

Tinjauan Yuridis Penggunaan E-Commerce Sebagai Sarana Pemasaran Produk Asuransi = Juridical Analysis of the Use of E-Commerce as a Marketing Channel for Insurance Product

Farah Clarissa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20523501&lokasi=lokal>

Abstrak

Kerjasama pemasaran produk asuransi merupakan kerjasama yang dapat dilakukan oleh perusahaan asuransi dengan badan usaha selain bank (BUSB), dimana pengaturan mengenai penyelenggaraan pemasaran produk asuransi melalui e-commerce dapat ditemukan pada Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/SEOJK.05/2020 tentang Saluran Pemasaran Produk Asuransi. Dalam melakukan kegiatan usaha pemasaran produk asuransi antara perusahaan asuransi dengan BUSB, terdapat batasan-batasan yang wajib dipatuhi oleh para pihak agar kegiatan yang dijalankan menjadi sah di hadapan hukum. Namun, praktiknya terdapat e-commerce yang diduga melakukan kegiatan pemasaran produk asuransi berbeda dari ketentuan dalam peraturan tersebut, yakni terdapat e-commerce yang memberikan penjelasan mengenai syarat serta ketentuan dari produk asuransi yang dipasarkannya, padahal peraturan mengamanatkan bahwa badan usaha selain bank tidak dapat memberikan penjelasan maupun ketentuan produk asuransi dalam melaksanakan pemasaran produk asuransi melalui e-commerce. Skripsi ini akan membahas mengenai bagaimana konsep pengikatan perjanjian asuransi dalam penyelenggaraan asuransi melalui e-commerce dan bagaimana skema pemasaran produk asuransi melalui e-commerce serta perlindungan hukumnya bagi konsumen. Metode penelitian pada skripsi ini adalah yuridis-normatif dengan pendekatan kualitatif, serta menggunakan bahan kepustakaan seperti bahan hukum primer dan sekunder. Pada akhirnya, peneliti memperoleh kesimpulan bahwa pemerintah perlu membentuk peraturan khusus terkait pemasaran produk asuransi melalui saluran pemasaran BUSB penyelenggara e-commerce, agar seluruh praktik pemasaran produk asuransi yang dilakukan oleh BUSB dapat diatur dalam satu peraturan khusus yang memberikan pengaturan secara komprehensif, mengingat saat ini penggunaan internet khususnya e-commerce sebagai sarana pemasaran dan jual beli sangat meningkat.

.....Insurance product marketing cooperation is a collaboration that can be carried out by insurance companies with non-bank business entities (BUSB), where arrangements regarding the implementation of marketing insurance products through e-commerce can be found in the Circular Letter of the Financial Services Authority Number 19/SEOJK.05/2020 concerning Insurance Product Marketing Channels. In conducting business activities of marketing insurance products between insurance companies and BUSB, there are limitations that must be obeyed by the parties so that the activities executed become legal. However, in practice, there are e-commerce that are suspected of carrying out marketing activities for insurance products that differ from the provisions in the regulation, namely there is e-commerce that provides an explanation of the terms and conditions of the insurance products it markets, even though the regulations mandate that BUSB cannot provide explanation and provisions of insurance products in carrying out marketing of insurance products through e-commerce. This thesis will discuss the concept of binding insurance agreements in the implementation of insurance through e-commerce and the marketing scheme of insurance products through e-commerce and its legal protection for consumer. The research method in this thesis is juridical-normative with a qualitative approach and uses library materials such as primary and

secondary legal materials. In the end, the researcher concluded that the government needs to form special regulations regarding the marketing of insurance products through the marketing channel of BUSB for e-commerce providers, so that all marketing practices of insurance products accomplished by BUSB can be regulated in a special regulation that provides comprehensive arrangements, considering that currently the use of the internet, especially e-commerce, as a means of marketing and buying and selling is increasing.