

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Risiko adalah sebuah beban kerugian yang diderita oleh Hidup penuh dengan risiko, baik risiko yang terduga maupun yang tidak terduga, banyak kejadian dalam hidup yang dapat menyebabkan kerugian bagi seseorang bahkan dapat mengakibatkan hilangnya nyawa seseorang. Risiko seperti ini akan selalu ada dan rentan terjadi pada setiap orang, baik dalam dunia kerja, pendidikan, hingga dunia kesehatan. Oleh sebab itu, mereka mencoba untuk mengatasi risiko yang mungkin akan terjadi pada dirinya melalui mekanisme yang disebut dengan asuransi. Asuransi begitu penting bagi sebagian masyarakat maka kebutuhan akan jasa perasuransian makin dirasakan, baik oleh perorangan maupun dunia usaha di Indonesia. Asuransi merupakan sarana finansial dalam dalam tata kehidupan rumah tangga, baik dalam menghadapi risiko mendasar seperti risiko kematian, atau dalam menghadapi risiko atas harta benda yang dimiliki seseorang yang diakibatkan karena suatu peristiwa yang terjadi di luar kesalahan yang dilakukan, misalnya terjadinya kecelakaan yang menimpa seseorang dalam perjalanan di darat, di laut, maupun di udara. Jika kerugian yang diderita kecil dan dapat ditutup dengan uang simpanan, maka kerugian tersebut tidak terlalu membebani bagi diri seseorang. Namun lain halnya apabila uang simpanan yang dimiliki tidak mencukupi untuk menutup kerugian tersebut, maka seseorang akan benar-benar menderita dalam mengatasi hal tidak diinginkan yang menimpa dirinya. Itulah sebabnya mengapa jaminan perlindungan terhadap diri seseorang sangat diperlukan dalam rangka mengantisipasi diri dari hal-hal yang akan terjadi di luar dugaan tersebut

Jaminan perlindungan terhadap risiko dapat dirasakan seseorang apabila seseorang tersebut telah menanggungkan dirinya pada suatu usaha yang bergerak di bidang jasa, yaitu asuransi. Poerwadarminta menegaskan bahwa “Asuransi dalam hal ini adalah pertanggungan (perjanjian antara dua pihak, pihak yang satu akan membayar uang kepada pihak lain, bila terjadi kecelakaan dan sebagainya, sedangkan pihak lain akan membayar iuran).”¹

Pengertian asuransi atau pertanggungan terdapat di dalam pasal 246 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang yang menyatakan bahwa:

“Asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian dengan mana seorang penanggung mengikatkan diri kepada seorang tertanggung, dengan menerima suatu premi, untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin akan diderita karena suatu peristiwa yang tak tertentu.”

Menurut Djoko Prakoso pengertian asuransi atau pertanggungan dalam Pasal 246 KUHD dapat disimpulkan adanya 3 (tiga) unsur dalam asuransi , yaitu:

1. Pihak tertanggung atau dalam bahasa Belanda disebut dengan “Verzekering” yang mempunyai kewajiban membayar uang premi kepada pihak penanggung (Verzekering), sekaligus atau dengan berangsur-angsur.
2. Pihak penanggung mempunyai kewajiban untuk membayar sejumlah uang kepada pihak tertanggung, sekaligus atau berangsur-angsur apabila maksud unsur ketiga 3 (tiga) berhasil.
3. Suatu kejadian yang semula belum jelas akan terjadi.²

Selain dalam KUHD, pengaturan asuransi juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian pasal 1 angka 1 dijelaskan yang dimaksud dengan asuransi yakni:

“Asuransi adalah perjanjian antara dua pihak, yaitu perusahaan asuransi dan pemegang polis, yang menjadi dasar bagi penerimaan premi oleh perusahaan asuransi sebagai imbalan untuk:

- a. memberikan penggantian kepada tertanggung atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita tertanggung atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti; atau

¹W.J.S. Poerwadarminta,1986,*Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, hlm.63

²Djoko Prakoso,2004, *Hukum Asuransi Indonesia*, PT Rineka Cipta, Jakarta, hlm.2

b. memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya tertanggung atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya tertanggung dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.”

Di Indonesia, banyak terdapat perusahaan yang bergerak di bidang asuransi, perusahaan-perusahaan tersebut berlomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah pemakai jasa asuransi. Tidak heran jika perusahaan asuransi memberikan inovasi baru dalam peluncuran produknya untuk menarik perhatian para nasabah. Salah satu perusahaan yang memberikan inovasi baru adalah PT Asuransi Jiwa Central Asia Raya yang mengusung sistem pemasaran 3i-Network dalam menjual produk asuransi Carlink Pro. Carlink Pro merupakan salah satu produk asuransi yang dijual oleh PT Asuransi Jiwa Central Asia Raya. Carlink Pro merupakan produk asuransi berjangka dan investasi, dimana dana nasabah dikelola pada reksadana dengan tujuan memaksimalkan hasil jangka panjang dengan tetap menjaga tingkat resiko sesuai dengan kondisi ekonomi mikro dan makro. Singkatnya Carlink Pro adalah asuransi unit link yang memberikan proteksi jiwa sekaligus investasi.

Produk asuransi Carlink Pro akan dijual oleh agen asuransi melalui program jaringan pemasaran yang bernama 3i-Network. 3i-Network merupakan singkatan dari *Insurance, Investment, Income* dan *network* yang berarti jaringan. Artinya melalui 3i-Network nasabah bisa mendapatkan asuransi, investasi dan pendapatan melalui sistem keagenan yang tergabung dalam jaringan 3i-Network.

PT. Asuransi Jiwa Central Asia Raya menjual asuransi Carlink Pro yang dikemas oleh 3i-Network dengan mekanisme pemasaran *Multi Level Marketing* yang merupakan bagian dari penjualan langsung. Pengertian penjualan langsung (*Direct Selling*) terdapat dalam ketentuan Pasal 1 Peraturan Menteri

Perdagangan Republik Indonesia Nomor:32/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung menyebutkan bahwa :

”Penjualan Langsung (*Direct Selling*) adalah metode dan/atau jasa tertentu melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh mitra usaha yang bekerja atas dasar komisi dan/atau bonus berdasarkan hasil penjualan kepada konsumen di luar lokasi eceran tetap.”

Sistem pemasaran *Multi Level Marketing* merupakan salah satu bagian dari penjualan langsung, hal ini terdapat di dalam Pasal 3 ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2019 tentang Distribusi Barang Secara yang menyatakan bahwa :

“Penjualan langsung sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan cara :

- a. Penjualan langsung secara satu tingkat (*Single Level Marketing*)
- b. Penjualan langsung secara multi tingkat (*Multi Level Marketing*)”

Pengertian dari *Multi Level Marketing* menurut Pasal 1 angka 3 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2019 tentang Distribusi Barang Secara Langsung yang menyatakan bahwa:

”Penjualan Langsung secara Multi Tingkat (*Multi Level Marketing*) adalah penjualan Barang tertentu melalui jaringan pemasaran berjenjang yang dikembangkan oleh Penjual Langsung yang bekerja atas dasar Komisi dan/atau Bonus berdasarkan hasil penjualan Barang kepada Konsumen.”

Sistem penjualan langsung dapat menjual produk dengan lebih efisien dan efektif kepada pasar melalui inovasi di bidang pemasaran dan distribusi. Benny Santoso menyatakan bahwa “Sistem *Multi Level Marketing* berusaha memperpendek jalur yang ada pada sistem penjualan konvensional dengan cara mempersingkat jarak antara produsen dan konsumen.”³

³Benny Santoso, 2003, *All About MLM: Memahami Lebih Jauh MLM dan Pernak-Perniknya* Penerbit Andi, Yogyakarta, hlm. 28.

Sistem pemasaran *Multi Level Marketing* sangat bergantung pada keaktifan agen asuransi dalam mengembangkan jaringan pemasaran. Pengertian agen asuransi terdapat dalam Pasal 1 angka 28 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasiransian menyatakan bahwa “Agen asuransi adalah orang yang bekerja sendiri atau bekerja pada badan usaha, yang bertindak untuk dan atas nama Perusahaan Asuransi atau Perusahaan Asuransi Syariah dan memenuhi persyaratan untuk mewakili Perusahaan Asuransi atau Perusahaan Asuransi Syariah memasarkan produk asuransi atau produk asuransi syariah”

3i-Network dijalankan oleh agen asuransi dengan sistem *Multi Level Marketing* yang merupakan bagian dari penjualan langsung (*Direct Selling*) dengan merekrut nasabah dan nasabah ini secara otomatis akan menjadi agen untuk mengembangkan jaringan 3i-Network tersebut. Pengembangan jaringan yang dilakukan oleh agen asuransi yang menjadikan PT Asuransi Jiwa Central Asia Raya merupakan perusahaan dengan kegiatan usaha perdagangan barang atau jasa dengan sistem penjualan langsung sesuai dengan ketentuan isi pasal Pasal 1 angka (9) Peraturan Menteri Perdagangan No. 32 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung.

“Pasal 1 angka (9) Peraturan Menteri Perdagangan No. 32 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung menyatakan bahwa “Perusahaan adalah badan usaha yang berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan usaha perdagangan barang dan/atau jasa dengan sistem penjualan langsung”

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Silvia Yusli selaku Staff administrasi PT Asuransi Jiwa Central Asia Raya Cabang Padang, menurut Silvia Yusli “ Izin usaha selain dari OJK, PT AJ Central Asia Raya juga memiliki SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) dan SITU (Surat Izin Tempat Usaha). PT AJ Central Asia Raya tidak memiliki SIUPL (Surat Izin Usaha Penjualan Langsung). “⁴. Wawancara tersebut menyatakan bahwa izin usahan

⁴ Berdasarkan informasi dari Ibu Silvia Yusli, *Staff Admin*, PT Asuransi Jiwa Central Asia Raya Cabang Padang, wawancara pra penelitian 9 Januari 2020

yang diperoleh oleh PT AJ Central Asia Raya tidak menyebutkan bahwa perusahaan tersebut memperoleh Surat Izin Usaha Penjualan Langsung yang seharusnya dimiliki oleh perusahaan tersebut karena sistem penjualan produk 3i-netwok memakai sistem penjualan langsung sehingga PT Asuransi Jiwa Central Asia Raya melanggar ketentuan Pasal 9 angka (1) Peraturan Menteri Perdagangan No. 32 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung yang menyatakan bahwa “Setiap perusahaan wajib memiliki SIUPL.”

SIUPL merupakan singkatan dari surat izin usaha penjualan langsung yang merupakan surat izin untuk dapat melaksanakan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung. Perusahaan yang dimaksud oleh pasal tersebut yaitu perusahaan yang melakukan kegiatan usaha perdagangan barang atau jasa dengan sistem penjualan langsung. PT Asuransi jiwa Central Asia Raya seharusnya memiliki SIUPL tersebut karena metode penjualan produk asuransi yang digunakan yaitu penjualan langsung dengan sistem Multi Level Marketing. Namun problema terjadi karena dalam pasal 21 huruf i Peraturan Menteri Perdagangan No. 32 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung yang menyatakan bahwa perusahaan yang telah memiliki SIUPL, dilarang melakukan kegiatan :

“Usaha perdagangan yang terkait dengan penghimpunan dana masyarakat.”

Pasal 21 huruf i tersebut melarang usaha perdagangan yang menghimpun dana dari masyarakat dilarang menggunakan metode penjualan langsung dengan sistem Multi Level Marketing. Usaha perdagangan yang terkait dengan penghimpunan dana masyarakat sebagaimana yang telah disebutkan termasuk

dalam usaha asuransi sesuai dengan pengertian yang terdapat dalam situs OJK, yaitu:

“ usaha jasa keuangan yang dengan menghimpun dana masyarakat melalui pengumpulan premi dan penjualan polis asuransi memberikan perlindungan kepada masyarakat pemakai jasa asuransi terhadap kemungkinan timbulnya kerugian karena suatu peristiwa yang tidak pasti atau terhadap hidup atau meninggalnya seseorang.”⁵

PT Asuransi Jiwa Central Asia Raya secara administrasi melanggar Pasal 9 angka 1 Menteri Perdagangan No. 32 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung, walaupun kemudian hari perusahaan tersebut memiliki SIUPL perusahaan asuransi tidak dibenarkan untuk melakukan penjualan produk asuransi dengan sistem penjualan langsung dengan sistem Multi Level Marketing yang telah ditegaskan dalam Pasal 21 huruf i. Masalah yang terjadi ditengah masyarakat adalah produk asuransi Carlin Pro yang dijual oleh agen asuransi dengan program pemasaran 3i-network mengklaim bahwa dengan membeli Carlink Pro konsumen dapat memperoleh tabungan ajaib. Menurut salah satu website milik Brahm Anuga yang menyatakan bahwa 3i-Network membohongi konsumen dengan iming-iming menabung, atau mengiming-imingi dengan pendapatan dan sukses bila bergabung dengan 3i-Network.⁶

Menurut pasal 4 huruf h Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sesuai dengan semestinya. Sudah menjadi kewajiban pelaku usaha untuk memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/jasa yang diterima atau dimanfaatkan

⁵ <http://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/Pages/Asuransi>. Diakses pada Minggu, 10 Januari 2020

⁶ <https://bahasbisnis.com/2020/03/03/awas-banyak-korban-kebohongan-di-car-3i-network/> diakses pada tanggal 11 januari 2020

tidak sesuai dengan perjanjian (Pasal 7 huruf g Undang-Undang Perlindungan Konsumen). Selanjutnya, disebutkan dalam Pasal 8 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 9 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga mengatur hal yang serupa, bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan, memproduksi, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar. Lebih jauh, dalam menawarkan barang dan/atau jasa ini, pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai (Pasal 10 Undang-Undang Perlindungan Konsumen) :

1. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
2. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
3. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
4. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
5. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Jika pelaku usaha melanggar ketentuan-ketentuan di atas, ada ancaman pidana yang dapat dikenakan yang diatur didalam Pasal 62 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Berdasarkan uraian diatas terlihat bahwa terjadi pelanggaran terkait izin usaha penjualan langsung oleh PT Asuransi Jiwa Central Asia Raya terhadap Pasal 9 angka (1) Peraturan Menteri Perdagangan No. 32 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung dan perlindungan konsumen dalam hal ini sangat penting karena adanya pembiaran oleh pemerintah yang dapat memicu kerugian terhadap konsumen karena pembelian produk asuransi jiwa yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang ada sehingga penulis merasa terdorong untuk mengkaji dan meneliti lebih lanjut tentang perlindungan hukum

terhadap konsumen dalam transaksi *Multi Level Marketing* pada PT Asuransi Jiwa Central Asia Raya cabang Kota Padangyang tidak sesuai antara praktik dengan peraturan yang ada.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka permasalahan yang akan diangkat adalah sebagai brikut :

1. Mengapa terjadi pelaksanaan penjualan langsung dengan sistem *Multi Level Marketing* pada PT Asuransi Jiwa Central Asia Raya padahal melanggar peraturan?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *Multi Level Marketing* pada PT Asuransi Jiwa Central Asia Raya cabang Padang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui alasan terjadinya pelaksanaan penjualan langsung dengan sistem *Multi Level Marketing* pada PT Asuransi Jiwa Central Asia Raya padahal melanggar peraturan
2. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *Multi Level Marketing* pada PT Asuransi Jiwa Central Asia Raya cabang Padang

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat melatih kemampuan penulis secara ilmiah dan menuliskan hasil penelitian tersebut kedalam bentuk tulisan. Serta penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi mahasiswa dan dosen dalam memperkaya perkembangan ilmu hukum bisnis dalam hal kajian yang ditulis oleh penulis yakni mengenai pelaksanaan asuransi dengan sistem *multi level marketing* pada PT. Asuransi Jiwa Central Asia Raya Cabang Padang

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dalam menjadi acuan bagi Menteri Perdagangan untuk mengeluarkan peraturan yang lebih spesifik mengenai asuransi dengan sistem pemasaran *Multi Level Marketing* sehingga pelaksanaan seperti ini dapat lebih diawasi dengan baik.

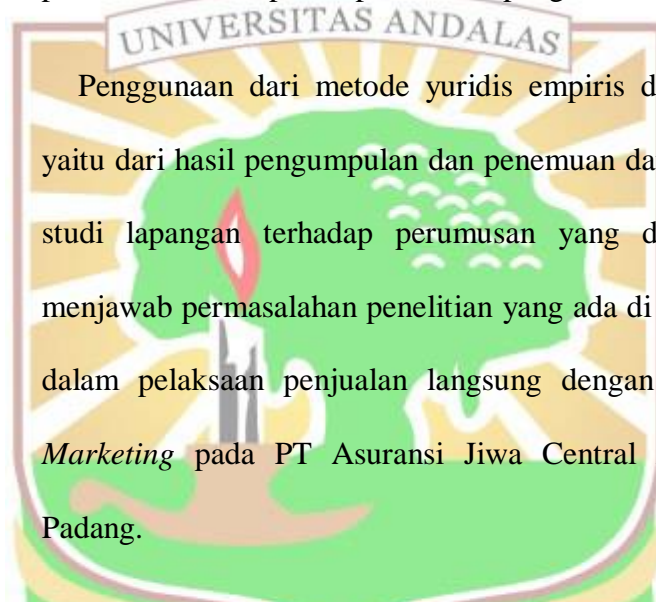
E. Metode Penelitian

Menurut Seorjono Soekanto, penelitian merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisa, dilakukan secara metodologi, sistematis, dan konsisten. Metodologis berarti sesuai dengan metode atau cara tertentu, sistematis adalah berdasarkan suatu sistem, sedangkan konsisten berarti berdasarkan tidak adanya hal-hal yang bertentangan dalam suatu kerangka tertentu. Penelitian hukum merupakan suatu kegiatan ilmiah, yang didasarkan pada metode, sistematika dan pemikiran tertentu, yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu,

yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu, dengan jalan menganalisisnya.⁷

1. Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis empiris yaitu cara prosedur yang dipergunakan untuk memecahkan masalah penelitian dengan meneliti data sekunder terlebih dahulu untuk kemudian dilanjutkan dengan mengadakan penelitian terhadap data primer di lapangan.⁸



Penggunaan dari metode yuridis empiris dalam penelitian ini, yaitu dari hasil pengumpulan dan penemuan data informasi melalui studi lapangan terhadap perumusan yang dipergunakan dalam menjawab permasalahan penelitian yang ada di dalam penelitian ini dalam pelaksanaan penjualan langsung dengan sistm *Multi Level Marketing* pada PT Asuransi Jiwa Central Asia Raya Cabang Padang.

2. Sifat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini, maka penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif. Dikatakan deskriptif, karena penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran tentang alasan pelaksanaan penjualan langsung dengan sistem *Multi Level Marketing* pada PT. Asuransi Jiwa Central Asia Raya cabang Kota Padang padahal melanggar peraturan.

⁷Soerjono Soekanto, 1998, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, hlm. 42

⁸ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, 1985, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Rajawali Pers, Jakarta, hlm 52

Menurut Amiruddin Penelitian deskriptif, artinya “penelitian yang memberikan data tentang suatu keadaan atau gejala-gejala sosial yang berkembang di tengah-tengah masyarakat sesuai dengan fakta dan tanpa adanya rekayasa, sehingga dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memperoleh gambaran yang menyeluruh, lengkap, dan sistematis tentang objek yang diteliti.”⁹

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang peneliti gunakan adalah :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Sumber data ini bisa diperoleh dari responden atau subyek penelitian, dari hasil wawancara, observasi, dan lain sebagainya. Data primer pada penelitian ini diperoleh dari wawancara dengan para pemegang polis 3i-network, dan *marketing* dari perusahaan asuransi PT. Asuransi Jiwa Central Asia Raya.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data ini juga dapat diperoleh dari data primer penelitian terdahulu yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar, dan sebagainya. Data sekunder ini bersifat melengkapai, biasanya data sekunder ini sangat membantu periset bila data primer terbatas atau sulit diperoleh .Terdapat dua kategori data sekunder, yaitu internal data dan eksternal data.Internal data adalah data yang diperoleh dari dalam organisasi atau

⁹ Amiruddin dan Zainal Asikin, 2004, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, PT Raja Grafindo, Jakarta, , hlm. 25

lembaga sendiri dan hasilnya digunakan oleh lembaga itu sendiri, sedangkan eksternal data adalah data yang diperoleh dari sumber luar. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari jurnal-jurnal yang berkaitan dengan penelitian, sehingga nantinya dapat digunakan untuk mendukung penelitian.

Sumber data yang peneliti gunakan adalah :

a. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang dilakukan dalam kehidupan sehingga mengetahui kondisi yang sebenarnya dilapangan, dan pada hakekatnya penelitian lapangan merupakan metode untuk menemukan secara spesifik dan realis tentang kehidupan masyarakat. Jadi tujuan dari Penelitian lapangan (*field research*) adalah untuk memecahkan masalah-masalah praktis dalam masyarakat.

Penelitian lapangan ini dilakukan di PT Asuransi Jiwa Central Asia Raya cabang Padang.

Menurut Suharismi Arikunto “Penelitian Lapangan (*Field Research*) adalah suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan”.¹⁰

b. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian ini menggunakan data kepustakaan yang bersumber antara lain:

1. Perpustakaan Universitas Andalas
2. Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Andalas

¹⁰ Suharismi Arikunto, 1995, *Dasar – Dasar Research*, Tansooto, bandung, hlm 58

4. Pengumpulan Data

a. Studi Dokumen

Studi dokumen adalah teknik yang digunakan didalam suatu penelitian dengan cara mempelajari teori-teori erhubungan dengan masalah yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pengumpul data utama, bagi penelitian hukum dapat meliputi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier, kemudiandikaitkan dengan data yang diperoleh di lapangan.

Menurut pendapat Hadari Nawawi“Studi dokumen bagi penelitian hukum meliputi studi bahan-bahan hukum yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Dalam penelitian kualitatif, teknik ini berfungsi sebagai alat pengumpul data utama, karena pembuktian hipotesanya dilakukan secara logika dan rasional melalui pendapat, teori, atau hukum-hukum yang diterima kebenarannya, baik yang menolak maupun yang mendukung hipotesa tersebut.”¹¹

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Kitab Undang-undang hukum perdata, Kitab Undang-undang hukum dagang, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian, Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No.23 Tahun 2015 tentang Produk Asuransi dan Pemasaran Produk Asuransi, Peraturan Menteri Perdagangan No. 32 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung

b. Wawancara

¹¹ Hadari Nawawi, 1991, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, hlm. 133

Tanya Jawab langsung antara peneliti dengan responden atau informan. Sebelum peneliti melakukan wawancara, peneliti mempersiapkan daftar pertanyaan yang disusun secara terstruktur. Wawancara akan dilakukan dengan agen 3i- Network di PT. Asuransi Jiwa Central Asia Raya cabang Padang, agen yang pernah bergabung dengan PT Asuransi Jiwa Central Asia Raya Cabang padang dan perwakilan dari PT Asuransi Jiwa Central Asia Raya Cabang Padang

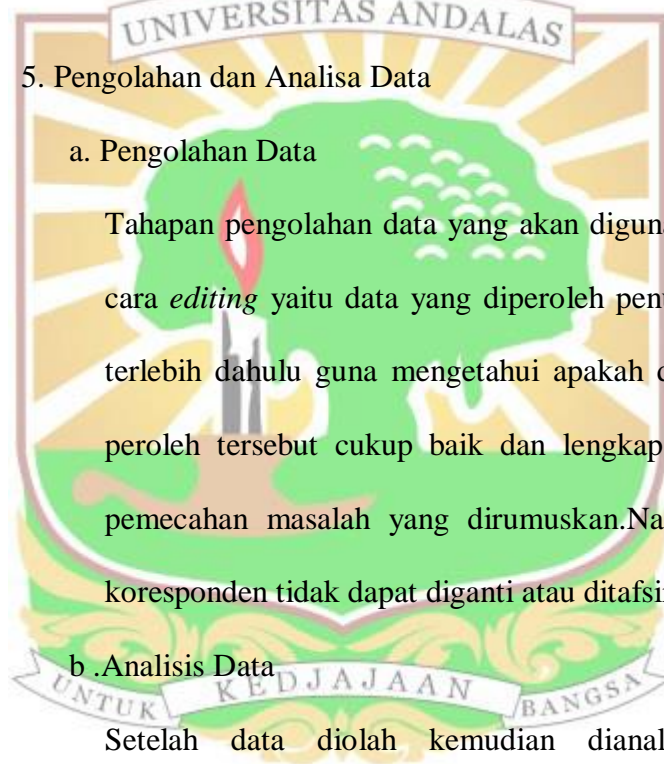
5. Pengolahan dan Analisa Data

a. Pengolahan Data

Tahapan pengolahan data yang akan digunakan adalah dengan cara *editing* yaitu data yang diperoleh penulis akan di periksa terlebih dahulu guna mengetahui apakah data – data yang di peroleh tersebut cukup baik dan lengkap untuk mendukung pemecahan masalah yang dirumuskan. Namun, jawaban dari koresponden tidak dapat diganti atau ditafsirkan.

b. Analisis Data

Setelah data diolah kemudian dianalisis dengan cara nonstatistika yaitu berdasarkan data kualitatif dimana analisis yang dilakukan tidak menggunakan rumus statistik, karena data yang di peroleh tidak berupa angka – angka. Analisa dilakukan dengan uraian logis dan sistematis berdasarkan kepada peraturan – peraturan yang ada dan pandangan pakar serta menganalisis data dengan membaca terlebih dahulu hasil pengolahan data



F. Sistematika Penulisan

Untuk lebih memudahkan pemahaman dalam tulisan ini, maka disini akan diuraikan secara garis besar dan sistematis mengenai hal – hal yang akan diuraikan lebih lanjut.

BAB I : PENDAHULUAN

Memaparkan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Menguraikan mengenai tinjauan tentang Asuransi dan tinjauan tentang sistem pemasaran *multi level marketing*.

BAB III: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menguraikan tentang pelaksanaan asuransi dengan sistem *muti level marketing* dan sistem keagenan di PT. Asuransi Jiwa Central Asia Raya Cabang Padang

BAB IV: PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisikan kesimpulan dan saran

