
**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP NASABAH DALAM
PERJANJIAN PENAWARAN PRODUK ASURANSI BANK
MELALUI TELEMARKETING (STUDI PT. BNI LIFE)**

*THE LEGAL PROTECTION FOR CUSTOMERS IN THE
OFFERING OF BANK INSURANCE PRODUCTS THROUGH
TELEMARKETING (STUDY AT PT. BNI LIFE)*

ASTRIANI BUDI LESTARI

Fakultas Hukum Universitas Mataram, NTB, Indonesia

Email: acimaru@gmail.com

RAHMAWATI KUSUMA

Fakultas Hukum Universitas Mataram, NTB, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan hukum para pihak seperti penanggung (bank) dan tertanggung (nasabah) yang dilakukan melalui telemarketing dalam menawarkan produk asuransinya kepada nasabah merupakan bentuk perikatan yang melahirkan hak dan kewajiban bagi para pihak tersebut. Jenis penelitian ini adalah normatif empiris, dengan metode pendekatan yang digunakan adalah metode pendekatan perundang-undangan, pendekatan konseptual, dan pendekatan sosiologis. Perlindungan terhadap nasabah berupa Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 23/POJK.05/2015 tentang Produk Asuransi dan Pemasaran Produk Asuransi.

Kata kunci: Perjanjian Melalui Telemarketing; Asuransi; Perlindungan Konsumen

ABSTRACT

This research has the purpose to find out the legal relations between the parties like guarantor (bank) and insured (customer) through telemarketing offering bank insurance to the customers. This bank insurance is an agreement to give rights and duties to the parties. The type of this research is normative-empirical legal research which uses the statute approach, the conceptual approach, and the sociological approach. Based on the result of this field study, the study showed that there are problems like the bank not clearly explaining the insurance products when they offered to the customers. The legal protection for the bank customers regulated in Act Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and Financial Services Authority Regulation Number 23/POJK.05/2015 concerning Insurance Product and Insurance Product Marketing.

Keywords: Agreement through Telemarketing; Insurance; Consumer Protections.

I. PENDAHULUAN

Komunikasi memiliki peran yang sangat penting sekali dalam semua aspek kehidupan manusia karena merupakan penghubung dari segala lemahnya kepehaman serta kekurangan yang ada dalam pengertian oleh seseorang terhadap apapun yang bersangkutan dengan kepentingan kehidupannya.¹ Komunikasi pemasaran adalah usaha dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat luas, diutamakan terhadap masyarakat konsumen yang merupakan target sasaran dalam eksistensi suatu produk perusahaan yang ada di pasar.² Salah satunya adalah *Telemarketing* sebagai media promosi, yang merupakan teknik pemasaran secara langsung (*direct marketing*) yang dapat mempermudah perusahaan dalam mempromosikan sekaligus menjual dengan cara menghubungi pelanggan menggunakan telepon dimana saja dan kapan saja.³

Dalam kegiatan penawaran sampai pada persetujuan penerimaan produk asuransinya menimbulkan perjanjian yang lahir secara elektronik melalui lisan.⁴ Sesuai dengan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) mengenai kegiatan *Telemarketing* ini termasuk ke dalam transaksi elektronik dan menimbulkan perbuatan hukum yang mengikat pihak-pihak terkait. Pasal 1320 KUH Perdata yang memuat mengenai empat syarat sahnya perjanjian yaitu; adanya kata sepakat dari para pihak yang mengikatkan diri, kecakapan para pihak, suatu hal tertentu dan kausa yang halal. Tidak ada satupun dari syarat-syarat tersebut mengharuskan suatu perjanjian dibuat dalam bentuk tertulis. Bisa dikatakan bahwa perjanjian yang dibuat secara lisanpun sudah mengikat secara hukum bagi para pihak yang terlibat di dalamnya⁵ dikarenakan sistem hukum yang terbuka (*open system*) yang berhubungan dengan asas kebebasan berkontrak bahwasanya berlakunya segala persetujuan sebagai undang-undang. Pasal 1338 menegaskan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah akan berlaku sebagai undang-undang yang mana mengandung asas konsensualisme bahwa suatu perjanjian terlahir sejak detik terjadinya kesepakatan antara kedua belah pihak mengenai pokok-pokok yang menjadi objek suatu perjanjian.⁶

Asuransi sebagai perjanjian pertanggungan yang sebagaimana didefinisikan di dalam Pasal 246 KUHPerdata bahwa merupakan sebuah perjanjian yang mana pihak penanggung mengikatkan dirinya kepada pihak tertanggung sebagai penerima premi dalam memberikan ganti terhadapnya akibat terdapatnya suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, kejadian yang mungkin akan dideritanya dikarenakan suatu peristiwa yang mungkin terjadi.⁷

¹M.Ma'aruf Abdullah, *Manajemen Komunikasi Periklanan*, Cet. 1, Aswaja Pressindo, Yogyakarta, 2017, hlm. 3

²Ibid, hlm. 217-220

³Rut Rismanta Silalahi, Witanti Prihatiningsih, dan Ratu Laura M B P MetaCommunication. *Jurnal Hubungan Antara Komunikasi Telemarketing Asuransi Dengan Sikap Calon Pelanggan Terhadap Telemarketer*. *Journal Of Communication Studies*, Vol 3 No 2 September 2018. hlm 133.

⁴Sri Lestari Poernomo, *Perlindungan Hukum Nasabah Dalam Perjanjian Telemarketing Bank*, Universitas Indonesia, *Jurnal Hukum & Pembangunan* 49 No. 4, 2019.

⁵Albert Aries, *Tentang Pembuktian Perjanjian Tidak Tertulis*, <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt-51938378b81a3/tentang-pembuktian-perjanjian-tidak-tertulis/>. Diakses 10 November 2021. Pukul 12:45

⁶I Ketut Oka Setiawan, *Hukum Perikatan*, Cet. 4, Sinar Grafika, Jakarta, 2019, hlm. 45-46.

⁷Tuti Rastuti, *Aspek Hukum Perjanjian Asuransi*, Cet. 1, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2011, hlm. 58

Yang mengharuskan persetujuan asuransi berbentuk kontrak polis (*policy*)⁸ atau secara hukum sudah diatur di dalam Pasal 255 KUHD yaitu:

“asuransi harus dibuat dalam bentuk tertulis dalam suatu akta yang dinamakan polis.”

Diikuti juga dengan apa yang sudah tertera di dalam Pasal 1 butir (1) undang-undang No. 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian yang berimplementasikan:

*“Asuransi adalah perjanjian antara dua pihak yaitu perusahaan asuransi dan pemegang polis, yang menjadi dasar bagi penerimaan premi oleh perusahaan asuransi sebagai imbalan untuk memberikan penggantian kepada tertanggung atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan atau tanggung jawab hukum.....”*⁹

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1.) Bagaimana terjadinya hubungan hukum para pihak dalam perjanjian asuransi yang ditawarkan melalui *Telemarketing* dan implementasinya terhadap PT. BNI *Life*? 2.) Bagaimana perlindungan hukum kepada pihak nasabah terhadap persetujuan penerimaan produk asuransi melalui *Telemarketing*?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan hukum para pihak dalam perjanjian penawaran asuransi bank yang dilakukan secara lisan melalui *Telemarketing* pada PT. BNI *Life*, serta mengetahui permasalahan hukum yang dapat timbul di dalam perjanjian melalui *Telemarketing* sehingga diperlukan perlindungan hukum terhadap nasabah. Manfaat penelitian ini secara teoritis dan praktis, Selain untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai drajat strata satu (S1) Program Studi Ilmu Hukum Universitas Mataram. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan masukan sebagai pengembangan ilmu hukum perdata pada khususnya serta memberikan pengetahuan untuk mengadakan penelitian dan menjadi pedoman bagi penelitian lain. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan menjadi pedoman atau acuan serta dapat memberikan pegangan dan arahan yang jelas bagi para penegak hukum, khususnya tentang bagaimana perlindungan hukum terhadap calon nasabah/nasabah penerima penawaran asuransi bank melalui *telemarketing*. Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini yaitu penelitian hukum normatif empiris dengan jenis pendekatan perUndang-Undang, pendekatan konseptual dan pendekatan sosiologis. Sumber data dalam penelitian ini bersumber dari data primer, dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan data lapangan, dan data dokumen.

II. PEMBAHASAN

Hubungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Asuransi Yang Ditawarkan Melalui *Telemarketing* Dan Implementasinya Terhadap PT. BNI *Life*

Perikatan Antara Pihak Tertanggung dan Penanggung Menurut UU Nomor 19 Tahun 2016

⁸Mulhadi, *Dasar-dasar Hukum Asuransi*, Ed.1, Cet. 1, Rajawali Pers, Depok, 2017, hlm. 58

⁹*Ibid.* hlm 4-7.

Tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik:

Pasal 1 Angka 1:

“Informasi Elektronik adalah salah satu atau sekumpulan data elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, electronic data interchange (EDI), surat elektronik (electronic mail), telegram, teleks, telecopy atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, kode akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.”

Dalam pengertian pasal tersebut bahwa *telemarketing* juga termasuk ke dalam penyampaian data elektronik melalui suara sehingga perjanjian yang disetujui oleh nasabah terhadap penawaran produk asuransi melalui *telemarketing* ini termasuk ke dalam transaksi elektronik yang kemudian menimbulkan perikatan.

Pasal 1320 KUH Perdata:

suatu kesepakatan sejak detik tercapainya kesepakatan jika adanya kesepakatan yang dimaksudkan terdapat subyek hukum yang bersangkutan tercapai suatu persesuaian kehendak.

Pasal 1338 KUH Perdata:

“semua perjanjian yang dibuat berlaku secara sah sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya”

Dengan adanya keluar kata “setuju” yang berarti sepakat untuk menerima produk asuransi oleh pihak nasabah melalui *telemarketing* ini sendiri jika dihubungkan dengan teori-teori kapan lahirnya suatu perjanjian

1. Teori Pernyataan (*Uitings Theorie*)

Teori ini menyatakan bahwa perjanjian lahir pada saat penawaran telah ditulis pada surat jawaban penerimaan. Bisa dikatakan bahwa perjanjian itu telah ada pada saat pihak lain menyatakan penerimaannya (penerimaan dalam bentuk tertulis). Menurut pendapat Satrio bahwa pada saat adanya pernyataan kehendak dari pihak yang menawarkan dan pihak yang menerima tawaran saling bertemu.

2. Teori Pengiriman (*Verzendings Theorie*)

Teori ini mengajarkan bahwa pada saat pengiriman jawaban penerimaan, merupakan saat lahirnya perjanjian. Teori ini relatif pasti, karena tanggal cap pos dapat dijadikan patokan saat lahirnya perjanjian dan sejak saat itu penerima tidak lagi memiliki kekuasaan atas jawaban penerimaan tersebut.

3. Teori Pengetahuan (*Vernemings Theorie*)

Demi mengatasi kelemahan dari teori pengiriman tersebut, maka pada saat lahirnya perjanjian hingga pada saat jawaban penerimaan diketahui oleh orang yang menawarkan. Jadi perjanjian itu lahir pada surat jawaban penerimaan diketahui isinya oleh pihak yang menawarkan.

4. Teori Penerimaan (*Ontvangs Theorie*)

Dalam teori ini perjanjian lahir sejak saat diterimanya jawaban, tidak peduli apakah surat tersebut dibuka atau dibiarkan tidak dibuka, yang pokok adalah saat surat itu sampai pada alamat si penerima surat.¹⁰

Menurut Vann Dunne terdapat 3 teori untuk menjawab mengenai ketidak sesuaian antara kehendak dan pernyataan yaitu:

1. Teori Kehendak (*Wilsstheorie*);

Perjanjian terjadi jika terdapat persesuaian antara kehendak dengan pernyataan. Apabila terjadi ketidakwajaran, kehendaklah yang menyebabkan terjadinya perjanjian.

2. Teori Pernyataan (*Verklaringsstheorie*);

Yang menyebabkan terjadinya perjanjian adalah pernyataan. Jika terdapat perbedaan antara kehendak dan pernyataan maka perjanjian tersebut tetap terjadi.

3. Teori Kepercayaan (*Vertrouwensstheorie*)

Pernyataan yang menimbulkan kepercayaan saja yang menimbulkan perjanjian. Kepercayaan dalam arti bahwa pernyataan itu benar-benar dikehendaki.¹¹

Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian yang telah diubah menjadi Undang-Undang No. 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian:

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

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.”

Pasal 246 KUHD:

*“Asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian, dengan mana seorang penanggung mengikatkan diri pada tertanggung dengan menerima suatu premi, untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu premi, untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin dideritanya karena suatu peristiwa yang tak tertentu”.*¹²

Pasal 255 KUHD:

“akta yang disebut dengan polis adalah bukti dari terdapatnya perjanjian asuransi.”

Pasal 257 KUHD:

“Bahwa perjanjian Asuransi diterbitkan seketika setelah ditutup, hak dan kewajiban bertimbal balik dari penanggung dan tertanggung mulai berlaku sejak saat ini, bahkan sebelum polisnya ditandatangani.”

Pasal 258 KUHD:

¹⁰I Ketut Oka Setiawan, *Hukum Perikatan*, Cet. 4, Sinar Grafika, Jakarta, 2019, hlm. 71-71

¹¹Salim HS, Abdullah, dan Wiwiek Wahyuningsih, *Perancangan Kontrak & Memorandum of Understanding (MoU)*, Cet. 8, Ed. 1, Sinar Grafika, Jakarta, 2019, hlm. 26-27

¹²Zainal Asikin, *Hukum Dagang*, Ed. 1, Cet. 4, Rajawali Pers, Depok, 2019, hlm. 286

“Untuk membuktikan adanya perjanjian itu, harus ada bukti tertulis, akan tetapi semua alat bukti lain akan diizinkan juga, bila ada permulaan bukti tertulis.”

Pelaksanaan asuransi harus memenuhi pihak-pihak seperti 1) Penanggung, 2) Pemegang Polis/Tertanggung dan 3) Tertunjuk/penerima faedah demi tercapainya perikatan yang menimbulkan hak dan kewajiban. Terhadap hubungan hukum yang terjalin diantara subyek hukum dalam perjanjian penerimaan asuransi melalui *telemarketing* maka terdapat hak dan kewajiban yang saling berhadapan seperti:

- a.) Pihak Penanggung menawarkan kepada Pihak Tertanggung atas produk asuransi yang dijual melalui *Telemarketing*;
- b.) Pihak Tertanggung wajib membayarkan sejumlah uang yang sudah disepakati dari asuransi melalui *telemarketing* yang sudah ditawarkan dan kemudian diterima kepada Pihak Penanggung;
- c.) Pihak Penanggung wajib memberikan premi serta bukti perjanjian asuransi atas produk asuransi yang sudah diterima oleh Pihak Tertanggung;
- d.) Pihak Tertanggung berhak menerima premi serta bukti atas perjanjian asuransi yang sudah disetujui atas produk asuransi dari yang sudah ditawarkan yang kemudian diterima;
- e.) Pihak Penanggung wajib menerima sejumlah uang dari pemberian premi yang telah diterima oleh Pihak Tertanggung.

1. Menurut KUHD

Pasal 246 KUHD yang secara tegas menjelaskan mengenai hak dan kewajiban bagi para pihak yang melakukan perjanjian asuransi bahwa penanggung memiliki hak dalam menikmati suatu premi dan berkewajiban atas ganti rugi dari suatu kerugian tertanggung. Sementara itu tertanggung memiliki kewajiban dalam membayarkan premi dan berhak atas ganti rugi atas suatu kerugian yang sudah diperjanjikan.

2. Menurut Isi Polis

A. Hak dan Kewajiban Penanggung

1. Hak atas premi yang sewaktu pertanggungan sedang berjalan bahwa tertanggung harus membayarkan premi pertanggungannya untuk dimasukkan ke dalam rekening tabungan.
2. Hak untuk menghentikan perjanjian pertanggungan, jika pemegang polis tidak melaksanakan pembayaran premi sebagaimana yang telah disepakati.
3. Hak untuk menolak pembayaran klaim adapun tidak terpenuhinya syarat-syarat yang sudah ditentukan di dalam perjanjian.

Kewajiban Penanggung:

- a. Kewajiban dalam menyerahkan polis yang sudah ditandatangani kepada tertanggung;
- b. Kewajiban untuk membayar klaim.

B. Hak dan Kewajiban Pemegang Polis

- 1) Hak pemegang Polis/Tertanggung

- a) Hak untuk menunjukan kepada siapa yang menerima manfaat dari asuransi
 - b) Hak mengenai pembayaran klaim dari penanggung
 - c) Hak untuk merubah atau menggantikan orang yang akan menerima manfaat asuransi
 - d) Hak penebusan polis
 - e) Hak manggadaikan polis
- 2) Kewajiban Pemegang Polis/Tertanggung
- a) Kewajiban dalam memberikan keterangan yang dibutuhkan penanggung
 - b) Kewajiban untuk membayarkan premi
 - c) Kewajiban untuk menginformasikan apabila terdapat kekeliruan dalam pengisian aplikasi/formulir

Implementasi Perjanjian Penawaran Asuransi Bank Yang Ditawarkan Melalui *Telemarketing* Dari PT. BNI Life Terhadap Nasabah

Metode penawaran melalui *Telemarketing* BNI Life memiliki dua cara yang berbeda yaitu dengan pelayanan secara langsung (*direct*) yang diproses setelah calon nasabah menyatakan kesetujuannya setelah ditawarkan produk asuransi dengan cara memotong saldo yang sudah ada di dalam kartu debit / nomor rekening dan biasanya dilakukan oleh pusat BNI Life Pusat Jakarta atau BNI Life Pusat NTB. Antara Produk asuransi yang ditawarkan oleh *telemarketing* BNI Life Pusat berbeda dengan BNI Life cabang Mataram. Untuk BNI Life cabang Mataram biasanya menggunakan metode *telemarketing* secara tidak langsung yang mana setelah penawaran produknya diterima oleh calon nasabahnya maka dari pihak bank akan mendatangi rumah nasabah tersebut atau nasabahnya bisa mendatangi kantor cabang BNI Life Mataram untuk mengkonfirmasi dan memberikan nota penerimaan bermaterai dan juga buku polis. Biasanya produk yang banyak diawarkan adalah Asuransi Jiwa dan kesehatan dengan nilai investasi, warisan dan pensiun. Tanggung jawab jika terdapat komplain dari nasabah oleh BNI Life berupa bertemu langsung dengan customer service *bancassurance* mengikutsertakan buku rekening dan buku polis.

Dengan asuransi kesehatan yang diterima oleh seorang nasabah dari BNI Life Pusat Jakarta yang terkesan dipaksa dengan tekanan serta kejelasan penjelasan produk yang kurang jelas dan hanya menjelaskan keunggulannya saja. Padahal nasabah merasa tidak ada semacam urgensi atau perlu untuk mengikuti asuransi kesehatan tersebut akan tetapi terluluhkan karena *telemarketer* mengatakan dengan mengikuti artinya membantu program pemerintah. Perjanjiannya hanya sebatas rekaman suara dan bukti sms dengan uang rekening yang ditarik sebesar Rp 200.000,00- (Dua Ratus Ribu Rupiah) perbulan. Tidak ada semacam bukti perjanjian elektronik seperti e-mail, nota bermaterai ataupun buku polis yang dikirimkan dari pihak asuransi. Nasabah merasa keanggotannya sebagai nasabah kesehatan asuransi BNI Life takut tidak terdaftar dan susah pada saat meng-klaim haknya sebagai pihak tertanggung.

Sementara dengan penawaran asuransi kesehatan BNI Life yang diterima oleh seorang nasabah yang memang membutuhkan akan asuransi kesehatan karena memiliki riwayat

penyakit yang perlu keluar masuk rumah sakit. Dengan perjanjian bahwa uang atas pembayaran premi akan di kembalikan dalam waktu masih mempelajari polis.

Perlindungan Hukum Kepada Pihak Nasabah Terhadap Persetujuan Penerimaan Produk Asuransi Melalui Telemarketing

Perlindungan Konsumen Sesuai Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Pasal 4 huruf c:

“hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur terhadap kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa.”

Pasal 7 huruf b:

“memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.”

Pasal 9 ayat 1:

- a) Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
- b) Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
- c) Barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri tertentu atau asesori tertentu;
- d) Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
- e) Barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
- f) Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
- g) Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
- h) Barang tersebut berasal dari daerah tertentu
- i) Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
- j) Menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung resiko, atau efek samping tanpa keterangan yang lengkap;
- k) Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.”

Perlindungan Hukum Sesuai Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 23/POJK.05/2015 Tentang Produk Asuransi dan Pemasaran Produk Asuransi

Pasal 45 ayat 1:

- a. Secara langsung (*direct marketing*);
- b. Agen asuransi;
- c. *Bancassurance*; dan / atau
- d. Badan usah selain bank.

Pasal 47:

1. Saluran pemasaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 45 ayat (1) dapat menggunakan media komunikasi jarak jauh.
2. Pemasaran produk asuransi melalui media komunikasi jarak jauh sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memuat informasi mengenai identitas perusahaan, produk yang ditawarkan, serta syarat dan ketentuan Polis Asuransi.

Saluran pemasaran dengan menggunakan media komunikasi jarak jauh sebagaimana dimaksud pada ayat (1), untuk PAYDI wajib diikuti dengan pertemuan langsung secara tatap muka.

Pasal 52:

- a. Memastikan bahwa pihak yang melakukan pemasaran dimaksud menyampaikan informasi yang akurat, jelas, jujur, dan tidak menyesatkan mengenai Produk Asuransi kepada calon pemegang polis, tertanggung, atau peserta untuk memutuskan untuk melakukan penutupan asuransi dengan perusahaan; dan
- b. Bertanggung jawab atas semua tindakan pihak yang melakukan pemasaran dimaksud yang berkaitan dengan Produk Asuransi yang dipasarkan.

Pasal 54:

- 1) Perusahaan wajib menyampaikan Polis Asuransi kepada pemegang polis, tertanggung, atau peserta dalam bentuk *hardcopy* atau digital/elektronik.
- 2) Dalam hal Polis Asuransi disampaikan dalam bentuk digital/elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1), bagian Polis Asuransi yang berupa ikhtisar polis tetap wajib disampaikan dalam bentuk *hardcopy*.

III. PENUTUP

A. Kesimpulan

Lahirnya perjanjian penawaran produk asuransi yang diterima nasabah melalui *telemarketing* yang dilakukan oleh bank tidak lebih atau kurang sama persis seperti melakukan perjanjian asuransi pada umumnya dan mengikuti dari apa yang sudah diatur Buku III KUH Perdata namun yang membedakan hanya pada sarana penyampaiannya yang mana menggunakan telepon dan tidak bertatap muka secara langsung. Hak dan kewajiban timbul dan mengikat antara para pihak ketika perjanjian sudah disetujui oleh pihak tertanggung atau ketika asuransi ditutup.

Hasil dari lapangan menunjukkan bahwa PT BNI *Life* cabang Mataram telah melakukan kegiatan telemarketingnya dengan cara Pra-kontrak, mulai dari mempromosikan produk asuransinya melalui telepon yang hanya merupakan persetujuan awal saja hingga melakukan perjanjian yang harus dilakukan secara tatap muka juga pemberian dan penandatanganan bukti tertulis berupa polis yang mana hal ini sudah sesuai ketentuan undang-undang yang berlaku. Akan tetapi yang menjadi masalah adalah telemarketing BNI *Life* pusatnya yang menerapkan perikatan langsung ketika terdapat kata setuju dari nasabah dan kemudian di proses dengan cara memotong sejumlah uang dari saldo rekening dengan hanya bukti potongannya melalui

notifikasi elektronik. Beberapa dari nasabah merasa penawaran produk tidak begitu jelas ketika ditawarkan dan merasa terdapat adanya pemaksaan yang menyebabkan keluar kata persetujuan. Mengacu kepada teori pernyataan yang mana disaat nasabah menyatakan kesetujuannya untuk mengikuti asuransi disitu terjadinya perikatan yang memberikan hak dan kewajiban pada masing-masing pihak yaitu tertanggung dan penanggung. Hanya dengan adanya kata sepakatlah sudah menjadi tanda penerimaan dari penawaran produk asuransi yang ditawarkan melalui Telemarketing BNI *Life* Pusat Jakarta tanpa menyertakan polis.

Bagi Nasabah yang menerima penawaran produk asuransi BNI *Life* melalui *telemarketing* pusatnya dan merasa ragu dengan terdaftar atau tidaknya dikarenakan belum menerima polis sama sekali bisa mendatangi kantor BNI *Life* cabang terdekat secara langsung dengan membawa identitas diri yang lengkap dengan buku tabungan serta bukti berupa sms/pesan pemotongan uang di *costumer service* Bancassurance BNI *Life* tersebut yang kemudian akan dibantu dihubungkan melalui telepon ke BNI *Life* Pusatnya yang berada di Jakarta untuk mengkonfirmasi ulang data nasabahnya. Nasabah yang sudah menjadi member dari BNI *Life* dari *telemarketing* pusat bisa mengajukan pemberhentian atas asuransinya melalui BNI *Life* cabang akan tetapi dengan resiko uang kembali tidak dapat sepenuhnya dikembalikan dikarenakan tidak ada campur tangan antara BNI *Life* pusat dan cabang dalam mendapatkan nasabahnya.

Terhadap perlindungan untuk nasabah dalam kegiatan telemarketing yang kesepakatannya dilakukan melalui telepon maka dipakai perlindungan konsumen sebagaimana berkaitan dengan Pasal 4 & 7 UUPK mengenai pemberian informasi yang benar dan jujur terhadap konsumen begitu juga dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 23/POJK.05/2015 mengatur tentang Produk Asuransi dan Pemasaran Produk Asuransi.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- I Ketut Oka Setiawan, *Hukum Perikatan*, Cet. 4, Sinar Grafika, Jakarta, 2019.
- M.Ma'aruf Abdullah, *Manajemen Komunikasi Periklanan*, Cet. 1, Aswaja Pressindo, Yogyakarta, 2017
- Mulhadi, *Dasar-dasar Hukum Asuransi*, Ed.1, Cet. 1, Rajawali Pers, Depok, 2017.
- Salim HS, Abdullah, dan Wiwiek Wahyuningsih, *Perancangan Kontrak & Memorandum of Understanding (MoU)*, Cet. 8, Ed. 1, Sinar Grafika, Jakarta, 2019.
- Tuti Rastuti, *Aspek Hukum Perjanjian Asuransi*, Cet. 1, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2011.
- Zainal Asikin, *Hukum Dagang*, Ed. 1, Cet. 4, Rajawali Pers, Depok, 2019.

JURNAL

- Rut Rismanta Silalahi, Witanti Prihatiningsih, dan Ratu Laura M B P MetaCommunication. Jurnal Hubungan Antara Komunikasi Telemarketing Asuransi Dengan Sikap Calon Pelanggan Terhadap Telemarketer. *Journal Of Communication Studies*, Vol 3 No 2 September 2018.

Sri Lestari Poernomo, Perlindungan Hukum Nasabah Dalam Perjanjian Telemarketing Bank, Universitas Indonesia, Jurnal Hukum & Pembangunan 49 No. 4, 2019.

INTERNET

Albert Aries, Tentang Pembuktian Perjanjian Tidak Tertulis, <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt51938378b81a3/tentang-pembuktian-perjanjian-tidak-tertulis/>.