

**PELAKSANAAN TRANSPARANSI INFORMASI DALAM KEGIATAN
STRUCTURED PRODUCT
(Studi Di Bank X Kantor Cabang Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Memperoleh
Gelar Kesarjanaaan Dalam Ilmu Hukum

Oleh :
ZUBAIRI FAJAR
125010100111040



**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS HUKUM
MALANG
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PELAKSANAAN TRANSPARANSI INFORMASI
DALAM KEGIATAN *STRUCTURED PRODUCT*

(Studi Di Bank X Kantor Cabang Malang)

Identitas Penulis :

a. Nama : Zubairi Fajar

b. NIM : 125010100111040

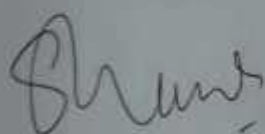
Konsentrasi : Hukum Perdata Bisnis

Jangka Waktu Penelitian : 4 Bulan

Disetujui Pada Tanggal : 14 NOV 2016

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,



Siti Hamidah, SH., MM.

NIP. 19660622 199002 2 001

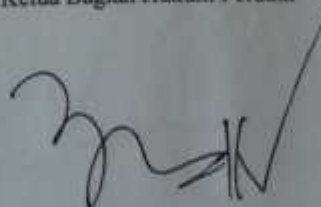


Dr. Reka Dewantara, SH., MH.

NIP. 19830502 200812 1 003

Mengetahui :

Ketua Bagian Hukum Perdata



Dr. Budi Santoso, SH., LLM.

NIP. 19720622 200501 1 002

HALAMAN PENGESAHAN

**PELAKSANAAN TRANSPARANSI INFORMASI DALAM KEGIATAN
STRUCTURED PRODUCT**

Oleh :

ZUBAIRI FAJAR

125010100111040

Skripsi ini telah disahkan oleh Majelis Penguji pada tanggal : **14 NOV 2016**

Ketua Majelis Penguji

Anggota

Dr. Bambang Winarno, SH., MS.

Dr. Reka Dewantara, SH., MH.

NIP. 19530121 197903 1 002

NIP. 19830502 200812 1 003

Anggota

Anggota

Dr. Budi Santoso, SH., LLM.

M. Hamidi Mas'kur, SH., M.Kn

NIP. 19720622 200501 1 002

NIP. 19800419 200812 1 002

Mengetahui,

Mengetahui,

Ketua Bagian Hukum Perdata

Dekan Fakultas Hukum

Universitas Brawijaya

Dr. Budi Santoso, SH., LLM.

Dr. Rachmad Safa'at, SH., M.Si.

NIP. 19720622 200501 1 002

NIP. 19620805 198802 1 001



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbilalamin, rasa syukur yang tidak pernah peneliti lupakan bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang tidak pernah berhenti melancarkan anugerah dan rahmat-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “PELAKSANAAN TRANSPARANSI INFORMASI DALAM KEGIATAN *STRUCTURED PRODUCT*” (Studi di Bank X Kantor Cabang Malang) sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Rasa terima kasih yang mendalam penulis ucapkan kepada pihak-pihak yang banyak membantu kelancaran dalam penulisan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Suharto dan Ibu Sumiatun selaku orangtua yang penulis sangat hormati dan sayangi atas doa, kasih sayang, semangat, dukungan dan dorongan kepada penulis dalam setiap langkah dan setiap waktunya dan dukungan keuangan yang tiada habisnya selama penulis menjalani kegiatan perkuliahan selama ini;
2. Titis Riaswati dan Ita Paramita selaku kakak penulis yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat kepada penulis yang telah diberikan hingga terselesaikannya skripsi ini;
3. Bapak Dr. Rachmad Safa'at, SH. M.Si., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Brawijaya;
4. Bapak Dr. Budi Santoso, SH., LLM, selaku Ketua Bagian Hukum Perdata yang telah memberikan bimbingannya kepada penulis;
5. Ibu Siti Hamidah, SH., MM., selaku Dosen Pembimbing Utama, terima kasih atas bimbingan, waktu dan kesabaran dalam menyusun skripsi ini;
6. Bapak Dr. Reka Dewantara, SH., MH., selaku Dosen Pembimbing Pendamping. Terima kasih atas bimbingan, waktu dan kesabaran dalam menyusun skripsi ini;
7. Segenap Dosen Fakultas Hukum Universitas Brawijaya yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Brawijaya;
8. Sahabat-sahabat paling gokil. Arman Ferry Prayoga, Abdul Aziz, Rizki Wakid Khasbullah, Afenda Badrul Munir, Rizqia Fitri Nur Chasanah,

Hadi Purnomo, Eri Yudo Tri Wibowo, Rahmat Setiawan, Miki Afrilia, terima kasih untuk waktu dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis hingga penulis dapat meraih gelar ini;

9. Seluruh Saudaraku di Partai Mahasiswa Pinggiran Fakultas Hukum Universitas Brawijaya. Terima kasih untuk seluruh dukungan moril selama duduk di bangku perkuliahan;
10. Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, terima kasih untuk pelayanan serta bantuan sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini;
11. Teman-teman aktivis BPM-RDM FHUB 2015, BEM FHUB 2014, 2013, dan 2012. Terima kasih untuk seluruh pengalaman organisasi dan pengalaman lainnya serta semangatnya hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini;
12. Dan teruntuk Engkau siapapun yang kelak akan menjadi pendamping serta orang yang akan mengajarkan banyak hal untuk anak-anakku, Skripsi ini saya dedikasikan untukmu;
13. Dan pihak-pihak lain yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari Bapak, Ibu Dosen pada khususnya serta pembaca pada umumnya sangat penulis harapkan demi menyempurnakan Skripsi ini.

Akhir kata, mohon maaf penulis haturkan apabila dalam penyusunan Skripsi ini penulis melakukan kesalahan baik disengaja atau tidak. Penulis berharap Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca atau pihak yang memerlukan. Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak dan memohon maaf atas segala kesalahan dalam proses penulisan Skripsi ini.

Malang, Juli 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR BAGAN	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
RINGKASAN	xi
 BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	15
E. Sistematika Penulisan	16
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
1. Kajian Umum Tentang Bank	18
1.1 Pengertian Bank	18
1.2 Pengertian Perbankan	22
1.3 Asas-Asas Perbankan	24
1.4 Jenis Produk Perbankan	26
2. Kajian Umum Mengenai Transparansi Informasi	32
2.1 Pengertian Transparansi Informasi	32
3. Kajian Umum Mengenai Kegiatan <i>Structured Product</i>	34
3.1 Pengertian <i>Structured Product</i>	34
3.2 Bentuk <i>Structured Product</i>	36
3.3 Penerbit <i>Structured Product</i>	39
3.4 Risiko	40
3.5 Jenis Biaya	44
 BAB III METODE PENELITIAN	
1. Jenis Penelitian	44
2. Pendekatan Penelitian	44
3. Alasan Pemilihan Lokasi	45
4. Jenis Dan Sumber Data	45
5. Teknik Pengumpulan Data	47
6. Populasi Dan Sampel	48
7. Teknik Analisis Data	49
8. Definisi Operasional	49

BAB IV PELAKSANAAN TRANSPARANSI INFORMASI DALAM KEGIATAN *STRUCTURED PRODUCT*

1. Gambaran Umum Kegiatan <i>Structured Product</i> Pada Bank X Kantor Cabang Malang	51
1.1 Kegiatan <i>Structured Product</i> Pada Bank X Kantor Cabang Malang	51
1.2 Mekanisme Penawaran <i>Structured Product</i> Kepada Nasabah	55
1.3 Syarat-Syarat Pembelian <i>Structured Product</i>	62
2. Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan <i>Structured Product</i>	
Oleh Bank X Kantor Cabang Malang	66
2.1 Penyampaian Informasi Oleh Agen <i>Structured Product</i> Bank X Kantor Cabang Malang Kepada Nasabah Tentang Nama <i>Structured Product</i> dan Penerbit <i>Structured Product</i>	68
2.2 Penyampaian Informasi Oleh Agen <i>Structured Product</i> Bank X Kantor Cabang Malang Kepada Nasabah Tentang Karakteristik dan Fitur Dari <i>Structured Product</i>	69
2.3 Penyampaian Informasi Oleh Agen <i>Structured Product</i> Bank X Kantor Cabang Malang Kepada Nasabah Tentang Ilustrasi Perhitungan Bunga Atau Pendapatan Atau Margin Keuntungan Yang Dapat Diperoleh Nasabah Dari <i>Structured Product</i>	70
2.4 Penyampaian Informasi Oleh Agen <i>Structured Product</i> Bank X Kantor Cabang Malang Kepada Nasabah Tentang Ilustrasi Perhitungan Risiko Dan Kerugian Yang Mungkin Ditanggung Nasabah Dari <i>Structured Product</i>	75
2.5 Penyampaian Informasi Oleh Agen <i>Structured Product</i> Bank X Kantor Cabang Malang Kepada Nasabah Tentang Biaya Yang Melekat Dari <i>Structured Product</i>	86
2.6 Penyampaian Informasi Oleh Agen <i>Structured Product</i> Bank X Kantor	

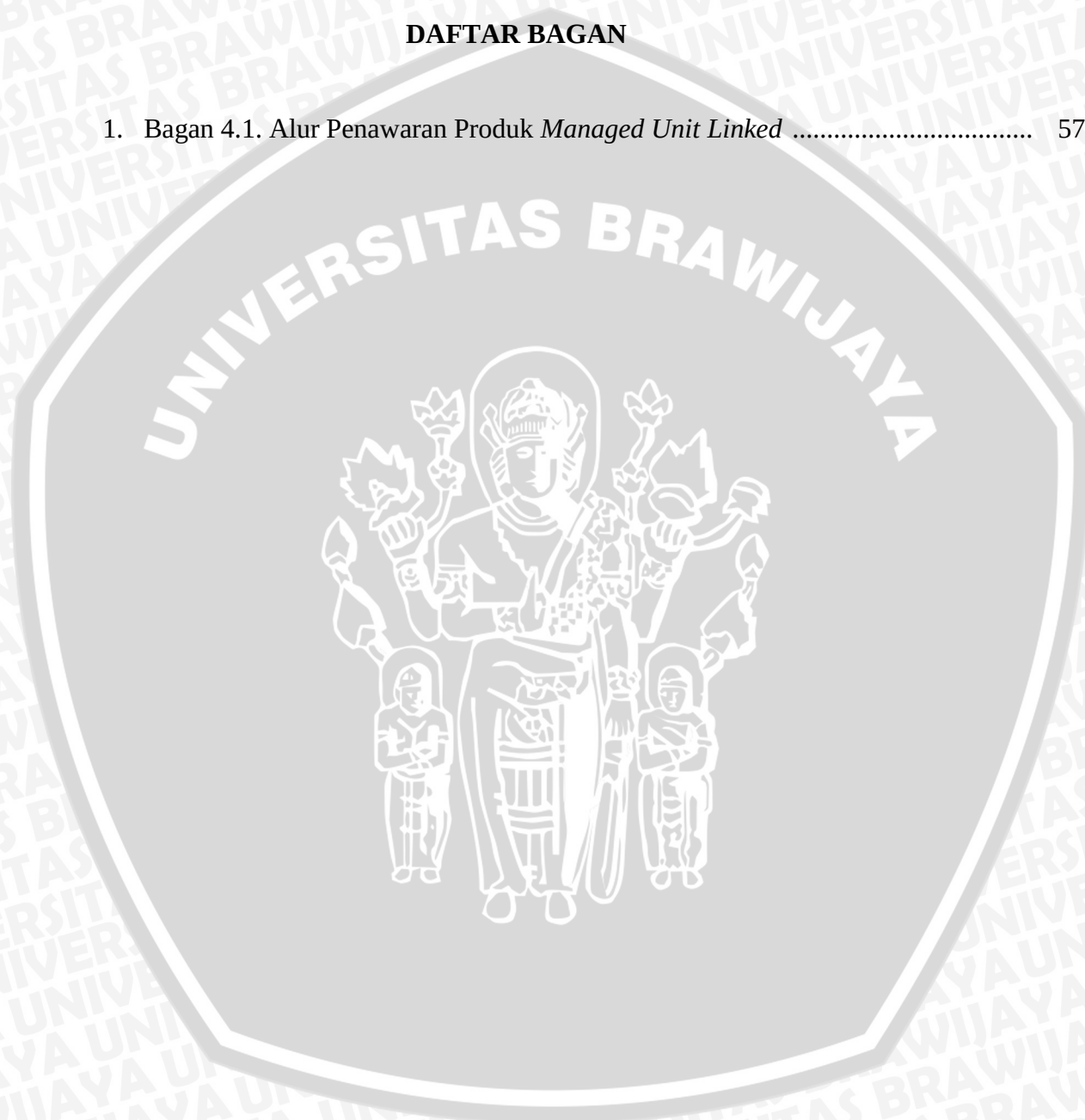
Cabang Malang Kepada Nasabah Tentang Syarat Dan Kondisi <i>Structured Product</i>	91
2.7 Penyampaian Informasi Oleh Agen <i>Structured Product</i> Bank X Kantor Cabang Malang Kepada Nasabah Tentang Pernyataan Bahwa <i>Structured Product</i> Tidak Bertentangan Dengan Ketentuan Dan Perundang-Undangan	97
2.8 Penyampaian Informasi Oleh Agen <i>Structured Product</i> Bank X Kantor Cabang Malang Kepada Nasabah Tentang Kejelasan Cakupan Program Penjaminan Atas <i>Structured Product</i> Dalam Hal <i>Structured Product</i> Terkait Kegiatan Penghimpunan Dana	103
2.9 Penyampaian Informasi Oleh Agen <i>Structured Product</i> Bank X Kantor Cabang Malang Kepada Nasabah Tentang Informasi Lain Yang Diperlukan Nasabah Untuk Menilai Dan Mengambil Keputusan Terkait <i>Structured Product</i>	104
3. Hambatan Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan <i>Structured Product</i> Oleh Bank X Kantor Cabang Malang	106
3.1 Hambatan Yuridis	106
3.2 Hambatan Non Yuridis	114
4. Upaya Bank X Kantor Cabang Malang Dalam Mengatasi Hambatan Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan <i>Structured Product</i> Oleh Bank X Kantor Cabang Malang	118
4.1 Upaya Mengatasi Hambatan Yuridis	118
4.2 Upaya Mengatasi Hambatan Non Yuridis	121
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	128
B. Saran	129

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR BAGAN

1. Bagan 4.1. Alur Penawaran Produk *Managed Unit Linked* 57



DAFTAR TABEL

1. Tabel 4.1. Contoh Perhitungan Apresiasi Dan Depresiasi	84
2. Tabel 4.2. Perhitungan Biaya <i>Subscription</i>	87
3. Tabel 4.3. Perhitungan Biaya <i>Redemption</i>	88



DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 4.1. Simulasi Perhitungan Keuntungan Reksadana Saham	71
2. Gambar 4.2. Simulasi Perhitungan Keuntungan Reksadana Campuran	73
3. Gambar 4.3. Simulasi Perhitungan Keuntungan Reksadana Pendapatan Tetap	75



RINGKASAN

Zubairi Fajar, Hukum Perdata Bisnis, Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, Juli 2016, PELAKSANAAN TRANSPARANSI INFORMASI DALAM KEGIATAN *STRUCTURED PRODUCT* (Studi Pada Bank X Kantor Cabang Malang), Siti Hamidah, SH., MM., Dr. Reka Dewantara, SH., MH.

Pelaksanaan transparansi informasi dalam kegiatan penawaran *Structured Product* kepada nasabah mencegah terjadinya kesalah pahaman yang menimbulkan risiko hukum. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 7/POJK.03/2016 Tentang Prinsip Kehati-Hatian Dalam Kegiatan *Structured Product* Bagi Bank Umum mengatur mengenai pelaksanaan penyampaian informasi kepada nasabah secara transparan yang harus dilakukan oleh agen penjual *Structured Product*. Pada kenyataannya, hal tersebut tidak disampaikan dengan baik kepada nasabah. Permasalahan dalam skripsi ini adalah Bagaimana Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured Product* di Bank X Kantor Cabang Malang, Apa hambatan yang dialami Bank X Kantor Cabang Malang dalam melaksanakan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured Product*, dan Bagaimana upaya yang dilakukan Bank X Kantor Cabang Malang untuk mengatasi hambatan dalam Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured Product*.

Metode yang digunakan peneliti untuk memecahkan masalah tersebut, peneliti menggunakan metode penelitian hukum yuridis empiris dengan melakukan pendekatan sosiologis yang dihubungkan dengan peraturan perundang-undangan. Bahan hukum yang diperoleh akan dianalisis menggunakan metode deskriptif analisis.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memperoleh jawaban atas permasalahan yang ada bahwa Pelaksanaan kegiatan transparansi informasi dalam kegiatan *Structured Product* pada Bank X Kantor Cabang Malang masih belum sesuai dengan POJK No. 7/POJK.03/2016 khususnya pada Pasal 17 dan Pasal 18. Transparansi informasi tentang semua informasi yang meliputi karakteristik, fitur, keuntungan, serta risiko sangat diperlukan dalam menawarkan suatu produk perbankan kepada nasabahnya. Beberapa informasi yang belum disampaikan secara baik dan transparan kepada nasabahnya mencakup manfaat dan keuntungan dari produk bank yang ditawarkan, serta risiko yang nantinya akan dihadapi nasabah. Masalah yang ditemui di lokasi penelitian adalah kurangnya ilustrasi informasi secara tertulis untuk mempermudah agen dalam melakukan penawaran dan pemahaman seorang nasabah atas produk perbankan yang ditawarkan. Hambatan dalam pelaksanaan kegiatan transparansi informasi produk *Managed*

Unit Linked pada Bank X Kantor Cabang Malang diantaranya sedikitnya pegawai yang memiliki SK WAPERD dan Sertifikasi AAJI, penyediaan perjanjian tertulis transaksi *Structured Product* selain Bahasa Indonesia dan kurangnya pemahaman informasi oleh nasabah karena kurangnya media pemasaran produk *Managed Unit Linked*.

SUMMARY

Zubairi Fajar, Civil Law Business, Faculty of Law University of Brawijaya, July 2016, IMPLEMENTATION OF INFORMATION TRANSPARENCY IN THE ACTIVITY OF STRUCTURED PRODUCT (A Study In Bank X Branch Office of Malang), Siti Hamidah, SH., MM., Dr. Reka Dewantara, SH., MH.

The Implementation of information transparency in a bidding activity of *Structured Product* to customers to prevent misunderstandings that give rise to legal risks. Regulation of the Financial Services Authority No. 7 / POJK.03 / 2016 About Precautionary Principle In the Activity of *Structured Product* for Commercial Banks regulating the implementation of the delivery of information to customers in a transparent manner should be done by the dealer of *Structured Product*. In the reality, it is not delivered properly to customers. The problem in this thesis is How doe the Implementation of Information Transparency In the Activity of *Structured Product* in Bank X Branch Office of Malang, What are constraints encountered by Bank X Branch Office of Malang in implementing Information Transparency In the Activity of *Structured Product*, and How does the efforts made by Bank X Branch Office of Malang to overcome obstacles in the Implementation of Information Transparency In the Activity of *Structured Product*.

The method used by the researcher to solve the problem, the researcher used juridical empirical legal research method by conducting sociological approach associated with the legislation. Legal materials obtained will be analyzed using descriptive analysis method.

Based on the results of the study, the researcher obtained the answers to existing problems that the implementation of the activities of information transparency in the activity of *Structured Product* in Bank X Branch Office of Malang still not in accordance with POJK No. 7/POJK.03/2016 especially in article 17 and article 18. Transparency of information about all of the information which includes the characteristics, features, advantages, and risk is necessary in offering a banking products to its customers. Some of the information has not been communicated well and transparent to customers including the benefits and advantages of the products offered by banks, as well as the risks that will be faced by customers. Problems encountered in the study site was the lack of information in writing illustration to facilitate an agent in making offers and understanding of a

customers for banking products offered. Obstacles in the implementation of the transparency of product information of *Managerd Unit Linked* in Bank X Branch Office of Malang among them is the least number of employees who have SK WAPERD and Certificate of AAJI, the provision of a written agreement transactions of *Structured Product* besides Indonesian and lack of understanding of information by the customer due to lack of product marketing media of *Managed Unit Linked*.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹ Fungsi bank dikategorikan dalam 2 (dua) fungsi yaitu sebagai perantara (*intermediation role*) dan fungsi sebagai *transmission role*. Fungsi perantara (*intermedition role*) adalah penyediaan kemudahan untuk aliran dana atas kelebihan dana selaku penabung (*saver*) atau pemberi pinjaman (*lender*) kepada mereka yang memerlukan atau kekurangan dana untuk memenuhi kegiatan kepentingannya selaku peminjam (*borrower*). Fungsi sebagai *transmission role* sebagai penyalur kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya.²

Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat. Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang

¹ Pasal 1 angka 2 UU No.10 Tahun 1998 tentang Perbankan (UU Perbankan)

² Ketut Rindjin, **Pengantar Perbankan dan Lembaga Keuangan Bukan Bank**, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003, hlm. 15

kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan, dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Di samping itu, bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah, dan pembayaran lainnya.³

Lembaga perbankan merupakan inti dari sistem keuangan dari setiap negara. Bank adalah lembaga keuangan yang menjadi tempat bagi orang perseorangan, badan-badan usaha swasta, badan-badan usaha milik negara, bahkan lembaga-lembaga pemerintahan menyimpan dana-dana yang dimilikinya.⁴ Berkaitan dengan pengertian Bank tersebut, Pasal 1 butir 2 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan merumuskan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.

Kegiatan utama bank yang telah disebutkan sebelumnya, bank dalam hal ini berfungsi sebagai lembaga *intermediary* yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali ke masyarakat. Fungsi tersebut menyebabkan bank berperan sebagai perantara antara masyarakat yang kelebihan dana dalam bentuk simpanan kepada bank dengan

³ Hermansyah, **Hukum Perbankan Nasional Indonesia**, Cetakan 6, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2011, hlm. 7

⁴ *Ibid*

masyarakat yang memerlukan dana dalam bentuk pinjaman dan bentuk lainnya.⁵

Berdasarkan hal tersebut, fungsi utama bank dalam suatu perekonomian adalah untuk memobilisasi dana masyarakat, secara tepat dan cepat menyalurkan dana tersebut kepada penggunaan atau investasi yang efektif dan efisien.⁶ Fungsi seperti ini dikatakan oleh Frederic S. Mishkin, sebagai "aliran darah" bagi perkembangan perekonomian dan peningkatan standar taraf hidup.⁷ Fungsi bank lainnya adalah sebagai lembaga penyedia instrumen pembayaran untuk barang dan jasa yang dapat dilakukan secara cepat, efisien, dan aman. Fungsi ini akan berjalan apabila penjual dan pembeli barang dan jasa meyakini bahwa instrumen yang digunakan tersebut akan diterima dan dibayar oleh semua pihak dalam suatu transaksi dan transaksi turunannya. Menurut E. Gerald Corrigan dan Michael A. Raffanti, tanpa adanya kepercayaan, maka fungsi dimaksud tidak akan berjalan.⁸

Perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak.⁹

Kebutuhan masyarakat dalam dunia bisnis sangat berpengaruh dalam pertumbuhan ekonomi di negara ini, dalam pelaksanaannya, semua

⁵ *Ibid*, hlm. 20

⁶ Zulkarnain Sitompul, **Lembaga Penjamin Simpanan, Substansi dan Permasalahan**, Books Terrace & Library, Bandung, 2007, hlm. 1.

⁷ *Ibid*

⁸ *Ibid*. Hlm 2.

⁹ Pasal 4 Undang-Undang No.10 Tahun 1998 Tentang Perubahan atas Undang-Undang No.7 Tahun 1992 Tentang Perbankan.

pelaku dalam berjalannya roda perekonomian di negara ini membutuhkan suatu inovasi terhadap instrumen keuangan agar dapat memfasilitasi bertumbuhnya berbagai bentuk maupun struktur instrumen keuangan termasuk yang memiliki kompleksitas yang tinggi, terutama instrumen keuangan dalam bentuk *structured product*.

Structured product adalah layanan produk perbankan oleh bank dalam menyediakan fasilitas dua instrumen keuangan yang didalamnya terdapat keuntungan serta risiko dari kedua instrumen keuangan yang digabungkan tanpa mengurangi satupun risiko maupun keuntungan dari gabungan kedua instrumen keuangan tersebut.

Pengertian *Structured product* Menurut pasal 1 ayat (2) POJK No. 7/POJK.03/2016 Tentang Prinsip Kehati-hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum adalah produk bank yang merupakan penggabungan antara 2 (dua) atau lebih instrument keuangan berupa instrument keuangan non derivatif dan derivatif atau derivatif dan derivatif dan paling sedikit memiliki karakteristik:¹⁰

Kegiatan ini tentunya memiliki keuntungan serta kerugian yang akan didapat oleh semua nasabah yang memiliki produk ini. Keuntungan dan kerugian dalam kegiatan ini bukan hanya akan dimiliki oleh nasabah

¹⁰ Pasal 1 ayat (2) POJK No. 7/POJK.03/2016 Tentang Prinsip Kehati-hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum

- a. Nilai atau arus kas yang timbul dari produk dikaitkan dengan satu atau kombinasi variabel dasar seperti suku bunga, nilai tukar, komoditi, dan/ atau ekuitas
- b. Pola perubahan atas nilai atau arus kas produk bersifat tidak regular apabila dibandingkan dengan pola perubahan variabel dasar sebagaimana dimaksud pada huruf a, sehingga mengakibatkan perubahan nilai atau arus kas tidak mencerminkan keseluruhan perubahan pola dari variabel dasar secara linear (asymmetric payoff), yang antara lain ditandai dengan keberadaan :
 - 1) *optionality*, seperti *caps*, *floors*, *collars*, *step up/step down* dan/atau *call/put features*
 - 2) *leverage*;
 - 3) *barriers*, seperti *knock in/knock out*; dan/atau *binary* atau *digital ranges*.

semata, melainkan Bank sebagai tempat untuk melaksanakan kegiatan ini tentunya memiliki suatu keuntungan maupun risiko tersendiri seperti halnya keuntungan dan risiko yang dihadapi oleh nasabah. Besarnya suatu keuntungan yang didapat oleh para pihak tentunya akan menimbulkan suatu risiko yang besar pula.

Beberapa keuntungan yang akan didapat oleh nasabah yang melakukan transaksi *Structured product* adalah :

1. Memberikan potensi pertumbuhan nilai investasi
2. Keuntungan dari hasil investasi reksa dana bukan objek pajak
3. Memiliki likuiditas tinggi karena dapat dijual kembali setiap saat
4. Tersedia banyak pilihan produk sehingga memberikan fleksibilitas dalam berinvestasi

Selain keuntungan diatas, transaksi ini juga memiliki beberapa risiko yang harus dihadapi oleh nasabah tersebut, diantaranya :

Risiko berkurangnya nilai unit penyertaan akibat penurunan harga portofolio efek dan Nilai Aktiva Bersih reksa dana yang disebabkan antara lain: perubahan kondisi pasar (seperti tingkat suku bunga, inflasi, dan lain-lain), wanprestasi dari penerbit surat berharga/efek, atau lainnya.

Demi terciptanya suatu kenyamanan dalam menjalankan suatu produk perbankan, suatu Bank harus melaksanakan atau menerapkan suatu manajemen risiko dalam setiap produk perbankan yang dilaksanakan. Manajemen risiko merupakan proses terstruktur dan sistematis dalam mengidentifikasi, mengukur, memetakan, mengembangkan alternatif

penanganan risiko, dan memonitor dan mengendalikan penanganan risiko.¹¹

Manfaat manajemen risiko yang diberikan terhadap perusahaan dapat dibagi dalam 5 (lima) kategori utama yaitu :

1. Manajemen risiko mungkin dapat mencegah perusahaan dari kegagalan.
2. Manajemen risiko menunjang secara langsung peningkatan laba.
3. Manajemen risiko dapat memberikan laba secara tidak langsung.
4. Adanya ketenangan pikiran bagi manajer yang disebabkan oleh adanya perlindungan terhadap risiko murni, merupakan harta non material bagi perusahaan itu.
5. Manajemen risiko melindungi perusahaan dari risiko murni, dan karena kreditur pelanggan dan pemasok lebih menyukai perusahaan yang dilindungi maka secara tidak langsung menolong meningkatkan *public image*.¹²

Maka secara implisit sudah terkandung didalamnya satu atau lebih sasaran yang akan dicapai manajemen risiko antara lain sebagai berikut ini:

1. *Survival*
2. Kedamaian pikiran
3. Memperkecil biaya
4. Menstabilkan pendapatan perusahaan

¹¹ Bramantyo Djohanputro, **Manajemen Risiko Korporat**, PPM. Manajemen, Jakarta, 2008, hlm. 43.

¹² Herman darmawi, **Manajemen Risiko**, Bumi Aksara, Jakarta, 2005, hlm. 11

5. Memperkecil atau meniadakan gangguan operasi perusahaan
6. Melanjutkan pertumbuhan perusahaan
7. Merumuskan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap karyawan dan masyarakat.¹³

Setiap usaha yang dijalankan selalu menghadapi risiko termasuk juga usaha bank. Risiko usaha bank (*banking business risk*) merupakan tingkat ketidakpastian mengenai keuntungan yang diharapkan akan diterima oleh bank. Terdapat 10 (sepuluh) macam risiko usaha yang dihadapi oleh bank diantaranya yaitu: risiko kredit (*credit risk*), risiko investasi (*investment risk*), risiko likuiditas (*liquidity risk*), risiko operasional (*operating risk*), risiko penyelewengan (*fraud risk*), risiko fidusia (*fiduciary risk*), risiko tingkat bunga (*interest rate risk*), risiko solvensi (*solvency risk*), risiko valuta asing (*foreign currency risk*), dan risiko persaingan (*competitive risk*).¹⁴

¹³ *Ibid*, hlm. 13

¹⁴ Abdulkadir Muhammad, **Hukum Perusahaan Indonesia**, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010, hlm. 299-302. Risiko kredit (*credit risk*) adalah risiko akibat ketidakmampuan nasabah debitor mengembalikan pinjaman yang diterimanya dari bank beserta bunganya sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan atau dijadwalkan. Risiko investasi (*investment risk*) adalah risiko yang berkaitan dengan kemungkinan terjadinya kerugian akibat penurunan nilai pokok portofolio surat-surat berharga yang dimiliki bank misalnya obligasi atau surat berharga lainnya. Risiko likuiditas (*liquidity risk*) adalah risiko yang mungkin dihadapi oleh bank untuk memenuhi kebutuhan likuiditasnya dalam rangka memenuhi permohonan kredit dan semua penarikan dana oleh nasabah penyimpan pada suatu waktu. Risiko operasional (*operating risk*) adalah risiko berkenaan dengan ketidakpastian mengenai kegiatan usaha bank disebabkan karena penurunan keuntungan yang dipengaruhi oleh struktur biaya operasional bank dan kegagalan atas jasa serta produk baru yang diperkenalkan. Risiko penyelewengan (*fraud risk*) adalah risiko yang berkaitan dengan kerugian yang mungkin terjadi akibat ketidakjujuran, penipuan, kejahatan moral, perilaku tidak terpuji dari pejabat, karyawan, dan nasabah bank. Risiko fidusia (*fiduciary risk*) adalah risiko yang mungkin timbul apabila bank memberikan jasa dengan bertindak sebagai wali amanat, baik untuk pribadi maupun badan usaha. Risiko tingkat bunga (*interest rate risk*) adalah risiko yang kemungkinan timbul akibat berubahnya tingkat bunga sehingga akan menurunkan nilai pasar surat-surat berharga yang terjadi pada saat bank membutuhkan likuiditas. Risiko solvensi (*solvency risk*) adalah risiko yang terjadi disebabkan oleh ruginya beberapa aset yang pada gilirannya menurunkan posisi modal bank. Risiko valuta asing (*foreign currency risk*) adalah risiko yang dihadapi oleh bank devisa yang melakukan transaksi berkaitan dengan valuta asing, baik

Agar dapat meminimalisasi berbagai risiko yang mungkin terjadi dan agar fungsi bank dapat berjalan dengan baik sesuai dengan peran dan fungsinya, salah satu prinsip yang diterapkan dalam perbankan untuk mencegah terjadinya tindak pidana maupun penyalahgunaan wewenang adalah kebijakan menerapkan prinsip mengenal nasabah (*Know Your Customers*) yang pada saat ini lebih dikenal dengan istilah *Customers Due Diligence (CDD)* yaitu kegiatan berupa identifikasi, verifikasi, dan pemantauan yang dilakukan bank untuk memastikan bahwa transaksi dilakukan sesuai dengan profil pengguna jasa bank.¹⁵

Selain melakukan suatu manajemen risiko, bank juga wajib melakukan transparansi informasi atas produk perbankan yang ditawarkan dan dijual kepada nasabahnya. Hal tersebut bertujuan agar semua pihak paham apa yang sedang dia lakukan sekarang, paham tentang produk perbankan apa yang akan dia jual dan akan dia beli, paham tentang keuntungan dan juga risiko yang akan dia hadapi dalam melakukan kegiatan tersebut.

Transparansi informasi kepada nasabah merupakan salah satu faktor penting untuk menjaga kepercayaan masyarakat terhadap sistem perbankan. keberadaan pelayanan harus berdasarkan prinsip kepercayaan. Kepercayaan masyarakat mutlak diperlukan karena bank pada hakikatnya tidak memiliki uang tunai yang cukup untuk membayar kewajiban kepada

dari sisi aktiva maupun dari sisi pasiva. Risiko persaingan (*competitive risk*) adalah risiko yang berkemungkinan timbul disebabkan karena jenis produk-produk yang ditawarkan bank seluruhnya

berisfat homogen sehingga persaingan antar bank lebih berfokus pada kemampuan bank memberikan pelayanan kepada nasabah secara proporsional dan paling baik.

¹⁵ PBI No. 3/10/PBI/2001 tentang Penerapan Prinsip Mengenal Nasabah

seluruh nasabahnya sekaligus. Prinsip ini sangat penting dijaga, paling tidak karena ada 2 (dua) alasan menurut Zulkarnain Sitompul, yaitu:¹⁶

1. Peningkatan efisiensi penggunaan bank dan efisiensi intermediasi, dan
2. Mencegah terjadinya bank *runs and panics*.

Transparansi Informasi sendiri diatur dalam Peraturan Bank Indonesia No. 7/6/PBI/2005 Tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah.¹⁷ Otoritas Jasa Keuangan juga

¹⁶ *Ibid*, hlm 2-3

¹⁷ Pasal 4 Peraturan Bank Indonesia No. 7/6/PBI/2005 Tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah

- (1) Bank wajib menyediakan informasi tertulis dalam bahasa Indonesia secara lengkap dan jelas mengenai karakteristik setiap Produk Bank.
- (2) Informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib disampaikan kepada Nasabah secara tertulis dan atau lisan.
- (3) Dalam memberikan informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), Bank dilarang memberikan informasi yang menyesatkan (*mislead*) dan atau tidak etis (*misconduct*).

Pasal 5

- (1) Informasi mengenai karakteristik Produk Bank sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 sekurang-kurangnya meliputi:
 - a. Nama Produk Bank;
 - b. Jenis Produk Bank;
 - c. Manfaat dan risiko yang melekat pada Produk Bank;
 - d. Persyaratan dan tata cara penggunaan Produk Bank;
 - e. Biaya-biaya yang melekat pada Produk Bank;
 - f. Perhitungan bunga atau bagi hasil dan margin keuntungan;
 - g. Jangka waktu berlakunya Produk Bank; dan
 - h. Penerbit (*issuer/originator*) Produk Bank;
- (2) Dalam hal Produk Bank terkait dengan penghimpunan dana, Bank wajib memberikan informasi mengenai program penjaminan terhadap Produk Bank tersebut.

Pasal 6

- (1) Bank wajib memberitahukan kepada Nasabah setiap perubahan, penambahan, dan atau pengurangan pada karakteristik Produk Bank sebagaimana dimaksud dalam pasal 5.
- (2) Pemberitahuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib disampaikan kepada setiap Nasabah yang sedang memanfaatkan Produk Bank paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sebelum berlakunya perubahan, penambahan dan atau pengurangan pada karakteristik Produk Bank tersebut.

Pasal 7

Bank dilarang mencantumkan informasi dan atau keterangan mengenai karakteristik Produk Bank yang letak dan atau bentuknya sulit terlihat dan atau tidak dapat dibaca secara jelas dan atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.

Pasal 8

mengatur transparansi informasi dalam kegiatan *Structured product* dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 7/POJK.03/2016 Tentang Prinsip Kehati-Hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum¹⁸. Kedua Peraturan tersebut menerangkan bahwa Bank

-
- (1) Bank wajib menyediakan layanan informasi karakteristik Produk Bank yang dapat diperoleh secara mudah oleh masyarakat
 - (2) Penyediaan layanan informasi mengenai Produk Bank sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan-ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 7.

¹⁸ Pasal 17 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Tentang Prinsip Kehati-Hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum

- (1) Bank wajib menerapkan transparansi informasi dalam melakukan pemasaran, penawaran, dan pelaksanaan transaksi *Structured product*.
- (2) Dalam menerapkan transparansi informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Bank wajib:
 - a. mengungkapkan informasi yang lengkap, benar, dan tidak menyesatkan kepada Nasabah;
 - b. memastikan pemberian informasi yang berimbang antara potensi manfaat yang mungkin diperoleh dengan risiko yang mungkin timbul bagi Nasabah dari transaksi *Structured product*; dan
 - c. memastikan informasi yang disampaikan tidak menyamarkan, mengurangi, atau menutupi hal hal yang penting terkait risiko yang mungkin timbul dari transaksi *Structured product*.

Pasal 18

Dalam mengungkapkan informasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 ayat (2), Bank wajib mengungkapkan informasi mengenai *Structured product* yang paling sedikit meliputi:

- a. nama *Structured product* dan penerbit *Structured product*;
- b. karakteristik dan fitur dari *Structured product*;
- c. ilustrasi perhitungan bunga atau pendapatan atau margin keuntungan yang dapat diperoleh Nasabah dari *Structured product*;
- d. ilustrasi perhitungan risiko dan kerugian yang mungkin ditanggung Nasabah dari *Structured product*;
- e. biaya yang melekat dari *Structured product*;
- f. syarat dan kondisi *Structured product* yang meliputi antara lain:
 1. jangka waktu;
 2. tanggal efektif;
 3. penyelesaian transaksi (*transaction settlement*);
 4. penghentian transaksi sebelum jatuh tempo (*early termination*) yang meliputi paling sedikit:
 - a) kondisi yang dapat menyebabkan penghentian sebelum jatuh tempo;
 - b) prosedur untuk melakukan penghentian sebelum jatuh tempo; dan
 - c) mekanisme penyelesaian transaksi, yang meliputi perhitungan dan pembebanan biaya dan kerugian; dan
 5. penyelesaian sengketa;
- g. pernyataan bahwa *Structured product* tidak bertentangan dengan ketentuan dan perundangundangan;
- h. informasi mengenai kejelasan cakupan program penjaminan atas *Structured product* dalam hal *Structured product* terkait kegiatan penghimpunan dana; dan

dalam menawarkan dan melaksanakan kegiatannya untuk menjual produk perbankannya, khususnya untuk kegiatan *structured product* Bank wajib untuk melaksanakan transparansi informasi produk bank yang sedang ditawarkan, meliputi keuntungan, risiko dan hal-hal lain yang harus diketahui oleh nasabahnya. Namun, sayangnya dalam pelaksanaannya nasabah sering dirugikan karena sebagian besar nasabah dianggap mengerti dunia perbankan, termasuk produk yang akan membelinya. Sebagai contoh, Nasabah sering dianggap mengerti transaksi derivatif dan non derivatif. Padahal tidak semua nasabah mengetahui hal tersebut. Nasabah berhak mendapatkan semua informasi dari produk yang akan membelinya, karena hal tersebut merupakan haknya sebagai nasabah, selain itu juga untuk menjaga kepercayaan nasabah.¹⁹

Bank memiliki peranan yang penting berkaitan dengan peningkatan kualitas transparansi informasi dan menjaga kepercayaan masyarakat dalam menjalankan kegiatan *Structured product*. Bank wajib menginformasikan segala suatu hal yang terjadi saat Bank tersebut menjual produk perbankannya, dan ketika seorang nasabah akan membeli

-
- i. informasi lain yang diperlukan Nasabah untuk menilai dan mengambil keputusan terkait *Structured product*.

Pasal 19

Dalam hal Bank menggunakan variabel-variabel ekonomi, seperti inflasi, suku bunga, dan/atau nilai tukar, dalam memberikan ilustrasi terkait pengungkapan informasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18, Bank wajib:

- a. memastikan ilustrasi didasarkan pada asumsi yang didukung oleh data yang dapat dipertanggungjawabkan; dan memastikan data pendukung sebagaimana yang dimaksud pada huruf a disajikan paling sedikit berdasarkan data historis 3 (tiga) tahun berturut-turut secara bulanan.

Pasal 20

Bank wajib memberikan laporan tertulis secara berkala kepada Nasabah mengenai informasi perkembangan dan kinerja *Structured product* maupun informasi material lainnya yang berpengaruh terhadap kinerja *Structured product*.

¹⁹ Wawancara dengan Kepala Cabang Bank X Kantor Cabang Malang, tanggal 1 April 2016

produk perbankan tersebut. Hal ini dilakukan agar dalam menjalankan kegiatan yang dilakukan oleh Bank dengan nasabah, dalam perjalanannya tidak terjadi suatu risiko yang tidak di inginkan.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka peneliti mengambil judul tentang “Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product* (Studi Di Bank X Kantor Cabang Malang)”

Di bawah ini peneliti akan menggambarkan bagaimana penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product* sehingga dapat terlihat perbedaan antara penelitian yang satu dengan yang lainnya.

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

No.	Tahun	Identitas Peneliti	Judul	Rumusan Masalah	Keterangan
1.	2010	Baretta Gahalia (Fakultas Hukum Universitas Brawijaya)	Pelaksanaan Pasal 4 PBI No. 7/6/PBI/2005 Tentang Transparansi Informasi Produk Bank Dalam Rangka Perlindungan Nasabah Pemegang Kartu ATM (Studi Bank BNI Malang)	1. Bagaimana Pelaksanaan Pasal 4 PBI No. 7/6/PBI/2005 Tentang Transparansi Informasi Produk Bank yang berkaitan dengan nasabah pemegang kartu ATM ? 2. Apa Faktor pendukung dan penghambat Pelaksanaan Pasal 4 PBI No. 7/6/PBI/2005 Tentang Transparansi	Perbedaan antara penelitian yang dilakukan Baretta dengan peneliti : Fokus penelitian ini berada pada transparansi informasi produk perbankan bagi nasabah pemegang kartu ATM.

				Informasi Produk Bank yang berkaitan dengan nasabah pemegang kartu ATM ?	
2.	2013	Abdila Ambar Kusuma (Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)	Transparansi Informasi Dalam Rangka <i>Good Corporate Governance</i> Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) (Studi Pada Pt. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 8 Surabaya)	1. Bagaimana transparansi informasi dalam rangka <i>Good Corporate Governance</i> pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 8 Surabaya ? 2. Faktor apa sajakah yang mempengaruhi transparansi informasi dalam rangka <i>good corporate governance</i> pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 8 Surabaya ?	Perbedaan antara penelitian yang dilakukan Abdila dengan peneliti adalah : 1. Fokus penelitian ini hanya berada pada transparansi informasi untuk melaksanakan asas <i>Good Corporate Governance</i> 2. Penelitian ini lebih kepada transparansi informasi untuk publik secara luas
3.	2011	Idi Dimyati (Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa)	Transparansi Informasi Publik Dan Percepatan Pembangunan Di Daerah (Pelajaran Dari KTP Kabupaten Lebak – Banten)	1. Bagaimana sesungguhnya keberadaan KTP Lebak ini dalam proses mendorong terwujudnya keterbukaan informasi publik di Kabupaten Lebak ?	Perbedaan antara penelitian yang dilakukan Dimyati dengan peneliti : Fokus penelitian berada pada tranparansi untuk publik secara luas
4.	2015	Dessy Ariska (Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin)	Transparansi Informasi Situs Web Pemerintah Daerah Di Sulawesi Selatan Sebagai Implementasi	1. Bagaimana eksistensi situs web resmi pemerintah daerah di provinsi Sulawesi Selatan	Perbedaan antara penelitian yang dilakukan Dessy dengan peneliti : Fokus penelitian berada pada tranparansi untuk

			Keterbukaan Informasi Publik	sebagai media Keterbukaan Informasi Publik? 2. Bagaimana implementasi keterbukaan informasi publik pada situs web resmi pemerintah Daerah di Provinsi Sulawesi Selatan?	publik secara luas
--	--	--	------------------------------	--	--------------------

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam skripsi ini adalah :

1. Bagaimana Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product* di Bank X Kantor Cabang Malang ?
2. Apa hambatan yang dialami Bank X Kantor Cabang Malang dalam melaksanakan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product* ?
3. Bagaimana upaya yang dilakukan Bank X Kantor Cabang Malang untuk mengatasi hambatan dalam Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product* ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product*.

2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis hambatan yang dialami Bank X Kantor Cabang Malang dalam melaksanakan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product*.
3. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis upaya yang dilakukan Bank X Kantor Cabang Malang untuk mengatasi hambatan dalam Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product*.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan maksud, tujuan dan alasan yang telah peneliti kemukakan diatas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang hukum ekonomi dan bisnis terkait dengan pengaturan mengenai Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product*.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademik atau keilmuan untuk bahan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pelaksanaan Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product*.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah evaluasi terhadap kinerja Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan sebagai

penyelenggara dalam Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product*.

b. Bagi Bank X Kantor Cabang Malang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah evaluasi terhadap kinerja Bank X Kantor Cabang Malang sebagai salah satu pelaksana dalam Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product*.

c. Bagi Nasabah

Penelitian ini diharapkan dapat lebih memberikan informasi serta pemenuhan hak nasabah sebagai peserta dalam Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product*.

E. Sistematika Penelitian

Untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang isi penelitian skripsi ini, maka sistematika penelitian hukum terbagi 5 bab, dan masing-masing memiliki isi dan substansi yang berbeda-beda dalam penelitiannya, tetapi antara satu dengan yang lainnya saling berkaitan. Sistematika dari penelitian ini adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang melatar belakangi skripsi ini, rumusan masalah kemudian tujuan dan manfaat penelitiannya.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi tentang teori dan konsep yang meliputi kajian umum tentang Bank, kajian umum tentang Transparansi Informasi, kajian umum tentang *Structured product*.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang cara pelaksanaan penelitian, serta metode yang digunakan untuk menganalisa data dari hasil penelitian. Dimulai dari jenis penelitian, cara menulis dalam menyusun penelitian dan penjelasan serta metode penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi hasil dan analisis terkait dengan pelaksanaan transparansi informasi dalam kegiatan *structured product* dan hambatan yang dialami serta upaya yang dilakukan dalam mengatasi hambatan pelaksanaan transparansi informasi tersebut.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini menyimpulkan dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dan memberikan saran serta rekomendasi sebagai bahan referensi bagi semua pihak yang terkait dalam penelitian ini.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

1. Kajian Umum Mengenai Bank

1.1 Pengertian Bank

Bank dimaksudkan sebagai suatu jenis pranata *financial* yang melaksanakan jasa-jasa keuangan yang cukup beraneka ragam, seperti pinjaman, mengedarkan mata uang, mengadakan pengawasan terhadap mata uang, bertindak sebagai tempat penyimpanan benda berharga, serta membiayai usaha perusahaan.²⁰

Ada banyak definisi yang diberikan oleh para pakar di bidang ekonomi sesuai dengan tahap perkembangan bank. Berbagai rumusan tentang pengertian bank umumnya dilakukan berdasarkan fungsi bank. Dalam kamus, kata “bank” diartikan sebagai berikut:

1. Memberi deposito uang, *custody*, menerbitkan uang, memberikan pinjaman dan diskonto, memudahkan pertukaran *fund* tertentu dengan cek, *notes* dan lain-lain, dan juga bank memperoleh keuntungan dengan meminjamkan uangnya dengan memungut biaya.
2. Perusahaan yang melaksanakan bisnis bank tersebut.
3. Gedung atau kantor tempat dilakukannya transaksi bank atau tempat beroperasinya perusahaan perbankan.²¹

Pengertian bank menurut yang telah dituangkan dalam Undang-undang Negara Republik Indonesia pada nomor 10 Tahun 1998 Tentang

²⁰ Abdurrachman, *Ensiklopedia Ekonomi Keuangan Perdagangan*, PT Pradnya Paramita, Jakarta, 1993, hlm 122

²¹ Djoko Imbawani Atmadja, *Hukum Dagang Indonesia*, Setara Press. Malang, 2011, hlm 301

Perbankan pasal 1 huruf 2 dimana telah mengatur mengenai perbankan yang menjelaskan bahwa pengertian bank adalah “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.”²²

Kemudian pengertian bank menurut G.M. Verryn Stuart yang tertuang dalam buku berjudul Bank Politik yang mengartikan bank bahwa suatu badan yang memiliki tujuan dalam memuaskan segala kebutuhan kredit atau *to satisfy the needs of credit*, baik itu dengan jalan menggunakan alat-alat pembayaran sendiri ataukah dengan menggunakan uang yang telah didapatkan dari orang lain, maupun dengan cara mengedarkan alat-alat penukar tersebut dalam bentuk uang giral atau *circulate new tool exchange in the form of demand deposit*.²³

Pengertian Bank menurut ahli seperti A. Abdurrachman didalam bukunya yang berjudul Ensiklopedia Ekonomi Keuangan dan Perdagangan telah menjelaskan Pengertian bank adalah suatu jenis lembaga keuangan yang menjalankan segala macam jasa seperti dengan memberikan sebuah pinjaman atau *lend*, mengedarkan mata uang atau *circulating currency*, pengawasan terhadap mata uang atau *supervision of currency*, kemudian bertindak sebagai wadah penyimpanan segala benda-benda yang berharga

²² Undang-undang Negara Republik Indonesia nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan.

²³ Suhardi, G. **Usaha perbankan dalam perspektif Hukum**, Cetakan V, Kanisius, Yogyakarta, 2003, hlm 47

atau *storage of valuable objects*, dan membiayai usaha orang lain atau para perusahaan.²⁴

Menurut Thomas Suyatno dkk menjelaskan bahwa terdapat pengertian bank yang dapat kita lihat pada tiga sisi dimana bank menjadi penerima kredit atau *bank as loan recipients*, bank menjadi pemberi kredit atau *bank as a creditor* dan yang terakhir bank menjadi pemberi kredit bagi masyarakat atau *bank as a lender for the community* yang melalui sumber yang memang berasal dari modal sendiri, tabungan atau simpanan masyarakat maupun melalui penciptaan uang bank atau *bank money creation*.²⁵

Menurut UU No.10 Tahun 1998 tentang perubahan atas UU No 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, tugas pokok bank umum adalah :

- a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan (giro, deposito, dan bentuk tabungan lain).
- b. Memberikan pinjaman atau kredit.
- c. Menerbitkan surat pengakuan hutang.
- d. Membeli, menjual atau menjamin risiko untuk kepentingan sendiri atas perintah nasabahnya.
- e. Memindahkan uang atau transfer.
- f. Menempatkan dana pada bank lain dengan menggunakan cek atau sarana komunikasi yang lain.

²⁴ Abdurrahman, **Ensiklopedia Ekonomi Keuangan Perdagangan**, Pradnya Paramita, Jakarta, 1993, hlm 68

²⁵ Thomas Suyatno, **Kelembagaan Perbankan**, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1988, hlm 53

- g. Menerima pembayaran dari tagihan atas surat berharga dan melakukan perhitungan antar pihak ke tiga.
- h. Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga.
- i. Melakukan kegiatan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan satu kontrak.
- j. Menempatkan dana dari nasabah kepada nasabah lain dalam bentuk surat berharga yang tidak tercatat di bursa efek.
- k. Membeli agunan melalui pelelangan jika debitur yang tidak memenuhi kewajibannya kepada bank dengan ketentuan agunan yang di beli tersebut wajib dicairkan sebelumnya.
- l. Mengadakan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan presentasi bank Syari'ah sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh bank Indonesia.
- m. Melakukan kegiatan anjak piutang, usaha kartu kredit, dan kegiatan wali amanat.
- n. Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan oleh bank sepanjang tidak bertentangan dengan undang-undang ini dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Selain tugas pokok diatas, sesuai dengan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, Bank Umum dapat pula melakukan kegiatan ini.

- a. Melakukan kegiatan dalam valuta asing dengan memenuhi ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.

- b. Melakukan kegiatan penyertaan modal pada bank atau perusahaan lain di bidang keuangan. Contohnya, sewa guna usaha, asuransi, serta lembaga kliring penyelesaian dan penyimpangan dengan memenuhi ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia
- c. Melakukan penyertaan modal sementara untuk mengatasi akibat kegagalan kredit, dengan syarat harus menarik kembali penyertaannya dan memenuhi ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.
- d. Bertindak sebagai pendiri dana pensiun dan pengurus dana pensiun sesuai dengan ketentuan dalam pertauran perundang-undangan dana pensiun yang berlaku.

Berdasarkan Pasal 10 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, Bank Umum dilarang melakukan hal sebagai berikut :

- a. Melakukan penyertaan modal, kecuali sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan.
- b. Melakukan usaha perasuransian.
- c. Melakukan usaha lain di luar kegiatan usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 dan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan.

1.2 Pengertian Perbankan

Perbankan adalah lembaga keuangan yang berperan sangat vital dalam aktivitas perdagangan internasional serta pembangunan nasional. Pada dunia ekonomi modern saat ini, masyarakat sangat *bank minded*. Ini dapat dilihat dari makin maraknya minat masyarakat untuk menyimpan, berbisnis, bahkan sampai berinvestasi melalui perbankan. Hal

ini menyebabkan dunia perbankan yang dapat dilihat dari tumbuhnya bank-bank swasta baru walaupun pemerintah semakin memperketat regulasi pada dunia perbankan.

Berikut ini adalah pengertian dan definisi perbankan oleh beberapa ahli:

a. MANGASA AGUSTINUS SIPAHUTAR

Perbankan merupakan institusi intermediasi yang berperan sebagai perantara aktivitas finansial

b. THOMAS SUYATNO

Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

c. GUNARTO SUHADI

Perbankan adalah suatu kegiatan usaha yang selalu melayani dan hidup dalam kesatuannya dengan kegiatan ekonomi nyata di masyarakat manapun

d. UBAIDILAH NUGRAHA

Perbankan adalah payung dan dasar dari seluruh kegiatan *wealth management* di dunia keuangan modern

e. PERMADI GANDAPRAJA

Perbankan merupakan tatanan dari berbagai jenis dan fungsi perbankan yang harus bergerak secara harmonis dan sinergis menuju sasaran yang ditetapkan.

f. ABDULLAH SIDDIK

Perbankan adalah sarana pembantu yang cukup vital bagi perdagangan internasional dan pembangunan nasional, dimana bank - bank menghimpun dan menjalankan dana melalui jasa - jasa

g. LOVETT

Perbankan merupakan salah satu leading indicator, disamping pasar modal sebagai alat ukur sejauh mana tingkat perekonomian suatu negara itu stabil

h. BAMBANG WIJAYANTA & ARISTANTI WIDYANINGSIH

Perbankan merupakan produsen uang sekunder bagi masyarakat.²⁶

Dari sekian banyak pengertian perbankan menurut beberapa Ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa pengertian perbankan adalah suatu lembaga yang mengatur lalu lintas finansial dalam dunia perekonomian.

1.3 Asas-Asas Perbankan

Dalam pelaksanaan kemitraan antara bank dan nasabah untuk terciptanya sistem perbankan yang sehat, maka kegiatan perbankan dilandasi dengan beberapa asas hukum, yaitu :

A. Asas Demokrasi Ekonomi

Asas demokrasi ekonomi ditegaskan dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 setelah diubah dengan Undang-Undang

²⁶ https://carapedia.com/pengertian_definisi_perbankan_info2114.html, diakses pada tanggal 15 April 2016 Jam 09:45

Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan. Bahwa perbankan Indonesia dalam melakukan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan menggunakan prinsip kehati-hatian. Ini berarti fungsi dan usaha perbankan diarahkan untuk melaksanakan prinsip-prinsip yang terkandung dalam demokrasi ekonomi yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar NRI Tahun 1945.

B. Asas Kepercayaan (*Fiduciary Principle*)

Adalah suatu asas yang menyatakan bahwa usaha Bank dilandasi oleh hubungan kepercayaan antara Bank dan nasabahnya. Bank terutama bekerja dengan dana dari masyarakat yang disimpan padanya atas dasar kepercayaan, sehingga setiap bank perlu terus menjaga kesehatannya dengan tetap mempertahankan kepercayaannya.

C. Asas Kerahasiaan (*Confidential Principle*)

Asas yang mengharuskan atau mewajibkan merahasiakan segala sesuatu yang berhubungan dengan keuangan dan lain-lain dari nasabah bank yang menurut kelaziman dunia perbankan wajib dirahasiakan. Dalam Pasal 40 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan menyatakan bahwa bank wajib merahasiakan informasi mengenai nasabah penyimpan dan simpanannya.

D. Asas Kehati-Hatian (*Prudential Principle*)

Adalah suatu asas yang menyatakan bahwa bank dalam menjalankan fungsi dan kegiatan usahanya wajib menerapkan prinsip kehati-hatian dalam rangka melindungi dana masyarakat yang dipercayakan padanya. Hal ini disebutkan dalam Pasal 2 Undang-Undang

Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan bahwa perbankan Indonesia dalam melaksanakan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan menggunakan asas kehati-hatian. Tujuan diberlakukannya prinsip kehati-hatian tidak lain adalah agar bank selalu dalam keadaan sehat.²⁷

1.4 Jenis Produk Perbankan

Produk-produk perbankan adalah usaha bank dalam menghimpun dana dari masyarakat dan dari jasa-jasa lalu lintas pembayaran. Berikut ini produk-produk perbankan yang dikeluarkan oleh bank-bank pada umumnya.

A. Produk Kredit Pasif

Produk perbankan yang termasuk produk kredit pasif adalah tabungan giro, deposito berjangka dan *deposit on call*.

1. Tabungan (*Saving deposit*)

Tabungan adalah simpanan pada bank yang dapat ditarik sewaktu-waktu dengan menggunakan sarana yang ditentukan oleh setiap bank yang menerbitkan produk tersebut.

2. Giro (*demand deposito*)

Giro atau biasa disebut rekening koran adalah simpanan pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap waktu dengan

²⁷ Lukman Santoso, **Hak dan Kewajiban Hukum Nasabah Bank**, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2011, hlm 32

menggunakan cek, bilyet giro (surat perintah pembayaran), atau dengan cara pemindah bukuan.

3. Deposito (*time deposit*)

Deposito adalah simpanan pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan sesudah jangka waktu tertentu, menurut perjanjian antara penyimpan dan bank.

4. *Deposit on call*

Deposit on call adalah simpanan pada bank yang pengambilannya dapat dilakukan sewaktu-waktu, tetapi sebelum melakukan pengambilan, pihak penyimpan harus memberitahukan kapan akan melakukan pengambilan kepada bank.

B. Produk Kredit Aktif

Produk perbankan yang termasuk produk kredit aktif adalah rekening koran, kredit aksep, dan kredit rembus.

1. Kredit rekening koran

Kredit rekening koran adalah kredit yang dapat diambil sesuai dengan kebutuhan peminjam (debitur) dengan jaminan surat berharga, barang yang tersedia dalam gudang peminjaman, serta penyerahan barang-barang bergerak atau tidak bergerak.

2. Kredit aksept

Kredit aksept adalah pinjaman yang diberikan dengan cara mengeluarkan wesel serta dapat diperdagangkan oleh pemegangnya.

3. Kredit reimburs (*letter of credit*)

Kredit reimburs adalah pembayaran atas barang-barang yang diimpor dari luar negeri. Pembayaran atas impor barang untuk sementara dilakukan oleh bank. Setelah importir mendapat hasil, ia harus membayar pada bank sesuai perjanjian semula.

C. Produk berupa Jasa Lalu Lintas Moneter

Produk perbankan yang termasuk produk jasa lalu lintas moneter adalah pengiriman atau transfer uang, inkaso, diskonto, delegasi kredit, jual beli cek perjalanan, kartu kredit dan ATM.

1. Pengiriman atau transfer uang.

Transfer adalah pengiriman uang dari suatu cabang bank ke cabang lain bank tersebut atau ke bank lain atas amanat nasabah, baik nasabah yang mempunyai rekening maupun nasabah yang tidak tetap (*working customers*) yang ditunjukan untuk diri pemberi amanat atau orang lain di dalam negeri dan luar negeri. Transfer merupakan salah satu pelayanan jasa dalam bidang lalu lintas pembayaran. Manfaat transfer bagi nasabah adalah:

- a. Membantu kelancaran transaksi perdagangan
- b. Membantu pelaksanaan pembayaran uang akomodasi

Sementara, manfaat transfer bagi bank adalah :

- a. Menambah jumlah modal yang dimilikinya
- b. Memperbesar volume peredaran uang.
- c. Partisipasi dalam rangka memperlancar peredaran uang di masyarakat.

2. Inkaso (*collection*)

Inkaso adalah kuasa oleh perusahaan atau perseorangan kepada bank untuk penagihan piutang maupun pembayaran kepada pihak lain (dalam dan luar negeri), baik dalam bentuk rupiah maupun mata uang asing. Atas jasa ini bank mendapat keuntungan sebesar nota inkaso yang telah disepakati.

Objek inkaso adalah wesel (*draft*), cek, surat aksep, kupon atau dividen surat undian, kuitansi dan nota-nota tagihan lainnya inkaso bermanfaat untuk mempermudah nasabah dalam melakukan tagihan kepada pihak lain, karena nasabah tidak harus datang sendiri dalam melakukan penagihan karena sudah diwakili oleh pihak bank.

3. Diskonto

Diskonto adalah pemberian jasa atas pembelian dan penjualan surat-surat berharga yang dijamin oleh bank yang bersangkutan.

4. Delegasi kredit (*banker orders*)

Delegasi kredit adalah pemberian kuasa dari seseorang atau badan hukum untuk melaksanakan pembayaran kepada seseorang atau badan hukum lain secara

berkala. Kuasa yang diberikan misalnya untuk membayar rekening listrik, telepon dan sebagainya.

5. Jual beli cek perjalanan (*traveller's cheque*)

Traveller's cheque atau cek perjalanan adalah cek yang dikeluarkan oleh bank sebagai pengganti uang tunai untuk dipergunakan sebagai alat pembayaran dalam perjalanan, bepergian, atau rekreasi baik di dalam negeri maupun di luar negeri. *Travellers cheque* memiliki beberapa keuntungan baik bagi nasabah maupun bagi bank yang mengeluarkannya.

Manfaat *traveller's cheque* bagi nasabah antara lain adalah :

- a. Nasabah dapat melakukan pembayaran perjalanan dengan lebih mudah, cepat praktis dan efisien
- b. Nasabah dapat melakukan penukaran *traveller's cheque* dengan mata uang tunai di hotel, restoran, bank, biro perjalanan, dan sebagainya yang ditunjuk oleh bank yang bersangkutan;

- c. Tingkat keamanan lebih terjamin.

Sementara, manfaat *traveller's cheque* bagi bank yang menerbitkannya adalah :

- a. Memperoleh pemasukan dari penjualan *traveller's cheque*
- b. Memperoleh imbalan jasa berupa komisi

6. Kartu kredit (*credit card*)

Kartu kredit adalah alat pembayaran pengganti uang atau cek, yang dapat digunakan untuk membayar pembelian di toko, menginap di hotel, maupun tempat-tempat lain yang menyediakan pelayanan pembayaran dengan kartu kredit tersebut. Secara teknis, kartu kredit berfungsi sebagai sarana pemindah bukuan dalam melakukan pembayaran suatu transaksi. Contoh : kartu kredit Fix dan Fast dari Danamon, kartu kredit Bank Niaga, kartu kredit BCA, kartu kredit BNI dan lain-lain.

7. Anjungan Tunai Mandiri (ATM)

Anjungan Tunai Mandiri atau *authomatic teller machine* (Inggris) adalah kartu yang diberikan oleh bank kepada nasabah yang dapat digunakan untuk menarik dana yang dimilikinya dengan cara memasukkan kartu tersebut pada mesin yang tersedia di anjungan tunai mandiri pemilik kartu ATM *memasukkan kartunya pada mesin ATM dan untuk pengamanannya, masing-masing nasabah memiliki PIN (personal identification number) yang hanya diketahui oleh yang bersangkutan

sendiri. Setelah memasukkan PIN nasabah melaksanakan prosedur sesuai petunjuk dari mesin ATM.²⁸

2. Kajian Umum Mengenai Transparansi Informasi

2.1 Pengertian Transparansi Informasi

Dalam perkembangan jaman dan perkembangan kebutuhan manusia. Banyak produk-produk perbankan yang muncul untuk memenuhi kebutuhan manusia tersebut. Munculnya produk-produk perbankan yang baru, menuntut para nasabah untuk mengerti serta memahami keuntungan serta risiko produk perbankan yang ditawarkan oleh pihak bank. Mengingat risiko yang besar dalam pelaksanaan kegiatan *Structured product*, demi menjaga agar seorang nasabah dapat memahami produk tersebut, Bank Indonesia mengeluarkan Peraturan Bank Indonesia No. 7/6/PBI/2005 Tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah dengan mengatur hal-hal yang harus ada dalam pelaksanaan transparansi informasi suatu produk perbankan. Hal hal tersebut diantaranya²⁹. Selain dengan menegeluarkan undang-

²⁸ <http://kusaiguru.blogspot.co.id/2011/03/4-produk-produk-perbankan.html>, diakses pada tanggal 6 April 2016 jam 16:30

²⁹ Pasal 4

- (1) Bank wajib menyediakan informasi tertulis dalam bahasa Indonesia secara lengkap dan jelas mengenai karakteristik setiap Produk Bank.
- (2) Informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib disampaikan kepada Nasabah secara tertulis dan atau lisan.
- (3) Dalam memberikan informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), Bank dilarang memberikan informasi yang menyesatkan (*mislead*) dan atau tidak etis (*misconduct*).

Pasal 5

- (1) Informasi mengenai karakteristik Produk Bank sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 sekurang-kurangnya meliputi:

undang tersebut, demi memenuhi hak nasabah untuk mengetahui produk yang ditawarkan kepadanya, Bank Indonesia melalui Otoritas Jasa Keuangan mengeluarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 7/POJK.03/2016 Tentang Prinsip Kehati-Hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum. Dalam peraturan ini, OJK mengatur hal-hal yang harus ada dalam transparansi informasi dalam transaksi *Structured product*, hal tersebut diatur dalam Pasal 17, yang berbunyi

Pasal 17

(1) Bank wajib menerapkan transparansi informasi dalam melakukan pemasaran, penawaran, dan pelaksanaan transaksi *Structured product*

-
- a. Nama Produk Bank;
 - b. Jenis Produk Bank;
 - c. Manfaat dan risiko yang melekat pada Produk Bank;
 - d. Persyaratan dan tata cara penggunaan Produk Bank;
 - e. Biaya-biaya yang melekat pada Produk Bank;
 - f. Perhitungan bunga atau bagi hasil dan margin keuntungan;
 - g. Jangka waktu berlakunya Produk Bank; dan
 - h. Penerbit (*issuer/originator*) Produk Bank;
- (2) Dalam hal Produk Bank terkait dengan penghimpunan dana, Bank wajib memberikan informasi mengenai program penjaminan terhadap Produk Bank tersebut.

Pasal 6

- (1) Bank wajib memberitahukan kepada Nasabah setiap perubahan, penambahan, dan atau pengurangan pada karakteristik Produk Bank sebagaimana dimaksud dalam pasal 5.
- (2) Pemberitahuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib disampaikan kepada setiap Nasabah yang sedang memanfaatkan Produk Bank paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sebelum berlakunya perubahan, penambahan dan atau pengurangan pada karakteristik Produk Bank tersebut.

Pasal 7

Bank dilarang mencantumkan informasi dan atau keterangan mengenai karakteristik Produk Bank yang letak dan atau bentuknya sulit terlihat dan atau tidak dapat dibaca secara jelas dan atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.

Pasal 8

- (1) Bank wajib menyediakan layanan informasi karakteristik Produk Bank yang dapat diperoleh secara mudah oleh masyarakat.
- (2) Penyediaan layanan informasi mengenai Produk Bank sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan-ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 7.

(2) Dalam menerapkan transparansi Informasi sebagaimana dimaksud ayat

(1) Bank wajib:

- a. Mengungkapkan informasi yang lengkap, benar, dan tidak menyesatkan kepada Nasabah;
- b. memastikan pemberian informasi yang berimbang antara potensi manfaat yang mungkin diperoleh dengan risiko yang mungkin timbul bagi Nasabah dari transaksi *Structured product*; dan
- c. memastikan informasi yang disampaikan tidak menyamarkan, mengurangi, atau menutupi hal-hal yang penting terkait risiko yang mungkin timbul dari transaksi *Structured product*.³⁰

3. Kajian Umum Mengenai Kegiatan *Structured product*

3.1 Pengertian *Structured products*

Menurut pasal 1 ayat (2) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 7/POJK.03/2016 Tentang Prinsip Kehati-hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum adalah bentuk produk keuangan non konvensional yang merupakan penggabungan antara dua atau lebih instrument keuangan, berupa instrument keuangan non derivatif dan derivatif atau derivatif dan derivatif dan paling sedikit memiliki karakteristik:

- a. Nilai atau arus kas yang timbul dari produk dikaitkan dengan satu atau kombinasi variabel dasar seperti suku bunga, nilai tukar, komoditi, dan/ atau ekuitas

³⁰ Pasal 17 POJK No. 7/POJK.03/2016 Tentang Penerapan Prinsip Kehati-Hatian dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum

b. Pola perubahan atas nilai atau arus kas produk bersifat tidak regular apabila dibandingkan dengan pola perubahan variabel dasar sebagaimana dimaksud pada huruf a, sehingga mengakibatkan perubahan nilai atau arus kas tidak mencerminkan keseluruhan perubahan pola dari variabel dasar secara linear (*asymmetric payoff*), yang antara lain ditandai dengan keberadaan :

- 1) *optionality*, seperti *caps*, *floors*, *collars*, *step up/step down* dan/atau *call/put features*;
- 2) *leverage*;
- 3) *barriers*, seperti *knock in/knock out*; dan/atau
- 4) *binary* atau *digital ranges*

Pengertian derivatif dalam pengaturan ini mencakup derivatif melekat (*embedded derivatives*).

Structured product ditujukan untuk calon pembeli yang memiliki pengetahuan memadai tentang kondisi pasar keuangan, derivatif, dan memiliki toleransi risiko (*risk appetite*) yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan calon pembeli produk konvensional seperti tabungan, deposito, dan giro.

Transaksi *Structured product* didasarkan pada perjanjian antara pembeli dan penerbit *Structured product*. Hal-hal yang diperjanjikan antara Pembeli dan penerbit antara lain mencantumkan:

- a. Nama Produk dan Penerbit produk;
- b. Nama Pembeli;
- c. Karakteristik dan fitur;

- d. Nilai transaksi;
- e. Tanggal Transaksi;
- f. Tanggal *Settlement*;
- g. Biaya-biaya yang melekat;
- h. Mata uang yang ditransaksikan;
- i. Acuan instrumen keuangan yang ditransaksikan;
- j. Advis dan konfirmasi transaksi derivatif;
- k. Domisili dan hukum yang berlaku dalam hal terjadi sengketa³¹

3.2 Bentuk *Structured product*

Structured product memiliki berbagai macam variasi fitur dan karakteristik serta tujuan. Oleh karena itu, penilaian kesesuaian *Structured product* harus dievaluasi berdasarkan fitur dan karakteristik yang terdapat pada setiap *Structured product* yang ditawarkan. Pada umumnya *Structured product* dapat dibagi ke dalam 4 kategori sebagai berikut:

a. *Principal Protected*

Principal Protected Structured product memberikan proteksi terhadap nilai pokok awal investasi Nasabah apabila produk tersebut disimpan sampai dengan jatuh tempo. Sementara itu, walaupun pada umumnya potensi keuntungan atau imbal hasil dari produk ini dapat lebih tinggi dari produk konvensional seperti tabungan, giro atau deposito, namun tidak ada proteksi terhadap diterimanya potensi atau imbal hasil tersebut. Disamping itu, perlu diingat pula bahwa proteksi yang diberikan terhadap nilai pokok awal investasi dapat hilang apabila produk tersebut

³¹ pasal 1 ayat (2) PBI No. 11/26/PBI/2009 Tentang Prinsip Kehati-hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum

dihentikan sebelum jatuh tempo. Berdasarkan hal-hal tersebut diatas, *Principal Protected Structured product* ditujukan untuk Nasabah yang memiliki toleransi risiko (*risk appetite*) yang relatif konservatif, tidak memerlukan likuiditas dalam jangka pendek, ingin memiliki eksposur terhadap pasar namun secara bersamaan tetap berkeinginan untuk menjaga keutuhan pokok investasi yang ditanamkan.

b. *Non Principal Protected*

Non Principle Protected Structured product ditujukan untuk Nasabah yang mempunyai toleransi risiko yang lebih tinggi dibanding dengan Nasabah konservatif. *Structured product* seperti ini memberikan potensi keuntungan atau imbal hasil yang relatif lebih tinggi apabila dibandingkan dengan *Principle Protected Structured product*. Namun demikian, potensi hasil yang lebih tinggi tersebut akan menggantikan proteksi yang diberikan terhadap pokok yang di investasikan Nasabah. Oleh karena itu, Nasabah akan ter-ekspose secara menyeluruh terhadap risiko kerugian dari produk tersebut sehingga dapat mengalami kerugian baik terhadap sebagian ataupun keseluruhan investasi awal Nasabah. Pembayaran terhadap pokok maupun potensi keuntungan atau imbal hasil atas *Structured product* jenis ini baru bisa ditentukan pada saat produk tersebut jatuh tempo.

c. *Leveraged*

Leveraged Structured product ditujukan untuk Nasabah yang ingin mengkapitalisasi potensi keuntungan terkait dengan suatu pandangan, prediksi, dan/atau asumsi yang dimilikinya terhadap pergerakan variabel

dasar tertentu. Oleh karena itu, *Leveraged Structured product* ditujukan untuk Nasabah yang canggih (*sophisticated*), memiliki strategi investasi yang agresif dan merupakan *risk taker*. Fitur dari *Leveraged Structured product* pun pada umumnya tidak bersifat generik, distruktur untuk kebutuhan tertentu, dan sangat kompleks. Produk seperti ini dapat memberikan potensi keuntungan atau imbal hasil yang berlipat (*leveraged returns*), walaupun Penerbit pada umumnya akan membatasi kumulatif potensi keuntungan yang mungkin akan diperoleh calon Pembeli dari produk tersebut. Namun demikian, konsekuensi dari tersedianya potensi keuntungan atau imbal hasil yang berlipat adalah bahwa Nasabah akan ter-ekspose secara menyeluruh terhadap *downside risk* dari produk tersebut secara berlipat pula. Oleh karena itu, *Leveraged Structured product* tidak akan memberikan proteksi terhadap nilai pokok awal investasi Nasabah maupun potensi keuntungan atau imbal hasil. Dari sisi risiko, terdapat pula kemungkinan bahwa potensi kerugian yang akan dialami Nasabah dapat melebihi nilai pokok investasi Nasabah sehingga dapat menimbulkan kewajiban Nasabah kepada penerbit *Structured product*.

d. *Callable Structures*

Callable Structures adalah fitur *Structured product* yang memberikan opsi kepada penerbit *Structured product* untuk menghentikan dan menyelesaikan transaksi sebelum jatuh tempo. Dalam pemberian opsi tersebut, Nasabah seolah-olah menerbitkan dan menjual opsi kepada Penerbit produk. “Premi” yang diterima Nasabah dari Penerbit atas penjualan opsi tersebut itulah yang akan dijadikan sebagai bagian dari

potensi keuntungan atau imbal hasil yang dapat diperoleh Nasabah. Hal ini mengakibatkan potensi keuntungan atau imbal hasil yang mungkin diperoleh relatif lebih tinggi. Namun demikian, apabila opsi tersebut digunakan oleh Penerbit, maka potensi keuntungan Nasabah dari transaksi yang tersisa akan hilang.

3.3 Penerbit *Structured product*

Penerbit *Structured product* dapat dibedakan berdasarkan :

1. Bank dan Lembaga Keuangan Non-Bank

a. Bank

Structured product yang diterbitkan Bank pada umumnya merupakan gabungan antara produk konvensional Bank, seperti tabungan atau deposito, dengan instrumen keuangan lainnya.

b. Lembaga Keuangan Non-Bank

Structured product yang diterbitkan oleh Lembaga Keuangan Non-Bank pada umumnya berbentuk Reksadana Kontrak Investasi Kolektif yang ditawarkan oleh Manajer Investasi. Reksadana yang ditawarkan biasanya memiliki fitur nilai pokok terproteksi bila dicairkan pada saat jatuh tempo dan memiliki jangka waktu tertentu (*closed end*). *Structured product* yang diterbitkan oleh Lembaga Keuangan Non-Bank dapat dibeli di tempat Manajer Investasi atau melalui Bank yang bertindak sebagai Agen Penjual.

2. Lokasi Penerbit *On-shore* dan *Off-shore*

Berdasarkan lokasi Penerbit-nya, *Structured product* dapat dibedakan atas:

- a. Penerbit yang berada di dalam negeri atau yang sering disebut dengan *on-shore*.
- b. Penerbit yang berada diluar negeri atau yang sering disebut *off-shore*.

3. Proses Penjualan Proses penjualan *Structured product* dapat dibedakan berdasarkan:

- a. Penjualan langsung:

Penjualan *Structured product* dilakukan secara langsung oleh Penerbit *Structured product*. Contoh: Bank A menjual *Structured product* yang diterbitkannya sendiri, sehingga Bank A merupakan pihak yang bertanggung jawab atas pemenuhan hak dan kewajiban sesuai dengan perjanjian.

- b. Penjualan tidak langsung:

Penjualan *Structured product* dilakukan oleh pihak yang bukan merupakan penerbit *Structured product* (Agen Penjual/*referral*). Perjanjian ditandatangani antara pihak Penerbit produk (bukan Agen Penjual/*referral*) dan Pembeli, sehingga pihak yang bertanggung jawab atas pemenuhan hak dan kewajiban adalah Penerbit. Contoh: Bank A merupakan Agen Penjual/*referral* dari *Structured product* yang diterbitkan oleh satu Manajer Investasi/Bank B. Dengan demikian, Manajer Investasi/Bank B adalah pihak yang bertanggung jawab atas pemenuhan hak dan kewajiban sesuai dengan perjanjian.

3.4 Risiko

Perlu dipahami bahwa *Structured product* sangat mengandung risiko. Risiko utama yang terdapat pada *Structured product* antara lain:

1. Risiko kredit *Structured product*

Merupakan bentuk kewajiban “*unsecured*” dari Penerbit. Hal ini berarti bahwa pengembalian pokok maupun pembayaran atas potensi keuntungan atau imbal hasil yang diperoleh akan sangat bergantung kepada kemampuan Penerbit *Structured product* tersebut untuk memenuhi kewajibannya. Oleh karena itu, kelayakan dan kemampuan Penerbit, terutama dari sisi keuangan merupakan hal utama yang wajib dipertimbangkan dalam menilai kualitas dari *Structured product* yang ditawarkan, walaupun jenis produk yang ditawarkan memiliki fitur perlindungan terhadap pokok yang di investasikan.

2. Risiko likuiditas *Structured product*

Pada umumnya tidak diperdagangkan di bursa namun apabila diperdagangkan, volume perdagangan produk tersebut relatif tidak signifikan. Konsekuensi dari hal tersebut adalah tidak adanya pasar sekunder (*secondary market*) untuk *Structured product*. Hal ini mengakibatkan *Structured product* pada umumnya bersifat tidak likuid sehingga akan menyulitkan Nasabah apabila Nasabah ingin menjual produk tersebut sebelum jatuh tempo. Dalam hal Nasabah dapat *redeem* produk tersebut kepada Penerbit, maka Nasabah akan dihadapkan pada kondisi dimana pengembalian yang diberikan (apabila ada) akan lebih kecil dari nilai investasi awal disamping akan dikenakan biaya yang

terkait dengan penghentian transaksi. Oleh karena itu, Nasabah yang ingin melakukan investasi *Structured product* harus memiliki kemampuan untuk dapat memegangnya sampai dengan jatuh tempo.

3. Risiko Pasar

Sebagaimana diketahui, nilai atau arus kas *Structured product* akan dikaitkan dengan satu atau lebih variabel dasar seperti nilai tukar, suku bunga, dan ekuitas. Berdasarkan hal tersebut, terdapat probabilitas bahwa *Structured product* tidak akan memberikan pendapatan bunga atau imbal hasil (atau dalam hal memberi pendapatan bunga atau imbal hasil, arus kas dari pendapatan atau imbal hasil tersebut dapat bersifat tidak reguler) apabila variabel dasar yang dikaitkan terhadap produk mengalami kinerja yang negatif. Oleh karena itu, *Structured product* pada umumnya tidak akan sesuai bagi Nasabah yang mencari pendapatan bunga atau imbal hasil yang stabil.

4. Risiko hukum

Structured product bukanlah produk keuangan yang bersifat konvensional dan sederhana. Oleh karena itu, dari aspek hukum terutama yang terkait persyaratan dan informasi yang terkandung dalam dokumen/kontrak yang dijadikan basis transaksi *Structured product* merupakan hal yang wajib diperhatikan. Kompleksitas dari *Structured product* juga akan membawa konsekuensi semakin kompleksnya faktor-faktor yang harus diperhatikan Nasabah dalam hal terjadi perselisihan atau sengketa yang terkait dengan transaksi yang dilakukan. Sebagai contoh, tidak semua *Structured product* menggunakan domisili hukum domestik

sebagai tempat penyelesaian perselisihan atau sengketa yang terjadi terkait dengan transaksi yang dilakukan.

Disamping ke 4 risiko utama tersebut, terdapat pula jenis risiko lain yang harus diperhatikan Nasabah yang terkait dengan *Structured product* seperti:

- a. Risiko operasional; risiko yang terkait dengan operasionalisasi transaksi.
- b. Risiko *prepayment*; risiko dieksekusinya opsi atas produk yang mengakibatkan penghentian produk sebelum jatuh tempo. Hal ini mengakibatkan berkurangnya potensi keuntungan atau imbal hasil yang dapat diterima.³²

3.5 Jenis Biaya

Dalam transaksi *Structured product* dapat timbul biaya-biaya, diantaranya:

1. Biaya Premi : biaya yang harus dibayar pembeli untuk mendapatkan manfaat dari kontrak.
2. Biaya Pembelian : biaya yang dikeluarkan pada saat pembelian *Structured product*.
3. *Pre termination fee/ Early termination fee/ Unwinding cost/Redemption fee*: biaya yang dikenakan apabila Pembeli menghentikan kontrak sebelum jatuh tempo.
4. Biaya Kustodi : biaya penitipan surat berharga.

³²<http://www.bi.go.id/id/iek/produk-jasa-perbankan/jenis/Documents/StructuredProductfinal.pdf>, diakses pada tanggal 6 April 2016 jam 17:32

5. Biaya

Materai³³



³³ Wawancara dengan Kepala Cabang Bank X Kantor Cabang Malang, tanggal 1 April 2016

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yuridis-empiris, dimana penelitian ini mengkaji dan menganalisis Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product*, Studi di Bank X Kantor Cabang Malang. Penelitian hukum empiris didasarkan pada kenyataan di lapangan atau sesuai dengan pengamatan langsung oleh peneliti. Hal serupa disampaikan oleh Ronny Hanitijo Soemitro, bahwa penelitian hukum empiris yaitu penelitian hukum yang memperoleh datanya dari data primer atau data yang diperoleh langsung dari masyarakat.³⁴ Penelitian hukum empiris bukan hanya tertuju pada masyarakat atau warga saja, melainkan juga pada penegak hukum dan fasilitas yang diharapkan dapat menunjang pelaksanaan peraturan yang bersangkutan.³⁵

2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan yuridis sosiologis. Pendekatan yuridis sosiologis ini digunakan peneliti untuk menganalisa dan memberikan jawaban untuk mengefektifkan bekerjanya seluruh struktur institusional hukum.³⁶

Pendekatan yuridis digunakan untuk mengkaji secara mendalam aspek-

³⁴ Mukti Fajar & Yulianto Achmad, **Dualisme Penulisan Hukum Normatif dan Empiris**, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2010, hlm. 154

³⁵ Soerjono Soekanto, **Pengantar Penulisan Hukum**, UI Press, Jakarta, 2005, hlm 32.

³⁶ Bambang Sunggono, **Metodologi Penulisan Hukum**, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1997, hlm 73.

aspek hukumnya, sedangkan pendekatan sosiologis dilakukan dengan melihat langsung data dan kenyataan di lapangan tentang Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product* di Bank X Kantor Cabang Malang.

3. Alasan Pemilihan Lokasi

Lokasi penelitian skripsi ini berada di Bank X Kantor Cabang Malang. Peneliti memilih untuk melakukan penelitian permasalahan hukum ini di Bank X Kantor Cabang Malang dengan alasan bahwa Bank X Kantor Cabang Malang merupakan salah satu distributor produk dalam kegiatan *structured product*. Selain itu karena belum berjalannya transparansi informasi dalam kegiatan *structured product*, juga karena adanya nasabah yang tidak menerima informasi tersebut.

4. Jenis Dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder

- a. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai obyek penelitian. Metode wawancara mendalam atau *in-depth interview* dipergunakan untuk memperoleh data dengan metode wawancara dengan narasumber yang akan diwawancarai.

Wawancara akan dilakukan peneliti adalah wawancara dengan pedoman wawancara. Wawancara dengan penggunaan pedoman (*interview guide*) dimaksudkan untuk wawancara yang lebih mendalam dengan memfokuskan pada persoalan – persoalan yang akan diteliti. Pedoman wawancara biasanya tak berisi pertanyaan –

pertanyaan yang mendetail, tetapi sekedar garis besar tentang data atau informasi apa yang ingin didapatkan dari narasumber yang nanti dapat disumbangkan dengan memperhatikan perkembangan konteks dan situasi wawancara.³⁷ Dari data yang diperoleh, kita dapat menganalisis dan mendeskripsikan mengenai faktor-faktor dan upaya mengatasi hambatan Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product* di Bank X Kantor Cabang Malang.

- b. Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data ini diperoleh dengan menggunakan studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku dan diperoleh berdasarkan catatan – catatan yang berhubungan dengan penelitian, selain itu peneliti mempergunakan data yang diperoleh dari internet.³⁸ Dalam mengumpulkan data yang akan dianalisis, sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah :

1. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari *stakeholder* Pegawai Bank X Kantor Cabang Malang.
2. Sumber data sekunder berupa sumber yang berasal dari studi kepustakaan melalui literatur dan dokumen yang terkait dengan Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product* di Bank X Kantor Cabang Malang.

5. Teknik Pengumpulan Data

³⁷ Husein Umar. **Metode Riset Komunikasi Organisasi**, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003, hlm 26

³⁸ Sugiyono, **Memahami Penulisan Kualitatif**. Alfabeta, Bandung, 2005, hlm 51

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode, diantaranya :

a. Teknik Pengumpulan Data Primer

Dalam mengumpulkan data primer, peneliti mengumpulkannya dengan melakukan wawancara kepada responden. wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.³⁹ Peneliti telah menyiapkan beberapa materi serta pertanyaan guna mengumpulkan data primer yang nantinya akan ditanyakan kepada responden. Selain itu, peneliti juga akan melakukan teknik dokumentasi dengan cara mencatat secara langsung data yang ada di lapangan guna melengkapi penelitian.

b. Teknik Pengumpulan Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder ini dilakukan dengan cara studi kepustakaan dan studi dokumen.

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah mencari data yang tersedia yang pernah ditulis peneliti sebelumnya yang ada hubungan dengan masalah akan diteliti dan informasi yang bersifat umum.⁴⁰ Terdiri dari penelusuran serta melakukan analisis terhadap peraturan perundang-undangan, literatur buku, masalah, artikel koran atau majalah, media cetak lain, serta tulisan lain melalui media-media lainnya yang berkaitan dengan Pelaksanaan

³⁹ Sugiyono, **Metode Penulisan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**, CV. Alfabeta, Bandung, 2013, hlm 72

⁴⁰ Bambang Sunggono. **Metode Penulisan Hukum**, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 55

Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product* di Bank X Kantor Cabang Malang. Studi tersebut digunakan untuk mendapatkan landasan teori yang cukup guna mendukung analisis penelitian.

2. Studi Dokumentasi

Mengumpulkan data dengan cara mengambil data yang diperoleh dari dokumen-dokumen atau mengutip catatan penting serta arsip arsip yang diperoleh dari Bank X Kantor Cabang Malang.

6. Populasi Dan Sampel

- a. Populasi adalah keseluruhan atau himpunan obyek dengan ciri yang sama. Populasi dapat berupa himpunan orang, benda (hidup atau mati), kejadian, kasus-kasus, waktu, atau tempat, dengan tempat atau ciri yang sama.⁴¹ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pihak di Bank X Kantor Cabang Malang yang berkaitan dengan Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product* di Bank X Kantor Cabang Malang yang meliputi kepala cabang, karyawan, serta nasabah.
- b. Sampel adalah himpunan bagian atau sebagian dari populasi. Dalam suatu penelitian, pada umumnya observasi dilakukan tidak terhadap populasi, akan tetapi dilaksanakan pada sampel.⁴² Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling*, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti sehingga didapatkan sampel yang

⁴¹ Bambang Sunggono, **Metodologi Penulisan Umum**, Rajawali Pers Citra Niaga Buku Perguruan Tinggi, Jakarta, 2002, hlm 121

⁴² *Ibid*, hlm. 122

benar-benar berfungsi untuk mempermudah pelaksanaan penelitian.

c. Responden

Responden yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah :

- a. Kepala Cabang Bank X Kantor Cabang Malang (1orang)
- b. Pegawai Bank X Kantor Cabang Malang (2 orang)
- c. Nasabah tabungan di Bank X Kantor Cabang Malang (3 Orang)

Sehingga sampel dalam penelitian ini berjumlah 6 (enam) orang.

7. Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan dari teknik pengumpulan data primer dan teknik pengumpulan data sekunder akan dianalisis menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu bentuk analisis dengan cara memaparkan data yang dikumpulkan, nantinya data tersebut ditafsirkan, di analisis, disusun, serta dijabarkan untuk memperoleh jawaban kesimpulan dari adanya suatu masalah yang diajukan melalui pemikiran kritis kemudian menemukan suatu jawaban melalui pemikiran yang radikal.

8. Definisi Operasional

- a. **Pelaksanaan** adalah suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci, implementasi biasanya dilakukan setelah perencanaan sudah dianggap siap. Secara sederhana pelaksanaan bisa diartikan penerapan. Majone dan Wildavsky mengemukakan pelaksanaan sebagai evaluasi. Browne dan Wildavsky mengemukakan bahwa

Pelaksanaan adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan.⁴³

b. **Transparansi Informasi** adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh pihak bank dengan cara menjelaskan segala suatu tentang produk yang akan dipilih oleh seorang nasabah. Penjelasan harus dilakukan secara rinci meliputi karakteristik dan risiko suatu produk perbankan.

c. **Structured product** adalah produk Bank yang merupakan penggabungan antara 2 (dua) atau lebih instrumen keuangan berupa instrumen keuangan non derivatif dengan derivatif atau derivatif dengan derivatif.⁴⁴



⁴³ Nurdin Usman, **Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum**, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 70

⁴⁴ Pasal 1 ayat (2) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 7/POJK.03/2016 Tentang Prinsip Kehati-Hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product*

BAB IV

PELAKSANAAN TRANSPARANSI INFORMASI DALAM KEGIATAN

STRUCTURED PRODUCT

A. Gambaran Umum Kegiatan *Structured product* Pada Bank X Kantor Cabang Malang

1. Kegiatan *Structured product* Pada Bank X Kantor Cabang Malang

Structured product merupakan penggabungan dua instrumen perbankan berupa instrumen keuangan derivatif dengan derivatif, atau derivatif dengan non derivatif tanpa menghapus satupun keuntungan dan risiko dari salah satu instrumen tersebut. *Structured product* merupakan suatu produk perbankan yang memiliki keuntungan yang sangat besar, karena bisa mendapat dua keuntungan dari dua instrumen keuangan dengan hanya mempunyai satu produk perbankan. Namun, di sisi lain besarnya keuntungan akan berbanding lurus dengan besarnya risiko yang nantinya akan dihadapi oleh nasabah yang memiliki produk *Structured product* tersebut.

Bank X Kantor Cabang Malang juga melaksanakan transaksi *Structured product* bersama nasabahnya. Dalam melaksanakan transaksi *Structured product*, Bank X Kantor Cabang Malang menawarkan produk investasi yang dalam sisi lainnya investasi tersebut seorang nasabah akan sekaligus mendapatkan perlindungan asuransi jiwa. Produk tersebut bernama *Managed Unit Linked*. *Managed Unit Linked* merupakan produk *Unit Link* dimana dana di investasikan dengan konsep *fund-on-fund* pada beberapa reksa dana, obligasi, saham berkinerja terbaik yang telah dipilih,

dengan tujuan untuk mengoptimalkan hasil investasi dan menyebarkan risiko investasi, disamping mendapatkan manfaat asuransi.

Managed Unit Linked memiliki beberapa fitur yang nantinya dapat ditawarkan kepada nasabah guna menarik daya minat seorang nasabah untuk melakukan transaksi perbankan pada Bank X Kantor Cabang Malang ini, beberapa fitur yang nantinya dapat dimiliki oleh seorang nasabah apabila membeli produk *Managed Unit Linked* pada Bank X Kantor Cabang Malang adalah :

1. Hasil investasi optimal karena dikelola secara aktif dan diinvestasikan pada beberapa reksa dana berkinerja terbaik di pasar dan dikelola secara aktif oleh manajer investasi yang profesional.
2. Risiko investasi lebih diminimalkan melalui diversifikasi investasi yang dapat dipilih sesuai profil risiko nasabah.
3. Gratis Asuransi Jiwa.
4. Pilihan Alokasi Portfolio disesuaikan dengan profil nasabah dengan alokasi investasi pada Saham, Obligasi, Pasar Uang.
5. Masa Perlindungan selama 85 tahun⁴⁵

Selain beberapa fitur diatas, *Managed Unit Linked* juga memiliki Manfaat yang akan dimiliki oleh nasabah. Manfaat tersebut diantaranya :

1. Manfaat meninggal dunia karena sebab apapun sebesar 125% dari Premi Tunggal, dengan maksimum manfaat meninggal adalah 150 juta.
2. Manfaat meninggal :

⁴⁵ Wawancara dengan Ibu S (*Customer Service* Bank X Kantor Cabang Malang), tanggal 20 April 2016

- a. Dua tahun pertama: santunan sebesar uang pertanggungan apabila meninggal karena sebab kecelakaan.
 - b. Tahun ketiga sampai usia 85 tahun: santunan sebesar uang pertanggungan apabila meninggal karena sebab apapun.
3. Bebas biaya pengalihan dana (untuk 2 kali pengalihan dana per tahunnya).

Seperti yang telah peneliti sebutkan diatas, besarnya keuntungan akan berbanding lurus dengan risiko yang nantinya akan dihadapi oleh nasabah. Beberapa risiko yang akan menhantui seorang nasabah dalam melaksanakan transaksi *Managed Unit Linked* adalah :

1. Risiko Pasar/Risiko Pengurangan Harga Unit

Nilai harga unit akan mengalami fluktuasi harga pasar.

2. Risiko Likuiditas

Terjadi ketika keadaan pasar bereaksi secara ekstrim, pihak yang memiliki kepentingan dalam transaksi aset tidak dapat menemukan pembeli di pasar.

3. Risiko Ekonomi dan Perubahan Politik

Perubahan perundang-undangan dalam pasar modal dan pasar uang serta perubahan politik.

4. Risiko Kredit

Terjadi apabila penerbit instrumen investasi tidak mampu membayar pokok dan bunga atas hutang-hutang yang di milikinya.

5. Risiko Nilai Tukar Mata Uang Asing

Terjadi pada saat nasabah berusaha untuk menukar pembayaran ke dalam mata uang negara asalnya.

Sesuai dengan beberapa penjelasan diatas, berdasarkan analisa tentang penerbit *Structured product*, *Managed Unit Linked* termasuk kedalam kategori *Structured product* yang diterbitkan oleh Lembaga Keuangan Non-Bank. Karena dalam kegiatan ini Bank X Kantor Cabang Malang bertindak sebagai agen penjual dari *Structured product* ini. Selain itu, karena *Structured product* yang diterbitkan oleh Lembaga Keuangan Non-Bank ini dapat dibeli di Bank yang bertindak sebagai agen penjual. Analisa berdasarkan lokasi penerbit, *Structured product* di Bank X Kantor Cabang Malang dapat disebut penerbit *On-Shore*, karena penerbit berada di dalam negeri. Analisa berdasarkan proses penjualan, *Structured product* yang berada pada Bank X Kantor Cabang Malang termasuk dalam kategori proses penjualan tidak langsung. Karena Penjualan *Structured product* dilakukan oleh pihak Bank X Kantor Cabang Malang, bukan merupakan penerbit langsung dari *Structured product*. Dalam hal ini, Bank X Kantor Cabang Malang bertindak sebagai agen penjual/*referral*. Perjanjian ditandatangani antara pihak Penerbit produk (bukan Agen Penjual/*referral*) dan Pembeli (Nasabah Bank X Kantor Cabang Malang), sehingga pihak yang bertanggung jawab atas pemenuhan hak dan kewajiban adalah Penerbit.

2. Mekanisme Penawaran *Structured product* Kepada Nasabah

Penawaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh pihak penjual untuk memasarkan produk yang dijual olehnya kepada pihak konsumen untuk memenuhi kebutuhan pasar. Bank X Kantor Cabang Malang dalam hal ini menawarkan produk *Managed Unit Linked* serta menjualnya kepada para nasabahnya untuk mendapatkan dana dari nasabah guna menjalankan roda usaha yang dilakukan dalam dunia perbankan oleh Bank X Kantor Cabang Malang.

Penawaran merupakan suatu awal ketertarikan nasabah untuk membeli suatu produk pada Bank X Kantor Cabang Malang. Semakin menarik cara pegawai untuk memberikan penawaran serta menjelaskan karakteristik, keuntungan serta risiko suatu produk perbankan pada Bank X Kantor Cabang Malang, maka akan semakin banyak nasabah yang tertarik serta ingin memiliki suatu produk yang dimiliki atau dijual oleh Bank X Kantor Cabang Malang.⁴⁶

Suatu penawaran dapat mempengaruhi besar kecilnya minat masyarakat atau dalam hal ini nasabah untuk menginvestasikan dana yang dia miliki kepada suatu bank. Terutama pada produk *Managed Unit Linked*, produk ini sangat menarik perhatian nasabah karena ketika seorang nasabah melakukan investasi pada Bank X Kantor Cabang Malang disisi lain sorang nasabah tersebut mendapatkan perlindungan asuransi jiwa. Oleh karena itu, Bank X Kantor Cabang Malang berusaha semaksimal

⁴⁶ Wawancara dengan Ibu S (*Customer Service* Bank X Kantor Cabang Malang), tanggal 20 April 2016

mungkin untuk menawarkan serta memasarkan produk *Managed Unit Linked* kepada nasabahnya.

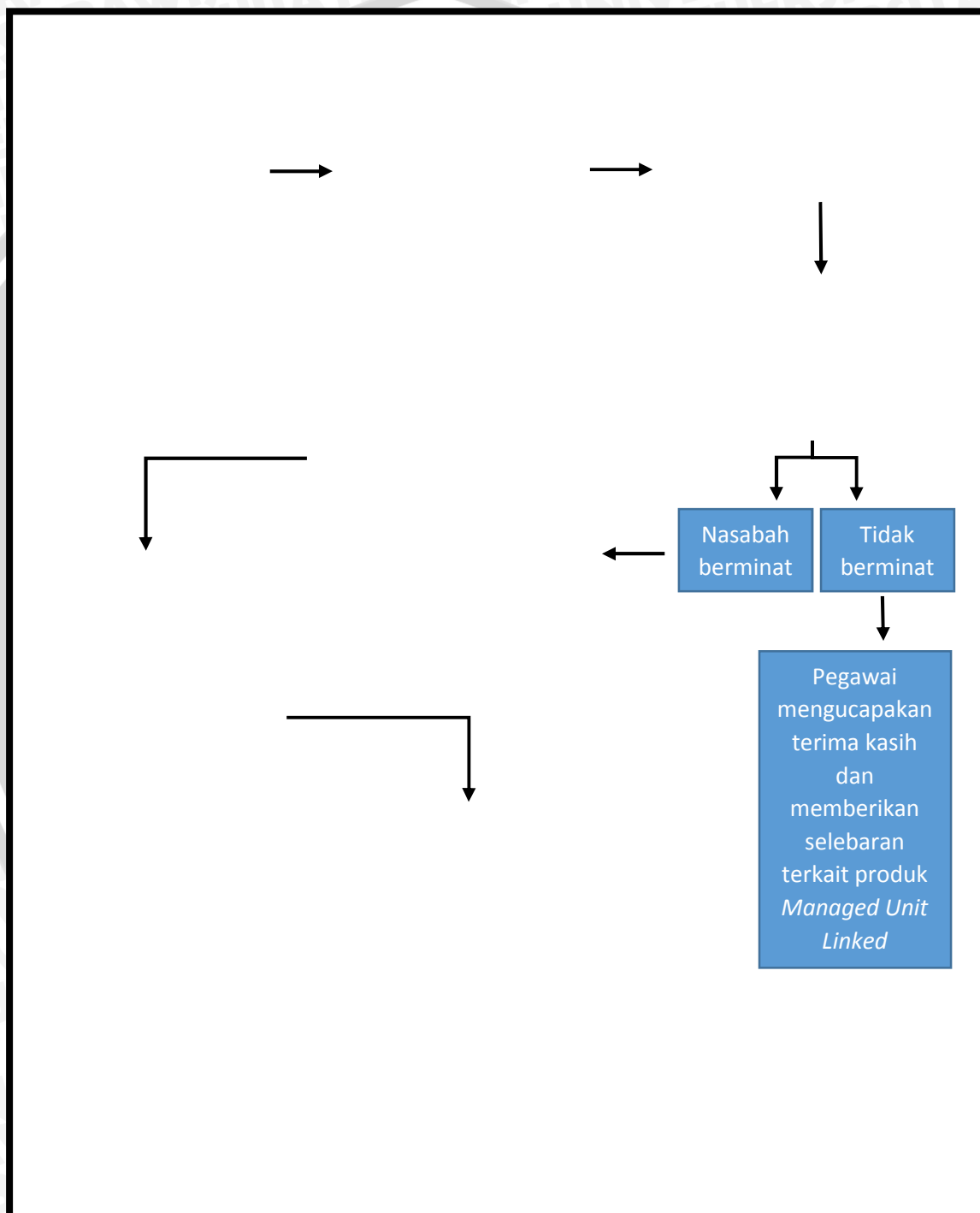
Kegiatan penawaran dalam kegiatan *Structured product* telah diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 7/POJK/.03/2016 Tentang Prinsip Kehati-Hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum pada Pasal 22 sampai dengan Pasal 24. Peraturan tersebut menjelaskan bahwa dalam melakukan penawaran *Structured product*, Bank X Kantor Cabang Malang wajib mengadakan pertemuan langsung dengan nasabah dalam hal penawaran *Structured product* tersebut. Selain itu, Bank X Kantor Cabang Malang wajib menetapkan secara khusus pegawai yang dapat bertindak untuk dan atas nama Bank dalam melakukan hubungan dan/atau komunikasi dengan nasabah dalam melakukan kegiatan penawaran *Structured product*.

Pegawai yang diperkenankan untuk menawarkan *Structured product* pada Bank X Kantor Cabang Malang harus merupakan pegawai tetap pada Bank X Kantor Cabang Malang dan pegawai yang dimaksud telah diberikan pelatihan yang memadai mengenai *Structured product*, atau dalam hal ini produk *Managed Unit Linked*.

Mekanisme penawaran produk *Managed Unit Linked* pada Bank X

Kantor Cabang Malang adalah sebagai berikut :

Bagan 4.1 : Alur Penawaran Produk *Managed Unit Linked*



Penjelasan :

- a. Pada tahap awal ini, yang dimaksud nasabah yang datang pada Bank X Kantor Cabang Malang adalah memasuki ruangan Bank X Kantor Cabang Malang untuk suatu keperluan tertentu.
- b. Tahap penawaran yang dilakukan oleh pegawai Bank X Kantor Cabang Malang ini merupakan tahap penawaran awal produk *Managed Unit Linked* kepada nasabah. Beberapa macam penawarannya adalah sebagai berikut :
 - 1) Nasabah yang telah memiliki rekening investasi pada Bank X Kantor Cabang Malang
 - 2) Nasabah yang telah memiliki produk asuransi pada Bank X Kantor Cabang Malang
 - 3) Nasabah yang belum memiliki rekening investasi maupun belum punya juga produk asuransi pada Bank X Kantor Cabang Malang
- c. Tahap selanjutnya dalam penawaran produk *Managed Unit Linked* ini adalah pemberian informasi dasar tentang fitur, keuntungan serta risiko yang melekat pada produk *Managed Unit Linked* yang dijual oleh Bank X Kantor Cabang Malang ini. Disebut sebagai pemberian informasi secara dasar karena dalam pemberian informasi tentang produk *Managed Unit Linked* ini, pegawai Bank X Kantor Cabang Malang selaku agen penjual produk *Managed Unit Linked* hanya menginformasikan tentang produk *Managed Unit Linked* ini tidak secara detail, melainkan hanya beberapa informasi yang mungkin dapat menarik minat nasabah untuk membeli produk *Managed Unit*

Linked pada Bank X Kantor Cabang Malang ini. Sebagai contoh pemberian informasi mengenai keuntungan serta risiko, tetapi hanya menyebutkan keuntungan serta risiko seperti apa saja yang akan dihadapi oleh nasabah dalam transaksi *Managed Unit Linked* ini tanpa memberikan kalkulasi keuntungan serta risiko dalam transaksi *Managed Unit Linked* nantinya.

- d. Terkait minat nasabah, apabila nasabah tidak berminat akan produk *Managed Unit Linked* pada Bank X Kantor Cabang Malang ini, pegawai selaku agen penjual dari produk *Managed Unit Linked* akan tetap memberikan selebaran tentang produk *Managed Unit Linked*. Hal tersebut bukan tanpa alasan untuk dilakukan oleh pegawai. Pemberian selebaran produk *Managed Unit Linked* ketika seorang nasabah tidak berminat pada produk ini adalah untuk bahan bacaan nasabah tersebut. Hal tersebut dilakukan oleh Bank X Kantor Cabang Malang dengan tujuan, apabila seorang nasabah mendapatkan selebaran informasi tentang produk *Managed Unit Linked*, bukan tidak mungkin dalam kurun suatu waktu setelah membaca selebaran informasi produk *Managed Unit Linked* tersebut seorang nasabah yang awalnya tidak berminat pada produk ini, akan berubah fikiran untuk membeli produk *Managed Unit Linked* yang dijual oleh Bank X Kantor Cabang Malang ini.
- e. Apabila nasabah berminat, selanjutnya pegawai Bank X Kantor Cabang Malang selaku agen penjual produk *Managed Unit Linked* ini akan memberikan informasi tentang produk *Managed Unit Linked*

secara mendalam. Artinya, pemberian informasi tersebut meliputi segala sesuatu tentang produk *Managed Unit Linked* yang diberikan sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 7/POJK.03/2016 Tentang Prinsip Kehati-Hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum. Segala informasi yang nantinya akan diberikan oleh pegawai Bank X Kantor Cabang Malang selaku agen penjual produk *Managed Unit Linked* akan peneliti uraikan pada pembahasan Poin B dalam hal melaksanakan kegiatan Transparansi Informasi tentang produk *Managed Unit Linked* oleh Bank X Kantor Cabang Malang kepada nasabah.

- f. Masa jeda atau *colling off period* adalah suatu waktu yang diberikan oleh pihak Bank X Kantor Cabang Malang kepada nasabahnya untuk mempelajari penawaran dan dokumen yang disampaikan oleh pihak pegawai selaku agen penjual dari produk *Managed Unit Linked*. Hal tersebut dilakukan oleh pihak Bank X Kantor Cabang Malang dengan tujuan agar nasabah dapat mempelajari lebih lanjut terkait fitur, karakteristik, keuntungan serta risiko apabila nanti nasabah tersebut menerima penawaran produk *Managed Unit Linked* yang telah ditawarkan oleh pegawai Bank X Kantor Cabang Malang. Masa jeda tersebut diberikan oleh Bank X Kantor Cabang Malang selama 3 (tiga) hari kerja setelah seorang nasabah menerima dokumen penawaran. Dokumen penawaran yang dimaksud adalah dokumen yang berisi minimal mencakup :

- 1) Prospektus atau *term sheet*; dan

2) *Product highlight sheet*;

Prospektus atau *term sheet* merupakan bacaan wajib yang perlu dipahami dan dijadikan acuan sebelum nasabah melakukan investasi di reksa dana. Biasanya prospektus mendeskripsikan satu jenis reksa dana, namun kadang mendeskripsikan juga beberapa reksa dana sekaligus yang dikelola oleh perusahaan pengelola reksa dana yang sama.

Prospektus ini berguna agar nasabah bisa mengenali perusahaan dan reksa dana yang mungkin akan menjadi tempatnya berinvestasi. Prospektus akan menjadi bahan pertimbangan nasabah dalam berinvestasi.

Sedangkan *product highlight sheet* adalah suatu dokumen yang berisi tentang rangkuman tentang produk *Managed Unit Linked* yang telah dikelola oleh Bank X Kantor Cabang Malang selama ini.

Seluruh dokumen penawaran yang diberikan oleh pihak pegawai Bank X Kantor Cabang Malang yang diberikan kepada nasabahnya harus disajikan dalam bentuk Bahasa Indonesia.

Dasar pemberian masa jeda oleh pihak Bank X Kantor Cabang Malang setelah melakukan informasi mengenai produk *Managed Unit Linked* kepada seorang nasabah berada pada Pasal 25 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 7/POJK.03/2016 Tentang Prinsip Kehati-Hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum.

3. Syarat-Syarat Pembelian *Structured product*

Suatu produk perbankan pasti memiliki suatu persyaratan untuk seorang nasabah apabila dia ingin membeli suatu produk perbankan yang ada pada Bank tersebut. Hal tersebut dilakukan agar dalam melaksanakan suatu kegiatan perbankan, bank dapat mengetahui banyak informasi tentang seorang nasabah yang akan membeli produk yang bank tersebut miliki. Tidak terkecuali produk *Managed Unit Linked* yang dimiliki oleh Bank X Kantor Cabang Malang ini. Dalam melaksanakan transaksi *Managed Unit Linked*, Bank X Kantor Cabang Malang juga menerapkan suatu persyaratan kepada nasabahnya. Persyaratan tersebut antara lain:

1. Usia Pemegang Polis 17 - 80 tahun
2. Memiliki rekening tabungan di Bank X
3. Mengisi Formulir Asuransi
4. Copy Tanda Pengenal
5. Dokumen pendukung lainnya

Persyaratan-persyaratan tersebut diatas diterapkan oleh Bank X Kantor Cabang Malang guna untuk melaksanakan prinsip-prinsip perbankan yang dijelaskan dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan. Prinsip prinsip tersebut diantaranya :

1. Prinsip Kepercayaan (*Fiduciary Relation Principle*)

Prinsip kepercayaan adalah suatu asas yang melandasi hubungan antara bank dan nasabah bank. Bank berusaha dari dana masyarakat yang

disimpan berdasarkan kepercayaan, sehingga setiap bank perlu menjaga kesehatan banknya dengan tetap memelihara dan mempertahankan kepercayaan masyarakat.⁴⁷

2. Prinsip Kehati-hatian (*Prudential Principle*)

Prinsip kehati-hatian adalah suatu prinsip yang menegaskan bahwa bank dalam menjalankan kegiatan usaha baik dalam penghimpunan terutama dalam penyaluran dana kepada masyarakat harus sangat berhati-hati. Tujuan dilakukannya prinsip kehati-hatian ini agar bank selalu dalam keadaan sehat menjalankan usahanya dengan baik dan mematuhi ketentuan-ketentuan dan norma-norma hukum yang berlaku di dunia perbankan.⁴⁸

3. Prinsip Mengenal Nasabah (*Know How Customer Principle*)

Prinsip mengenal nasabah adalah prinsip yang diterapkan oleh bank untuk mengenal dan mengetahui identitas nasabah, memantau kegiatan transaksi nasabah termasuk melaporkan setiap transaksi yang mencurigakan. Prinsip mengenal nasabah diatur dalam Peraturan Bank Indonesia No.3/10/PBI/2001 tentang Penerapan Prinsip Mengenal nasabah. Tujuan yang hendak dicapai dalam penerapan prinsip mengenal nasabah adalah meningkatkan peran lembaga keuangan dengan berbagai kebijakan dalam menunjang praktik lembaga keuangan, menghindari berbagai kemungkinan lembaga keuangan dijadikan ajang tindak kejahatan dan aktivitas ilegal yang dilakukan nasabah, dan melindungi nama baik dan reputasi lembaga keuangan.

⁴⁷ Pasal 29 ayat (4) UU No 10 Tahun 1998 tentang Perbankan

⁴⁸ Pasal 2 dan Pasal 29 ayat (2) UU No 10 tahun 1998 Tentang Perbankan

Adanya dorongan untuk menjalankan kegiatan usaha secara profesional dan efisien, telah menjadikan suatu kewajiban bagi setiap perusahaan yang melakukan kegiatan bisnis untuk menerapkan prinsip tata kelola perusahaan dengan baik. Setiap perusahaan harus memastikan bahwa asas *Good Corporate Goovernance* diterapkan pada setiap aspek bisnis dan di semua jajaran perusahaan. Asas *Good Corporate Goovernance* yaitu transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi serta kewajaran dan kesetaraan diperlukan untuk mencapai kesinambungan usaha (*sustainability*) perusahaan dengan memperhatikan pemangku kepentingan (*stakeholders*). Selain untuk menerapkan prinsip-prinsip perbankan diatas. Kegiatan yang dilakukan oleh Bank X Kantor Cabang Malang ini juga untuk melaksanakan beberapa prinsip yang ada dalam Asas *Good Corporate Goovernance*. Beberapa prinsip tersebut adalah:

1. Transparansi (*Transparency*)

Untuk menjaga obyektivitas dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Perusahaan harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang disyaratkan oleh peraturan perundang-undangan, tetapi juga hal yang penting untuk pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur dan pemangku kepentingan lainnya.

2. Akuntabilitas (*Accountability*)

Perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu perusahaan harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

3. Responsibilitas (*Responsibility*)

Perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

4. Independensi (*Independency*)

Untuk melancarkan pelaksanaan asas *Good Corporate Goovernance*, perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain.

5. Kewajaran dan Kesetaraan (*Fairness*)

Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan⁴⁹

⁴⁹ <http://www.detik88.com/2015/09/maksud-dan-tujuan-serta-asas-asas-good.html>, diakses tanggal 9 Juni 2016 jam 04:15

B. Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product* Oleh Bank X Kantor Cabang Malang

Transparansi Informasi merupakan suatu kegiatan yang wajib dilakukan oleh pihak Bank untuk memenuhi hak nasabah untuk mendapatkan segala informasi tentang produk yang akan dibeli oleh nasabah.

Dalam melaksanakan kegiatan Transparansi Informasi untuk produk *Managed Unit Linked* sebagai *Structured product* yang ditawarkan oleh Bank X Kantor Cabang Malang, sebagai dasar pelaksanaan untuk melakukan kegiatan Transparansi Informasi, Bank X Kantor Cabang Malang menjadikan Pasal 18 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 7/POJK.03/2016 Tentang Prinsip Kehati-Hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum sebagai acuan untuk melaksanakan kegiatan transparansi informasi produk *Managed Unit Linked* tersebut. Pasal tersebut⁵⁰ menyebutkan bahwa dalam mengungkapkan informasi tentang *Structured product* dalam melaksanakan kegiatan transparansi informasi kepada nasabah, Bank wajib mengungkapkan informasi yang meliputi :

- a. nama *Structured product* dan penerbit *Structured product*;
- b. karakteristik dan fitur dari *Structured product*;
- c. ilustrasi perhitungan bunga atau pendapatan atau margin keuntungan yang dapat diperoleh Nasabah dari *Structured product*;

⁵⁰ Lihat Pasal 18 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 7/POJK.03/2016 Tentang Prinsip Kehati-Hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum

- d. ilustrasi perhitungan risiko dan kerugian yang mungkin ditanggung Nasabah dari *Structured product*;
- e. biaya yang melekat dari *Structured product*;
- f. syarat dan kondisi *Structured product* yang meliputi antara lain:
 - 1. jangka waktu;
 - 2. tanggal efektif;
 - 3. penyelesaian transaksi (*transaction settlement*);
 - 4. penghentian transaksi sebelum jatuh tempo (*early termination*) yang meliputi paling sedikit:
 - a) kondisi yang dapat menyebabkan penghentian sebelum jatuh tempo;
 - b) prosedur untuk melakukan penghentian sebelum jatuh tempo; dan
 - c) mekanisme penyelesaian transaksi, yang meliputi perhitungan dan pembebanan biaya dan kerugian; dan
 - 5. penyelesaian sengketa;
- g. pernyataan bahwa *Structured product* tidak bertentangan dengan ketentuan dan perundangundangan;
- h. informasi mengenai kejelasan cakupan program penjaminan atas *Structured product* dalam hal *Structured product* terkait kegiatan penghimpunan dana; dan
- i. informasi lain yang diperlukan Nasabah untuk menilai dan mengambil keputusan terkait *Structured product*.

Berikut adalah pelaksanaan transparansi informasi dalam kegiatan *structured product* atau penawaran produk *Managed Unit Linked* pada Bank X Kantor Cabang Malang kepada nasabah :

1. Penyampaian Informasi Oleh Agen *Structured product* Bank X Kantor Cabang Malang Kepada Nasabah Tentang Nama *Structured product* dan Penerbit *Structured product*

Dalam menawarkan *Structured product*, agen selaku wakil dari pihak Bank dalam penawaran *Structured product* wajib mengenalkan nama dari *Structured product* yang ditawarkan untuk informasi awal yang di informasikan kepada seorang nasabah.

Bank X Kantor Cabang Malang merupakan salah satu agen penjual dari *Structured product*. Produk yang dikategorikan sebagai *Structured product* pada Bank X Kantor Cabang Malang diberi nama *Managed Unit Linked*.

Dalam hal pemberian informasi tentang penerbit *Managed Unit Linked*, agen *Managed Unit Linked* harus menjelaskan bahwa dalam kegiatan ini Bank X Kantor Cabang Malang adalah pihak yang bertindak sebagai Agen Penjual dari produk tersebut. Artinya, *Managed Unit Linked* yang ditawarkan kepada seorang nasabah bukan merupakan produk asli yang diproduksi oleh Bank X Kantor Cabang Malang. Tetapi, meskipun bukan produk asli dari Bank X Kantor Cabang Malang, produk *Managed Unit Linked* tersebut dapat dibeli di Bank X Kantor Cabang Malang.

2. Penyalpaian Informasi Oleh Agen *Structured product* Bank X Kantor Cabang Malang Kepada Nasabah Tentang Karakteristik dan Fitur Dari *Structured product*

Karakteristik dari produk *Managed Unit Linked* pada Bank X Kantor Cabang Malang adalah dimana dana di investasikan dengan konsep *fund-on-fund* pada beberapa reksa dana, obligasi, saham berkinerja terbaik yang telah dipilih, dengan tujuan untuk mengoptimalkan hasil investasi dan menyebarkan risiko investasi, disamping mendapatkan manfaat asuransi.

Selain tentang karakteristik dari produk *Managed Unit Linked*, Agen juga harus menjelaskan tentang beberapa fitur yang ada pada produk *Managed Unit Linked* tersebut. Beberapa fitur yang dimiliki oleh produk *Managed Unit Linked* adalah :

- a. Hasil investasi optimal karena dikelola secara aktif dan diinvestasikan pada beberapa reksa dana berkinerja terbaik di pasar dan dikelola secara aktif oleh manajer investasi yang profesional.
- b. Risiko investasi lebih diminimalkan melalui diversifikasi investasi yang dapat dipilih sesuai profil risiko nasabah.
- c. Gratis Asuransi Jiwa.
- d. Pilihan Alokasi Portfolio disesuaikan dengan profil nasabah dengan alokasi investasi pada Saham, Obligasi, Pasar Uang.
- e. Masa Perlindungan selama 85 tahun⁵¹

⁵¹ Wawancara dengan Bapak A (Agen Penjual *Managed Unit Linked* pada Bank X Kantor Cabang Malang), tanggal 12 Mei 2016

3. Penyampaian Informasi Oleh Agen *Structured product* Bank X Kantor Cabang Malang Kepada Nasabah Tentang Ilustrasi Perhitungan Bunga Atau Pendapatan Atau Margin Keuntungan Yang Dapat Diperoleh Nasabah Dari *Structured product*

Keuntungan atau laba merupakan selisih pendapatan dan keuntungan setelah dikurangi beban dan kerugian. Laba merupakan salah satu pengukur aktivitas operasi dan dihitung berdasarkan atas dasar akuntansi akrual.⁵² Keuntungan merupakan suatu hal yang menjadi alasan utama seorang nasabah menginginkan dan membeli suatu produk perbankan, sama halnya dengan produk *Managed Unit Linked*. Agen penjual dalam menawarkan produk *Managed Unit Linked* akan memberikan beberapa ilustrasi perhitungan keuntungan kepada nasabahnya, beberapa ilustrasi yang disampaikan diantaranya:

1. Reksa Dana Saham

Reksadana Saham adalah reksadana yang melakukan investasi sekurang-kurangnya 80% dari portofolio yang dikelolanya ke dalam efek bersifat ekuitas (saham). Efek saham umumnya memberikan potensi hasil yang lebih tinggi berupa *capital gain*⁵³ melalui pertumbuhan harga-harga saham dan deviden. Reksadana saham memberikan potensi pertumbuhan nilai investasi yang paling besar demikian juga dengan risikonya.

⁵² K.R. Subramanyam dan John J. Wild, **Analisis Laporan Keuangan**, Jakarta, Salemba Empat, 2004, hlm 407

⁵³ *capital gain* adalah keuntungan yang diperoleh pemegang saham, ketika menjual sahamnya atau dengan kata lain selisih antara harga jual dengan harga beli. Sebagai contoh, anda membeli saham dengan harga katakanlah 1000 rupiah per lembar, selanjutnya anda menjual saham tersebut dengan harga 1400 rupiah per lembar, maka *capital gain* yang anda dapat adalah 400 rupiah.

Kita simulasikan "menabung" di reksa dana saham dengan nilai investasi awal Rp200.000 pada 27 Juli 2007, lalu rutin kita tambah pada tanggal 27 setiap bulannya, juga sebesar Rp200.000, hingga 15 Juli 2015.

Gambar 4.1 : Simulasi Perhitungan Keuntungan Reksadana Saham



Sumber : Data Sekunder, diolah, 2016

Dalam kurun waktu hampir 8 tahun itu, total uang modal investasi mencapai Rp19,2 juta dan ternyata memberikan keuntungan (*return*) sebesar Rp15,5 juta, sehingga total dana investasi nasabah kini adalah Rp34,7 juta. Menggunakan perhitungan sederhana, total dana investasi sekarang Rp34,7 juta dibagi dengan total dana modal investasi Rp19,2

juta, dikurang 1 dikali 100%. Seorang nasabah akan memperoleh return 80,9 %.⁵⁴

Tetapi jika kita melakukan perhitungan menggunakan bunga majemuk anuitas (perhitungan akumulasi bunga yang diperoleh dari pembayaran dengan jumlah yang sama selama periode tertentu), *return* rata-rata per tahun bahkan mencapai 13,2%. Jadi, jika dikalikan dengan 8 tahun, maka total *return* yang akan diperoleh nasabah peroleh mencapai 105,6%.

Perlu dicatat, grafik di atas memperlihatkan di bulan Oktober 2008, saat krisis ekonomi sedang menghebat, garis 'total investasi + *return*' (warna hijau tua) berada di bawah garis 'total investasi' (hijau muda). Ini menunjukkan bahwa pada saat krisis itu, investasi kita dalam keadaan merugi.

Akan tetapi, karena tiap bulan seorang nasabah terus rutin "menabung" di reksa dana, pada Juni 2009 garis 'total investasi + *return*' sudah kembali berada di atas garis 'total investasi'. Artinya, investasi akan mulai kembali untung. Bahkan semakin lama, garis 'total investasi + *return*' itu semakin menjauhi garis 'total investasi', menunjukkan *return* (keuntungan) yang nasabah peroleh semakin besar.⁵⁵

2. Reksa Dana Campuran

⁵⁴ Wawancara dengan Bapak A (Agen Penjual Managed Unit Linked pada Bank X Kantor Cabang Malang), tanggal 12 Mei 2016

⁵⁵ Wawancara dengan dengan Bapak A (Agen Penjual Managed Unit Linked pada Bank X Kantor Cabang Malang), tanggal 12 Mei 2016

Reksadana Campuran adalah reksadana yang melakukan investasi dalam efek ekuitas dan efek hutang yang perbandingannya tidak termasuk dalam kategori reksadana pendapatan tetap dan reksadana saham. Potensi hasil dan risiko reksadana campuran secara teoritis dapat lebih besar dari reksadana pendapatan tetap namun lebih kecil dari reksadana saham.

Skenarionya sama seperti di atas, dana awal investasi Rp. 200.000 dan ditambahkan Rp. 200.000 setiap tanggal 27 setiap bulannya sejak Juli 2007 sampai dengan Juni 2015. Maka hasil investasi pada posisi tanggal 15 Juli 2015 adalah sebagai berikut.

Gambar 4.2 : Simulasi Perhitungan Keuntungan Reksadana Campuran



Sumber : Data Sekunder, diolah, 2016

Total dana modal investasi sebesar Rp19,2 juta, yang "ditabungkan" sejak tahun 2007, menghasilkan *return* sebesar Rp17,9 juta atau bertumbuh sebesar 93,25 %, sehingga pada 15 Juli 2015 total dana nasabah menjadi Rp37,1 juta.

Menggunakan perhitungan bunga majemuk anuitas, imbal hasil rata-rata dari investasi ini pun tergolong tinggi: sekitar 14,59% per tahun.⁵⁶

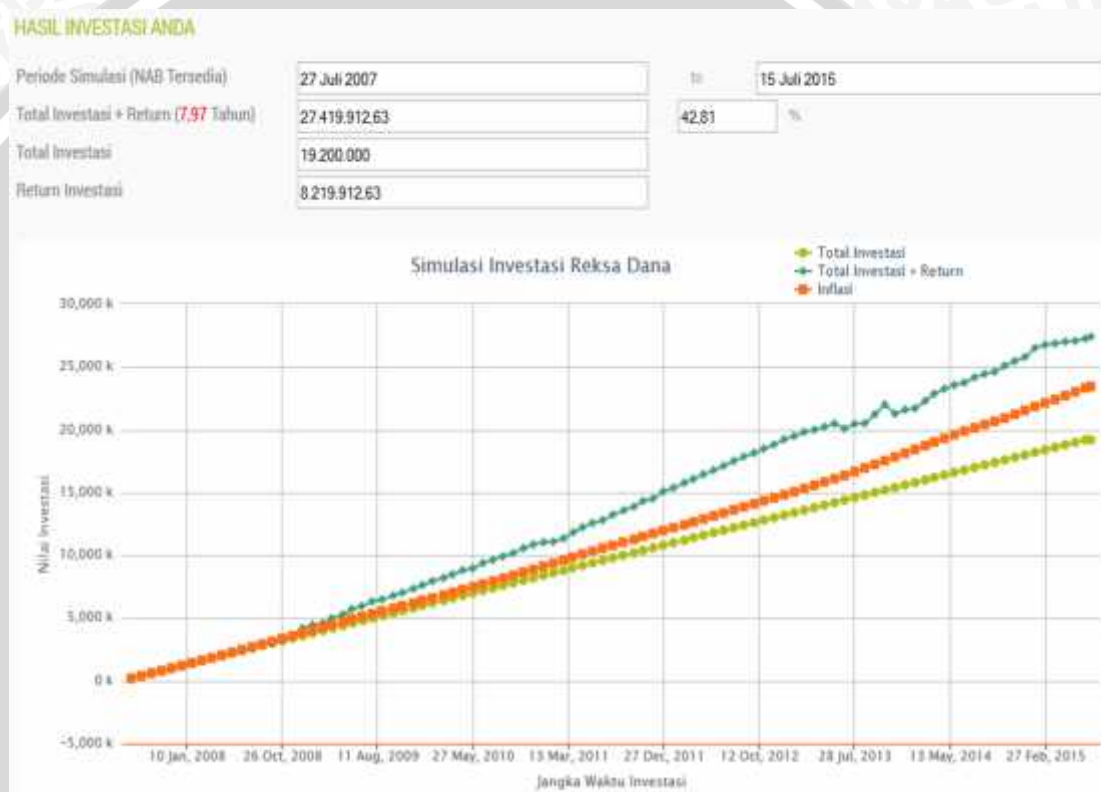
3. Reksa Dana Pendapatan Tetap

Reksadana Pendapatan Tetap adalah reksadana yang melakukan investasi sekurang-kurangnya 80% dari portofolio yang dikelolanya ke dalam efek bersifat hutang. Risiko investasi yang lebih tinggi dari reksadana pasar uang membuat nilai *return* bagi reksadana jenis ini juga lebih tinggi tapi tetap lebih rendah daripada reksadana campuran atau saham.

Masih dengan skenario yang sama, sekarang akan di simulasikan menggunakan reksa dana jenis lainnya, yakni reksa dana pendapatan tetap Prospera Obligasi. Dana awal investasi Rp. 200.000, kemudian ditambahkan setiap tanggal 27 setiap bulannya juga sebesar Rp. 200.000, mulai Juli 2007 sampai dengan Juni 2015. Dan hasil investasinya per 15 Juli 2015 diperlihatkan grafik di bawah.

⁵⁶ Wawancara dengan dengan Bapak A (Agen Penjual Managed Unit Linked pada Bank X Kantor Cabang Malang), tanggal 12 Mei 2016

Gambar 4.3 : Simulasi Perhitungan Keuntungan Reksadana Pendapatan Tetap



Sumber : Data Sekunder, diolah, 2016

Total dana modal Rp19,2 juta menghasilkan return Rp8,2 juta, tumbuh 42,81 %. Jadi, per 15 Juli 2015 total dana menjadi Rp27,4 juta. Dihitung berdasarkan bunga majemuk anuitas, imbal hasil rata-ratanya mencapai 8,07 % per tahun.

Perlu dicatat, grafik di atas memperlihatkan bahwa pergerakan reksa dana pendapatan tetap tidak naik-turun dengan tajam seperti reksa

dana saham dan campuran. Ini karena risiko reksa dana pendapatan tetap relatif lebih kecil dibandingkan dua jenis reksa dana itu. Akan tetapi, *return* yang dihasilkan juga cenderung lebih kecil.

Satu hal yang tidak boleh dilupakan adalah, bahwa semua investasi Reksadana diatas mempunyai perlindungan asuransi jiwa bagi nasabah yang akan membeli produk *Managed Unit Linked* Pada Bank X Kantor Cabang Malang tersebut.

4. Penyampaian Informasi Oleh Agen *Structured product* Bank X Kantor Cabang Malang Kepada Nasabah Tentang Ilustrasi Perhitungan Risiko Dan Kerugian Yang Mungkin Ditanggung Nasabah Dari *Structured product*

Suatu risiko dikategorikan sebagai risiko spekulatif, apabila suatu peristiwa yang spesifik membawa akibat baik atau akibat buruk. Artinya kesudahan dari suatu peristiwa termaksud itu mungkin menguntungkan atau merugikan. Apabila suatu peristiwa hanya memberikan satu kemungkinan saja, yaitu kemungkinan yang hanya merugikan saja, yaitu merupakan satu-satunya alternatif pada status yang sekarang, maka disebut sebagai risiko murni.

Risiko-risiko yang harus dijelaskan kepada nasabah oleh pihak Bank X Kantor Cabang Malang selaku pihak yang menawarkan produk *Managed Unit Linked* diantaranya adalah :

a. Risiko Pasar/Risiko Pengurangan Harga Unit

Risiko pasar muncul karena harga pasar bergerak dalam arah yang merugikan organisasi. Misal, suatu perusahaan mempunyai portofolio sekuritas saham yang dibeli dengan harga Rp 1 miliar. Misalkan harga saham jatuh, sehingga nilai pasar saham tersebut turun menjadi Rp 800 juta. Perusahaan tersebut mengalami kerugian karena nilai portofolio sahamnya turun sebesar Rp 200 juta. Kerugian tersebut disebabkan karena harga saham bergerak ke arah yang kurang menguntungkan (dalam hal ini turun).

Risiko pasar merupakan kondisi yang dialami oleh suatu perusahaan yang disebabkan oleh perubahan kondisi dan situasi pasar di luar dari kendali perusahaan. Risiko pasar sering disebut juga sebagai risiko yang menyeluruh, karena sifat umumnya adalah bersifat menyeluruh dan dialami oleh seluruh perusahaan. Contohnya krisis ekonomi dunia tahun 1930-an, krisis ekonomi Indonesia 1997 dan 1998, *Coup d'état* yang terjadi di Filipina pada saat Presiden Marcos di ambil alih oleh kekuatan *People Power* hingga Corazon Aquino menjadi presiden, Amerika Serikat pada kasus *Subprime Mortgage* 2007, Thailand pada saat Bank Sentral Thailand melakukan devaluasi Bath yang menyebabkan terjadinya kegoncangan pada ekonomi Thailand secara keseluruhan, perang Teluk yang menyebabkan beberapa Negara di kawasan Timur Tengah seperti Irak dan Kuwait mengalami kegoncangan ekonomi, dan berbagai kasus yang menyeluruh lainnya.

Bentuk – Bentuk Risiko Pasar

Risiko pasar secara umum ada 2 (dua) bentuk yaitu :

a) General Market Risk (Risiko Pasar Secara Umum)

General market risk ini di alami oleh seluruh perusahaan yang disebabkan oleh suatu kebijakan yang dilakukan oleh lembaga terkait yang mana kebijakan tersebut mampu memberi pengaruh bagi seluruh sektor bisnis. Contohnya pada saat bank sentral suatu Negara melakukan kebijakan *tight money policy* (kebijakan uang ketat)⁵⁷ dengan berbagai instrumennya seperti menaikkan suku bunga *BI Rate*. Dimana kebijakan menaikkan *BI Rate* ini akan membawa pengaruh secara menyeluruh pada seluruh sektor bisnis yang berhubungan dengan *interest rate related instrument* (berbagai instrument yang berhubungan dengan suku bunga). Bahwa salah satu pihak yang saling urgen dianggap langsung berhubungan dekat dengan *interest rate related instrument* adalah perbankan.

Dengan begitu mereka mengambil kredit dan men depositokan sejumlah uangnya ke bank. Contoh pada saat *BI Rate* dinaikkan maka suku bunga kredit diperbankan akan mengikuti kondisi tersebut yaitu turut menaikkan suku bunga kredit, terutama jika perbankan tersebut menerapkan perhitungan bunga secara *sliding rate*. Perhitungan berupa kredit secara *sliding rate* adalah hitungan pada pembebanan bunga terhadap nilai pokok pinjaman akan mengalami penurunan dari setiap bulan ke bulan berikutnya, yang mana ini disesuaikan dengan menurunnya

⁵⁷ Yaitu kebijakan bank sentral untuk mengurangi jumlah uang beredar atau mengatasi inflasi. Kebijakan ini dilakukan dengan :

1. menaikkan suku bunga
2. menjual SBI (Sertifikat Bank Indonesia)
3. menaikkan cadangan kas
4. membatasi pemberian kredit

besar nilai dari pokok pinjaman sebagai efek dari adanya pembayaran cicilan pokok pinjaman yang dilakukan oleh seorang debitur.

b) *Specific Market Risk* (Risiko Pasar Secara Spesifik)

Specific market risk adalah suatu bentuk risiko yang hanya dialami secara khusus pada satu sektor atau sebagian bisnis saja tanpa bersifat menyeluruh. Contohnya pengumuman yang dikeluarkan oleh suatu lembaga penilai dimana lembaga penilai tersebut memiliki reputasi yang baik dan diakui oleh publik. Bahwa mereka mengumumkan PT. XYZ memiliki kinerja yang rendah dan memiliki utang yang besar serta laporan yang dipublikasikan selama ini kepada publik tidak sesuai dengan sebenarnya. Sehingga atas berita tersebut saham dan obligasi perusahaan tersebut langsung jatuh, dan jatuhnya saham serta obligasi perusahaan tersebut tidak diikuti oleh perusahaan lain.

Salah satu perusahaan dimana pihak manajemen atau komisaris perusahaan terlibat tindak kriminal yang luar biasa dan diekspose oleh berbagai media. Sehingga opini publik telah terbentuk bahwa perusahaan tersebut tidak baik dan jelek.

Produk yang dijual oleh perusahaan tersebut dianggap mengandung bahan yang berbahaya atau bersifat haram. Contoh suatu produk makanan yang mengandung lemak babi. Secara islam makanan yang mengandung lemak babi haram hukumnya. Ketika hal itu diekspose oleh media massa baik cetak maupun elektronik akan menyebabkan terjadinya penurunan

drastis pada penjualan produk perusahaan yang berpengaruh pada perusahaan laba perusahaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya gejolak harga di pasar menurut Masyhud Ali ada 6 (enam) faktor yang mempengaruhi terjadinya gejolak harga di pasar yaitu :

- a. Faktor fundamental ekonomi
- b. Terjadinya peristiwa besar dalam ekonomi dan politik
- c. Campur tangannya *financial authorities*
- d. Perimbangan kekuatan permintaan dan penawaran
- e. Likuiditas pasar
- f. Suburnya kegiatan *arbitrage*⁵⁸

b. Risiko Likuiditas

Terjadi ketika keadaan pasar bereaksi secara ekstrim, pihak yang memiliki kepentingan dalam transaksi aset tidak dapat menemukan pembeli di pasar.

Risiko likuiditas adalah risiko yang timbul karena ketidakcukupan jumlah pembeli atau penjual di dalam pasar institusi keuangan untuk mengeksekusi hasrat atau keinginan untuk berdagang (membeli atau menjual).⁵⁹ Maksudnya yaitu risiko likuiditas dipandang dari sudut pandang perdagangan, dapat diketahui bahwa terdapat hubungan antara harga dengan kuantitas atau volume yang ingin dibeli tetapi tidak ada

⁵⁸ Masyhudi Ali, **Asset Liability Management, Menyiasati Risiko Pasar dan Risiko Operasional dalam Perbankan**, Jakarta, PT. Elex Media Kompetindo Kelompok Gramedia, 2004, hlm 70

⁵⁹ John C. Hull, **Risk Management and Financial Institutions**, USA: Pearson Prentice Hall, 2007, hlm 343

penjual yang ingin menjual atau yang ingin dijual tetapi tidak ada pembeli yang ingin membeli. Risiko ini menjadi sangat serius ketika semua pedagang ingin berada pada sisi yang sama (jual-beli) pada suatu waktu yang sama.

Sementara itu BI melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor 13/23/PBI/2011 mendefinisikan bahwa risiko likuiditas sebagai risiko akibat ketidakmampuan bank memenuhi liabilitas yang jatuh tempo dari sumber pendanaan arus kas dan atau likuid berkualitas tinggi yang dapat digunakan, tanpa mengganggu aktivitas dan keuangan.

c. Risiko Ekonomi dan Perubahan Politik

Perubahan perundang-undangan dalam pasar modal dan pasar uang serta perubahan politik.

Kemampuan suatu Negara dalam memenuhi kewajiban – kewajiban finansialnya merupakan tolak ukur terpenting risiko ekonomi Negara tersebut. Dalam beberapa tahun terakhir, terdapat beberapa Negara yang tidak dapat memenuhi kewajiban – kewajiban finansialnya yang tentunya dapat menyebabkan krisis di Negara tersebut. Hal ini tentunya dapat mengakibatkan kerugian bagi suatu perusahaan yang sedang beroperasi di Negara yang terkena krisis tersebut. Kerugian tersebut dapat terlihat dari menurunnya nilai perusahaan tersebut karena terjadinya penurunan profit. Pemerintahan di suatu Negara di mana tempat perusahaan beroperasi pun dapat turut mempengaruhi risiko ekonomi

Negara tersebut jika secara mendadak mengubah kebijakan moneter serta kebijakan fiskalnya.

Contoh Risiko ekonomi adalah inflasi, fluktuasi harga, dan ketidakstabilan perusahaan individu, dan sebagainya. Selama periode inflasi, daya beli uang merosot dan para pensiunan serta mereka yang berpenghasilan tetap tidak mungkin lagi mempertahankan tingkat hidup yang biasa.⁶⁰

Arti dari risiko politik menurut Kamus Bisnis dan Bank adalah *political risk sovereign risk* yaitu risiko kesulitan membayar kewajiban oleh negara peminjam dengan persyaratan yang telah ditetapkan sebagai akibat terganggunya stabilitas politik negara tersebut. Definisi lain dari Risiko Politik adalah tindakan pemerintah atau suatu kejadian bermotif politik yang dapat mempengaruhi profitabilitas dan nilai dari suatu perusahaan.⁶¹ Beberapa contoh dari risiko politik adalah adanya perubahan peraturan yang dilakukan oleh pemerintah, adanya pemilihan umum yang terjadi pada negara tersebut. Selain dua contoh itu, terorisme yang melanda suatu negara dapat pula dijadikan sebagai salah satu contoh dari risiko politik.

d. Risiko Kredit (*Credit Risk*)

Terjadi apabila penerbit instrumen investasi tidak mampu membayar pokok dan bunga atas hutang-hutang yang di milikinya.

⁶⁰ Herman Darmawi, **Manajemen Asuransi**, Jakarta, Bumi Aksara, 2004, hlm 66

⁶¹ Waspodo & Handaru, **Bisnis Internasional. Sebuah pendekatan kultural**. Jakarta, Mitra Wacana Media, 2002, hlm 51

Risiko kredit (*credit risk*) didefinisikan sebagai risiko kerugian yang terkait dengan kemungkinan kegagalan debitur memenuhi kewajibannya atau risiko bahwa debitur tidak membayar kembali utangnya. Menurut Kamus Bisnis dan Bank, definisi Risiko Kredit adalah risiko yang timbul dalam hal debitur gagal memenuhi kewajiban untuk membayar angsuran pokok ataupun bunga sebagaimana telah disepakati dalam perjanjian kredit, di samping risiko suku bunga, risiko kredit merupakan salah satu risiko utama dalam pelaksanaan pemberian kredit bank dan hal ini juga akan berpengaruh terhadap kolektibilitas kredit.

Contoh, Bank A memberikan kredit perumahan kepada debitur perorangan. Saat memberikan kredit tersebut, bank memiliki risiko bahwa sebagian atau seluruh debitur perorangan tersebut akan gagal membayar bunga ataupun pokok kredit yang diterimanya.

Risiko kredit timbul dari adanya kemungkinan bahwa kredit yang diberikan oleh bank, atau obligasi yang dibeli, tidak dapat dibayarkan kembali. Risiko kredit juga timbul dari tidak dipenuhinya berbagai bentuk kewajiban pihak lain kepada bank, seperti kegagalan memenuhi kewajiban pembayaran dalam kontrak derivatif.

Untuk sebagian bank, risiko kredit merupakan risiko terbesar yang dihadapi. Pada umumnya, margin yang diperhitungkan untuk mengantisipasi risiko kredit hanyalah merupakan bagian kecil dari total kredit yang diberikan bank dan oleh karenanya kerugian pada kredit dapat menghancurkan modal bank dalam waktu singkat.

e. Risiko Nilai Tukar Mata Uang Asing

Terjadi pada saat nasabah berusaha untuk menukar pembayaran ke dalam mata uang negara asalnya.

Risiko nilai tukar adalah risiko yang diakibatkan karena adanya perubahan nilai tukar mata uang asing. Pada umumnya, transaksi-transaksi bisnis yang berhubungan dengan mata uang asing (valuta asing) biasanya akan menghadapi masalah perubahan nilai kurs mata uang tersebut.

Kurs adalah nilai suatu mata uang relatif terhadap mata uang lainnya. Mata uang suatu negara merupakan cerminan kondisi ekonomi suatu negara. Apabila perekonomian suatu negara membaik, maka mata uang negara tersebut akan menguat terhadap mata uang negara lain. Jika suatu negara menetapkan kurs mata uangnya terhadap mata uang lain, maka perubahan kurs tidak lagi terjadi melalui mekanisme pasar.

Pada sistem kurs bebas, apabila mata uang menguat disebut dengan apresiasi dan jika mata uang melemah disebut depresiasi. Sedangkan pada sistem kurs tetap, apabila mata uang menguat disebut revaluasi dan jika mata uang melemah disebut devaluasi.

Berikut akan disajikan contoh perhitungan apresiasi dan depresiasi mata uang rupiah (Rp) terhadap Dolar (\$).

Tabel 4.1 : Contoh Perhitungan Apresiasi Dan Depresiasi

Keterangan	Rupiah melemah terhadap \$	Rupiah menguat terhadap \$
Kurs awal tahun	Rp. 9000	Rp. 9000
Kurs akhir tahun	Rp. 11000	Rp. 7000

Persentase pelemahan/penguatan \$ terhadap Rp	$(11000-9000)/(9000) \times 100\%$ = 22.22%	$(7000-9000)/(9000) \times 100\%$ = -22.22%
Persentase pelemahan/penguatan Rp terhadap \$	$(9000-11000)/(11000) \times 100\%$ = -18.18%	$(9000-7000)/(7000) \times 100\%$ = 28.57%

Sumber : Data Sekunder, diolah, 2016

5. Penyampaian Informasi Oleh Agen *Structured product* Bank X Kantor Cabang Malang Kepada Nasabah Tentang Biaya Yang Melekat Dari *Structured product*

Biaya adalah biaya merupakan suatu nilai tukar prasyarat atau pengorbanan yang dilakukan guna memperoleh manfaat.⁶² Biaya yang dimaksud dalam hal ini adalah biaya yang nantinya akan dibebankan kepada seorang nasabah dalam melaksanakan transaksi *Managed Unit Linked* pada Bank X Kantor Cabang Malang. Beberapa biaya yang nantinya akan dibebankan kepada nasabah diantaranya :

(1) Biaya *Subscription*

IDR : 2.5% dari premi

USD : 3% dari premi

(2) Biaya *Redemption*

IDR :

- Tahun 1 : 1%

⁶² Hammer, Carter, dan Usry, *Akuntansi Biaya*, Edisi 11, Jakarta, Erlangga, 1994, hlm 26

- Tahun 2 : 1%
- Tahun 3 : 1%
- Tahun 4 dan berikutnya : 0%

USD :

- Tahun 1 : 1%
- Tahun 2 dan berikutnya : 0%

Definisi dari biaya *Subscription* dan Biaya *Redemption* adalah biaya yang harus dibayarkan ketika investor membeli atau menjual unit penyertaan reksa dana. Biaya *Subscription* dan Biaya *Redemption* biasanya dinyatakan persentase tertentu dari nilai investasi. Umumnya berkisar antara 0% (gratis) hingga 5%. Meski satuannya sama, namun perhitungan biaya *Subscription* berbeda dengan biaya *redemption*.

Rumus untuk menghitung biaya *Subscription* dan *Redemption* adalah sebagai berikut:

Rumus Biaya *Subscription*

$$\text{Biaya Subscription} = \frac{\text{Nilai Investasi}}{(1 + \% \text{ Biaya Subscription})}$$

Rumus Biaya *Redemption*

$$\text{Biaya Redemption} = \text{Nilai Investasi yang dicairkan} \times \text{Biaya Redemption}$$

Sebagai lebih jelasnya silakan lihat ilustrasi sebagai berikut:

Diketahui keterangan mengenai biaya reksa dana adalah sebagai berikut:

Biaya *Subscription* = 1% Investasi sebesar Rp 1.000.000

Biaya *Redemption* = 1% Penarikan reksa dana senilai Rp 1.000.000.

Perhitungan Biaya *Subscription* memiliki 2 alternatif sebagai berikut:

Alternatif 1

Investor membayar Biaya *Subscription* dengan uang tambahan.

Apabila nilai investasi Rp 1 juta dengan biaya 1%, maka jumlah uang yang dikeluarkan investor adalah :

$$\text{Rp 1 Juta} + (\text{Rp 1 Juta} \times 1\%) = \text{Rp 1.010.000}$$

Alternatif 2

Investor tidak mau bayar ekstra dan meminta dipotong langsung dari nominal investasi (umumnya dilakukan investor).

Investor kebanyakan akan berpikir bahwa Uangnya akan diambil sebesar Rp 10.000, sehingga nominal investasi menjadi Rp 990.000. Yang benar adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Perhitungan Biaya *Subscription*

Biaya <i>Subscription</i> =	1.000.000	-	1.000.000
-----------------------------	-----------	---	-----------

(1 + 1%)		
Biaya <i>Subscription</i> =	1.000.000 -	990.099,0099
Biaya <i>Subscription</i> =	9.900,9901 atau dibulatkan menjadi Rp 9.901	
Demikian jika biaya <i>Subscription</i> dipotong langsung dari nilai investasi, maka pembeli akan mendapat unit sebanyak 990.099 / harga reksa dana.		

Sumber : *Data Sekunder, diolah, 2016*

Dengan cara ini, uang investor yang dipotong sebagai Biaya *Subscription* adalah Rp 9.901 bukan Rp 10.000. Ketika menerima surat konfirmasi pembelian, terkadang investor bingung karena menemukan angka yang tidak bulat (Rp 990.099 dan bukannya Rp 990.000). Namun hal inilah yang benar karena cara perhitungan biaya *Subscription* ini yang terdapat dalam peraturan.

Perhitungan Biaya *Redemption* hanya memiliki 1 cara yaitu :

Tabel 4.3 Perhitungan Biaya *Redemption*

Biaya <i>Redemption</i> =	Nilai Investasi yang dicairkan x Biaya <i>Redemption</i>
Biaya <i>Redemption</i> =	Rp 1.000.000 x 1%
Biaya <i>Redemption</i> =	Rp 10.000
Nilai dana yang akan diterima investor adalah	

Rp 990.000 yang diperoleh dari Rp 1 juta – Rp 10.000

Sumber : *Data Sekunder, diolah, 2016*

Tujuan utama dari biaya *redemption* bukanlah komisi yang didapatkan oleh agen penjual atau Manajer Investasi. Tujuan utama dari biaya *redemption* adalah agar investor tidak terlalu cepat menjual investasi reksa dananya. Reksa Dana merupakan instrumen investasi yang didesain untuk tujuan jangka panjang, meski demikian tidak tertutup kemungkinan investor melakukan penarikan meskipun baru berinvestasi beberapa bulan. Untuk mencegah investor melakukan hal tersebut, maka diberikan “penalti” dalam bentuk biaya *redemption* untuk investasi yang usianya kurang dari 1 tahun. Untuk investasi yang umurnya lebih dari 1 tahun, umumnya tidak dikenakan biaya *redemption* lagi. Namun untuk biaya *redemption* pada Bank X Kantor Cabang Malang ini masih dikenakan sampai tahun ke-3, baru tahun ke-4 biaya *redemption* tidak dikenakan lagi kepada nasabah.

(3) Biaya Management

IDR : 2.5%

USD : 1.5%

Biaya *Management* atau biaya pengelolaan adalah biaya yang dikeluarkan oleh nasabah untuk biaya manajer investasi sebagai pengelola dana yang di investasikan oleh nasabah tersebut.

(4) Biaya Switching

IDR : $>2 \times \text{switching}$ IDR 50.000/transaksi

USD : 1%

Untuk pengalihan (*switching*), sebenarnya adalah transaksi penjualan reksa dana pertama dan penjualan reksa dana kedua. Pengalihan juga dapat dilakukan dalam bentuk nominal Rupiah ataupun Unit Penyertaan.

Contoh perhitungan pengalihan sebagai berikut :

Investor melakukan pengalihan sebanyak 100.000 unit dari reksa dana A ke reksa dana B. Pada saat melakukan pengalihan harga reksa dana A adalah Rp 1.000 dan harga reksa dana B Rp 2.000. Biaya pengalihan adalah 1 %.

Penjualan reksa dana A = $100.000 \text{ unit} \times \text{Rp } 1.000$

Penjualan reksa dana A = Rp 100 juta

Biaya penjualan reksa dana A = $\text{Rp } 100 \text{ juta} \times 1\% = \text{Rp } 1 \text{ juta}$

(biaya pengalihan dibebankan sebagai biaya penjualan pada reksa dana sumber dana, namun ada juga yang membebankan pada reksa dana yang menjadi target pembelian)

Penjualan bersih reksa dana A = $\text{Rp } 100 \text{ juta} - 1 \text{ juta} = \text{Rp } 99 \text{ juta}$

Pembelian reksa dana B = $\text{Rp } 99 \text{ juta} / \text{Rp } 2000$

Pembelian reksa dana B = 49.500,0000 unit

Atas biaya reksa dana merupakan objek PPn sebesar 10%. Ada Manajer Investasi / Agen Penjual yang memasukkan unsur pajak biaya yang dikenakan ada pula yang mengenakan kepada investor. Jika dikenakan kepada investor, maka biaya yang tadinya (misal) 1% akan menjadi 1,1% karena ditambah PPn 10%.

6. Penyampaian Informasi Oleh Agen *Structured product* Bank X Kantor Cabang Malang Kepada Nasabah Tentang Syarat Dan Kondisi *Structured product*

a. Jangka Waktu

Jangka waktu merupakan suatu waktu yang akan dimiliki oleh nasabah investasi reksa dana, yang nantinya dalam kurun waktu yang dia pilih merupakan kurun waktu selama traksaksi investasi tersebut dilaksanakan oleh Nasabah bersama pihak Bank.

Berinvestasi reksadana membutuhkan jangka waktu yang berbeda-beda. Ada yang untuk kurang dari setahun, 1-3 tahun, 3-5 tahun, dan lebih dari 5 tahun. Untuk jangka waktu kurang dari setahun, sebaiknya Anda memilih reksa dana pasar uang. Untuk investasi 1-3 tahun, Anda dapat memilih reksa dana pendapatan tetap. Untuk jangka waktu 3-5 tahun, gunakanlah reksa dana campuran. Terakhir, untuk Anda yang menginginkan investasi jangka panjang, yakni lebih dari 5 tahun,

gunakanlah reksa dana saham.⁶³ Penjelasan oleh Agen terkait beberapa jangka waktu dalam investasi ini adalah:

(1) Reksadana Saham

Fluktuasi reksadana yang satu ini cukuplah besar. Bisa memberikan *return* yang besar, tapi bisa pula merosot lebih tajam dibanding reksadana lainnya. Hal ini disebabkan karena sebagian besar isinya adalah saham, yang memang sifatnya sangat berfluktuasi. Reksadana saham cocok untuk investasi jangka panjang dengan periode waktu di atas 5 tahun. Meski berfluktuasi, tapi kecenderungannya akan naik terus.

(2) Reksadana Campuran

Investasi di reksadana campuran cocok untuk investasi dengan jangka menengah sampai jangka panjang, yaitu di atas 3 tahun. Misalnya untuk menyiapkan Dana Pendidikan, yaitu apabila direncanakan 5 tahun ke depan nanti dibutuhkan dana untuk masuk Perguruan Tinggi sejumlah Rp100 juta, maka sebaiknya kita melakukan investasi mulai dari sekarang. Dengan perkiraan imbal hasilnya adalah 17% per tahun, investasi yang dilakukan untuk mencapai Dana Pendidikan yang direncanakan tersebut adalah sebesar Rp 1.070.000 setiap bulan selama 5 tahun.

Jangka waktunya untuk investasi di reksadana ini disarankan di atas 3 tahun, karena fluktuasinya yang cenderung lebih besar dibandingkan reksadana pendapatan tetap.

⁶³ Wawancara dengan Bapak A (Agen Penjual Managed Unit Linked pada Bank X Kantor Cabang Malang), tanggal 12 Mei 2016

Pada reksadana campuran ada beberapa yang mensyaratkan biaya pembelian dan biaya penjualan kembali atas unitnya, seperti halnya yang berlaku pada reksadana pendapatan tetap. Namun ada juga yang tidak memotong untuk biaya pembelian atau penjualan kembali.

(3) Reksadana Pendapatan Tetap

Reksadana selanjutnya adalah reksadana pendapatan tetap, sedikit lebih tinggi imbal hasilnya. Cocok untuk investasi yang jangka waktunya antara 1-3 tahun. Pemula biasanya juga memilih reksadana ini untuk perkenalan dengan reksadana. Keuntungan yang didapat antara 7% – 12% per tahun. Tapi ada juga yang kinerjanya bisa memberikan return sampai di atas 20% per tahun.

b. Tanggal Efektif

Tanggal Efektif atau *effective date* yaitu tanggal pada saat suatu transaksi dicatat/ dibukukan, atau suatu perjanjian dinyatakan berlaku. misalnya di perbankan, pada saat pembaruan atau perpanjangan sertifikat deposito diperbaharui/ diperpanjang sesuai dengan tingkat bunga yang berlaku, dan pembayaran bunga deposito tersebut disesuaikan dengan tingkat bunga yang berlaku.⁶⁴

Artinya, yang dimaksud tanggal efektif dalam hal ini adalah tanggal dalam suatu hari dimana transaksi *Structured product* antara nasabah dengan pihak bank ini dimulai.

⁶⁴ Kamus Bisnis dan Bank

c. Penyelesaian Transaksi (*Transaction Settlement*)

Penyelesaian transaksi adalah suatu hal terjadi saat transaksi investasi antara nasabah dengan Bank telah berakhir sesuai dengan waktu yang ditentukan oleh nasabah di awal perjanjian transaksi tersebut. Suatu misal pada tahun 2012 seorang nasabah menginvestasikan dana yang ia miliki untuk jangka waktu 3 tahun. Pada tahun 2015, transaksi tersebut dapat diselesaikan dan nasabah tersebut dapat mengambil hasil dari dana yang di investasikannya.

Tahap akhir dari sebuah siklus transaksi adalah penyelesaian transaksi atau sering disebut *settlement*. Nasabah tidak otomatis mendapatkan hak-haknya karena pada tahap ini dibutuhkan beberapa proses seperti kliring, pemindah bukuan, dan lain-lain hingga akhirnya hak-hak nasabah terpenuhi, seperti nasabah yang menjual saham akan mendapatkan uang, sementara nasabah yang melakukan pembelian saham akan mendapatkan saham.

d. Penghentian Transaksi Sebelum Jatuh Tempo (*Early Termination*)

Penghentian transaksi adalah suatu peristiwa dimana dalam transaksi investasi antara nasabah dengan Bank, pihak nasabah menghentikan transaksi investasi tersebut sebelum jatuh tempo karena suatu alasan. Hal tersebut dapat dilakukan oleh nasabah atas permintaannya, tetapi disisi lain nasabah tersebut harus dikenakan *penalty* karena telah menghentikan transaksi sebelum jatuh tempo. Dalam

penjelasan poin ini, ada beberapa poin tambahan yang harus dijelaskan oleh agen penjual *Managed Unit Linked*, diantaranya:

(1) Kondisi yang dapat menyebabkan penghentian sebelum jatuh tempo

Banyak kondisi yang dapat menyebabkan seorang nasabah mengajukan permohonan penghentian transaksi sebelum jatuh tempo. Kondisi-kondisi tersebut diantaranya adalah munculnya risiko-risiko yang oleh nasabah dianggap akan membahayakan dana yang di investasikannya. Mulai dari risiko pasar, risiko penurunan harga unit maupun risiko lainnya.

Selain itu, nasabah yang telat melakukan pembayaran juga bisa menjadi salah satu kondisi yang menyebabkan penghentian transaksi sebelum jatuh tempo. Terkadang pihak Bank memberikan waktu kepada nasabah untuk mendapatkan waktu agar seorang nasabah tersebut dapat melakukan pembayaran lain waktu setelah masa pembayaran yang harusnya dibayarkan oleh nasabah tersebut. Masa waktu biasanya diberikan oleh pihak Bank setelah seorang nasabah mengajukan permohonan terlebih dahulu, masa waktu yang diberikan pihak Bank X Kantor Cabang Malang biasanya tidak lebih dari 40 Hari. Apabila setelah 40 hari masa waktu yang diberikan pihak bank kepada nasabah untuk melakukan telat bayar tetapi nasabah masih belum melakukan pembayaran, maka transaksi *Managed Unit Linked* dapat dihentikan oleh Pihak Bank X Kantor Cabang Malang dengan memberikan konfirmasi kepada nasabah terlebih dahulu.

(2) Prosedur untuk melakukan penghentian sebelum jatuh tempo

Tahap ini merupakan penghentian transaksi sebelum jatuh tempo yang diajukan oleh pihak nasabah kepada pihak bank. Prosedurnya adalah dengan cara nasabah mengajukan permohonan tertulis kepada pihak bank untuk menghentikan transaksi sebelum jatuh tempo disertai alasan nasabah tersebut menghentikan transaksinya. Setelah itu, pihak bank akan mempertimbangkan alasan yang diajukan oleh pihak nasabah. Karena disini Bank X Kantor Cabang Malang hanya sebagai agen penjual *Structured product*, dalam prosedur selanjutnya Bank X Kantor Cabang Malang akan berperan sebagai fasilitator penghubung antara kepentingan nasabah dengan pihak penerbit asli dari *Structured product*.

(3) Mekanisme penyelesaian transaksi, yang meliputi perhitungan dan pembebanan biaya dan kerugian

Penyelesaian transaksi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh pihak Bank dengan pihak nasabah di akhir jangka waktu transaksi yang sudah disepakati di awal perjanjian. Dalam tahap ini, biasanya Bank memerlukan waktu 14 hari kerja untuk menyelesaikan perhitungan keuntungan, pembebanan biaya dan kerugian yang akan didapat oleh seorang nasabah.

e. Penyelesaian Sengketa

Penyelesaian sengketa merupakan suatu hal yang dilakukan untuk menyelesaikan suatu permasalahan. Beberapa lembaga dapat dijadikan sebagai cara untuk menyelesaikan suatu sengketa, diantaranya:

- a. Konsultasi: suatu tindakan yang bersifat “personal” antara suatu pihak tertentu (klien) dengan pihak lain yang merupakan pihak konsultan, dimana pihak konsultan memberikan pendapatnya kepada klien sesuai dengan keperluan dan kebutuhan kliennya.
- b. Negosiasi: suatu upaya penyelesaian sengketa para pihak tanpa melalui proses pengadilan dengan tujuan mencapai kesepakatan bersama atas dasar kerja sama yang lebih harmonis dan kreatif.
- c. Mediasi: cara penyelesaian sengketa melalui proses perundingan untuk memperoleh kesepakatan para pihak dengan dibantu oleh mediator.
- d. Konsiliasi: penengah akan bertindak menjadi konsiliator dengan kesepakatan para pihak dengan mengusahakan solusi yang dapat diterima.⁶⁵

7. Penyampaian Informasi Oleh Agen *Structured product* Bank X Kantor Cabang Malang Kepada Nasabah Tentang Pernyataan Bahwa *Structured product* Tidak Bertentangan Dengan Ketentuan Dan Perundang-Undangan

Secara khusus, pelaksanaan kegiatan *Structured product* diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 7/POJK.03/2016 Tentang Prinsip Kehati-Hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum. Sebelumnya terkait kegiatan *Structured product* sebenarnya diatur dalam Peraturan Bank Indonesia pada Nomor: 11/ 26

⁶⁵ Frans Hendra Winarta, **Hukum Penyelesaian Sengketa**, Sinar Grafika, Jakarta, 2012, hlm 7

/PBI/2009 Tentang Prinsip Kehati-Hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum. Namun, seiring beralihnya beberapa kewenangan Bank Indonesia ke Otoritas Jasa Keuangan, terkait pengawasan pelaksanaan kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum juga turut berganti kewenangan pengawasannya ke Otoritas Jasa Keuangan.

1. Pasal 1 ayat (2) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 7/POJK.03/2016 Tentang Prinsip Kehati-Hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum

Structured product adalah produk Bank yang merupakan penggabungan antara 2 (dua) atau lebih instrumen keuangan berupa instrumen keuangan non derivatif dengan derivatif atau derivatif dengan derivatif, dan paling sedikit memiliki karakteristik:

- a. nilai atau arus kas yang timbul dari produk dikaitkan dengan satu atau kombinasi variabel dasar seperti suku bunga, nilai tukar, komoditi, dan/atau ekuitas; dan
- b. pola perubahan atas nilai atau arus kas produk bersifat tidak reguler apabila dibandingkan dengan pola perubahan variabel dasar sebagaimana dimaksud pada huruf a, sehingga mengakibatkan perubahan nilai atau arus kas tidak mencerminkan keseluruhan perubahan pola dari variabel dasar secara linear (*asymmetric payoff*), yang antara lain ditandai dengan keberadaan:

- 1) *optionality*, seperti *fitur caps, floors, collars, step up/step down, call/put*;

- 2) *leverage*;
- 3) *barriers*, seperti *knock in/knock out*; dan/atau
- 4) *binary* atau *digital ranges*.

Pengertian derivatif dalam pengaturan ini mencakup Derivatif melekat (*embedded derivatives*).

Selain tentang penjelasan pengaturan *Structured product* berdasarkan Peraturan, agen juga menyampaikan kepada nasabah tentang pelaksanaan Transparansi Informasi dalam kegiatan *Structured product* ini

2. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 7/POJK.03/2016 Tentang Prinsip Kehati-Hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum

Pasal 17

- 1) Bank wajib menerapkan transparansi informasi dalam melakukan pemasaran, penawaran, dan pelaksanaan transaksi *Structured product*.
- 2) Dalam menerapkan transparansi informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Bank wajib:
 - a. mengungkapkan informasi yang lengkap, benar, dan tidak menyesatkan kepada Nasabah;
 - b. memastikan pemberian informasi yang berimbang antara potensi manfaat yang mungkin diperoleh dengan risiko yang mungkin timbul bagi Nasabah dari transaksi *Structured product*; dan

- c. memastikan informasi yang disampaikan tidak menyamarkan, mengurangi, atau menutupi hal-hal yang penting terkait risiko yang mungkin timbul dari transaksi *Structured product*.

Pasal 18

Dalam mengungkapkan informasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 ayat (2), Bank wajib mengungkapkan informasi mengenai *Structured product* yang paling sedikit meliputi:

- a. nama *Structured product* dan penerbit *Structured product*;
- b. karakteristik dan fitur dari *Structured product*;
- c. ilustrasi perhitungan bunga atau pendapatan atau margin keuntungan yang dapat diperoleh Nasabah dari *Structured product*;
- d. ilustrasi perhitungan risiko dan kerugian yang mungkin ditanggung Nasabah dari *Structured product*;
- e. biaya yang melekat dari *Structured product*;
- f. syarat dan kondisi *Structured product* yang meliputi antara lain:
 - 1. jangka waktu;
 - 2. tanggal efektif;
 - 3. penyelesaian transaksi (*transaction settlement*);

4. penghentian transaksi sebelum jatuh tempo (*early termination*) yang meliputi paling sedikit:
 - a) kondisi yang dapat menyebabkan penghentian sebelum jatuh tempo;
 - b) prosedur untuk melakukan penghentian sebelum jatuh tempo; dan
 - c) mekanisme penyelesaian transaksi, yang meliputi perhitungan dan pembebanan biaya dan kerugian; dan
5. penyelesaian sengketa;
 - g. pernyataan bahwa *Structured product* tidak bertentangan dengan ketentuan dan perundang undangan;
 - h. informasi mengenai kejelasan cakupan program penjaminan atas *Structured product* dalam hal *Structured product* terkait kegiatan penghimpunan dana; dan
 - i. informasi lain yang diperlukan Nasabah untuk menilai dan mengambil keputusan terkait *Structured product*.
3. Peraturan Bank Indonesia Nomor: 7/6/PBI/2005 Tentang Transparansi Informasi Produk Bank Dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah
Pasal 4
 - (1) Bank wajib menyediakan informasi tertulis dalam bahasa Indonesia secara lengkap dan jelas mengenai karakteristik setiap Produk Bank.
 - (2) Informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib disampaikan kepada Nasabah secara tertulis dan atau lisan.

- (3) Dalam memberikan informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), Bank dilarang memberikan informasi yang menyesatkan (*mislead*) dan atau tidak etis (*misconduct*).

Pasal 5

- (1) Informasi mengenai karakteristik Produk Bank sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 sekurang-kurangnya meliputi:
- a. Nama Produk Bank;
 - b. Jenis Produk Bank;
 - c. Manfaat dan risiko yang melekat pada Produk Bank;
 - d. Persyaratan dan tata cara penggunaan Produk Bank;
 - e. Biaya-biaya yang melekat pada Produk Bank;
 - f. Perhitungan bunga atau bagi hasil dan margin keuntungan;
 - g. Jangka waktu berlakunya Produk Bank; dan
 - h. Penerbit (*issuer/originator*) Produk Bank;
- (2) Dalam hal Produk Bank terkait dengan penghimpunan dana, Bank wajib memberikan informasi mengenai program penjaminan terhadap Produk Bank tersebut.

Pasal 6

- (1) Bank wajib memberitahukan kepada Nasabah setiap perubahan, penambahan, dan atau pengurangan pada karakteristik Produk Bank sebagaimana dimaksud dalam pasal 5.
- (2) Pemberitahuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib disampaikan kepada setiap Nasabah yang sedang memanfaatkan Produk Bank paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sebelum

berlakunya perubahan, penambahan dan atau pengurangan pada karakteristik Produk Bank tersebut.

Pasal 7

Bank dilarang mencantumkan informasi dan atau keterangan mengenai karakteristik Produk Bank yang letak dan atau bentuknya sulit terlihat dan atau tidak dapat dibaca secara jelas dan atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.

Pasal 8

- (1) Bank wajib menyediakan layanan informasi karakteristik Produk Bank yang dapat diperoleh secara mudah oleh masyarakat.
- (2) Penyediaan layanan informasi mengenai Produk Bank sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan-ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 7.

8. Penyampaian Informasi Oleh Agen *Structured product* Bank X Kantor Cabang Malang Kepada Nasabah Tentang Kejelasan Cakupan Program Penjaminan Atas *Structured product* Dalam Hal *Structured product* Terkait Kegiatan Penghimpunan Dana

Produk asuransi ini diterbitkan oleh PT X Life yang direferensikan/direkomendasikan oleh PT Bank X Kantor Cabang Malang

kepada nasabahnya. Produk ini bukan merupakan produk yang diterbitkan oleh Bank X Kantor Cabang Malang sehingga Bank X Kantor Cabang Malang tidak memiliki kewajiban apapun dan tidak menjamin apapun atas Produk Asuransi ini. Produk Asuransi dan Dana yang melekat pada Produk Asuransi ini juga tidak termasuk dalam program penjaminan pemerintah Republik Indonesia (Lembaga Penjamin Simpanan). Bank X Kantor Cabang Malang tidak bertanggung jawab atas segala risiko apapun atas Polis asuransi yang diterbitkan PT X Life sehubungan dengan produk asuransi tersebut. Penggunaan logo Bank X Kantor Cabang Malang hanya sebatas wujud kerja sama antara Bank X Kantor Cabang Malang dengan PT X Life dalam menawarkan Produk Asuransi.

Sayangnya dalam penyampaian transparansi informasi terkait klaim asuransi ini terkadang agen penjual *Managed Unit Linked* lupa untuk menyampaikan hal tersebut. Padahal informasi mengenai hal ini sangat penting karena asuransi ini merupakan fitur yang dimiliki oleh nasabah apabila membeli produk *Managed Unit Linked* tersebut.

9. Penyampaian Informasi Oleh Agen *Structured product* Bank X Kantor Cabang Malang Kepada Nasabah Tentang Informasi Lain Yang Diperlukan Nasabah Untuk Menilai Dan Mengambil Keputusan Terkait *Structured product*.

Tahap terakhir dalam melaksanakan kegiatan transparansi informasi tentang produk *Managed Unit Linked* pada Bank X Kantor Cabang Malang adalah penyampaian informasi oleh agen *Structured*

product Bank X Kantor Cabang Malang kepada nasabah tentang informasi lain yang diperlukan nasabah untuk menilai dan mengambil keputusan terkait *Structured product*.

Informasi yang disampaikan agen penjual dalam tahap ini adalah informasi mengenai masa jeda kepada nasabah. Masa jeda ini adalah suatu waktu yang diberikan oleh pihak Bank X Kantor Cabang Malang untuk nasabahnya guna mempelajari lebih lanjut tentang segala fitur, karakteristik, keuntungan, serta risiko yang nantinya akan dihadapi oleh nasabah apabila membeli produk *Managed Unit Linked* pada Bank X Kantor Cabang Malang.

Dalam memberikan masa jeda, Bank X Kantor Cabang Malang juga memberikan prospektus atau *term sheet*, dan *product highlight sheet* dari produk *Managed Unit Linked* pada Bank X Kantor Cabang Malang agar mempermudah nasabah untuk mempelajarinya.

Pada akhir dari pelaksanaan transparansi informasi penawaran produk *Managed Unit Linked*, Bank X Kantor Cabang Malang terkadang menyediakan kuisioner tertulis kepada seorang nasabah untuk menilai apakah semua informasi tentang produk *Managed Unit Linked* pada Bank X Kantor Cabang Malang telah dijalankan dan disampaikan oleh agen penjual produk *Managed Unit Linked* sesuai dengan peraturan yang berlaku. Disinilah terkadang masalah baru muncul, yaitu terkadang tidak semua informasi tentang produk *Managed Unit Linked* disampaikan dengan baik atau bahkan tidak disampaikan kepada nasabah.

Sesuai dengan wawancara yang dilakukan peneliti kepada salah seorang nasabah yang baru selesai ditawarkan produk *Managed Unit Linked* oleh agen penjualnya, beliau mengatakan bahwa :

“Ada yang nggak cocok mas, di kuisionernya tadi disebutin poin-poin apa aja yang harusnya disampein sama mas-masnya kepada saya. Tapi ada beberapa poin yang nggak disampein. Contohnya macam-macam risiko, tadi di kuisionernya ada risiko pasar atau apa ya saya lupa, tapi gak disampein sama mas-masnya itu.”⁶⁶

C. Hambatan Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product* Oleh Bank X Kantor Cabang Malang

1. Hambatan Yuridis

a) SK WAPERD dan Sertifikasi AAJI

SK WAPERD atau singkatan dari Surat Keterangan Wakil Agen Penjual Efek Reksa Dana merupakan Sertifikat yang wajib dimiliki oleh seorang agen apabila dia ingin menawarkan produk dari *Structured product*, yaitu *Managed Unit Linked* kepada nasabah dari Bank X Kantor Cabang Malang. Sertifikasi tersebut wajib dimiliki oleh seorang agen di Bank X Kantor Cabang Malang karena dalam melaksanakan transaksi *Structured product*, produk yang ditawarkan oleh Bank X Kantor Cabang Malang adalah produk Investasi berbentuk Reksa Dana yang meliputi asuransi yang bernama *Managed Unit Linked*

Tidak semua agen diperkenankan untuk menawarkan produk *Managed Unit Linked* kepada nasabah karena dia harus benar-benar faham

⁶⁶ Wawancara dengan Ibu M (calon nasabah Bank X Kantor Cabang Malang), tanggal 2 Juni 2016

tentang produk yang ditawarkan. Selain faham, seorang agen juga wajib memiliki SK WAPERD untuk menawarkan dan menjelaskan produk *Managed Unit Linked* kepada seorang nasabah.

Selain SK WAPERD, seorang agen produk *Managed Unit Linked* juga wajib memiliki Sertifikasi AAJI atau singkatan dari Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia. Hal tersebut merupakan suatu kewajiban bagi seorang agen karena pada produk *Managed Unit Linked*, selain berisi tentang investasi reksa dana, produk ini juga memberikan perlindungan asuransi jiwa bagi nasabah yang memiliki produk *Managed Unit Linked* ini. Oleh karena itu, selain memiliki SK WAPERD, seorang agen *Managed Unit Linked* juga harus memiliki Sertifikasi AAJI.

Syarat kepemilikan SK WAPERD dan Sertifikasi AAJI ini merupakan salah satu hambatan yang dimiliki oleh Bank X Kantor Cabang Malang dalam melaksanakan Transaksi *Structured product*. Hal tersebut menjadi hambatan karena Bank X Kantor Cabang Malang masih sedikit memiliki pegawai yang mempunyai SK WAPERD dan Sertifikasi AAJI. Sebenarnya ada beberapa pegawai yang telah memahami betul dan mampu untuk menawarkan serta menjelaskan segala informasi tentang produk *Managed Unit Linked* kepada nasabah. Namun sayangnya, pegawai-pegawai tersebut belum dapat diberi izin untuk menawarkan serta menjelaskan informasi tentang *Managed Unit Linked* karena agen tersebut belum memiliki SK WAPERD dan sertifikasi AAJI.⁶⁷

⁶⁷ Wawancara dengan Kepala Cabang Bank X Kantor Cabang Malang, tanggal 12 Mei 2016

Otoritas Jasa Keuangan mengeluarkan sebuah peraturan yang mengatur tentang SK WAPERD (Surat Keterangan Wakil Agen Penjual Efek Reksa Dana) pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 50/POJK.04/2015 Tentang Perizinan Wakil Agen Penjual Efek Reksa Dana. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan tersebut menerangkan tentang SK WAPERD dalam Pasal 2 sampai dengan pasal 11. Pasal tersebut menerangkan bahwa :

Bab II

Persyaratan Dan Perizinan Wakil Agen Penjual Efek Reksa Dana

Pasal 2

Untuk dapat memperoleh izin sebagai Wakil Agen Penjual Efek Reksa Dana orang perseorangan wajib:

- a. memiliki sertifikat lulus ujian kecakapan Wakil Agen Penjual Efek Reksa Dana yang diselenggarakan oleh asosiasi yang berkaitan dengan Reksa Dana atau memiliki sertifikat kecakapan profesi lain yang diakui oleh Otoritas Jasa Keuangan untuk melakukan kegiatan penjualan Efek Reksa Dana;
- b. cakap melakukan perbuatan hukum;
- c. memiliki akhlak dan moral yang baik; dan

- d. tidak pernah melakukan perbuatan tercela dan/atau dihukum karena terbukti melakukan tindak pidana di bidang keuangan atau Pasar Modal.

Pasal 3

Materi kecakapan dalam ujian dan sertifikat kecakapan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 huruf a paling sedikit meliputi:

- a. Struktur/kelembagaan Pasar Modal;
- b. Pengetahuan Efek;
- c. Pengetahuan tentang produk dan kegiatan Reksa Dana;
- d. Peraturan perundang-undangan di bidang Pasar Modal;
- e. Strategi pemasaran; dan
- f. Strategi investasi.

Pasal 4

Dalam hal dipandang perlu, Otoritas Jasa Keuangan dapat menambah materi kecakapan lainnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3

Pasal 5

Orang perseorangan yang memiliki izin sebagai Wakil Agen Penjual Efek Reksa Dana semata-mata berfungsi untuk memasarkan dan/atau menjual Efek Reksa Dana dan dilarang menjalankan fungsi sebagai Wakil Perusahaan Efek.

Pasal 6

Penjualan Efek Reksa Dana hanya dapat dilakukan oleh orang perseorangan yang memiliki izin sebagai Wakil Perusahaan Efek atau Wakil Agen Penjual Efek Reksa Dana.

BAB II

Tata Cara Permohonan Izin Wakil Agen Penjual Eefek Reksa Dana

Pasal 7

- (1) Permohonan izin sebagai Wakil Agen Penjual Efek Reksa Dana diajukan oleh pemohon kepada Otoritas Jasa Keuangan dengan menggunakan formulir Permohonan Izin Wakil Agen Penjual Efek Reksa Dana sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Otoritas Jasa Keuangan ini.
- (2) Permohonan izin sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib disertai kelengkapan dokumen sebagai berikut:
 - a. daftar riwayat hidup;
 - b. fotokopi Kartu Tanda Penduduk atau paspor;
 - c. fotokopi ijazah pendidikan formal terakhir;
 - d. sertifikat bukti telah mengikuti pendidikan dan pelatihan Wakil Agen Penjual Efek Reksa Dana (jika ada);
 - e. sertifikat bukti lulus ujian kecakapan Wakil Agen Penjual Efek Reksa Dana yang diselenggarakan oleh Asosiasi yang berkaitan dengan Reksa Dana atau sertifikat kecakapan profesi lain yang diakui oleh Otoritas Jasa Keuangan untuk melakukan kegiatan penjualan Efek Reksa Dana;

- f. referensi dari perusahaan tempat bekerja (jika ada);
- g. pasfoto berwarna terbaru ukuran 4x6 cm dengan latar belakang berwarna merah sebanyak 1 (satu) lembar; dan
- h. surat pernyataan pemohon yang menyatakan bahwa yang bersangkutan cakap melakukan perbuatan hukum, memiliki akhlak dan moral yang baik, dan tidak pernah melakukan perbuatan tercela dan/atau dihukum karena terbukti melakukan tindak pidana di bidang keuangan atau Pasar Modal sesuai dengan format Pernyataan Pemohon sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Otoritas Jasa Keuangan ini.

Pasal 8

Dalam hal permohonan izin sebagai Wakil Agen Penjual Efek Reksa Dana tidak lengkap atau tidak memenuhi syarat, maka paling lambat dalam jangka waktu 45 (empat puluh lima) hari sejak diterimanya permohonan tersebut, Otoritas Jasa Keuangan wajib memberikan surat pemberitahuan kepada pemohon yang menyatakan bahwa:

- a. Permohonan tidak lengkap; atau
- b. Permohonan ditolak.

Pasal 9

Pemohon yang tidak melengkapi kekurangan dokumen yang dipersyaratkan dalam waktu 45 (empat puluh lima) hari setelah tanggal surat pemberitahuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 huruf a,

dianggap telah membatalkan permohonan izin sebagai Wakil Agen Penjual Efek Reksa Dana.

Pasal 10

Dalam hal permohonan izin sebagai Wakil Agen Penjual Efek Reksa Dana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 telah memenuhi syarat, maka paling lambat dalam jangka waktu 45 (empat puluh lima) hari sejak diterimanya permohonan tersebut Otoritas Jasa Keuangan memberikan surat keputusan pemberian izin sebagai Wakil Agen Penjual Efek Reksa Dana.

Pasal 11

Dalam rangka penjualan Efek Reksa Dana, Wakil Perusahaan Efek atau Wakil Agen Penjual Efek Reksa Dana harus dapat menunjukkan bukti penugasan dari suatu Perusahaan Efek atau Agen Penjual Efek Reksa Dana.

Mengenai ijin kepemilikan Sertifikasi AAJI, AAJI (Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia) merupakan suatu lembaga pemerintahan yang memberikan sertifikasi/keabsahan dalam bidang Life Insurance (Asuransi Jiwa).

Lembaga tersebut merupakan suatu lembaga yang mengeluarkan sertifikat keAgenan bagi seseorang yang ingin menjadi Agen Asuransi Jiwa. Dengan adanya sertifikasi yang sah, maka pekerjaan yang di lakukan oleh seorang agen telah di terima ke-absahannya oleh pemerintah dan

seseorang agen tidak perlu ragu membuktikan kepada para nasabah bahwa mereka tidak akan melakukan tindakan penipuan.

Seseorang yang dapat di katakan sebagai seorang agen adalah mereka yang dimana telah mendapatkan sertifikat resmi AAJI. Sertifikat tersebut dapat di terima setelah seseorang telah mengikuti test yang di laksanakan oleh pihak AAJI. Tes tersebut dapat di lakukan dengan membayar Rp. 350.000 ke bank yang di tetapkan oleh AAJI dan pihak kantor asuransi yang seseorang tersebut bekerja akan mengurus proses lebih lanjut ke pihak AAJI.

b) Penyediaan Perjanjian Tertulis Transaksi *Structured product* Selain Bahasa Indonesia

Suatu perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal. Dari peristiwa ini, timbulah suatu hubungan antara dua orang tersebut yang dinamakan perikatan. Perjanjian itu menerbitkan suatu perikatan antara dua orang yang membuatnya. Dalam bentuknya, perjanjian itu berupa suatu rangkaian perkataan yang mengandung janji-janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dalam Buku ke IV pasal 1320 menyebutkan bahwa, Untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat :

- a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya

- b. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan
- c. Suatu hal tertentu
- d. Suatu sebab yang halal

Perjanjian antara Bank dengan nasabah dalam transaksi *Structured product* merupakan awal dari adanya kesepakatan seorang nasabah untuk membeli serta ketersediaan untuk menerima risiko serta mendapatkan keuntungan dari produk bank yang dia beli. Selain itu, perjanjian ini juga untuk menundukkan diri serta mematuhi segala ketentuan yang telah ditetapkan oleh pihak Bank.

Pasal 27 ayat (1) serta ayat (3) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 7/POJK.03/2016 Tentang Prinsip Kehati-Hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum, menyebutkan bahwa :

Ayat (1) : Kesepakatan antara Bank dengan Nasabah dalam melakukan transaksi *Structured product* wajib dituangkan dalam perjanjian tertulis

Ayat (3) : Perjanjian tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib disajikan dalam bahasa Indonesia dan ditandatangani oleh para pihak dengan menggunakan tanda tangan basah.

Ayat (3) menjelaskan bahwa perjanjian wajib disajikan dalam Bahasa Indonesia. Hal tersebut membuat Pihak Bank harus sedikit memutar otak karena harus ber improvisasi dengan menyediakan perjanjian tertulis dengan menggunakan Bahasa Internasional (Bahasa

Inggris). Perjanjian tersebut harus disediakan pihak bank untuk nasabahnya yang berasal dari luar Indonesia dan tidak mempunyai pemahaman mendalam tentang Bahasa Indonesia.

2. Hambatan Non Yuridis

a) Kurangnya Pemahaman Informasi Oleh Nasabah Karena Kurangnya Media Pemasaran Produk *Managed Unit Linked*

Informasi yang disampaikan kepada nasabah Produk *Managed Unit Linked* pada Bank X Kantor Cabang Malang harus sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 7/POJK.03/2016 Tentang Prinsip Kehati-Hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum dalam pasal 18, yang menjelaskan bahwa:

Dalam mengungkapkan informasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 ayat (2), Bank wajib mengungkapkan informasi mengenai *Structured product* yang paling sedikit meliputi:

- a. nama *Structured product* dan penerbit *Structured product*;
- b. karakteristik dan fitur dari *Structured product*;
- c. ilustrasi perhitungan bunga atau pendapatan atau margin keuntungan yang dapat diperoleh Nasabah dari *Structured product*;
- d. ilustrasi perhitungan risiko dan kerugian yang mungkin ditanggung Nasabah dari *Structured product*;
- e. biaya yang melekat dari *Structured product*;
- f. syarat dan kondisi *Structured product* yang meliputi antara lain:

1. jangka waktu;
2. tanggal efektif;
3. penyelesaian transaksi (transaction settlement);
4. penghentian transaksi sebelum jatuh tempo (early termination) yang meliputi paling sedikit:
 - a) kondisi yang dapat menyebabkan penghentian sebelum jatuh tempo;
 - b) prosedur untuk melakukan penghentian sebelum jatuh tempo; dan
 - c) mekanisme penyelesaian transaksi, yang meliputi perhitungan dan pembebanan biaya dan kerugian; dan
5. penyelesaian sengketa;
- g. pernyataan bahwa *Structured product* tidak bertentangan dengan ketentuan dan perundangundangan;
- h. informasi mengenai kejelasan cakupan program penjaminan atas *Structured product* dalam hal *Structured product* terkait kegiatan penghimpunan dana; dan
- i. informasi lain yang diperlukan Nasabah untuk menilai dan mengambil keputusan terkait *Structured product*.

Informasi tersebut diatas wajib disampaikan oleh agen penjual Produk *Managed Unit Linked* pada Bank X Kantor Cabang Malang. Dalam menyampaikan semua informasi diatas dalam kegiatan penawaran produk *Managed Unit Linked*, tentunya agen penjual membutuhkan suatu perlengkapan agar memudahkan dirinya dalam hal menjelaskan segala

informasi tentang produk *Managed Unit Linked*, serta memudahkan nasabah dalam menerima informasi yang telah dijelaskan oleh agen penjual. Namun, sayangnya Bank X Kantor Cabang Malang masih memiliki keterbatasan dalam hal penyediaan media pemasaran untuk memudahkan agen penjualnya dalam kegiatan penawaran produk *Managed Unit Linked*, serta media pemasaran yang dapat dibaca dengan mudah oleh calon nasabah produk *Managed Unit Linked*. Agen penjual hanya dapat menjelaskan ilustrasi menggunakan media komputer. Hal tersebut tentunya sangat menyulitkan agen penjual dalam melaksanakan kegiatannya yaitu melakukan penawaran produk *Managed Unit Linked* kepada nasabah. Mengingat, tidak semua nasabah memiliki kemampuan yang sama dalam menerima informasi yang disampaikan oleh agen penjual produk *Managed Unit Linked*. Hal tersebut tentunya dapat menimbulkan salah tafsir dalam penerimaan informasi tentang produk *Managed Unit Linked* pada Bank X Kantor Cabang Malang.

Seperti hasil wawancara peneliti dengan salah seorang nasabah yang selesai diberikan penawaran oleh agen penjual *Managed Unit Linked*, beliau menyampaikan bahwa:

“Beberapa poin tidak saya tangkap dengan baik dek, karna tidak ada ilustrasi tertulis yang diberikan oleh bank waktu penjelasan. Jadi, ya saya cuma bisa membayangkan seperti apa nantinya risiko sama keuntungan yang bakal saya dapat.”⁶⁸

⁶⁸ Wawancara dengan Bapak D (nasabah Bank X Kantor Cabang Malang), tanggal 26 Mei 2016

Sependapat dengan Bapak M, Ibu W juga menyampaikan kepada peneliti bahwa beliau susah untuk memprediksi risiko dan keuntungan seperti apa yang nantinya akan di dapat oleh beliau setelah membeli produk *Managed Unit Linked*. Beliau mengatakan bahwa:

“Agak susah mas tadi saya nerima penjelasan dari mas agennya. Tapi karna dilihat-lihat keuntungannya gede, ya saya tertarik untuk beli produk itu. Bisa investasi, dapat perlindungan asuransi jiwa lagi.”

D. Upaya Bank X Kantor Cabang Malang Dalam Mengatasi Hambatan Pelaksanaan Transparansi Informasi Dalam Kegiatan *Structured product*

1. Upaya Mengatasi Hambatan Yuridis

a) Mengadakan Pelatihan Untuk Pegawai

Bagi Bank X Kantor Cabang Malang, pegawai merupakan suatu aset yang sangat berharga untuk turut serta memajukan kualitas Bank tersebut demi keberlangsungan berjalannya kegiatan perbankan yang dilakukan oleh Bank ini.⁶⁹ Oleh karena itu, Bank X Kantor Cabang Malang ini mengadakan suatu pelatihan internal untuk pegawai yang mereka miliki. Hal tersebut dilakukan agar dalam melakukan kegiatan perbankan serta melaksanakan kegiatan transparansi informasi, seorang pegawai yang berhadapan dengan nasabah dapat menjelaskan secara rinci segala suatu informasi tentang produk perbankan yang ditawarkan kepada nasabah. Informasi tersebut meliputi keuntungan serta risiko apabila

⁶⁹ Wawancara dengan Kepala Cabang Bank X Kantor Cabang Malang, tanggal 12 Mei 2016

seorang nasabah akan membeli suatu produk perbankan yang telah ditawarkan oleh suatu Bank.

Khususnya untuk penawaran produk *Managed Unit Linked* Bank wajib memiliki pegawai yang mempunyai pemahaman serta kemampuan untuk dapat menjelaskan secara rinci kepada nasabahnya. Mengingat dalam hal penawaran produk *Managed Unit Linked*, bank harus benar benar berhati-hati dalam menjelaskan produk tersebut. Karena, produk tersebut merupakan suatu gabungan dua unsur perbankan yang tidak menghapus satu pun risiko yang dimiliki oleh produk perbankan tersebut.

Tujuan dari pelatihan WAPERD dan AAJI ini adalah agar para wakil agent penjual yang bekerja di bank dapat lebih memahami dasar-dasar investasi dan peraturan yang berkaitan dengan investasi reksa dana serta mampu melewati ujian sertifikasi dengan nilai yang memuaskan.

Konsultasi dan Pelatihan ini bertujuan agar setelah mengikuti konsultasi dan latihan secara intensif diharapkan peserta mempunyai pengetahuan dan kecakapan yang menjadi dasar bidang pekerjaan sebagai tenaga penjual Reksa Dana, membantu peserta dalam menempuh Ujian Kecakapan Profesi WAPERD dan Sertifikasi AAJI dan Menimba pengalaman dari para praktisi yang sudah berpengalaman di bidangnya masing-masing.

Pelatihan yang diberikan oleh Bank X Kantor Cabang Malang ini, merupakan suatu hal yang dilaksanakan agar pegawai yang mereka miliki, bisa mendapatkan Sertifikasi WAPERD dan AAJI agar mendapatkan izin untuk menjadi seorang agen dan dapat menawarkan serta menjelaskan

informasi tentang produk *Managed Unit Linked*. Karena, seorang pegawai belum boleh menawarkan produk *Managed Unit Linked* untuk nasabah apabila dia belum memiliki Sertifikasi WAPERD dan AAJI.⁷⁰

b) Menyediakan Perjanjian Tertulis Transaksi *Structured product*

Dalam Bahasa Internasional

Nasabah merupakan suatu unsur yang dapat menimbulkan dampak yang besar pada berjalannya sistem perbankan pada suatu Bank. Oleh karena itu, Bank X Kantor Cabang Malang selaku penyedia layanan perbankan kepada nasabah, berusaha sebaik mungkin untuk menyediakan kebutuhan yang selalu di inginkan serta dibutuhkan oleh nasabah.⁷¹ Tidak sedikit nasabah Bank X Kantor Cabang Malang pada produk *Managed Unit Linked* berasal dari luar Indonesia. Hal tersebut merupakan suatu kebanggaan bagi Bank X Kantor Cabang Malang. Karena, merupakan suatu bukti bahwa Bank X Kantor Cabang Malang juga diterima dan dipercaya oleh Warga Negara Asing yang berdomisili di Indonesia.

Namun, tidak hanya berhenti disitu. Bank X Kantor Cabang Malang juga memiliki suatu kewajiban untuk menyediakan kebutuhan nasabahnya untuk tetap menjaga kepercayaan serta kesetiaan nasabahnya yang berasal dari Indonesia maupun luar Indonesia.

Salah satu hal yang dilakukan oleh Bank X Kantor Cabang Malang adalah dengan menyediakan perjanjian tertulis mengenai produk *Managed Unit Linked* dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Internasional (bilingual).

⁷⁰ Wawancara dengan Kepala Cabang Bank X Kantor Cabang Malang, tanggal 12 Mei 2016

⁷¹ Wawancara dengan Kepala Cabang Bank X Kantor Cabang Malang, tanggal 12 Mei 2016

Penyediaan perjanjian tertulis dalam bahasa Internasional tersebut bukan tanpa alasan. Karena, nasabah dari Bank X Kantor Cabang Malang tidak sedikit merupakan nasabah yang berasal dari luar Indonesia dan kepemilikan produk *Managed Unit Linked* tidak dibatasi hanya untuk warga Indonesia.

Selain itu, penyediaan perjanjian ini juga untuk melaksanakan transparansi dalam kegiatan perjanjian sebelum berjalannya transaksi suatu produk perbankan agar nasabah dapat memahami apa saja isi dari perjanjian tentang transaksi produk perbankan yang akan dia beli. Penyediaan perjanjian tertulis ini dilakukan untuk menjaga kepercayaan nasabah kepada Bank X Kantor Cabang Malang.

Kepercayaan nasabah merupakan suatu kepuasan tersendiri bagi Bank X Kantor Cabang Malang.⁷² Hal tersebut merupakan suatu semangat tersendiri bagi seluruh pihak yang menjalankan sistem perbankan yang berjalan di Bank X Kantor Cabang Malang.

2. Upaya Mengatasi Hambatan Non Yuridis

a) Menyediakan Media Promosi

Promosi berasal dari kata bahasa Inggris *promote* yang berarti “meningkatkan” atau “mengembangkan”. Pengertian tersebut jika digunakan dalam bidang penjualan berarti alat untuk meningkatkan omzet penjualan. Pengertian promosi dapat dipandang berbeda dalam hal produsen dan konsumen. Bagi produsen, promosi adalah kegiatan untuk

⁷² *Ibid*

menginformasikan produk atau jasa, membujuk konsumen untuk membeli serta mengingatkan para konsumen untuk tidak melupakan produk. Sementara bagi konsumen, pengertian promosi adalah komunikasi antara produsen dan konsumen. Kegiatan promosi adalah salah satu cara perusahaan (barang/jasa) untuk meningkatkan volume penjualan produknya.

Selain pengertian di atas, menarik juga untuk disimak pengertian promosi yang pernah diuraikan oleh beberapa ahli, diantaranya:

- a. Menurut Stanton : Promosi adalah kegiatan memberikan informasi kepada konsumen, memengaruhi, dan menghibur khalayak ramai.⁷³
- b. Menurut Saladin : Promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang digunakan untuk memberitahukan, mengingatkan, dan membujuk konsumen tentang produk perusahaan.⁷⁴
- c. Menurut Swastha : Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.⁷⁵
- d. Menurut Zimmerer : Promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk memengaruhi mereka

⁷³ William J Stanton, **Prinsip Pemasaran**, Erlangga, Jakarta: Edisi ke Tujuh, Alih Bahasa Y. Lamarto, 1993, hlm 38

⁷⁴ Djaslim Saladin, **Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran**, Linda Karya Cetakan Ketiga, Bandung, 2003, hlm 77

⁷⁵ Basu Swastha, **Manajemen Pemasaran Modern**, Edisi Kedelapan, Liberty, Yogyakarta, 1991, hlm 43

agar membeli barang atau jasa tersebut yang mencakup publisitas, penjualan perorangan dan periklanan.

Dari beberapa pengertian promosi di atas, maka dapat kita simpulkan bahwa promosi merupakan kegiatan pemasaran dan penjualan dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa, dan ide dari perusahaan dengan cara memengaruhi para konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.⁷⁶

Bank X Kantor Cabang Malang dalam menawarkan produk *Managed Unit Linked* juga menggunakan beberapa media untuk menarik minat serta perhatian nasabahnya untuk membeli atau setidaknya menanyakan seperti apa karakteristik dan keuntungan yang akan didapatnya apabila membeli produk tersebut. Beberapa media yang digunakan oleh Bank X Kantor Cabang Malang untuk mempromosikan produk *Managed Unit Linked* diantaranya:

(a) Media Elektronik

Media elektronik yang dipakai oleh Bank X Kantor Cabang Malang untuk mempromosikan produk *Managed Unit Linked* adalah dengan menggunakan sarana TV yang telah disediakan dan ditempatkan pada sisi ruangan yang strategis. Kelebihan penggunaan media elektronik ini adalah Produk yang di iklankan pada TV lebih menarik, karena terdapat beberapa ilustrasi keuntungan serta pengemasan tayangan serta mempunyai durasi yang lama.

⁷⁶ Freddy Rangkuti, **Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing**, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2009, hlm. 60

(b) Media Cetak

Media cetak adalah suatu media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Media ini terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar atau foto dalam tata warna dan halaman putih.⁷⁷ Beberapa media cetak yang dibuat oleh Bank X Kantor Cabang Malang untuk menarik minat nasabahnya adalah :

- 1) Brosur atau *Flyer*, merupakan media iklan yang dicetak berisi berbagai hal secara rinci mengenai produk yang ditawarkan. Brosur/pamflet ini bisa berbentuk selebar kertas yang dicetak bolak-balik, satu muka saja ataupun berbentuk buku kecil tidak dijilid (dilipat), bisa terdiri dari satu halaman saja, dua halaman, ataupun empat halaman. Ada yang terdiri satu lipatan, dua lipatan atau lebih.⁷⁸ Media cetak ini ditempatkan oleh Bank X Kantor Cabang Malang biasanya di meja *Customer Service* dan meja *Teller*
- 2) Poster, merupakan media iklan yang dicetak satu muka saja dan biasanya ditempel di tempat-tempat strategis. Poster biasanya dibaca oleh orang-orang yang bergerak, sedangkan brosur bisa dibaca sambil duduk dan dibagikan di tempat-tempat publik. Berbeda dengan brosur atau *flyer*, poster biasanya diletakkan pada dinding atau pada papan informasi yang telah disediakan oleh Bank X Kantor Cabang Malang karena ukurannya yang lebih besar dari brosur atau *flyer*.

⁷⁷ Rhenald Kasali, *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta, 1995, hlm. 99

⁷⁸ <http://webbisnis.com/macam-macam-media-iklan-untuk-promosi/> diakses tanggal 4 Juni 2016 Jam 15:22

Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Tujuan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

1) Menginformasikan

- a) Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru
- b) Memperkenalkan cara pemakaian produk yang baru dari suatu produk
- c) Menyampaikan perubahan harga pada pasar
- d) Memperjelas cara kerja suatu produk
- e) Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan
- f) Meluruskan kesan yang keliru
- g) Mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli
- g) Membangun citra perusahaan

2) Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*) untuk :

- a) Membentuk pikiran merk
- b) Mengalihkan pikiran ke merk tertentu
- c) Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk
- d) Mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga
- e) Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga

3) Mengingat (premind) terdiri atas :

- a) Mengingatkan pembeli bahwa produksi yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat
- b) Mengingatkan pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan
- c) Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan⁷⁹

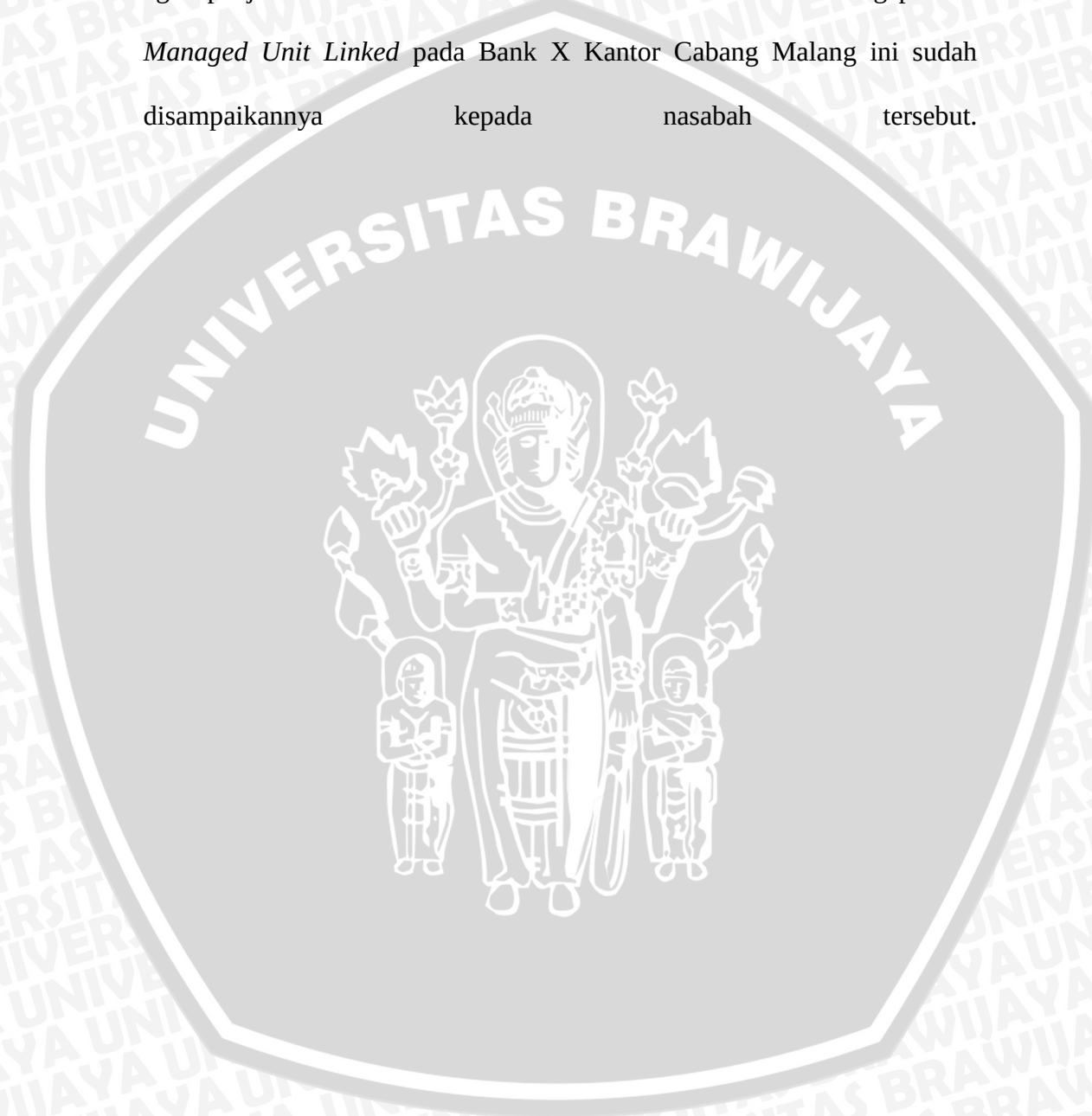
Selain menyediakan promosi produk *Managed Unit Linked* dalam berbagai media, Bank X Kantor Cabang Malang juga mengharuskan agen penjual produk *Managed Unit Linked* pada Bank X Kantor Cabang Malang ini untuk dapat menyampaikan informasi sesuai dengan informasi yang dapat diterima dengan baik oleh seorang nasabah dalam kegiatan penawaran produk *Managed Unit Linked*. Keharusan penyampaian informasi tersebut berupa penggunaan bahasa Indonesia yang baik ataupun bahasa yang dapat dimengerti serta dipahami oleh nasabah yang bersangkutan.

Memberikan pertanyaan berupa “apakah ada informasi yang dibutuhkan lagi Bapak/Ibu?” merupakan salah satu upaya agen penjual produk *Managed Unit Linked* pada Bank X Kantor Cabang Malang untuk memastikan bahwa nasabah yang bersangkutan benar-benar menerima informasi tentang produk *Managed Unit Linked* yang agen tersebut sampaikan dengan baik.

Terkadang, melakukan presentasi ulang merupakan jalan yang diambil oleh agen penjual untuk memberikan pemahaman tentang segala

⁷⁹ Khairul Maddy, **Jenis-Jenis Promosi**, Chama Digital, Jakarta, 2010, hlm. 45

karakteristik, fitur, keuntungan, serta risiko kepada nasabah. Mengingat, *Structured product* merupakan transaksi yang berisiko tinggi. Selain itu, melakukan presentasi ulang adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh agen penjual untuk memastikan bahwa semua informasi tentang produk *Managed Unit Linked* pada Bank X Kantor Cabang Malang ini sudah disampaikan kepada nasabah tersebut.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pelaksanaan kegiatan transparansi informasi dalam kegiatan *Structured product*, dalam hal ini produk *Managed Unit Linked* pada Bank X Kantor Cabang Malang masih belum sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 7/POJK.03/2016 Tentang Prinsip Kehati-Hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum khususnya pada Pasal 17 dan Pasal 18. Transparansi informasi tentang semua informasi yang meliputi karakteristik, fitur, keuntungan, serta risiko sangat diperlukan dalam menawarkan suatu produk perbankan kepada nasabahnya. Beberapa informasi yang belum disampaikan secara baik dan transparan kepada nasabahnya mencakup manfaat dan keuntungan dari produk bank yang ditawarkan, serta risiko yang nantinya akan dihadapi pihak nasabah atas produk *Managed Unit Linked* pada Bank X Kantor Cabang Malang. Masalah yang ditemui di lokasi penelitian adalah kurangnya ilustrasi informasi secara tertulis oleh pihak Bank X Kantor Cabang Malang untuk mempermudah agen dalam melakukan penawaran dan pemahaman seorang nasabah atas produk perbankan yang ditawarkan.
2. Hambatan dalam pelaksanaan kegiatan transparansi informasi produk *Managed Unit Linked* pada Bank X Kantor Cabang Malang diantaranya sedikitnya pegawai yang memiliki SK WAPERD dan

Sertifikasi AAJI, penyediaan perjanjian tertulis transaksi *Structured product* selain Bahasa Indonesia dan kurangnya pemahaman informasi oleh nasabah karena kurangnya media pemasaran produk *Managed Unit Linked*.

B. Saran

1. Otoritas Jasa Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan sebagai pemegang kendali berjalannya kegiatan *Structured product* supaya lebih mensosialisasikan kegiatan *Structured product* yang berbeda atau tidak sama dengan produk Bank agar masyarakat dapat memahami tentang *Structured product* meskipun bukan nasabah dari suatu Bank. Selain itu Otoritas Jasa Keuangan dapat memberikan bantuan berupa pelatihan kepada agen penjual *Structured product* untuk lebih memahami dan detail dalam menyampaikan dan menawarkan setiap produknya kepada nasabah.

2. Bank

Bank dapat membantu jalannya kegiatan *Structured product* dengan melakukan pengawasan terhadap segala kegiatan penawaran yang dilakukan oleh agen penjual.

3. Nasabah

Lebih aktif dalam kegiatan penawaran *Structutred Product* yang akan dibelinya, nasabah harus memperhatikan penjelasan tentang segala informasi mengenai produk yang ditawarkan oleh agen penjual *Structured product* agar tidak terjadi kesalahpahaman atau beda penafsiran dalam pelaksanaan transaksi *Structured product* nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Abdulkadir Muhammad, **Hukum Perusahaan Indonesia**, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010
- Abdurrachman, **Ensiklopedia Ekonomi Keuangan Perdagangan**, PT Pradnya Paramita, Jakarta, 1993
- Bambang Sunggono, **Metodologi Penulisan Hukum**, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1997
- Bambang Sunggono, **Metode Penulisan Hukum**, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002
- Bambang Sunggono, **Metodologi Penulisan Umum**, Rajawali Pers Citra Niaga Buku Perguruan Tinggi, Jakarta, 2002
- Basu Swastha, **Manajemen Pemasaran Modern**, Edisi Kedelapan, Liberty, Yogyakarta, 1991,
- Bramantyo Djohanputro, **Manajemen Risiko Korporat**, PPM. Manajemen, Jakarta, 2008
- Djaslim Saladin, **Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran**, Linda Karya Cetakan Ketiga, Bandung, 2003
- Djoko Imbawani Atmadja, **Hukum Dagang Indonesia**, Setara Press, Malang, 2011
- Frans Hendra Winarta, **Hukum Penyelesaian Sengketa**, Sinar Grafika, Jakarta, 2012
- Freddy Rangkuti, **Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing**, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2009
- Hammer, Carter, dan Usry, **Akuntansi Biaya**, Edisi 11, Jakarta, Erlangga, 1994
- Herman Darmawi, **Manajemen Asuransi**, Jakarta, Bumi Aksara, 2004
- Herman Darmawi, **Manajemen Risiko**, Bumi Aksara, Jakarta, 2005
- Hermansyah, **Hukum Perbankan Nasional Indonesia**, Cetakan 6, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2011
- Husein Umar, **Metode Riset Komunikasi Organisasi**, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003

John C. Hull, **Risk Management and Financial Institutions**, USA: Pearson Prentice Hall, 2007

Ketut Rindjin, **Pengantar Perbankan dan Lembaga Keuangan Bukan Bank**, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003

Khairul Maddy, **Jenis-Jenis Promosi**, Chama Digital, Jakarta, 2010

K.R. Subramanyam dan John J. Wild, **Analisis Laporan Keuangan**, Jakarta, Salemba Empat, 2004

Lukman Santoso, **Hak dan Kewajiban Hukum Nasabah Bank**, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2011

Masyhudi Ali, Asset Liability Management, **Menyiasati Risiko Pasar dan Risiko Operasional dalam Perbankan**, Jakarta, PT. Elex Media Komptindo Kelompok Gramedia, 2004

Mukti Fajar & Yulianto Achmad, **Dualisme Penulisan Hukum Normatif dan Empiris**, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2010

Nurdin Usman, **Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum**, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002

Rhenald Kasali, **Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia**, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta, 1995

Soerjono Soekanto, **Pengantar Penulisan Hukum**, UI Press, Jakarta, 2005

Sugiyono, **Memahami Penulisan Kualitatif**, Alfabeta, Bandung, 2005

Sugiyono, **Metode Penulisan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**, CV. Alfabeta, Bandung, 2013

Suhardi, G. **Usaha perbankan dalam perspektif Hukum**, Cetakan V, Kanisius, Yogyakarta, 2003

Thomas Suyatno, **Kelembagaan Perbankan**, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1988

Waspodo & Handaru, **Bisnis Internasional. Sebuah pendekatan kultural**. Jakarta, Mitra Wacana Media, 2002

William J Stanton, **Prinsip Pemasaran**, Erlangga, Jakarta: Edisi ke Tujuh, Alih Bahasa Y. Lamarto, 1993

Zulkarnain Sitompul, **Lembaga Penjamin Simpanan, Substansi dan Permasalahan**, Books Terrace & Library, Bandung, 2007

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN :

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang No.10 Tahun 1998 tentang Perbankan

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 7/POJK.03/2016 Tentang Prinsip Kehati-Hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum

Peraturan Bank Indonesia No. 11/26/PBI/ 2009 Tentang Prinsip Kehati-hatian Dalam Melaksanakan Kegiatan *Structured product* Bagi Bank Umum

Peraturan Bank Indonesia No. 7/6/PBI/2005 Tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 50/POJK.04/2015 Tentang Perizinan Wakil Agen Penujual Eefek Reksa Dana

INTERNET :

Kamus Besar Bahasa Indonesia

Kamus Bisnis dan Bank

https://carapedia.com/pengertian_definisi_perbankan_info2114.html, diakses pada tanggal 15 April 2016 Jam 09:45

<http://kusaiguru.blogspot.co.id/2011/03/4-produk-produk-perbankan.html>, diakses pada tanggal 6 April 2016 jam 16:30

<http://www.bi.go.id/id/iek/produk-jasa-perbankan/jenis/Documents/StructeredProductfinal.pdf>, diakses pada tanggal 6 April 2016 jam 17:32

<http://webbisnis.com/macam-macam-media-iklan-untuk-promosi/> diakses tanggal 4 Juni 2016 Jam 15:22

<http://www.detik88.com/2015/09/maksud-dan-tujuan-serta-asas-asas-good.html>, diakses tanggal 9 Juni 2016 jam 04:15