

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perasuransian mempunyai peran yang besar dan penting dalam pembangunan dewasa ini, terutama dalam usaha menyerap modal swasta melalui premi asuransi yang didapat dari para pemegang polis.¹ Usaha peransuransian membawa misi ekonomi dan sosial dengan adanya premi yang dibayarkan kepada perusahaan asuransi dengan jaminan adanya *transfer of risk*, yaitu pengalihan (*transfer*) risiko dari tertanggung kepada penanggung. Timbulnya risiko menjadi kenyataan, adalah suatu hal yang diusahakan tidak terjadi. Seseorang yang tidak menginginkannya mengupayakan supaya kehilangan atau ketidakpastian itu tidak terjadi.²

Suatu perlindungan atau jaminan asuransi yang bersumber dari keinginan diperlukan untuk mengatasi ketidakpastian (*uncertainly*). Ketidakpastian tersebut melahirkan kebutuhan untuk mengatasi risiko kerugian yang mungkin timbul sebagai konsekuensi dari ketidakpastian tersebut. Risiko yang timbul dapat bersumber dari bencana alam, kecelakaan, penyakit, kelalaian, ketidakmampuan, kesalahan, kegagalan, ataupun dari berbagai sebab-sebab lain yang tidak dapat

¹ Djoko Prakoso, *Hukum Asuransi Indonesia*, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 1998, hlm. 274

² Emmy Pangaribuan Simanjuntak, *Hukum Pertanggungan dan Perkembangannya*, Badan Pembinaan Hukum Nasional, Departemen Kehakiman, diterbitkan oleh Seksi Hukum Dagang Fakultas Hukum Universitas Gajah Mada, Edisi ke 1, Cetakan ke-1, 1980, hlm. 4-5

diduga sebelumnya termasuk tindakan kerusuhan, sabotase, dan terorisme. Masing-masing risiko mungkin memerlukan bentuk penanganan yang berbeda.³

Sri Redjeki Hartono mengemukakan bahwa fungsi dasar asuransi ialah suatu upaya untuk menanggulangi ketidakpastian terhadap kerugian khusus untuk kerugian-kerugian murni dan bukan kerugian yang bersifat spekulatif, sehingga pengertian risiko dapat diberikan sebagai suatu ketidakpastian tentang terjadinya atau tidak terjadinya suatu peristiwa. Untuk itu diperlukannya suatu lembaga keuangan yang disebut dengan perusahaan asuransi.

Perusahaan asuransi adalah perusahaan yang bertindak sebagai penanggung risiko. Kemampuan perusahaan asuransi untuk menanggung suatu risiko yang dijaminnya tergantung kepada kekuatan keuangan yang dimilikinya. Kemampuan tersebut diperoleh industri asuransi melalui praktik penyebaran risiko karena penanggung dapat memperoleh dukungan kapasitas penerimaan risiko dari perusahaan asuransi lain.⁴

Asuransi yang juga merupakan sebagai suatu perjanjian, dalam memenuhi prestasinya maka masing-masing pihak harus mempunyai iktikad baik. Adapun ukuran iktikad baik adalah kepatutan dan keadilan. “Kepatutan di dalam perjanjian dimaksudkan agar jangan sampai pemenuhan kepentingan salah satu pihak terdesak, jadi harus ada keseimbangan antara berbagai kepentingan pihak-pihak yang bersangkutan”.⁵Sedangkan “Keadilan adalah kepastian untuk mendapatkan

³ Junaedy Ganie, *Hukum Asuransi Indonesia*, 2010, hlm. 2

⁴ Sri Redjeki Hartono, *Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi*, Sinar Grafika, Cetakan ke 2, Mei 1995, hlm. 15

⁵Wirjono Prodjodikoro, *Asas-asas Hukum Perjanjian*, Cet. Pertama, PT. Intermasa, Jakarta

apa yang sudah dijanjikan, namun pemenuhan janji itu harus memperhatikan norma-norma yang berlaku“.⁶

Pada penawaran asuransi ada beberapa cara ataupun penjualan produk, antara lain :*Pertama* dilakukan melalui tatap muka ataupun berhadap secara langsung dengan nasabah sendiri, penawar seperti ini sering kali dijumpai dan ditemui dalam kesehari-harian, *Kedua* yang saat ini berpeluang menimbulkan terjadinya permasalahan hukum dikemudian hari yaitu penawaran melalui telepon atau sering disebut di dunia bisnis adalah *Telemarketing* (penawaran/pemasaran produk lewat telepon).

Praktik *Telemarketing* ini apabila ditinjau melalui Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), selanjutnya disebut UUIITE, dapat digolongkan sebagai bentuk transaksi elektronik karena dilakukan melalui sarana telekomunikasi telepon ataupun telepon genggam. Hal ini sesuai dengan ketentuan Pasal 1 angka 10 UU ITE disebutkan bahwa “Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya”. Transaksi secara elektronik, pada dasarnya adalah perikatan ataupun hubungan hukum yang dilakukan secara elektronik dengan memadukan jaringan dari sistem elektronik berdasarkan komputer dengan sistem komunikasi, yang selanjutnya difasilitasi oleh keberadaan jaringan komputer global atau internet termasuk melalui sarana telepon.

⁶R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, PT. Intermasa, Jakarta, 1987, hlm. 42

Transaksi elektronik dipandang sebagai bagian dari perikatan para pihak (Pasal 1233 KUH Perdata yaitu Perikatan, lahir karena suatu persetujuan atau karena undang-undang). Transaksi tersebut akan merujuk kepada semua jenis dan mekanisme dalam melakukan hubungan hukum secara elektronik itu sendiri yang akan mencakup jual beli, lisensi, asuransi, lelang, dan perikatan-perikatan lain yang lahir sesuai dengan perkembangan mekanisme perdagangan di masyarakat. Pemasaran jarak jauh sering digunakan sebagai pendukung saluran penjualan dan terkadang untuk menangani tugas yang tidak dapat ditangani melalui saluran utama dengan biaya yang efektif.⁷ *Telemarketing* ini merupakan konsep penjualan dengan memakai sarana telepon dan dilakukan dalam volume tinggi tetapi tetap menggunakan arahan dan prosedur penjualan dengan aturan *managemen* pelanggan sehingga pelanggan akan merasa diperhatikan dengan kebutuhan-kebutuhan mereka yang terpenuhi.⁸

Telemarketing adalah metode pemasaran yang langsung dilakukan oleh *telemarketer* dengan calon nasabah (tertanggung). *Telemarketing* menggunakan telepon dengan tidak bertemu muka antara agen asuransi dengan calon tertanggung merupakan hal yang di luar kebiasaan permasalahan asuransi jiwa pada umumnya.⁹

Salah satu perusahaan asuransi yang juga telah menerapkan metode *Telemarketing* ini adalah AIA *Financial* yang merupakan kelompok perusahaan asuransi jiwa AIA *Group Limited*. AIA *Financial* merupakan salah satu

⁷Rukiyah, *Pemasaran Melalui Web Dan Telemarketing Berbasis SIMRS*, Senior Business Consultant, PT. Dinamika Cipta Widya, Jakarta, hlm. 1

⁸*Ibid*

⁹Diana Kusumasari, <http://t.co/3VDX4wgF> diakses pada tanggal 1 Oktober 2012 pukul 14.17 WIB

perusahaan asuransi jiwa dengan kantor pusat di Hong Kong. Salah satu keunggulan AIA sebagai salah satu pemimpin pasar di industri asuransi jiwa di Indonesia karena memiliki keanekaragaman produk yang disediakan untuk memenuhi perkembangan dan kebutuhan pasar melalui berbagai jalur distribusi yang ada. Salah satu bentuk pemasarannya adalah melalui pemasaran *bancassurance*.¹⁰

Dalam hal pemasaran melalui *bancassurance* AIA *Financial* melakukan mitra bisnis dengan beberapa bank yang salah satunya adalah Bank CIMB Niaga. Bank CIMB Niaga dalam hal ini melakukan pendebitan pertama setelah calon nasabah menyetujui produk asuransi yang ditawarkan oleh seorang *telemarketer*. *Telemarketer* yaitu pihak wiraniaga atau pemasaran asuransi yang bertugas melakukan transaksi dengan calon nasabah asuransi. *Telemarketer* menghubungi calon nasabah melalui sarana telepon dan menjelaskan mengenai karakteristik, manfaat, dan risiko dari produk asuransi yang ditawarkan. Pembicaraan tersebut direkam sebagai tanda bukti bahwa *telemarketer* telah melakukan penjelasan tersebut.¹¹ Hal ini yang kemudian membawa permasalahan mengenai kapan waktu terjadinya pengikatan tersebut, siapa saja pihak-pihak yang terlibat, serta akibat hukum yang mungkin terjadi dengan diterapkannya konsep atau metode *Telemarketing* dalam pengikatan asuransi jiwa antara pihak penanggung dengan nasabah atau tertanggung.

¹⁰www.aia-financial.co.id/diakses pada tanggal 28 Oktober 2012 pukul 18.50 WIB

¹¹Hasil Wawancara dengan Elya Sari, S.E., Area Manager AIA *Financial* Bandar Lampung pada tanggal 8 Januari 2013

Berdasarkan uraian hal tersebut di atas, penulis mencoba menganalisis penerapan *Telemarketing* pada asuransi jiwa dan selanjutnya dituangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul “**Aspek hukum penawaran asuransi jiwa melalui telemarketing (Studi pada AIA Financial area Bandar Lampung)**”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, yang menjadi rumusan masalah dalam skripsi ini adalah :

1. Kapankah terjadinya perjanjian asuransi jiwa melalui *telemarketing* tersebut?
2. Siapa sajakah pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian asuransi jiwa melalui *telemarketing* tersebut?
3. Apa akibat hukum perjanjian asuransi jiwa yang dilakukan melalui *telemarketing* ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang akan dikemukakan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian skripsi ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Waktu terjadinya perjanjian asuransi jiwa melalui *telemarketing* tersebut.
2. Pihak-pihak yang terkait dalam perjanjian asuransi jiwa melalui *telemarketing* tersebut.
3. Akibat hukum asuransi jiwa yang dilakukan melalui *telemarketing*

D. Kegunaan Penelitian

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi ilmu pengetahuan, khususnya dalam hukum asuransi di Indonesia. Selain itu, diharapkan para nasabah untuk lebih teliti dan memperhatikan lagi tentang keabsahan penandatanganan polis dalam suatu perjanjian asuransi setelah adanya kesepakatan yang dibuat melalui *telemarketing*.

Secara praktis, penelitian ini ditujukan kepada masyarakat dan pihak asuransi yaitu pihak yang berkaitan langsung maupun yang tidak langsung terhadap kegiatan yang terjadi pada perjanjian asuransi jiwa agar lebih mengetahui dan memahami tentang waktu, pihak-pihak serta akibat hukum yang ditimbulkan pada pengikatan asuransi jiwa melalui *telemarketing*.