

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Dalam perjanjian asuransi, apabila penawarannya dilakukan melalui media komunikasi yaitu secara telemarketing oleh perusahaan asuransi atau agen asuransi dan telah mendapat persetujuan untuk menerima perjanjian tersebut dari konsumen baik dengan teori tawar menawar maupun penerimaan, maka perjanjian tersebut telah mengikat antar para pihak. Dikatakan perjanjian asuransi tersebut mengikat dapat didukung dan didasari atas alat bukti elektronik yaitu rekaman pembicaraan pada saat disetujuinya perjanjian asuransi tersebut. Dalam melakukan perjanjian asuransi secara telemarketing ini harus memperhatikan peraturan-peraturan yang melanggar dan membatasi akan perjanjian telemarketing yang mana diatur dalam Pasal 19 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.7/2013 Tahun 2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan dan Pasal 47 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 23/POJK.5/2015 Tahun 2015 tentang Produk Asuransi dan Pemasaran Asuransi.
2. Perjanjian asuransi secara telemarketing melanggar prinsip keseketikaan. Dilanggarnya prinsip keseketikaan dikarenakan dalam menyetujui perjanjian secara telemarketing, pihak konsumen belum mengetahui isi keseluruhan dalam perjanjian asuransi yang dibentuknya, yang mana pengetahuan atas isi perjanjian asuransi tersebut hanya didasarkan informasi singkat secara lisan oleh penawar asuransi yang belum tentu mencakup keseluruhan isi perjanjian. Berdasarkan prinsip keseketikaan, seharusnya para pihak dalam sebuah kontrak harus telah mengetahui dan memahami ketentuan dan persyaratan dalam kontrak, sebelum atau setidaknya-tidaknya pada saat kontrak ditutup. Hal tersebut memperlihatkan pula bahwa tidak terdapat *free-look* yang merupakan kebebasan yang dimiliki konsumen atau calon nasabah dalam perasuransian untuk melihat dan mempertimbangkan isi kontrak sebelum kontrak disetujui.

5.2 Saran

1. Diperbolehkannya perjanjian asuransi secara telemarketing tidak semata-mata mengesampingkan peraturan yang ada. Dalam melakukan perjanjian asuransi secara telemarketing perusahaan asuransi seharusnya memperhatikan pula Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013 Tahun 2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 23/POJK.05/2015 Tahun 2015 tentang Produk Asuransi dan Pemasaran Produk Asuransi yang mengatur akan pembatasan perusahaan asuransi dalam melakukan usahanya untuk menawarkan produk asuransi secara telemarketing yang berguna untuk mencegah sengketa terjadi dikemudian hari. Sehingga sebelum terbentuknya perjanjian asuransi secara telemarketing, dalam proses penawarannya harus memperoleh persetujuan konsumen terlebih dahulu dan untuk produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi perjanjian asuransi tidak semata-mata dapat dibentuk melalui telemarketing saja namun harus diikuti dengan pertemuan langsung.
2. Agar perjanjian asuransi yang dilakukan melalui telemarketing tidak melanggar prinsip keseketikaan seharusnya saat perjanjian terbentuk konsumen telah mengetahui isi perjanjian asuransi yang disetujuinya. Meskipun perjanjian tersebut dilakukan tanpa tatap muka, Perusahaan asuransi harus memberikan akses atas polis asuransi yang merupakan perjanjian baku agar dapat dibaca terlebih dahulu oleh calon tertanggung agar calon tertanggung dapat mengetahui dan mengerti keseluruhan isi kontrak. Setelah perusahaan asuransi memberikan kebebasan untuk melihat dan mempertimbangkan isi kontrak, konsumen harus pula membaca dan mengerti keseluruhan isi kontrak yang akan disetujuinya. Sehingga atas upaya tersebut akan meminimalisir terjadinya sengketa di kemudian hari.

Daftar Pustaka

Buku:

- Abdulkadir Muhammad.** *Hukum Asuransi Indonesia*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. 2015.
- Edmon Makarim.** *Pengantar Hukum Telematika Suatu Kompilasi Kajian*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada. 2005.
- Janus Sidabolok.** *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. 2010.
- Kartini Muljadi. Gunawan Widjaja.** *Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada. 2010.
- Mariam Darus Badruzaman.** *Hukum Perikatan Dalam KUH Perdata, Buku Ketiga Yurisprudensi, Doktrin, Serta Penjelasan*. Bandung: Citra Aditya Bakti. 2015.
- Mulhadi.** *Dasar-Dasar Hukum Asuransi*. Depok: Rajawali Pers. 2017.
- Ridwan Khairandy.** *Pengantar Hukum Dagang*. Yogyakarta: UII Press. 2006.
- Sentosa Sembiring.** *Hukum Asuransi*. Bandung: Nuansa Aulia. 2014.
- Soemitro.** *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 1990.
- Soerjono Soekanto. Sri Mamudji.** *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*. Jakarta: Rajawali Pers. 2010.
- Sri Rejeki Hartono.** *Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi*. Jakarta: Sinar Grafika. 1995.
- Steinmann, Martin. Willen, Gerald.** *Metode Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bandung: Angkasa. 1974.
- Subekti.** *Aneka Perjanjian*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. 2014.

Sukarmi. *Cyber Law, Kontrak Elektronik Dalam Bayang-Bayang Pelaku Usaha.* Bandung: Pustaka Sutra. 2008.

Jurnal:

Desy Ary Setyawati. Dahlan. Muhammad Nur Rasyid. *Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik.* Syiah Kuala Law Journal Vol 1(3). Aceh. 2017.

Didik Wahyu Sugiyanto. *Perjanjian Asuransi Melalui Telemarketing Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008.* Mimbar Yustitia Vol.I. Universitas Sunan Bonang Tuban. 2017.

Hendry Hartono. Karyana Hutomo. Marshelia Mayangsari. *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian.* Binus Business Review Vol.3. 2012.

I Gede Hery Yoga Sastrawan. Putu Tunu Cakabawa L. *Keabsahan Perjanjian Asuransi Dalam Hukum Keperdataan.* Universitas Udayana. 2014.

Joshua Albert Monareh. Achmad Fauzi Dh. Inggang Perwangsa Nuralam. *Pengaruh Telemarketing Terhadap Keputusan Pembeli.* Universitas Brawijaya. 2018.

Muhammad Rizal Rachman. Herowati Poesoko. I Wayan Yasa. *Lahirnya Perjanjian Asuransi Melalui Telemarketing Berdasarkan Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 86.K/Pdt/2012.* Jurnal Ilmu Hukum Universitas Jember. Jember. 2017.

Priska Bachtiar. *Analisa Yuridis Tanggung jawab Produk Badan Hukum Perseroan Terbatas Sebagai Pelaku Usaha Terhadap Pencantuman Klausula*

Baku Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Universitas Indonesia. 2011.

Retna Gumanti. Syarat Sahnya Perjanjian (Ditinjau Dari KUHPerdara). Universitas Negri Gorontalo. 2012.

Rinitami Njatrijanji. *Akibat Hukum Pencantuman Klasula Baku Dalam Polis Asuransi Yang Bertentangan Dengan Pasal 18 Undang-Undang No.8/1999.* Universitas Diponegoro. 2012.

Yunito Bayu Ardi. *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Internet.* Universitas Indonesia. 2010.

Peraturan Perundang-undangan Republik Indonesia:

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata diterjemahkan oleh Subekti, Tjitrosudibio. Jakarta: PT. Balai Pustaka. 2014.

Kitab Undang-Undang Hukum Dagang diterjemahkan oleh Redaksi Aksara Sukses. Yogyakarta: Aksara Sukses. 2014.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2001 tentang Otoritas Jasa Keuangan

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013 Tahun 2013 tentang
Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 23/POJK.05/2015 Tahun 2015 tentang
Produk Asuransi dan Pemasaran Produk Asuransi

Putusan Pengadilan:

Mahkamah Agung, Putusan Nomor 85 K/Pdt.SusBPSK/2015

Internet:

Christine Novita Nababan, Telepon dan SMS Lembaga Keuangan Marak lagi,
Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20170911232254-78-241040/sudah-diatur-telpon-dan-sms-lembaga-keuangan-marak-lagi> Pada
Tanggal 1 February 2019