

# TINJAUAN TENTANG PERJANJIAN TERTUTUP (*TYING AGREEMENT*) DALAM KEGIATAN *BANCASSURANCE* ANTARA BANK DAN ASURANSI DI BIDANG HUKUM PERSAINGAN USAHA

Intan Sekar Arum

E-mail: intansekararum08@gmail.com

Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta

Hernawan Hadi

E-mail: hernawanhadi@gmail.com

Universitas Sebelas Maret Surakarta

---

## Article Information

**Keywords:** *Bancassurance; Business Competition; Tying Agreement.*

**Kata Kunci:** *Bancassurance; Persaingan Usaha; Tying Agreement.*

---

## Abstract

*This article aims to find out about the alleged tying agreement in bancassurance activities between banks and insurance in the field of business competition law. The research method used is normative legal research which is perspective and applied. The approach used is a statutory approach, using primary legal materials and secondary legal materials. The data analysis technique uses a syllogism with a deductive reasoning pattern. The implementation of bancassurance in Indonesia so far has been in accordance with existing regulations and the role of banks in this collaboration as a marketing medium for these products. However, there is still a need for definite legal force from various related institutions to realize fair and good business competition.*

## Abstrak:

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui mengenai dugaan perjanjian tertutup (*tying agreement*) dalam kegiatan *bancassurance* antara bank dan asuransi dalam bidang hukum persaingan usaha. metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif yang bersifat perspektif dan terapan. Pendekatan yang digunakan menggunakan pendekatan perundang-undangan dengan menggunakan bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Teknik analisis data menggunakan silogisme yang berpola piker deduktif. Pelaksanaan *bancassurance* di Indonesia sejauh ini telah sesuai dengan peraturan yang ada dan peran bank dalam kerjasama ini sebagai media pemasaran dari produk tersebut. Namun tetap dibutuhkan kekuatan hukum yang pasti dari berbagai lembaga terkait untuk mewujudkan persaingan usaha yang sehat dan baik.

## A. Pendahuluan

Pertumbuhan dunia usaha dan bisnis di Indonesia menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Pada era globalisasi seperti saat ini, kegiatan perekonomian berputar sangat cepat di masyarakat, yang berakibat pada berkembangnya sistem ekonomi pasar. Perkembangan ini mengakibatkan meningkatnya dunia persaingan usaha yang terjadi antar pelaku usaha. Hal tersebut dilakukan tidak lain untuk mampu bertahan di pasar. Setiap aktivitas di dunia bisnis dapat dipastikan adanya persaingan (*competition*). Semakin banyaknya pelaku usaha yang ada mendorong ketatnya persaingan usaha.

Hal tersebut yang melandasi pemerintah membuat Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (selanjutnya disebut UU Anti Monopoli). Substansi ketentuan UU Anti Monopoli tersebut mencakup pengaturan anti monopoli dan persaingan usaha dengan segala aspek yang terkait. Secara umum dapat dikatakan bahwa hukum persaingan usaha merupakan hukum yang mengatur segala sesuatu yang berkaitan dengan persaingan usaha. Pelaksanaan UU Anti Monopoli diawasi dan dilakukan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang dibentuk berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia No.75 tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Menurut ketentuan umum yang terdapat dalam Pasal 1 angka 18 UU Anti Monopoli, Komisi Pengawas Persaingan Usaha adalah komisi yang dibentuk untuk mengawasi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya agar tidak melakukan praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Salah satu bentuk perilaku anti persaingan yang menjadi perhatian dalam UU Anti Monopoli yaitu melakukan perjanjian tertutup (*tying agreement*) dengan maksud untuk menyingkirkan atau memastikan usaha pesaing lain di pasar.

Persaingan di dunia usaha merupakan hal yang wajar, karena melalui persaingan tersebut dunia akan terpacu untuk meningkatkan kualitas dan inovasinya. Salah satu bentuk inovasi dalam pemasaran produk asuransi yang bekerjasama dengan pihak bank yaitu *bancassurance* yang mana sebetulnya merupakan aktivitas bisnis berupa kerjasama pemasaran antara perusahaan asuransi dengan pihak bank bertindak sebagai agen asuransi yang menjual penjualan produk-produk asuransi mitranya didalam jangkauan wilayah pemasaran bank. Melalui kerjasama ini, pihak bank dan perusahaan asuransi sama-sama memperoleh keuntungan. Pihak bank dalam hal ini akan memperoleh keuntungan dengan mendapatkan *fee based income*, sementara pihak asuransi memperoleh mitra untuk memperluas lingkup pemasaran produknya (Munir Fuady, 1999: 10).

Menurut Nur'ainani dalam penelitiannya yang berjudul Prinsip Transparansi Pada Kegiatan *Bancassurance* Terkait Adanya Perjanjian Tertutup, *Bancassurance* merupakan aktivitas bisnis berupa kerjasama pemasaran antara perusahaan asuransi dengan pihak bank dimana bank bertindak sebagai agen asuransi yang menjual penjualan produk asuransi mitranya di dalam jangkauan wilayah pemasaran bank (Nur'ainani Marsono, 2017: 4). Selain itu menurut Diana Fitriana dalam penelitiannya yang berjudul Manajemen Risiko Perbankan dan Dugaan Tindakan Perjanjian Tertutup (*Tying Agreement*) Dalam Kegiatan Kerjasama *Bancassurance* Antara Bank dan Asuransi, menyatakan bahwa *Bancassurance* sebagai produk hasil kerjasama antara bank dengan asuransi yang telah ditawarkan kepada masyarakat di Indonesia masih banyak pihak yang

menganggap sebagai suatu kerjasama yang belum memiliki kekuatan landasan hukumnya sehingga dikhawatirkan akan menimbulkan permasalahan.

Berdasarkan uraian diatas, artikel ini membahas mengenai *bancassurance* dengan berfokus pada analisis mengenai ada tidaknya praktik perjanjian tertutup (*tying agreement*) dalam hal pemasaran produk antara bank dan asuransi.

## B. Metode Penelitian

Dalam penelitian hukum ini guna mendapatkan hasil yang tepat dan baik. Penulis menggunakan jenis penelitian hukum normatif atau doktrinal. Penelitian hukum normatif penelitian berdasarkan bahan-bahan hukum (*library based*) yang fokusnya pada membaca dan mempelajari bahan-bahan hukum primer dan sekunder. (Peter Mahmud Marzuki, 2014:34-35). Dalam penelitian hukum ini, peneliti dapat mengidentifikasi bahwa pendekatan yang digunakan adalah pendekatan undang-undang (*statue approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Serta menggunakan teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan. Teknik analisis bahan hukum dalam penelitian ini adalah deduksi silogisme dengan premis mayornya adalah *bancassurance* dan premis minornya adalah perjanjian tertutup (*tying agreement*). Dari kedua premis tersebut saling dihubungkan kemudian dapat ditarik konklusi mengenai kesesuaian uraian fakta yang ada.

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

### 1. Pelaksanaan *Bancassurance* antara Bank dan Asuransi yang Berlangsung di Indonesia

Dalam UU Anti Monopoli Pasal 1 angka 5 menjelaskan pengertian pelaku usaha. Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan hukum baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan usaha dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi. Model persaingan usaha diakui merupakan alternatif untuk membangun perekonomian. Pada praktiknya sendiri di Indonesia, meskipun masih tergolong suatu kerjasama ekonomi yang baru, namun *bancassurance* telah menunjukkan pencapaian yang cukup menjanjikan. Namun karena masih merupakan suatu kegiatan baru, pengaturan yang lebih spesifik dan pembahasan yang lebih mendalam tentang *bancassurance* sangat diperlukan demi menjaga kelancaran dalam menjalankan praktik *bancassurance* di Indonesia. Terbentuk dan disahkannya Anti Monopoli membawa iklim usaha Indonesia ke dalam era baru dimana pengaturan tentang persaingan usaha di Indonesia telah dikodifikasi dan telah terbentuk sebuah lembaga yang diamanatkan undang-undang untuk mengawasi berjalannya UU Anti Monopoli, yaitu Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Pelaksanaan undang-undang tersebut diharapkan dapat memupuk budaya berbisnis yang jujur dan sehat sehingga dapat terus-menerus mendorong dan meningkatkan daya saing diantara pelaku usaha.

Memasuki bangunan *bancassurance*, dijelaskan bahwa *bancassurance* merupakan suatu istilah yang kini merupakan istilah umum dalam dunia perbankan Indonesia. Pada dasarnya, *bancassurance* telah lama dipraktikkan oleh negara-negara di dunia, namun belum secara eksplisit menggunakan nama *bancassurance*. Bank di berbagai negara di Eropa seperti Spanyol, Inggris dan Perancis telah memulai melakukan penjualan dan pemasaran produk asuransi dan mendapatkan keuntungan dari kegiatan tersebut sejak beberapa decade yang lalu. Meskipun demikian, pada masa awal penerapan metode kerjasama ini masih terkendala berbagai hal. Salah satunya adalah adanya larangan bagi bank untuk menjual produk asuransi. Hal ini seperti terjadi di Spanyol. Hingga kemudian larangan tersebut dicabut pada tahun 1991. Dalam membahas *bancassurance*, perlu diketahui terlebih dahulu perihal sistem perbankan yang digunakan dalam suatu negara. Perbedaan tersebut akan sangat mempengaruhi produk-produk bank yang dapat dijual di suatu negara dan yang tidak dapat. Sehingga pengertian *bancassurance* dapat dibedakan menjadi dua. Pengertian pertama mengatakan *bancassurance* adalah bank yang dapat menawarkan produk bank, produk asuransi dan produk investasi kepada nasabah. Sementara itu, pengertian yang kedua menyatakan bahwa *bancassurance* adalah istilah Perancis untuk penjualan produk asuransi melalui jalur distribusi bank.

Ditinjau dari segi fungsinya, *bancassurance* merupakan suatu contoh produk kerjasama silang untuk memperluas jaringan bisnis antar lembaga keuangan. Bagi pihak perusahaan asuransi, *bancassurance* merupakan cara untuk memperluas cakupan atau kapasitas distribusi produknya dengan memanfaatkan kepercayaan masyarakat pada bank. Sementara bagi pihak bank keberadaan *bancassurance* dapat menggantikan pendapatan yang hilang dari besarnya *margin* bunga bank. Selain itu, bank juga menawarkan kenyamanan bagi nasabahnya untuk kemudahan melakukan berbagai transaksi dan pembelian produk di bidang keuangan. Melalui kerjasama ini, pihak bank dan perusahaan asuransi sama-sama diuntungkan. Pihak bank memperoleh keuntungan dengan mendapatkan *fee based income*, yaitu pendapatan bank dari kegiatan pemberian jasa perbankan tertentu. Dan juga keuntungan dalam bentuk rekening nasabah akan di-debit secara otomatis oleh bank sejumlah premi asuransi secara tetap dalam tempo tertentu. Biaya dari pen-debit-an inilah yang merupakan pendapatan bagi bank terkait. Pihak bank juga memperoleh keuntungan dengan pengendapan dana yang dapat “diputar” kembali di pasar uang. Pada sisi lain, pihak asuransi memperoleh mitra untuk memperluas lingkup pemasaran produknya.

Transparansi informasi mengenai produk bank sangat diperlukan untuk memberikan kejelasan pada nasabah mengenai berbagai karakteristik yang ada di dalam produk tersebut. Penyampaian informasi secara transparan juga merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan *good governance* pada industri perbankan dan memberdayakan nasabah. Transparansi kepada nasabah yang dimaksud adalah berupa penyampaian mengenai informasi apa saja yang harus diketahui oleh nasabah mengenai suatu produk *bancassurance*. Informasi yang harus diketahui nasabah pada produk *bancassurance* tidak hanya pada saat nasabah tersebut telah memilih untuk membeli atau mengikuti

salah satu produknya. Tetapi penyampaian informasi yang transparan harus secara jelas disampaikan oleh staf *bancassurance* sebelum dilakukannya persetujuan pembelian atau keikutsertaan nasabah atas suatu produk *bancassurance*. Informasi ini dapat memberikan dampak yang signifikan untuk meningkatkan efisiensi dari konsumen dalam memilih produk serta meningkatkan kesetiaannya terhadap produk tertentu, sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan yang memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian, pemenuhan hak ini akan menguntungkan baik konsumen maupun produsen.

Penyampaian informasi yang dimaksud harus disampaikan secara transparan sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/6/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah 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. Informasi mengenai jangka waktu;
- h. Penerbit Produk Bank.

Semakin berkembangnya kegiatan kerjasama pemasaran asuransi dengan bank (*bancassurance*), disadari bahwa kegiatan tersebut selain memberikan manfaat juga berpotensi menimbulkan berbagai risiko, terutama risiko hukum dan risiko reputasi. Risiko Reputasi adalah suatu risiko yang abstrak dan berbentuk intangible asset bagi perusahaan. Contoh tanda-tanda reputasi yang telah terkena adalah apabila nama perusahaan yang tercemar telah dimuat sebuah headline surat kabar atau media masa lainnya. Permasalahan yang timbul akibat *bancassurance* dapat mempengaruhi reputasi yang buruk bagi Bank maupun Perusahaan Asuransi yang menerbitkan produk *bancassurance*. Sejatinya, disadari atau tidak, selama ini bank-bank secara tidak langsung telah lama menjadi alat pengembangan pasar produk asuransi. Misalnya, dengan adanya kebutuhan untuk mengasuransikan potensi risiko pelunasan kredit yang telah disalurkan kepada debiturnya, kebutuhan untuk mengasuransikan jaminan-jaminan (*collateral*) yang menjadi jaminan pelunasan utang debitur bank tersebut. Termasuk juga asuransi untuk menjamin risiko kehilangan jiwa, dan bentuk-bentuk produk asuransi lain yang dibutuhkan oleh bank untuk perlindungan kepentingannya dari potensi kerugian.

Oleh karena itu, konsolidasi kekuatan antara perusahaan asuransi dengan pihak bank semakin berkembang di Indonesia. Ini tidak saja terbatas hanya pada bank dan perusahaan asuransi yang berada dalam satu grup yang sama, akan tetapi juga yang berbeda kepemilikan. Dalam praktiknya, langkah untuk mengikutsertakan bank dalam pemasaran produk asuransi ini dapat dilakukan dengan cara membuka *counter* khusus perusahaan asuransi mitra di bank tersebut termasuk juga kantor-kantor cabangnya, atau

dapat juga dilakukan dengan mendidik ataupun mengkombinasikan kemampuan serta tugas penjualan produk tersebut pada staf bank yang berhubungan langsung dengan para nasabah. Atau, dapat juga dilakukan dengan menghadirkan tenaga perencana keuangan yang akan memberikan nasihat-nasihat perencanaan keuangan serta paket perlindungan resiko melalui produk asuransi yang dijualnya.

## **2. Analisis Pelaksanaan *Bancassurance* Terkait dengan Dugaan *Tying Agreement* oleh Bank dan Perusahaan Asuransi di Indonesia**

Lahirnya suatu ide *bancassurance* merupakan suatu kerjasama antara lembaga keuangan perbankan dengan perusahaan asuransi yang disebabkan adanya tuntutan atas kebutuhan nasabah yang mendesak pada bank untuk mempertahankan kelangsungan usaha perbankan yang menginginkan rasa aman serta kepastian akan fasilitas kredit pinjaman yang dikeluarkan oleh bank sebagai salah satu produk kegiatan usaha yang disediakan bank bagi para nasabahnya. Keuntungan dalam kerjasama ini tidak hanya menekan pada bank maupun perusahaan asuransi, namun juga pada nasabah yang diberikan layanan keuangan '*one stop shop*' yang artinya nasabah bank dapat memperoleh beberapa layanan dalam satu tempat. Bank dapat menyertakan produk asuransi dengan kebutuhan nasabah.

Dari sisi hukum, *bancassurance* merupakan aktivitas hukum yang timbul dari perjanjian antara perusahaan asuransi dengan pihak Bank dimana Bank sepakat untuk bertindak sebagai agen penjualan produk-produk asuransi di dalam wilayah jangkauan pasar yang dimiliki oleh Bank tersebut. Dari hasil penjualan produk asuransi tersebut, Bank akan mendapatkan pembayaran dalam bentuk *fee* ataupun komisi dalam jumlah yang telah disepakati. Terlihat bahwa hubungan hukum yang terbangun antara pihak perusahaan asuransi dengan pihak Bank lebih pada hubungan keagenan dimana pihak Bank bertindak sebagai agen yang menjual produk-produk asuransi mitra berkontraknya, di wilayah aktivitasnya sebagai Bank. *Tying agreement* terjadi apabila suatu perusahaan mengadakan perjanjian dengan pelaku usaha lainnya yang berada pada level yang berbeda dengan mensyaratkan penjualan ataupun penyewaan suatu barang atau jasa hanya akan dilakukan apabila pembeli atau penyewa tersebut juga akan membeli atau menyewa barang lainnya. Melalui praktik *tying agreement*, pelaku usaha dapat melakukan perluasan kekuatan monopoli yang dimiliki pada *tying product* (barang atau jasa yang pertama kali dijual) ke *tied product* (barang atau jasa yang dipaksa harus dibeli juga oleh konsumen).

Bagi konsumen yang tidak paham mengenai praktik *tying agreement*, mungkin ketika dia membeli suatu produk dan kemudian mendapatkan tambahan produk lain, dianggap sebagai suatu hadiah. Padahal sesungguhnya harga yang ia bayarkan merupakan harga dari kedua produk yang dia terima tersebut. Praktik *tying agreement* juga dapat membuat konsumen kesulitan dalam menentukan harga sebenarnya dari produk yang dia beli, dimana sebelumnya dia hanya ingin membeli satu produk, tetapi karena dipaksa harus membeli produk yang lain sehingga membuat konsumen menjadi bingung berapa harga



dari masing-masing produk. Terdapat beberapa tujuan dari *tying agreement*. Pertama, untuk mempersulit masuk pasar. Kedua, untuk meningkatkan penghasilan dengan menggunakan kekuatan monopoli pada salah satu barang atau jasa.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan ada dua alasan yang menyebabkan praktik *tying agreement* tersebut dilarang, yaitu: pelaku usaha yang melakukan praktek *tying agreement* tidak menghendaki pelaku usaha lain memiliki kesempatan yang sama untuk bersaing secara fair dengan dia terutama pada *tied product*, dan kedua adalah pelaku usaha yang melakukan praktik *tying agreement* juga telah menghilangkan hak konsumen untuk memilih secara merdeka barang yang ingin mereka beli. Tindakan *bancassurance* belum dapat dikategorikan sebagai *tying agreement* yang melanggar hukum persaingan usaha khususnya UU Anti Monopoli.

Dalam skema *bancassurance* ini, konsekuensi perikatan yang timbul dari penjanjian asuransi yang dijual bank terhadap nasabahnya tersebut bukanlah menimbulkan perikatan antara si nasabah dengan bank tersebut. Tetapi, perikatan yang timbul tetap antara si nasabah (yang berubah menjadi tertanggung dalam kontrak asuransi) dengan perusahaan asuransi penerbit. Jadi sebagai agen penjualan, secara hukum bank tidak menggantikan posisi perusahaan asuransi sebagai pihak penanggung dalam *bancassurance*. Dalam kerjasama ini, pihak bank bukanlah sebagai pihak yang memproduksi jasa pertanggungan tersebut dan kemudian menjualnya kepada para konsumen atau nasabahnya, melainkan hanya sebagai alat ataupun agen yang merupakan perpanjangan tangan dari perusahaan asuransi kepada nasabah/calon tertanggung.

Maka dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa *bancassurance* yang berlaku di Indonesia selama ini masih memperhatikan peraturan yang menjadi titik acuan, yaitu UU Anti Monopoli. Dalam beberapa kasus yang terjadi di Indonesia bukan karena regulasi yang kurang jelas namun karena pelaku usaha itu sendiri yang kurang memahami adanya UU Anti Monopoli. Perusahaan asuransi yang melakukan kerjasama dengan bank harus memperoleh persetujuan Menteri. Serta bank juga harus mematuhi ketentuan-ketentuan terkait semua hal yang ada di bidang perbankan dan perasuransian, antara lain ketentuan Bank Indonesia yang berhubungan dengan manajemen risiko, rahasia bank, transparansi produk, dan ketentuan otoritas pengawas perasuransian terutama mengenai *bancassurance*.

## D. Simpulan

*Bancassurance* yang dilakukan antara bank dan perusahaan asuransi di Indonesia sejauh ini mengedepankan peraturan UU Anti Monopoli dan telah sesuai dengan kaidah aturan yang lain. Kerjasama ini dilakukan oleh bank dan perusahaan asuransi tidak lain hanya untuk mengikat nasabah agar lebih efektif, efisien serta mempermudah masyarakat. Kerjasama yang dilakukan oleh bank dan perusahaan asuransi dalam hal produk *bancassurance* merupakan tindakan kerjasama usaha yang menggabungkan kedua produk dalam satu wadah. Sejatinya, pihak bank bukanlah sebagai pihak yang memproduksi jasa pertanggungan/asuransi dan kemudian

menjualnya kepada nasabah. Namun, hanya sebagai alat atau agen yang merupakan perpanjangan tangan dari perusahaan asuransi kepada nasabah atau calon tertanggung.

## E. Saran

1. Kepada pemerintah, dalam hal ini presiden untuk membuat peraturan pemerintah dalam rangka memperjelas Pasal 15 tentang Perjanjian Tertutup (*Tying Agreement*) dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
2. Kepada lembaga terkait seperti Otoritas Jasa Keuangan dan Komisi Pengawas Persaingan Usaha untuk mengawasi lebih dalam bank dan perusahaan asuransi dalam menjalankan kerjasama *bancassurance*.

## F. Daftar Pustaka

### Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

### Buku

Abdulkadir Muhammad. 2002. *Hukum Asuransi Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Galuh Puspaningrum. 2013. *Hukum Persaingan Usaha Perjanjian dan Kegiatan yang dilarang dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.

Gunawan Widjadja. 2002. *Seri Hukum Bisnis: Merger dalam Perspektif Monopoli*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

I Nyoman Tjager. 2003. *Corporate Governance: Tantangan dan Kesempatan bagi Komunitas Bisnis Indonesia*. Jakarta: PT Prenhallindo.

Indriyo Gitisudarno. 1998. *Pengantar Bisnis Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPEE- Yogyakarta.

Kasmir. 2002. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

M. Umar Chapra. 2008. *Corporate Governance Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.

Peter Mahmud Marzuki. 2014. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Premada Media Grup.

Sentosa Sembiring. 2008. *Hukum Perbankan*. Bandung: CV Mandar Maju.

### Jurnal

Davin Wahyu Ramadhan. 2018. "Prinsip Transparansi dalam Rangka Perlindungan Hukum bagi Nasabah di Bank Syariah". *Journal of Notarial Law*. Volume 1 Nomor 1, May 2018. Surabaya: Fakultas Hukum Universitas Airlangga.



- Diana Fitriana. 2017. “Manajemen Risiko Perbankan dan Dugaan Tindakan Perjanjian Tertutup (*Tying Agreement*) dalam Kegiatan Kerjasama *Bancassurance* Antara Bank dan Asuransi”. *Jurnal De Jure*. Volume 1 Nomor 1, Desember 2017. Cirebon: Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Cirebon.
- Indirani Wauran Wicaksono. 2015. “Aktivitas *Bancassurance* dalam Dunia Perbankan: Adakah Praktik Bundling yang Melanggar Hukum Persaingan Usaha”. *Refleksi Hukum Jurnal Ilmu Hukum*. Volume 9 Nomor 1, April 2015. Salatiga: Fakultas Hukum Universitas Kristen Satya Wacana.
- Joey Allen Fure. 2016. “Fungsi Bank sebagai Lembaga Keuangan di Indonesia Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan”. *Lex Crimen E-Journal*. Volume 5, April-Juni 2016. Manado: Sam Ratulangi.
- Lastuti Abubakar, Tri Handayani. 2017. “Perkembangan Transaksi Perbankan dan Implikasinya terhadap Pembaruan Hukum Perdata di Indonesia”. *Justitia Jurnal Hukum* Volume 1, Nomor 2. Oktober 2017. Surabaya: Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Yanti Sugiyanti Sendy Ramanian. 2015. “Implementasi *Good Corporate Governance* Perbankan untuk Mencegah Praktik Monopoli terhadap Perusahaan Asuransi”. *E-Journal Universitas Swadaya Gunung Jati* Jilid 1, Nomor 1. Desember 2015. Cirebon: Universitas Swadaya Gunung Jati.

### Skripsi

- Irfan Dhiya Ardiawan. 2017. “*Analysis on the Bancassurance Product in the Case of Late Claim Payments*”. *Skripsi*. Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Prapanca Robiyyan Pambudi. 2018. “Pengaruh *Bancassurance* terhadap Profitabilitas Bank di Indonesia”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.

### Tesis

- Nur'ainani Marsono. 2017. “Prinsip Transparansi pada Kegiatan *Bancassurance* Terkait Adanya Perjanjian Tertutup”. *Tesis*. Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Irmika Ngesti Handayani. 2006. “Karakteristik Perjanjian Kerjasama *Bancassurance*”. *Tesis*. Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Surabaya.

### Internet

- Ditha Wiradiputra, S.H. “Pengantar Hukum Persaingan Usaha”. [https://staff.ui.ac.id/system/files/users/ditha.wiradiputra61/material/materikul\\_iahphu2005.pdf](https://staff.ui.ac.id/system/files/users/ditha.wiradiputra61/material/materikul_iahphu2005.pdf) [Diakses pada tanggal 1 Desember 2020, Pukul 21:53 WIB].
- SimulasiKredit.com. “Sistem Ekonomi Pasar”. <https://www.simulasikredit.com/apa-itu-sistem-ekonomi-pasar> [Diakses pada tanggal 1 Desember 2020, Pukul 19:28 WIB].