wawasan dan

cakrawala pengetahuan. Museum harus mampu mengungkap fungsi riset, pengembangan dan ekonomi kreatif serta aktif membangun karakter anak bangsa.

"Di negara maju, anak-anak harus berkunjung ke museum terdekak sebelum mengunjungi tempat lain. Ini penting untuk membangun karakter generasi muda. Kita bisa ikuti hal tersebut untuk membangun karakter anak-anak kita. Bagaimana museum memiliki arah baru, memberikan nilai tambah untuk masyarakat Indonesia. Masyarakat harus bangga dengan daerahnya, bangsanya dan museumnya," pungkasnya. (Fhx)-d

## Tak Ada

### Sumbangan hal 1

Dalam fakta ini, menurut Agung, dapat disimpulkan tindakan tersebut merupakan kejahatan dan aparat kepolisian terus menguatkan pembuktian. "Kami sudah tangkap eksekutornya dan kami terus bekerja mencari siapa yang terlibat kasus ini, tentu proses ini dilakukan," kata Agung. (Ant)-d



## Prakiraan Cuaca

Kamis, 11 Juli 2024

Lokasi	Pagi	Siang	Cuaca Malam	Dini Hari	Suhu C	Kelembaban
Bantul					22-30	65-95
Sleman					22-29	65-95
Wates					22-29	65-95
Wonosari					22-30	65-95
Yogyakarta					22-30	65-95

☀️ Cerah ☁️ Berawan 🌧️ Uda Kabur 🌧️ Hujan Lokal 🌧️ Hujan Pelir



**Kadek Kiki Astria, MA**  
Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta

**SELAMA** ini pelaku bisnis menyadari bahwa promosi memerlukan biaya yang serius. Namun sejak kemunculan media sosial sebagai media komunikasi pemasaran, biaya tidak lagi menjadi hambatan besar dalam melakukan promosi. Hal ini dikarenakan media sosial adalah media through the line yang mana media

# Membina Hubungan Baik dengan Pelanggan sebagai Strategi Word of Mouth Marketing

sosial bisa menjangkau audiens yang luas namun dengan biaya yang lebih terjangkau. Tak sedikit yang mengatakan jika promosi menggunakan media sosial hanya butuh jaringan internet yang bagus.

Namun di sisi lain, selain media sosial ada strategi komunikasi pemasaran yang tidak menggunakan biaya sama sekali yaitu word of mouth marketing. Sebenarnya word of mouth marketing banyak diterapkan di perusahaan-perusahaan karena gratis, setiap kelebihan pasti memiliki kekurangan. Dalam word of mouth kelebihan yang ditonjolkan adalah tanpa penggunaan biaya, sedangkan kekurangannya adalah pelaku bisnis harus memikirkan perjuangan yang

cukup keras karena tidak ada satupun yang bisa menghalangi dan mengendalikan orang lain untuk menyampaikan pendapat mereka mengenai bisnis yang kita lakukan.

Namun ada beberapa cara yang bisa dilakukan untuk meminimalisir hal-hal negatif dalam word of mouth marketing salah satunya melalui membina hubungan baik dengan pelanggan. Banyak perusahaan menganggap pelanggan adalah dari perusahaan. Hal ini dikarenakan asumsi pelaku bisnis yang mengatakan bahwa tidak ada perusahaan yang dapat bertahan tanpa adanya pelanggan. Oleh karena itu banyak perusahaan yang berfokus pada pelanggan.

Membina hubungan yang

baik dengan pelanggan akan membuat pelanggan loyal pada perusahaan. Adapun beberapa cara diantaranya adalah :

1. Menggunakan berbagai media sosial untuk menginformasikan terlebih dahulu mengenai promo dan kehadiran produk baru kepada pelanggan. Dengan demikian pelanggan akan merasa bahwa mereka memiliki tempat yang special di perusahaan karena mendapatkan informasi lebih dibandingkan dengan konsumen lainnya. Hal ini pula yang membuat konsumen akan tertarik untuk menjadi pelanggan di perusahaan anda.
2. Melibatkan konsumen. Dengan adanya program dari perusahaan, kita bisa melibatkan mereka pada

program charity. Memberikan kesempatan pelanggan untuk terlibat akan membuat mereka merasa diakui keberadaannya karena mereka dilibatkan dalam program perusahaan. Perhitungkan pendapat mereka agar kedekatan semakin terjalin antara perusahaan dengan pelanggan pada pengambilan keputusan melalui survey pelanggan.

3. Buatlah kesan yang baik. Memberikan kesan yang baik dengan pelanggan bisa dilakukan melalui pendekatan komunikasi. Memperhatikan hal-hal kecil adalah salah satu cara membuat kesan yang baik dengan pelanggan. Pemilihan bahasa juga sangat mempengaruhi kesan pelanggan pada perusahaan.

Untuk itu sewajarnya kita dapat memilih diksi yang tepat sehingga dapat membuat pelanggan menjadi nyaman dan mendapatkan kesan yang baik. Hal ini akan membuat pelanggan menceritakan pengalamannya pada orang lain yang ia jumpai.

4. Dan yang terakhir adalah pemberian reward. Reward berupa barang akan menjadi hal yang menggairakan bagi para pelanggan. Pemberian reward dengan persyaratan tertentu akan membuat pelanggan akan berusaha untuk raihinya. Di sisi lain pemberian reward ini juga akan memunculkan image positif mengenai perusahaan atau bisnis yang kita jalankan di mata pelanggan.

Tanpa disadari, keempat

hal ini akan membuat para pelanggan menceritakan pengalaman-pengalaman baiknya akepada orang lain. Dengan menyampaikan pengalaman baik, orang lain juga akan merasa tertarik untuk mencoba hal yang sama di perusahaan atau bisnis yang kita jalankan. Sehingga hal ini akan membenarkan fenomena bahwa perusahaan dapat bertahan bukan karena harga yang murah melainkan karena kualitas layanan mereka yang baik. Para pelaku bisnis, sudahkah anda menerapkan hal ini pada pelanggan anda?

