

## Ketentuan Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

---

### Pernyataan

Dokumen ini merupakan ketentuan umum yang merangkum praktik komunikasi pemasaran dan periklanan PT Bank Central Asia Tbk, termasuk komitmen, prinsip, serta dukungan dari unit-unit terkait. Ketentuan ini disusun untuk memberikan gambaran terkait seluruh kegiatan pemasaran dan periklanan Bank yang sesuai dengan prinsip kepatuhan, perlindungan konsumen, transparansi, akuntabilitas, serta komunikasi yang etis dan berkelanjutan sesuai prinsip *good corporate governance* dan regulasi yang berlaku.

### Pendahuluan

PT Bank Central Asia Tbk (BCA), untuk selanjutnya disebut sebagai “BCA”, memahami pentingnya penyampaian informasi produk dan layanan dengan jujur, berdasarkan data yang akurat mengenai manfaat, biaya, dan risiko. Hal ini merupakan salah satu bentuk komitmen BCA untuk memberikan perlindungan nasabah dengan memastikan bahwa informasi yang disampaikan tidak menyesatkan dan menghindari perbedaan penafsiran antara nasabah dan Bank.

### Referensi

Referensi yang digunakan dalam penyusunan Dokumen ini antara lain:

- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Nasabah dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan
- Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/SEOJK.07/2014 tentang Penyampaian Informasi Dalam Rangka Pemasaran Produk dan/atau Layanan Jasa Keuangan.
- Panduan Periklanan Otoritas Jasa Keuangan
- Kebijakan Perlindungan Konsumen BCA
- Kebijakan Transparansi Informasi Produk BCA dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah BCA

### Ruang Lingkup

Dokumen ini memberikan gambaran yang mencakup seluruh aktivitas komunikasi pemasaran produk dan layanan BCA, yang berlaku bagi seluruh unit kerja di BCA, khususnya unit yang bertanggung jawab untuk melakukan aktivitas pemasaran.

Berikut beberapa pengertian yang dimaksud dalam penerapan transparansi informasi produk BCA:

1. Produk BCA adalah produk dan/atau jasa perbankan termasuk produk dan/atau jasa lembaga keuangan bukan bank yang dipasarkan oleh BCA.
2. Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa BCA, termasuk pihak yang tidak memiliki rekening di BCA namun memanfaatkan jasa BCA untuk melakukan transaksi keuangan (*walk in customer*).
3. Informasi adalah penjelasan mengenai produk dan/atau layanan BCA.
4. Iklan adalah suatu bentuk komunikasi melalui media tentang produk dan/atau layanan BCA, yang dilakukan oleh BCA kepada masyarakat untuk mencapai tujuan tertentu.

## Komitmen Pemasaran dan Periklanan

BCA berkomitmen untuk melaksanakan praktik pemasaran dan periklanan yang selaras dengan regulasi dan prinsip *good corporate governance* yang beretika, transparan, akuntabel, dan berkelanjutan. Seluruh kegiatan komunikasi pemasaran dilakukan dengan mengedepankan perlindungan konsumen, kejujuran, serta kepatuhan terhadap ketentuan regulator.

### • **Prinsip Penyampaian Informasi**

Segala informasi mengenai produk dan/atau layanan BCA disampaikan secara akurat, jujur, jelas, dan tidak menyesatkan agar dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan nasabah yang utuh dalam pengambilan keputusan.

#### 1. Akurasi dan Transparansi Informasi

Seluruh informasi pemasaran produk dan/atau layanan BCA bersifat akurat, tidak menyesatkan, dan dapat dipertanggungjawabkan.

##### a) Kata Superlatif

Untuk menjaga kepercayaan nasabah dan pemangku kepentingan, pemasaran yang menggunakan kata superlatif seperti “paling”, “nomor satu”, “satu-satunya”, ”top”, kata berawalan “ter”, atau kata yang dapat dipersamakan dengan itu harus mencantumkan bukti atau sumber yang dapat dipertanggungjawabkan.

##### b) Kinerja Masa Lalu dan Proyeksi Kinerja

- Iklan yang mencantumkan kinerja masa lalu wajib menyatakan bahwa kinerja masa lalu tidak berarti menjamin proyeksi kinerja di masa depan.
- Informasi terkait proyeksi kinerja hanya dapat digunakan dalam iklan jika relevan dan ada dasar yang kuat untuk ditampilkan agar tidak menyesatkan. Hal ini mempertimbangkan bahwa metode yang digunakan di industry yang berbeda dapat menghasilkan efektivitas yang berbeda.
- Iklan yang menyajikan proyeksi kinerja wajib mencantumkan disclaimer bahwa proyeksi tersebut tidak dijamin pasti akan tercapai, sehingga nasabah menyadari adanya risiko perbedaan keuntungan yang dapat diperoleh dari hasil proyeksi.

##### c) Penggunaan Data Riset

Data riset tidak boleh diolah sedemikian rupa atau dimanipulasi sehingga dapat menyesatkan nasabah dan/atau masyarakat. Iklan yang mencantumkan hasil riset wajib menyebutkan sumber datanya, dimana sumber data riset harus independent dan kredibel.

#### 2. Kejujuran dan Keterbukaan

BCA menyediakan dan/atau menyampaikan informasi mengenai produk dan/atau layanan yang sebenarnya, termasuk tentang manfaat, biaya, dan risiko dari setiap produk dan/atau layanan. Informasi ini wajib disampaikan BCA ketika melakukan kegiatan pemasaran, pada saat membuat perjanjian dengan Nasabah dan/atau masyarakat, dan jika terjadi perubahan ketika Nasabah menggunakan dan/atau memanfaatkan produk dan/atau layanan yang diberikan oleh BCA. Informasi harus dapat dibuktikan dengan tindak lanjut dan memiliki Dokumen pendukung.

#### 3. Kejelasan Bahasa

##### a) Bahasa Mudah Dipahami

Iklan harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami nasabah dan/atau masyarakat, Ejaan yang Disempurnakan (EYD), dan/atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

**b) Kelengkapan Informasi dan Pencantuman Tautan**

Syarat dan ketentuan spesifik yang berlaku harus disampaikan dalam iklan. Nasabah harus dapat mengakses informasi terkait manfaat, biaya, risiko, serta syarat dan ketentuan produk dan/atau layanan yang diiklankan sebelum memutuskan untuk menggunakan produk dan/atau layanan.

**c) Penyataan “terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan”**

Pernyataan “terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan” pada Iklan Langsung maupun Iklan Tidak Langsung ditulis secara horizontal dan harus terbaca dengan pemilihan warna yang kontras dengan latar belakang.

**d) Tanda Asterisk**

Tanda asterisk (\*) pada Iklan tidak digunakan untuk menyembunyikan atau menyesatkan nasabah dan/atau masyarakat tentang kualitas, kinerja, atau harga sebenarnya dari produk dan/atau layanan yang diiklankan, ataupun tentang ketidaktersediaan hadiah suatu produk dan/atau layanan. Tanda asterisk hanya boleh digunakan untuk menunjukkan bahwa ada penjelasan lebih lanjut dan harus disertai dengan informasi jelas dimana nasabah dapat melihat informasi tersebut.

**e) Janji Pengembalian Uang**

Jika suatu iklan menjanjikan pengembalian uang kepada nasabah atas pembelian suatu produk dan/atau penggunaan layanan, maka syarat pengembalian uang tersebut harus dinyatakan secara jelas dan lengkap, antara lain jenis kondisi yang harus dipenuhi, dan jangka waktu berlakunya pengembalian uang.

**f) Ketersediaan Hadiah**

Iklan yang menjanjikan hadiah tertentu tidak menggunakan pernyataan “selama persediaan masih ada” atau kata-kata lain yang bermakna sama, melainkan harus dengan jelas dan lengkap mencantumkan syarat-syarat kesertaan, masa berlaku, tanggal penarikan undian, jumlah hadiah yang disediakan oleh BCA dan/atau jangka waktu pemberian hadiah, jenis hadiah, maupun cara-cara penyerahan.

#### 4. Informasi Tidak Menyesatkan

**a) Penggunaan Kata Gratis**

Iklan tidak mencantumkan kata “gratis”, “free” atau kata lain yang bermakna sama, apabila nasabah tetap membayar biaya lain dan/atau harus melakukan upaya tertentu terkait pembelian atau penggunaan produk dan/atau layanan BCA.

**b) Penggunaan Kata Berlebihan**

Iklan tidak menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak mengandung risiko, maupun kata-kata berlebihan sejenis lainnya yang dapat menyesatkan nasabah.

**c) Kesaksian Nasabah dan Anjuran**

- Pemberian kesaksian dan anjuran hanya dilakukan atas nama:
  - 1) perorangan bukan mewakili lembaga, kelompok, golongan, atau masyarakat luas; atau
  - 2) perorangan yang mewakili nasabah berbentuk badan hukum.
- Kesaksian nasabah wajib dibuktikan dengan pernyataan tertulis yang ditandatangani oleh Nasabah tersebut dan dilengkapi dengan identitas dan alamat pemberi kesaksian.
- Iklan yang memuat kesaksian Nasabah atau informasi dari tokoh terkenal, selebritis atau komentator media merupakan pengalaman yang benar dialami dan disampaikan secara jujur, tanpa bermaksud mengungkapkan secara berlebihan, serta memuat pendapat tentang produk dan/atau layanan tersebut secara wajar.

- d) Proses yang sesuai dengan prosedur dan penawaran yang tidak menyesatkan:**
  - Iklan yang menjanjikan proses cepat dan instan wajib memperhatikan ketentuan dan prosedur baku yang berlaku.
  - Iklan wajib menyatakan secara jelas ketika menawarkan produk dan/atau layanan dengan manfaat tertentu yang berdiri sendiri dan tidak dapat diambil secara bersamaan.
- e) Berkompetsi Secara Sehat**
  - BCA tidak merendahkan atau melecehkan produk, layanan, industri, dan/atau pihak lain baik secara implisit maupun eksplisit
  - BCA tidak meniru/plagiat iklan produk lain dalam seluruh variabel iklan termasuk ikon atau atribut khas yang telah lebih dulu digunakan oleh sesuatu iklan produk pesaing, jalan cerita, pengucapan pesan, penulisan pesan, dan nada lagu atau hal-hal yang menimbulkan kesan sama.
- f) Penggunaan Istilah**

Iklan tidak boleh menggunakan istilah yang tidak sesuai dengan karakteristik industrinya.

- **Prinsip Penawaran Produk dan/atau Layanan**

- a) Penyusunan Ringkasan Informasi Mengenai Produk dan/atau Layanan**

Dalam melakukan penyusunan ringkasan informasi produk BCA, baik yang berbentuk dokumen maupun yang dimuat di media cetak, website atau media elektronik lainnya, wajib memperhatikan hal-hal berikut ini.

1. Harus disusun sedemikian rupa secara jelas dan dalam bahasa yang mudah dimengerti oleh nasabah.
2. Dalam hal BCA mencantumkan berbagai kelebihan BCA atau produk BCA dibandingkan dengan institusi lain yang sejenis, maka wajib disertai dengan bukti atau sumber yang dapat dipertanggungjawabkan.
3. Jika BCA menjanjikan sesuatu kepada nasabah atas pemanfaatan produk dan/atau layanan BCA, maka harus dicantumkan secara jelas syarat dan ketentuan yang berlaku untuk realisasinya.

- b) Memperhatikan Kenyamanan dan Keamanan Nasabah**

BCA harus memperhatikan hal-hal berikut ini dalam melakukan penawaran atas produk BCA.

1. Penawaran melalui sarana komunikasi pribadi harus dengan persetujuan nasabah.
2. Bundling product:
  - BCA dilarang memaksa Nasabah untuk membeli produk/jasa dalam paket produk dan/atau layanan tersebut.
  - Nasabah dapat memilih penyedia produk/jasa lain dalam paket produk/jasa (bundling product / service).
3. Penawaran produk wajib memperhatikan kesesuaian antara produk dengan kebutuhan dan kemampuan nasabah.
4. Tidak diperkenankan memberikan fasilitas secara otomatis yang mengakibatkan tambahan biaya bagi nasabah tanpa persetujuan tertulis dari nasabah.

- **Layanan Informasi BCA**

BCA memberikan informasi mengenai produk dan layanan BCA sesuai dengan ketentuan melalui sarana-sarana komunikasi dan penyampaian informasi, antara lain:

- Situs web resmi BCA dan akun media sosial resmi BCA yang menyajikan informasi lengkap dan terkini terkait segala produk, layanan, serta program BCA;

- Leaflet, brosur, TV Plasma, atau bentuk tertulis lain di setiap kantor cabang BCA di seluruh Indonesia yang memuat informasi produk bank untuk mempermudah pemahaman nasabah;
- Kantor cabang BCA yang memberikan informasi produk/layanan serta solusi yang dibutuhkan oleh nasabah.

- **Penggunaan Data Pribadi Nasabah**

Penggunaan data pribadi nasabah untuk tujuan komersial harus dilakukan secara transparan, berdasarkan persetujuan tertulis dari nasabah dan/atau yang diwajibkan secara perundang-undangan. Hak dan penjelasan lebih lanjut mengenai perlindungan privasi dan data nasabah dapat dilihat pada Pemberitahuan Privasi BCA (<https://www.bca.co.id/id/informasi/Kebijakan>)

### **Mekanisme Pengawasan**

Kegiatan periklanan dan pemasaran di BCA merupakan bagian dari implementasi arahan strategis Dewan Direksi untuk memastikan keterbukaan dan transparansi informasi terkait produk dan/atau layanan, selaras dengan ketentuan regulator, praktik terbaik industri, serta pedoman internal perusahaan.

Pada tingkat manajerial, Divisi Pengembangan Bisnis dan Pemasaran Transaksi Perbankan memiliki tanggung jawab dalam mengarahkan, meninjau, dan menyetujui seluruh materi komunikasi pemasaran produk dan layanan BCA. Proses ini mencakup evaluasi terhadap kesesuaian visual, identitas merek perusahaan, serta kepatuhan terhadap prinsip komunikasi yang etis dan regulasi perlindungan konsumen sektor jasa keuangan.

Tim komunikasi pemasaran bertugas melaksanakan pemantauan aktif terhadap efektivitas kampanye dan memastikan seluruh aktivitas pemasaran BCA — termasuk yang dilakukan melalui pihak ketiga atau platform eksternal — memenuhi standar komunikasi dan periklanan yang telah ditetapkan oleh Bank. Pemantauan ini turut mencakup pengumpulan masukan dari pelanggan serta analisis pasar untuk mengukur dampak aktual dari setiap inisiatif pemasaran.

Baik secara internal maupun melalui kolaborasi dengan mitra eksternal, BCA melakukan evaluasi secara berkala terhadap seluruh saluran dan bentuk komunikasi pemasaran yang digunakan. Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk melakukan penyesuaian strategi dan konten secara dinamis, guna merespons perubahan lingkungan internal maupun eksternal serta untuk meningkatkan pengalaman nasabah dan perlindungan konsumen secara menyeluruh.

Sebagai bagian dari pengawasan terstruktur, pengelolaan anggaran pemasaran mengikuti skema persetujuan berjenjang, mulai dari tingkat Kepala Unit Kerja hingga Direksi. Proses ini memastikan bahwa setiap alokasi anggaran pemasaran dan periklanan telah melalui tinjauan menyeluruh dan sesuai dengan arah strategis serta kebijakan tata kelola Perusahaan.

### **Pengembangan Kapasitas**

BCA melakukan pelatihan untuk pengembangan kapasitas pegawai terhadap ketentuan Perlindungan Nasabah, termasuk etika dan tata cara berkomunikasi terkait produk dan/atau layanan jasa keuangan yang disediakan/atau oleh BCA. Setiap unit yang memiliki fungsi pokok terkait aktivitas periklanan dan pemasaran dikembangkan untuk memiliki kapasitas terkait periklanan dan pemasaran yang bertanggungjawab berdasarkan panduan internal dan regulasi yang berlaku. Pelatihan dapat diikuti dalam bentuk *workshop*, *e-learning*, maupun pelatihan internal divisi.

Tidak hanya kepada pegawai, BCA juga melakukan rangkaian proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman Nasabah dan/atau masyarakat terhadap produk dan/atau layanan yang dimiliki BCA. Edukasi dan literasi dilakukan secara terencana, terukur, dan berkelanjutan. Edukasi difokuskan pada pemberian informasi mengenai hak dan kewajiban Nasabah, fitur produk dan/atau jasa, berupa biaya, manfaat, risiko, syarat dan ketentuan, mekanisme penggunaan produk dan/atau layanan, konsekuensi serta informasi terkait lainnya yang penting diketahui Nasabah pada saat pemasaran sampai dengan penanganan pengaduan.

## **Penutup**

Informasi lebih lanjut mengenai Ketentuan Komunikasi Pemasaran dan Periklanan dapat diperoleh melalui email kepada Subdivisi *Environmental Social & Governance (ESG)* - [esg\\_group@bca.co.id](mailto:esg_group@bca.co.id).