

Tanggung Jawab Perusahaan Asuransi dalam Pemasaran dan Penjualan Polis Asuransi Secara Online Melalui Platform Asuransi Digital = The Responsibility of Insurance Companies in Marketing and Selling Insurance Policies Online through Digital Insurance Platforms

Avrila Anzani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920565850&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi dalam berbagai sektor, termasuk industri asuransi. Pemasaran dan penjualan polis asuransi secara online melalui platform digital memberikan kemudahan akses bagi konsumen, namun juga menimbulkan tantangan baru terkait tanggung jawab perusahaan asuransi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tanggung jawab hukum dan etika perusahaan asuransi dalam proses pemasaran dan penjualan polis melalui platform digital, dengan fokus pada perlindungan konsumen dan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan. Pendekatan penelitian ini bersifat yuridis normatif dengan menggunakan analisis terhadap regulasi yang berlaku, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan regulasi terkait asuransi di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan asuransi memiliki tanggung jawab untuk menyediakan informasi yang transparan, akurat, dan mudah dipahami oleh konsumen, serta memastikan keamanan data pribadi yang dikumpulkan melalui platform digital. Selain itu, diperlukan pengawasan lebih lanjut dari regulator untuk memastikan kepatuhan perusahaan asuransi terhadap standar yang ditetapkan. Studi ini memberikan kontribusi dalam memperkuat aspek hukum dan praktik terbaik dalam pemasaran asuransi digital, yang pada akhirnya mendukung kepercayaan konsumen terhadap industri asuransi.

.....The advancement of digital technology has driven transformation across various sectors, including the insurance industry. Online marketing and sales of insurance policies through digital platforms provide consumers with easier access but also pose new challenges related to the responsibility of insurance companies. This study aims to analyze the legal and ethical responsibilities of insurance companies in the process of marketing and selling policies through digital platforms, focusing on consumer protection and compliance with applicable regulations. This research adopts a normative juridical approach by analyzing relevant regulations, such as the Consumer Protection Act and insurance-related regulations in Indonesia. The findings reveal that insurance companies are responsible for providing transparent, accurate, and easily understandable information to consumers while ensuring the security of personal data collected through digital platforms. Furthermore, enhanced regulatory oversight is required to ensure compliance with established standards. This study contributes to strengthening legal aspects and best practices in digital insurance marketing, ultimately fostering consumer trust in the insurance industry.