

Keberlakuan Ketentuan Pemasaran Asuransi pada SEOJK Nomor 5/SEOJK.05/2022 terhadap Permasalahan Aduan Produk Asuransi Unit Link oleh Pemegang Polis = Enforceability of Insurance Marketing Regulations in SEOJK Number 5/SEOJK.05/2022 towards Unit-Linked Insurance Product Complaints Issued by Policyholders

Diva Humaira Ardhini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920548863&lokasi=lokal>

Abstrak

Permasalahan aduan terkait asuransi *unit link* berakar dari kurangnya edukasi terkait produk yang diberikan oleh perusahaan asuransi kepada pemegang polis. Aduan tersebut secara umum membahas perihal kurangnya transparansi dalam penyampaian informasi produk, kegiatan komunikasi dan konfirmasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada calon pemegang polis tidak efektif, kompetensi dan perilaku agen asuransi yang masih kurang baik dalam memasarkan produk asuransi *unit link*, dan ilustrasi yang digunakan oleh perusahaan asuransi dalam menggambarkan asumsi perkembangan hasil investasi masih belum tepat. Penelitian dengan metode doktrinal-normatif ini membahas mengenai perkembangan ketentuan pemasaran asuransi *unit link* dan solusi yang diberikan oleh OJK terhadap permasalahan aduan terkait asuransi *unit link* dengan menerbitkan SEOJK No.5/SEOJK.05/2022. OJK melalui surat edaran tersebut menerbitkan ketentuan untuk memperbaiki praktik pemasaran dan transparansi informasi dalam pemasaran produk asuransi *unit link*. Surat edaran ini mengatur secara rinci mengenai kewajiban perusahaan asuransi untuk memberikan penjelasan yang jelas dan akurat terkait produk asuransi *unit link*, melakukan penilaian pemahaman calon pemegang polis asuransi *unit link*, dan kewajiban melakukan dokumentasi dalam bentuk rekaman video dan/atau audio pada saat proses pemasaran produk asuransi *unit link*. Hal ini penting dilakukan mengingat indeks literasi yang masih rendah, sementara produk asuransi *unit link* merupakan produk yang kompleks karena menggabungkan unsur asuransi dan investasi. Hasil penelitian menemukan bahwa ketentuan SEOJK 5/2022 dapat mengurangi angka aduan terkait asuransi *unit link* yang mungkin muncul di kemudian hari apabila perusahaan asuransi mengikuti ketentuan pemasaran produk dengan baik dan OJK sebagai secara ketat mengawasi praktik pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan asuransi.

.....The problem of complaints related to unit-linked insurance products stems from the lack of education provided by insurance companies to policyholders. The complaints generally revolves around the lack of transparency in the delivery of product information, the ineffectiveness of communication and confirmation activities carried out by the company to prospective policyholders, the incompetence of insurance agents, and the illustrations used by insurance companies in describing assumptions of the investment return performance are still inappropriate. This research, which uses doctrinal-normative method, discuss the development of unit-linked insurance marketing regulations and solutions provided by OJK to the problem of complaints related to unit-linked insurance by issuing SEOJK Number 5/SEOJK.05/2022. OJK through the circular letter issued regulations to improve marketing practices and information transparency in the marketing of unit-linked insurance products. This circular letter regulates in detail the obligation of insurance companies to provide clear and accurate explanations related to unit-linked insurance products to

prospective policy holders, to assess the understanding of policyholders regarding unit-linked insurance products, and the obligation to conduct documentation in the form of video and/or audio recordings during the marketing process of unit-linked insurance products. This is important to do considering the low financial literacy index, while unit-linked insurance is complex product because it combines insurance and investment elements in one product. The research found that the regulations of SEOJK 5/2022 can reduce the number of complaints related to unit-linked insurance that may arise in the future if insurance companies follow the product marketing regulation properly and OJK strictly supervises the marketing practices carried out by insurance companies.