

## ABSTRAK

Syafia Mufnidarsih (01659200044)

(xi + 102 halaman)

### **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP NASABAH ATAS PENAWARAN JASA ASURANSI JIWA MELALUI PEMASARAN *TELEMARKETING* STUDI KASUS TERHADAP PT X”**

Risiko adalah suatu kondisi yang mengandung kemungkinan terjadinya penyimpangan yang lebih buruk dari hasil yang diharapkan. Risiko dalam hal ini yaitu suatu kemungkinan yang akan terjadi dalam diri seseorang baik berupa kerugian terhadap harta kekayaan ataupun ancaman bahaya terhadap jiwa dan raga seseorang yang terjadi di masa yang akan mendatang. Seseorang yang paham dan peduli akan risiko tersebut, sudah pastinya akan berusaha semaksimal mungkin untuk mengurangi, menghilangkan, bahkan mengalihkan semua risiko terhadap suatu ancaman bahaya yang tidak dapat diduga tersebut.<sup>1</sup> Menurut Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang perasuransian, yang disebut usaha asuransi jiwa adalah usaha yang menyelenggarakan jasa penanggulangan risiko yang memberikan pembayaran kepada pemegang polis, tertanggung, atau pihak lain yang berhak dalam hal tertanggung meninggal dunia atau tetap hidup, atau pembayaran lain kepada pemegang polis, tertanggung, atau pihak lain yang berhak pada waktu tertentu yang diatur dalam perjanjian, yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana. Disadari bahwa asuransi mempunyai beberapa manfaat, salah satunya membantu mengatasi segala masalah risiko yang dihadapi sehingga meningkatkan ketenangan dan kepercayaan diri kepada tertanggung.

Dalam penelitian ini melihat dari kenyataan, data, wawancara dan pengalaman penulis, maka diperlukannya sebuah peraturan untuk memberikan sebuah kepastian dan perlindungan hukum terhadap nasabah perusahaan perasuransian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Penelitian Yuridis Normatif. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa Perlindungan Hukum bagi tertanggung terhadap penggunaan *telemarketing* dalam pengikatan asuransi terpenuhinya hak-hak konsumen dilihat dan diwujudkan dalam 2 (dua) bentuk pengaturan, yaitu perlindungan hukum melalui suatu bentuk perundang-undangan tertentu yang sifatnya umum untuk setiap orang yang melakukan transaksi dan perlindungan hukum berdasarkan perjanjian yang khusus dibuat oleh para pihak, dimana dalam perjanjian asuransi dimuat dalam Polis atau syarat umum asuransi.

Kata Kunci: *Asuransi, Bancassurance, Telemarketing.*

---

<sup>1</sup> Junaedy Ganie, *Hukum Asuransi Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika, 2011, hal 40.

## ABSTRACT

Syafia Mufnidarsih (01659200044)  
(xi + 102 pages)

### **“LEGAL PROTECTION FOR CUSTOMERS ON THE OFFERING OF LIFE INSURANCE SERVICES THROUGH TELEMARKETING CASE STUDY AGAINST PT X”**

Risk is a condition that contains the possibility of deviations that are worse than the expected results. Risk in this case is a possibility that will occur in a person either in the form of loss to property or a threat of danger to one's body and soul that will occur in the future. Someone who understands and cares about these risks, of course, will try their best to reduce, eliminate, and even transfer all risks to an unpredictable threat. According to Article 1 point 6 of Law Number 40 of 2014 concerning insurance, what is called a life insurance business is a business that provides risk management services that provide payments to policyholders, the insured, or other entitled parties in the event that the insured dies or remains alive, or other payments to policyholders, the insured, or other entitled parties at a certain time as stipulated in the agreement, the amount of which has been determined and/or is based on the results of fund management. It is realized that insurance has several benefits, one of which is to help overcome all the risk problems faced thereby increasing peace and confidence for the insured.

In this study, looking at the facts, data, interviews and the author's experience, a regulation is needed to provide legal certainty and protection for insurance company customers. The writer is using Normative Juridical Method. From this research, it can be concluded that legal protection for the insured against the use of telemarketing in insurance binding, the fulfillment of consumer rights is seen and realized in 2 (two) forms of regulation, namely legal protection through a certain form of legislation that is general for everyone on the transactions and legal protection based on an agreement specifically made by the parties, where the insurance agreement is contained in the policy or general insurance terms.

*Key words: Insurance, Bancassurance, Telemarketing.*