

**PELAKSANAAN TRANSPARANSI INFORMASI PRODUK**

**BANCASSURANCE**

**(Studi Pasal 4 Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/6/PBI/2005 Tentang  
Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi  
Nasabah di BNI Life Insurance Jakarta)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat Memperoleh  
Gelar Kesarjanaan Dalam Ilmu Hukum**

**Oleh:**

**ANISA RETNO KUSUMADEWI**

**NIM. 105010100111066**



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**FAKULTAS HUKUM**

**MALANG**

**2014**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi** : **PELAKSANAAN TRANSPARANSI INFORMASI PRODUK BANCASSURANCE (Studi Pasal 4 Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/6/PBI/2005 Tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah di BNI Life Insurance Jakarta)**

**Identitas Penulis** :

**a. Nama** : **Anisa Retno Kusumadewi**

**b. NIM** : **105010100111066**

**Konsentrasi** : **Hukum Ekonomi dan Bisnis**

**Jangka Waktu Penelitian** : **5 Bulan**

**Disetujui pada tanggal** : **14 Januari 2014**

**Pembimbing Utama,**



Dr. Sihabudin, S.H., M.H

NIP. 195912161985031001

**Pembimbing Pendamping,**



Siti Hamidah, S.H., M.M

NIP. 196606221990022001

**Ketua Bagian Hukum Perdata**



Siti Hamidah, S.H., M.M

NIP. 196606221990022001

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PELAKSANAAN TRANSPARANSI INFORMASI PRODUK  
BANCASSURANCE (Studi Pasal 4 Peraturan Bank Indonesia Nomor  
7/6/PBI/2005 Tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan  
Data Pribadi Nasabah di BNI Life Insurance Jakarta)**

Oleh :

**ANISA RETNO KUSUMADEWI**

**105010100111066**

Skripsi ini telah disahkan oleh Majelis Penguji pada tanggal: **06 MAR 2014**

Ketua Majelis

Dr. Sihabudin, S.H., M.H.  
NIP : 19591216 198503 1 001

Anggota

Siti Hamidah, S.H., M.M.  
NIP : 19660622 199002 2 001

Anggota

Warkum Sumitro, S.H., M.H.  
NIP : 19560222 198403 1 002

Anggota

Djumikasih, S.H., M.H.  
NIP : 19721130 199802 2 001

Anggota

Yenny Eta Widyanti, S.H., M.Hum  
NIP. 19790603 200812 2 002

Ketua Bagian Hukum Perdata

Siti Hamidah, S.H., M.M.  
NIP : 19660622 199002 2 001

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Hukum

Dr. Sihabudin, S.H., M.H.  
NIP : 19591216 198503 1 001



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbilalamin, segala Puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan segala rahmat, taufiq serta hidayah dan kasih-Nya. Karena hanya dengan pertolongan Allah SWT semata, yang berupa nikmat kesempatan, kesehatan dan rizki, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pelaksanaan Transparansi Informasi Produk *Bancassurance*”.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu rangkaian mata kuliah dan prasyarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Malang yang harus ditempuh oleh mahasiswa, sebagai parameter pengaplikasian dari beberapa mata kuliah yang telah dipelajari. Dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada hingganya kepada:

1. Orang Tuaku Tercinta, Ayahanda Ngatijan M.Pd dan Ibunda Mimin Aminah yang selalu penulis cintai dan banggakan. Terima kasih telah membesarkan dan mendidik dari kecil hingga saat ini. Karena doa, kasih sayang, kesabaran serta semangat ayahanda dan ibunda penulis bisa melangkah sampai ke jenjang ini.
2. Kakakku Ika Wirasari Kusumawardhani dan Adikku Alfarisy Asshidiqie Kusumajati. Terima kasih atas doa dan semangat yang telah diberikan hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak Dr. Sihabuddin, S.H., M.H selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Malang dan juga selaku Pembimbing Utama.

Terima kasih atas bimbingan, waktu, dan kesabaran dalam memberikan bimbingan dalam menyusun skripsi.

4. Bapak Dr. Muchamad Ali Safa'at selaku Pembantu Dekan I Fakultas Hukum Universitas Brawijaya. Terima kasih atas bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Rachmi Sulistyarini, SH. MH selaku Pembantu Dekan II Fakultas Hukum Universitas Brawijaya. Terima kasih atas bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Arif Zainudin, SH. MHum selaku Pembantu Dekan III Fakultas Hukum Universitas Brawijaya. Terima kasih atas bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Siti Hamidah, S.H, M.M selaku Ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Brawijaya M.M dan juga selaku Pembimbing Pendamping. Terima kasih atas bimbingan, curahan ilmu dan kesabaran yang selalu ibu berikan kepada penulis dalam memberikan bimbingan penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Segenap dosen Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Malang yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Fakultas Hukum.
9. Seluruh staf Fakultas Hukum Universitas Brawijaya yang telah membantu kelancaran studi penulis.
10. Bpk. Syahrir Al Rasyid (*Assistant Manager Telesales Business Conservation*) dan Bpk. Heri Halawani (*Assistant Vice President Head of Bancassurance Support*) di BNI Life Insurance Jakarta. Terima kasih atas

ketersediaan waktu dan bimbingannya hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

11. Tri Laksono Susilo, S.H, terimakasih atas bimbingan dan waktunya hingga terselesaikannya skripsi ini.
12. Mas Yosi Abdhan Pradana,. Terima kasih atas doa, waktu, semangat, kasih sayang, cinta, motivasi, dan kesabaran yang selalu ada dalam menemani terselesaikannya skripsi ini.
13. Sahabat-sahabat kuliahku, Terutama Novi, Ita, Sinta, Risa, Sela, Nain, terima kasih untuk selalu menemani masa kuliah hingga terselesaikannya studi di kampus tercinta ini.
14. Teman-teman FORMAH PK FH-UB 2010, Ayu, Dini, Yossie, Isti, Rasya, Febby, Aulia, Auliana, Diastri, Rizaldi, Satrio, Anggi, Herja, Firman, Ria, Danang dan keluarga Formah PK 2009, 2011, 2012, 2013. Terima kasih untuk berjuang bersama di organisasi tercinta ini dan untuk semangatnya hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
15. Teman-teman EQUALITY FH, Terima kasih telah menemani dan memotivasi hingga terselesaikannya skripsi ini.
16. Teman-teman BLC FH-UB dan seluruh FH UB 2010. Terima kasih atas kebersamaan dan semangat yang diberikan hingga terselesaikannya skripsi ini.
17. Serta pihak yang belum disebutkan yang juga membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

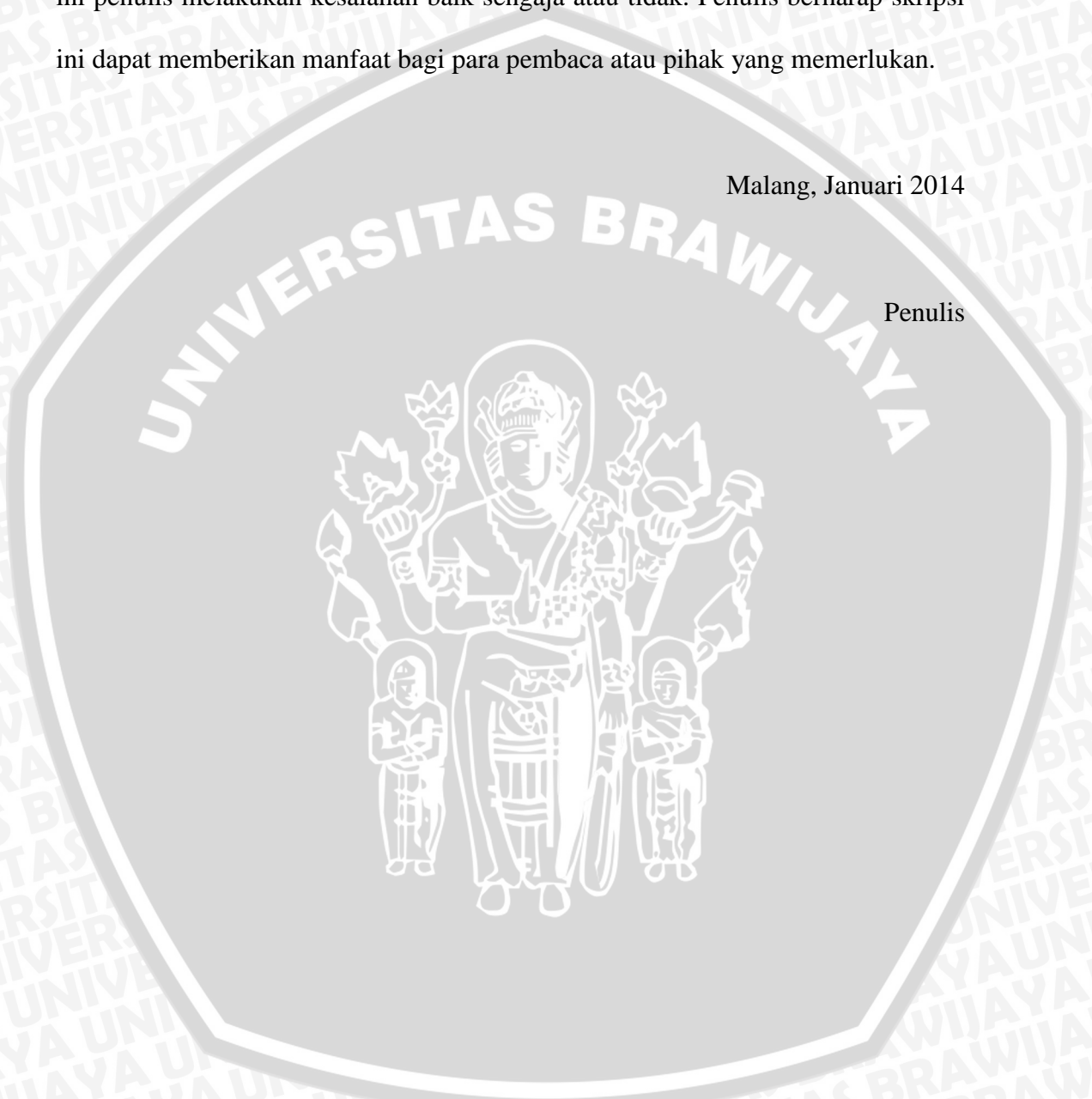
Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari Bapak, Ibu dosen pada

khususnya serta pembaca pada umumnya sangat penulis harapkan demi menyempurnakan skripsi ini.

Akhirnya mohon maaf penulis haturkan apabila dalam penyusunan skripsi ini penulis melakukan kesalahan baik sengaja atau tidak. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca atau pihak yang memerlukan.

Malang, Januari 2014

Penulis



**DAFTAR ISI**

<b>Halaman Persetujuan</b> .....	i
<b>Halaman Pengesahan</b> .....	ii
<b>Kata Pengantar</b> .....	iii
<b>Daftar Isi</b> .....	vii
<b>Daftar Bagan</b> .....	ix
<b>Daftar Lampiran</b> .....	x
<b>Ringkasan</b> .....	xi

**BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Sistematika Penulisan .....	11

**BAB II KAJIAN PUSTAKA**

A. Kajian Umum tentang Perbankan .....	12
B. Kajian Umum tentang Asuransi .....	17
C. Kajian Umum tentang Transparansi .....	38

**BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	46
B. Lokasi Penelitian .....	46
C. Jenis Data .....	47
D. Sumber Data .....	47
E. Populasi dan Sampel .....	48
F. Teknik Pengambilan Data .....	48
G. Teknik Analisis Data .....	49
H. Definisi Operasional .....	50





**BAB IV PELAKSANAAN TRANSPARANSI INFORMASI**

**PRODUK BANCASSURANCE**

A. Gambaran Umum BNI <i>Life Insurance</i> .....	51
B. Produk <i>Bancassurance</i> di BNI <i>Life Insurance</i> .....	62
C. Pelaksanaan Transparansi Informasi Produk <i>Bancassurance</i> di BNI <i>Life Insurance</i> .....	81
D. Faktor Penghambat dan Pendukung Pelaksanaan Transparansi Informasi Produk <i>Bancassurance</i> di BNI <i>Life Insurance</i> .....	106

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	134
B. Saran.....	135

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



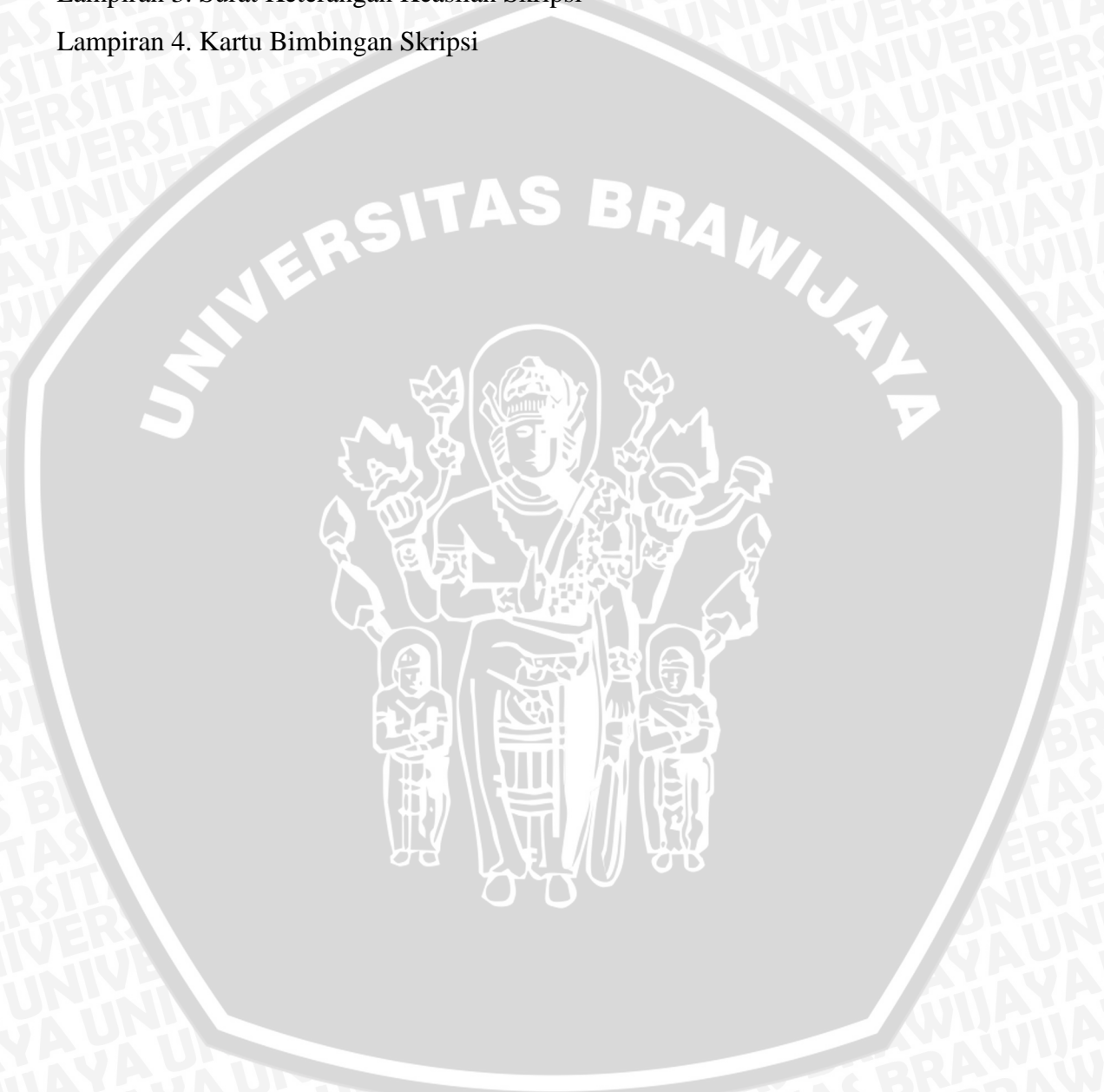
## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Proses Penyelesaian Klaim .....	80
Bagan 2. Alur Kerja Tenaga Pemasar <i>Bancassurance</i> .....	125



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 2. Surat Keterangan Pengambilan Data (*BNI Life Insurance*)
- Lampiran 3. Surat Keterangan Keaslian Skripsi
- Lampiran 4. Kartu Bimbingan Skripsi



## RINGKASAN

ANISA RETNO KUSUMADEWI. Hukum Ekonomi dan Bisnis. Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Malang. Januari 2014. Pelaksanaan Transparansi Informasi Produk *Bancassurance* (Studi Pasal 4 Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/6/PBI/2005 Tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah di BNI *Life Insurance* Jakarta). Dr. Sihabudin, SH. MH; Siti Hamidah SH, MM.

Transparansi dalam penyampaian informasi produk *bancassurance* kepada nasabah sangat penting untuk mencegah terjadinya kesalahpahaman yang mengakibatkan resiko hukum. Peraturan Bank Indonesia No 7/6/PBI/2005 mengatur mengenai penyampaian informasi secara transparan yang harus dilakukan pihak tenaga pemasar produk kepada nasabah. Pada praktik yang terdapat di lapangan, hal itu tidak selalu disampaikan kepada nasabah. Perumusan masalah dari penelitian ini yaitu: Bagaimana pelaksanaan transparansi informasi produk *bancassurance* sesuai pasal 4 PBI No. 7/6/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah di BNI *Life* dan Apa faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan transparansi informasi pada produk *bancassurance* di BNI *Life*.

Metode pendekatan yang dipakai adalah yuridis sosiologis karena melihat dan meneliti mengenai pelaksanaan pasal 4 Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/6/PBI/2005 dan pelaksanaannya di BNI *Life Insurance* Jakarta. Data yang didapatkan dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan menggunakan sumber data primer yang didapat langsung dari lapangan dan sumber data sekunder sebagai pendukungnya. Lokasi penelitian adalah BNI *Life Insurance* di BNI *Life Tower The Landmark Center*, Jalan Jend. Sudirman Jakarta.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memperoleh jawaban atas permasalahan yang ada bahwa Pelaksanaan Transparansi produk *bancassurance* di BNI *Life Insurance* Jakarta belum sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 6/7/PBI/2005 khususnya pada pasal 4 dan 5. Transparansi informasi mengenai produk bank sangat diperlukan untuk memberikan kejelasan pada nasabah mengenai karakteristik di produk tersebut. Informasi yang belum disampaikan secara transparan kepada nasabah mencakup manfaat dan fitur yang ditawarkan, serta risiko dari produk *bancassurance* di BNI *Life*. Masalah yang ditemui di lapangan adalah kurangnya ketersediaan informasi secara tertulis oleh BNI *Life* untuk nasabah. Sebagian besar nasabah mencari informasi lewat brosur, sedangkan informasi mengenai *bancassurance* ini banyak ditemui lewat website. Penghambat dalam pelaksanaan transparansi informasi *bancassurance* di BNI *Life* diantaranya kurangnya pemahaman informasi yang diterima nasabah, adanya unsur penipuan dalam pengisian data SPA (Surat Permintaan Asuransi), ketidakjujuran dari agen asuransi, dan pelanggaran atas prinsip *utmost good faith*. Sedangkan pendukung pelaksanaan transparansi informasi *bancassurance* di lapangan diantaranya agen asuransi yang cermat dalam menjual produk dan melayani kebutuhan nasabah, sistem distribusi, strategi memanfaatkan nama baik perusahaan, dan memberikan keuntungan bagi banyak pihak khususnya nasabah, bank dan perusahaan asuransi itu sendiri.

## SUMMARY

ANISA RETNO KUSUMADEWI. Law economics and business. Faculty Of Law, Brawijaya University, Malang. January 2014. Implementation of the Transparency Information Bancassurance Product (study article 4 Regulation of Bank Indonesia No. 7/3/PBI/2005 about Transparency on Bank product information and use of the Personal Data of the customer in BNI Life Insurance, Jakarta). Dr. Sihabudin, SH MH; Siti Hamidah SH, MM.

Transparency information in bancassurance products to customers very important to prevent a misconception resulting in risk of law. The Bank Indonesia Regulation No. 7/2/PBI/2005 governing the submission of information should be done transparently by the marketers of products to customers. In fact, it is not always communicated to the customer. The formulation of the research problems are: How the implementation of the transparency information of bancassurance products in accordance with article 4 PBI No. 7/3/PBI/2005 regarding the transparency of the information products of the Bank and customer Personal Data in BNI Life and what factors supporting and restricting the transparency implementation of the information of bancassurance products in BNI Life.

Approach method used is the juridical sociological as it sees and examines on the implementation of article 4 of the regulations of Bank Indonesia Number 7/6/PBI/205 and its implementation in BNI Life Insurance, Jakarta. The Data obtained were analyzed by qualitative descriptive from primary data sources by using obtained directly from the field and secondary data source as supporters. Location of research is the BNI Life Insurance in BNI Life Tower The Landmark Center, Jend. Sudirman Street, Jakarta.

Based on the results of the research, the author answers to existing problems that the implementation of the transparency information of bancassurance products on BNI Life Insurance, Jakarta has not been in accordance with the Bank Indonesia Regulation number 6/7/PBI/2005 about Transparency on Bank product information and use of the Personal Data of the customer in particular on articles 4 and 5. Transparency of information about bank products is very necessary to provide clarity to customers on a variety of characteristics present in the product . The information has not been presented in a transparent manner to customers include benefits and features offered , and the risk of bancassurance products in BNI Life . Obstacles in the implementation of information transparency BNI Life Bancassurance in such a lack of understanding of information received by the customer , the presence of elements of fraud in the data entry SPA ( Insurance Demand Letter ) , dishonesty of insurance agents , claims payment issues and violation of the principle of utmost good faith . While supporting factors in exercising their bancassurance Jakarta BNI Life Insurance including insurance agents careful in selling products and serving the needs of customers , distribution systems , strategy memnafaatkan company's good name , and provide benefits for many stakeholders , especially customers , banks and insurance companies themselves . Obstacle factors in the implementation of information transparency BNI Life Bancassurance in such a lack of understanding of information received by the customer , the presence of elements of fraud in the data entry SPA ( Insurance Demand Letter ) , dishonesty of insurance agents , claims payment issues and violation of the principle of utmost good faith .

Supporting factors in exercising their bancassurance BNI Life Insurance Jakarta including insurance agents careful in selling products and serving the needs of customers , distribution systems , strategy memnfaatkan company's good name , and provide benefits for many stakeholders , especially customers , banks and insurance companies themselves .



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Sebagai lembaga keuangan, kehadiran bank sebenarnya sangat lekat dengan kebutuhan hidup dan aktivitas bisnis manusia. Fakta kebutuhan dan kelekatan nasabah dengan bank inilah yang semakin dilirik serta diformalisasikan oleh pelaku-pelaku asuransi dalam memaksimalkan penetrasi pasar produk-produk asuransinya melalui pasar bank.

Selama ini bank-bank secara tidak langsung telah lama menjadi alat pengembangan pasar produk asuransi. Misalnya, dengan adanya kebutuhan untuk mengasuransikan potensi risiko pelunasan kredit yang telah disalurkan kepada debiturnya, kebutuhan untuk mengasuransikan jaminan-jaminan (*collateral*) yang menjadi jaminan pelunasan utang debitur bank tersebut. Termasuk juga asuransi untuk menjamin risiko kehilangan jiwa, dan bentuk-bentuk produk asuransi lain yang dibutuhkan oleh bank untuk perlindungan kepentingannya dari potensi kerugian.

Potensi pasar inilah yang menjadi alasan fundamental bagi perusahaan asuransi dalam mengembangkan kerjasama yang saling menguntungkan dengan pihak bank yang lebih dikenal dengan *bancassurance*. Melalui kerjasama *bancassurance* ini, pelaku asuransi mengharapkan bank dapat menggali potensi pasar asuransi tersebut tidak saja melalui kebutuhan perlindungan terhadap kredit ataupun investasi yang disalurkan, akan tetapi juga diharapkan



akan berkembang kepada seluruh kebutuhan dan aktivitas hidup para nasabah bank terlepas dari akibat perikatannya dengan bank itu sendiri.<sup>1</sup>

*Bancassurance* adalah layanan bank dalam menyediakan produk asuransi yang memberi perlindungan dan produk investasi untuk memenuhi kebutuhan finansial jangka panjang nasabah.<sup>2</sup>

*Bancassurance* merupakan kerjasama keagenan antara bank dengan perusahaan asuransi. Di Indonesia produk ini murni merupakan produk perusahaan asuransi yang ditawarkan atau dijual melalui jalur distribusi (*distribution channel*). Hal ini terlihat dengan adanya larangan dalam undang-undang perbankan Indonesia yang melarang bank melakukan kegiatan asuransi.<sup>3</sup>

Ditinjau dari segi fungsinya, *bancassurance* merupakan suatu contoh produk kerjasama silang untuk memperluas jaringan bisnis antar lembaga keuangan. Bagi pihak perusahaan asuransi, *bancassurance* merupakan cara untuk memperluas cakupan atau kapasitas distribusi produknya dengan memanfaatkan kepercayaan masyarakat pada bank. Sementara bagi pihak bank keberadaan *bancassurance* dapat menggantikan pendapatan yang hilang dari besarnya margin bunga bank. Selain itu, bank juga menawarkan kenyamanan bagi nasabahnya untuk kemudahan melakukan berbagai transaksi dan pembelian produk di bidang keuangan.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Ricardo Simanjuntak, 2004, **Tinjauan Hukum Bancassurance di Indonesia** (online), <http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol9446/tinjauan-hukum-ibancassurance-di> (10 September 2013)

<sup>2</sup> Bank Indonesia, **Mengenal Bancassurance di Indonesia**. (online), [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) diakses 9 September 2013

<sup>3</sup> Zulkarnain Sitompul, **Menyambut Kehadiran Otoritas Jasa Keuangan**, 2004, hal 3

<sup>4</sup> Anastasia Grace Simanjuntak, **Aspek Hukum Penerapan Manajemen Risiko Oleh Bank Dalam Rangka Bancassurance di Indonesia**, Skripsi tidak diterbitkan, Jakarta, Skripsi. Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2012, hlm 2.



Melalui kerjasama ini, pihak bank dan perusahaan asuransi sama-sama diuntungkan. Pihak bank memperoleh keuntungan dengan mendapatkan *fee based income*. Rekening nasabah akan di-debit secara otomatis oleh bank sejumlah premi asuransi secara tetap dalam tempo tertentu. Biaya dari pen-debit-an inilah yang merupakan pendapatan bagi bank terkait. Pihak bank juga memperoleh keuntungan dengan pengendapan dana yang dapat diputar kembali di pasar uang. Pada sisi lain, pihak asuransi memperoleh mitra untuk memperluas lingkup pemasaran produknya.

*Bancassurance* merupakan aktivitas hukum yang timbul dari perjanjian antara perusahaan asuransi dengan pihak bank dimana bank sepakat untuk bertindak sebagai agen penjualan produk-produk asuransi di dalam wilayah jangkauan pasar yang dimiliki oleh bank tersebut. Dari pengertian tersebut, terlihat bahwa hubungan hukum yang terbangun antara pihak perusahaan asuransi dengan pihak bank lebih pada hubungan keagenan dimana pihak bank bertindak sebagai agen (*sales representative*) yang menjual produk-produk asuransi mitra berkontraknya, di wilayah aktivitasnya sebagai bank.<sup>5</sup>

Sebagai agen, secara umum posisi bank akan lebih berhubungan dengan kepentingan pihak perusahaan asuransi yang mempekerjakannya untuk menjual produk asuransi, dibandingkan kepentingan para nasabah bank yang dengan skema *bancassurance* ini akan menjadi pembeli potensial terhadap produk asuransi yang dijualnya.

<sup>5</sup> Ricardo Simanjuntak, 2004, **Tinjauan Hukum Bancassurance di Indonesia** (online), <http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol9446/tinjauan-hukum-ibancassurance-di> (10 September 2013)

Pada awalnya hubungan hukum antara bank dan nasabahnya telah eksis berdasarkan kontrak yang timbul dari penggunaan produk perbankan seperti yang diatur dalam Pasal 6-9 UU No.7/1992 jo. UU No.10/1998 tentang Perbankan, akan tetapi konsekuensi perikatan yang timbul dari penjanjian asuransi yang dijual bank terhadap nasabahnya tersebut bukanlah menimbulkan perikatan antara nasabah dengan bank tersebut. Tetapi, perikatan yang timbul tetap antara nasabah (yang berubah menjadi tertanggung dalam kontrak asuransi) dengan perusahaan asuransi penerbit. Jadi sebagai agen penjualan, secara hukum bank tidak menggantikan posisi perusahaan asuransi sebagai pihak penanggung dalam *bancassurance*.

Secara teori, batasan-batasan hak dan tanggung jawab masing-masing pihak yang terlibat dalam *bancassurance* cukup jelas, tetap saja permasalahan-permasalahan hukum dapat muncul dalam pelaksanaannya di lokasi penelitian. Kesalahan tersebut dapat datang dari pihak perusahaan asuransi.

Pada bank tertentu yang menjual produk bank asuransi biasanya nasabah bank yang kemudian direkrut juga menjadi nasabah asuransi yang berafiliasi atau mempunyai kerjasama tertentu pada umumnya tidak mengerti dan mengetahui bahwa produk yang dikeluarkan oleh bank tersebut jika terjadi risiko keuangan maka bank tidak ikut bertanggung jawab terhadap kerugian pemegang polis asuransi tersebut meskipun pada mulanya yang menjual asuransi adalah orang yang berada dalam bank tersebut pada umumnya petugas bank bisa saja bertindak juga sebagai petugas asuransi yang memilih sendiri *outlet* investasi dari isian formulir yang disediakan meskipun calon nasabahnya menandatangani formulir yang disediakan tetapi pada umumnya tidak begitu memahami isi

formulir tersebut dan menyerahkan urusan itu kepada petugas bank yang merangkap petugas asuransi di bank tersebut. jadi untuk menghindari kerugian dikemudian hari maka nasabah asuransi yang dijual dalam kantor bank haruslah mendapat penjelasan yang memadai akan risiko yang mungkin timbul jika asuransi tersebut mengalami kerugian atau menarik diri dari Indonesia bahwa produk asuransi yang dijual bank tersebut tidak digaransi oleh bank yang bersangkutan.<sup>6</sup>

Permasalahan antara nasabah dengan bank seringkali diawali karena ketidakseimbangan informasi atas produk bank yang ditransaksikan. Dalam hal ini, nasabah cenderung pada posisi yang lemah, dengan kata lain bank lebih menguasai informasi atas produk yang dikeluarkannya. Sebagian besar nasabah hanya memperoleh informasi mengenai manfaat dari suatu produk, padahal informasi yang ideal seharusnya juga memuat secara transparan mengenai risiko atas produk tersebut. Informasi yang bersifat parsial dari bank tentu berpotensi merugikan nasabah.

Contohnya, jika terjadi keterlambatan pembayaran klaim asuransi yang sebenarnya secara hukum telah jatuh tempo dan dapat ditagih oleh pihak penanggung, secara langsung ataupun tidak langsung akan menimbulkan kerepotan tersendiri bagi pihak bank. Sebagai pihak yang juga mempertaruhkan reputasi banknya ketika menawarkan produk asuransi tersebut kepada para nasabahnya, ketidakmampuan atau tindakan ingkar janji dari perusahaan asuransi untuk melunasi klaim asuransi akan menimbulkan citra buruk tidak saja pada perusahaan asuransi, tetapi juga akan berimbas pada reputasi bank tersebut.

<sup>6</sup> Samiun Achmad, 2011, **Jurus Tipu-tipu Bank** (online), <http://ekonomi.kompasiana.com/moneter/2011/02/17/jurus-tipu-tipu-bank-2-341445.html>, (10 September 2013)

Konsekuensinya, peristiwa ini tidak saja akan menimbulkan persoalan hukum antara tertanggung dengan perusahaan asuransi yang tidak mampu melunasi pembayaran klaim tersebut, akan tetapi juga berpotensi menimbulkan persoalan hukum antara bank dengan perusahaan asuransi terhadap kerugian yang dialami oleh bank atas hilang atau menurunnya kepercayaan dari tertanggung yang dikecewakan.

Belum lagi, bila tertanggung tersebut melakukan gugatan perdata dan mendudukkan bank tersebut sebagai tergugat dua ataupun turut tergugat atas wanprestasi terhadap pemenuhan klaim asuransi yang dijual melalui bank tersebut.

Sebaliknya, bila alasan tidak dibayarnya klaim asuransi disebabkan perusahaan asuransi dapat membuktikan bahwa tertanggung telah melanggar azas *the utmost good faith*, misalnya dengan menyembunyikan penyakit yang sebenarnya ketika polis asuransi ditandatangani. Atau, misalnya calon tertanggung sebenarnya tidak mempunyai *insurable interest* kepada obyek yang akan diasuransikannya. Padahal, kesalahan tersebut terjadi karena bank tersebutlah yang justru tidak melakukan pengecekan keadaan dari tertanggung sebelum perjanjian asuransi ditandatangani, maka hal ini akan pula dapat menimbulkan persoalan tersendiri antara perusahaan asuransi dan bank, selain dari perusahaan asuransi dan tertanggung.<sup>7</sup>

Saling kontrol antara perusahaan asuransi dengan bank dalam kerjasama *bancassurance* inilah bagian yang cukup sulit untuk dilaksanakan dengan baik. Ini dikarenakan , walaupun sama-sama lembaga keuangan, kedua

<sup>7</sup> Ricardo Simanjuntak, 2004, **Tinjauan Hukum Bancassurance di Indonesia** (online), <http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol9446/tinjauan-hukum-ibancassurance-di> (10 September 2013)

lembaga ini memiliki jiwa aktivitas yang sangat berbeda. Bank yang dimasuki oleh produk asuransi akan memberikan perhatian pertama kepada stabilitas pasar dari produk-produk perbankannya, sehingga bank dapat saja hanya sekedar menjalankan upaya penjualan produk tanpa memahami prinsip-prinsip asuransi yang berlaku.

Perusahaan asuransi sebagai pemilik produk yang akan dijual dan yang akan tetap bertanggungjawab terhadap risiko pertanggungan, akan sangat menaruh perhatian dalam aktivitas kontrak asuransi melalui pemasaran bank tersebut. Hubungan hukum keagenan yang mendasari *bancassurance* secara umum lebih mendudukkan kedua belah pihak sebagai mitra yang sejajar yang membuat sulit bagi perusahaan asuransi untuk terus menerus memberikan instruksi kepada pihak bank.

Keadaan ini membuat beberapa pihak menganggap bahwa kordinasi pelaksanaan *bancassurance* ini sering lebih mudah dikendalikan dan mencapai sasarannya bila perusahaan asuransi dan bank tersebut datang dari suatu grup atau induk usaha yang sama.

Berdasarkan pertimbangan bahwa transparansi informasi mengenai berbagai produk yang ada di perusahaan asuransi yang mempunyai *bancassurance* sangat diperlukan, maka perlu adanya kejelasan bahwa perusahaan asuransi ini yang sebenarnya berjalan masing-masing dalam kegiatannya dengan perbankan harus mengikuti ketentuan transparansi sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia (PBI) untuk perbankan atau tidak. Transparansi merupakan bagian dari *good governance* serta pentingnya memberikan kejelasan mengenai risiko dan manfaat yang melekat pada produk bank, Bank Indonesia menerbitkan PBI No.

7/6/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah. Adapun transparansi yang dilakukan oleh Bank harus sebagaimana pasal 4 yang tertulis dalam PBI No. 7/6/PBI/2005:

- (1) Bank wajib menyediakan informasi tertulis dalam bahasa Indonesia secara lengkap dan jelas mengenai karakteristik setiap Produk Bank.
- (2) Informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib disampaikan kepada Nasabah secara tertulis dan atau lisan.
- (3) Dalam memberikan informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), Bank dilarang memberikan informasi yang menyesatkan (*mislead*) dan atau tidak etis (*misconduct*).

Informasi yang dikategorikan menyesatkan (*mislead*) itu bisa berupa kebohongan, bisa juga informasi yang tidak jujur, tidak utuh diungkapkan. Pihak yang tidak cukup hati-hati menentukan kebenaran material dari pernyataan atau keterangannya saja bisa dianggap memberikan informasi menyesatkan. Informasi yang tidak etis (*misconduct*) dikategorikan seperti memberi citra buruk kepada perusahaan lain semata-mata untuk mencari keuntungan.

Transparansi yang dimaksud adalah penjelasan secara merinci kepada nasabah mengenai produk yang ditawarkan seputar *bancassurance*. Seringkali nasabah tidak paham secara jelas tentang produk itu karena pegawai hanya menjelaskan intinya saja tanpa menjelaskan secara detail mengenai teknis apabila terjadi suatu risiko yang mengakibatkan kerugian. Pegawai asuransi itu terkadang lebih menceritakan mengenai kelebihan dari produk yang dikeluarkannya dengan membandingkan dengan perusahaan asuransi lainnya. Hal tersebut yang seharusnya diminimalkan karena dalam pengenalan produk yang harus utama dijelaskan mengenai karakteristik produk itu agar semua pihak dapat merasakan keuntungannya dengan meminimalisir risiko di dalamnya.

Informasi yang harus sampai pada nasabah diantaranya mengenai jenis produk dari *bancassurance* meliputi karakteristiknya, manfaat dan risiko sebagai nasabah *bancassurance* di perusahaan asuransi tersebut, dan teknis yang harus dilakukan apabila terjadi suatu perubahan dalam kegiatan *bancassurance* di perusahaan asuransi itu. Perlu disampaikan kepada nasabah secara jelas tentang berbagai permasalahan *bancassurance* yang ditawarkan sampai pada masalah bila terjadi pemutusan kerjasama antara bank dan asuransi yang menjual *bancassurance* sehingga nasabah tidak dirugikan setelah mengambil keputusan membeli produk *bancassurance* yang ditawarkan.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai pelaksanaan transparansi yang dilakukan pihak *insurance* yang mengeluarkan produk *bancassurance* kepada nasabah terkait produk *bancassurance*. Inilah antara lain diharapkan dapat terjawab dengan adanya skripsi ini.

## **B. Perumusan Masalah**

1. Bagaimana pelaksanaan transparansi informasi produk *bancassurance* sesuai pasal 4 PBI No. 7/6/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah di BNI Life?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan transparansi informasi pada produk *bancassurance* di BNI Life?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengidentifikasi, mendeskripsikan, dan menganalisis pelaksanaan transparansi dalam produk *bancassurance*.
2. Untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan *bancassurance*.

## D. Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini adalah untuk pengembangan ilmu hukum perbankan dan asuransi khususnya yang mempelajari tentang produk jasa *bancassurance*

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Perusahaan Asuransi

Untuk dapat memberikan hasil penelitian mengenai faktor yang berpengaruh terhadap produk *bancassurance*.

#### b. Bank

Untuk dapat memberikan pengetahuan mengenai faktor yang dapat membawa pengaruh terhadap kerjasama keagenan antara bank dengan perusahaan *insurance*

#### c. Bank Indonesia

Diharapkan dapat memberikan pengawasan terhadap regulasi yang telah dikeluarkan mengenai produk *bancassurance*.

#### d. Nasabah

Penulisan ini diharapkan berguna memberikan kesadaran pada masyarakat untuk cermat terhadap setiap produk *bancassurance* yang diikutinya.

#### e. Penulis

Diharapkan tulisan ini dapat digunakan sebagai penambah pengetahuan tentang produk jasa perbankan *bancassurance*.



## E. Sistematika Penulisan

Berikut ini dikemukakan sistematika penulisan yang terbagi dalam:

### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat peneliitian yang dibagi menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis

### BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini akan menguraikan lebih dalam mengenai teori yang melandasi penulisan dan pembahasan berkaitan dengan judul. Kajian Pustaka akan diperoleh dari studi kepustakaan.

### BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan metode pendekatan, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik perolehan data, dan teknik analisis data.

### BAB IV: PEMBAHASAN

Bab ini merupakan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, bab ini menjelaskan tentang hasil dari penelitian tentang pelaksanaan pasal 4 PBI 7/6/PBI/2005 tentang transparansi informasi produk *bancassurance* yang dilakukan di PT BNI *Life Insurance* Jakarta.

### BAB V: PENUTUP

Bab ini berisikan Kesimpulan dan Saran dari penulis terhadap masalah yang dibahas.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kajian Umum tentang Perbankan

##### 1. Bank

Lembaga perbankan merupakan inti dari sistem keuangan dari setiap Negara. Bank adalah lembaga keuangan yang menjadi tempat bagi orang perseorangan, badan-badan usaha milik Negara, bahkan lembaga-lembaga pemerintahan menyimpan dana-dana yang dimilikinya. Melalui kegiatan perkreditan dan berbagai jasa yang diberikan, bank melayani kebutuhan pembiayaan bagi semua sektor perekonomian.

Di Indonesia masalah yang terkait dengan bank diatur dalam undang-undang No 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang No. 10 Tahun 1998. Dalam Black's Law Dictionary, bank dirumuskan sebagai: *"An institutuian, usually incopated, whose business to receive money on deposit, cash, checks or drafts, discount commercial paper, make loans, and issue promissory notes payable to bearer known as bank notes."*

Tidak jauh berbeda dengan rumusan tersebut, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, bank adalah usaha di bidang keuangan yang menarik dan mengeluarkan uang di masyarakat, terutama memberikan kredit dan jasa di lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.

Rumusan mengenai pengertian bank yang lain, dapat juga kita temui dalam istilah hukum *Fockema Andreae* yang mengatakan bahwa bank adalah suatu lembaga atau orang pribadi yang menjalankan perusahaan dalam menerima dan memberikan uang dari dan kepada pihak ketiga. Berhubung dengan adanya

cek yang hanya dapat diberikan kepada banker sebagai tertarik, maka bank dalam arti luas adalah orang atau lembaga yang dalam pekerjaannya secara teratur menyediakan uang pihak ketiga.<sup>8</sup>

Berkaitan dengan pengertian Bank, pasal 1 butir 2 Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan merumuskan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

#### a. Asas, Fungsi, dan Tujuan Perbankan

Mengenai asas perbankan yang dianut di Indonesia dapat kita ketahui dari ketentuan Pasal 2 Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan yang mengemukakan bahwa, “Perbankan Indonesia dalam melakukan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan menggunakan prinsip kehati-hatian”. Menurut penjelasan resminya yang dimaksud dengan demokrasi ekonomi adalah demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945.

Fungsi perbankan dapat dilihat dalam ketentuan Pasal 3 Undang-undang Perbankan yang menyatakan bahwa “Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dana dan penyalur dana masyarakat.” Dari ketentuan ini tercermin fungsi bank sebagai perantara pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana (*surplus of funds*) dengan pihak-pihak yang kekurangan dan memerlukan dana (*lacks of funds*).<sup>9</sup>

Perbankan di Indonesia mempunyai tujuan yang strategis dan tidak semata-mata berorientasi ekonomis, tetapi juga berorientasi kepada hal-hal yang

<sup>8</sup> Hermansyah, **Hukum Perbankan Nasional Indonesia**, Kencana, Jakarta, 2005, hlm 8.

<sup>9</sup> Ibid., hlm 20.

non-ekonomis seperti masalah menyangkut stabilitas nasional yang mencakup antara lain stabilitas politik dan stabilitas sosial.

Secara lengkap mengenai hal ini diatur dalam ketentuan Pasal 4 Undang-undang Perbankan yang berbunyi, “Perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak.”<sup>10</sup>

Berdasarkan Undang-undang No.10 Tahun 1998 Bab III Pasal 5 tentang Perbankan jenis bank terdiri dari dua yaitu, bank umum dan bank perkreditan rakyat.

Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Berdasarkan Undang-undang No.10 Tahun 1998 Bab III usaha bank umum meliputi:

#### Pasal 6

- 1) Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
- 2) Memberikan Kredit.
- 3) Menerbitkan surat pengakuan utang.
- 4) Membeli, menjual, atau menjamin atas risiko sendiri maupun untuk kepentingan dan atas perintah nasabahnya :
  - a) Surat wesel termasuk wesel yang diakseptasi oleh bank yang masa berlakunya tidak lebih lama daripada kebiasaan dalam perdagangan surat-surat yang dimaksud;
  - b) Surat pengakuan utang dan kertas dagang lainnya yang masa berlakunya tidak lebih lama dari kebiasaan dalam perdagangan surat-surat dimaksud;
  - c) Kertas pembendaharaan negara dan surat penjaminan pemerintah;
  - d) Sertifikat Bank Indonesia (SBI);

<sup>10</sup> ibid., hlm 20.

- e) Obligasi;
  - f) Surat dagangan berjangka waktu sampai dengan 1 (satu) tahun;
  - g) Instrumen surat berharga lain yang berjangka waktu sampai dengan 1 (satu) tahun.
- 5) Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah.
  - 6) Menempatkan dana pada, meminjam dana dari, atau meminjamkan dana kepada bank lain, baik dengan menggunakan surat, sarana telekomunikasi, maupun dengan wesel unjuk, cek atau sarana lain.
  - 7) Menerima pembayaran dari tagihan atas surat berharga dan melakukan perhitungan dengan atau antar pihak ketiga.
  - 8) Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga (*safe deposit box*).
  - 9) Melakukan kegiatan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan suatu kontrak (*custodian-ship*).
  - 10) Melakukan penempatan dana dari nasabah kepada nasabah lainnya dalam bentuk surat berharga yang tidak tercatat di bursa efek.
  - 11) Membeli melalui pelelangan agunan, baik semua maupun sebagian dalam hal debitor tidak memenuhi kewajibannya kepada bank, dengan ketentuan agunan yang dibeli tersebut wajib dicairkan secepatnya.
  - 12) Melakukan kegiatan anjak piutang, usaha kartu kredit, dan kegiatan wali amanat.
  - 13) Menyediakan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam peraturan pemerintah.
  - 14) Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan oleh bank sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Pengertian Bank Perkreditan Rakyat menurut undang-undang pokok perbankan no. 10 tahun 1998 pasal 1 menyatakan : "Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran".

Keputusan Presiden Republik Indonesia No. 38 Tahun 1998 tentang Perkreditan Rakyat dalam konsiderannya menyebutkan yaitu : "BPR didirikan guna memenuhi kebutuhan akan jasa-jasa perbankan dan untuk menunjang kegiatan perekonomian masyarakat pada umumnya". Masih menurut kebijakan tersebut bahwa tujuan dasar didirikannya BPR yaitu untuk menghimpun dan

menyalurkan dana masyarakat dalam menunjang modernisasi pedesaan melalui pemberian pelayanan bagi golongan ekonomi lemah atau pengusaha kecil.

Adapun Bank Perkreditan Rakyat (BPR) berdasarkan Undang-undang No.10 Tahun 1998 Bab III Pasal 5 adalah “bank yang menerima simpanan dalam bentuk deposito berjangka, tabungan dan bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu”. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) sebagai salah satu bank yang kegiatannya memberikan kredit kepada masyarakat yang membutuhkannya dan juga dalam rangka mencapai tujuan bank yaitu laba sangat berperan penting dalam pembangunan di daerah. Hal tersebut direalisasikan dalam pasal 13 dan pasal 14 Undang-undang perbankan No. 10 Tahun 1998 dijabarkan bidang usaha apa saja yang boleh dan tidak boleh dijalankan oleh sebuah BPR.

Sedangkan berdasarkan Undang-undang No.10 Tahun 1998 Pasal 13 usaha Bank Perkreditan Rakyat meliputi :

Pasal 13

- a) Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
- b) Memberikan kredit.
- c) Menyediakan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam peraturan pemerintah.
- d) Menempatkan dana dalam bentuk Sertifikat Bank Indonesia (SBI), deposito berjangka, sertifikat deposito, dan/atau tabungan pada bank lain.

Sedangkan usaha-usaha yang dilarang bagi BPR meliputi :

Pasal 14

- a) Melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing, kecuali melakukan transaksi jual beli uang kertas asing (*money changer*);
- b) Menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran (LLP);
- c) Melakukan penyertaan modal;
- d) Melakukan usaha perasuransian;
- e) Melakukan usaha lain di luar kegiatan usaha sebagaimana dimaksud di atas.

## 2. Kajian Umum Tentang Asuransi

### a. Hukum Asuransi di Indonesia

Asuransi atau dalam bahasa Belanda “*verzekering*” berarti pertanggungan. Pada asuransi terlibat dua pihak, yaitu yang satu sanggup menanggung atau menjamin, bahwa pihak lain akan mendapat penggantian suatu kerugian, yang mungkin akan ia derita sebagai akibat dari suatu peristiwa yang semula belum tentu akan terjadi atau semula belum dapat ditentukan saat akan terjadinya.

Suatu kontra prestasi dari pertanggungan ini, pihak yang ditanggung itu, diwajibkan membayar sejumlah uang kepada pihak menanggung. Uang tersebut akan tetap menjadi milik pihak menanggung, apabila kemudian ternyata peristiwa yang dimaksud itu tidak terjadi.

Ini disebutkan dalam pasal 246 Kitab undang-undang perniagaan atau *wetboek van koophandel*, yang menentukan bahwa asuransi pada umumnya adalah suatu persetujuan di mana pihak yang menjamin berjanji kepada pihak yang dijamin, untuk menerima sejumlah uang premi sebagai pengganti kerugian, yang mungkin akan diderita oleh yang dijamin, karena akibat dari suatu peristiwa yang belum jelas akan terjadi.<sup>11</sup>

Menurut Ketentuan Undang-undang No.2 tahun 1992 tertanggal 11 Pebruari 1992 tentang Usaha Perasuransian, yang dimaksud asuransi sebagaimana pasal 1 ayat 1;

Pasal 1 ayat 1

Asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang

<sup>11</sup> Wirjono Prodjodikoro, **Hukum Asuransi di Indonesia**, PT Intermasa, Jakarta, 1994, hlm 1

mungkin akan diderita tertanggung yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan.

Berdasarkan definisi tersebut di atas maka asuransi merupakan suatu bentuk perjanjian dimana harus dipenuhi syarat sebagaimana dalam Pasal 1320 KUH Perdata, namun dengan karakteristik bahwa asuransi adalah persetujuan yang bersifat untung-untungan sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 1774 KUH Perdata.

Menurut Pasal 1774 KUH Perdata, “Suatu persetujuan untung–untungan (*kans-overeenkomst*) adalah suatu perbuatan yang hasilnya, mengenai untung ruginya, baik bagi semua pihak maupun bagi sementara pihak, bergantung kepada suatu kejadian yang belum tentu”.

Beberapa hal penting mengenai asuransi:

- 1) Merupakan suatu perjanjian yang harus memenuhi Pasal 1320 KUH Perdata;
- 2) Perjanjian tersebut bersifat *adhesif* artinya isi perjanjian tersebut sudah ditentukan oleh Perusahaan Asuransi (kontrak standar). Namun demikian, hal ini tidak sejalan dengan ketentuan dalam Undang-undang No.8 tahun 1999 tertanggal 20 April 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- 3) Terdapat 2 (dua) pihak di dalamnya yaitu Penanggung dan Tertanggung, namun dapat juga diperjanjikan bahwa Tertanggung berbeda pihak dengan yang akan menerima tanggungan;
- 4) Adanya premi sebagai yang merupakan bukti bahwa Tertanggung setuju untuk diadakan perjanjian asuransi;



- 5) Adanya perjanjian asuransi mengakibatkan kedua belah pihak terikat untuk melaksanakan kewajibannya.

Disimpulkan bahwa unsur-unsur yang harus ada pada Asuransi adalah:

- 1) Subyek hukum (penanggung dan tertanggung);
- 2) Persetujuan bebas antara penanggung dan tertanggung;
- 3) Benda asuransi dan kepentingan tertanggung;
- 4) Tujuan yang ingin dicapai;
- 5) Risiko dan premi;
- 6) *Evenemen* (peristiwa yang tidak pasti) dan ganti kerugian;
- 7) Syarat-syarat yang berlaku;
- 8) Polis asuransi.

#### **b. Tujuan Asuransi**

##### 1) Pengalihan Risiko

Tertanggung mengadakan asuransi dengan tujuan mengalihkan risiko yang mengancam harta kekayaan atau jiwanya. Dengan membayar sejumlah premi kepada perusahaan asuransi (penanggung), sejak itu pula risiko beralih kepada penanggung.

##### 2) Pembayaran Ganti Kerugian

Jika suatu ketika sungguh–sungguh terjadi peristiwa yang menimbulkan kerugian (risiko berubah menjadi kerugian), maka kepada tertanggung akan dibayarkan ganti kerugian yang besarnya seimbang dengan jumlah asuransinya. Dalam prakteknya kerugian yang timbul itu dapat bersifat sebagian (*partial loss*), tidak semuanya berupa kerugian total (*total loss*). Dengan demikian, tertanggung

mengadakan asuransi bertujuan untuk memperoleh pembayaran ganti kerugian yang sungguh–sungguh diderita.

Pembayaran ganti kerugian oleh perusahaan asuransi berlaku prinsip subrogasi (diatur dalam pasal 1400 KUH Per) dimana penggantian hak si berpiutang (tertanggung) oleh seorang pihak ketiga (penanggung/pihak asuransi) yang membayar kepada si berpiutang (nilai klaim asuransi) terjadi baik karena persetujuan maupun karena undang-undang.<sup>12</sup>

### c. Berlakunya Asuransi

Hak dan kewajiban penanggung dan tertanggung timbul pada saat ditutupnya asuransi walaupun polis belum diterbitkan. Penutupan asuransi dalam prakteknya dibuktikan dengan disetujuinya aplikasi atau ditandatanganinya kontrak sementara (*cover note*) dan dibayarnya premi. Selanjutnya sesuai ketentuan perundangan-undangan yang berlaku, penanggung atau perusahaan asuransi wajib menerbitkan polis asuransi (*Pasal 255 KUHD*).

### d. Polis Asuransi

#### 1) Fungsi Polis

Menurut ketentuan pasal 225 KUHD perjanjian asuransi harus dibuat secara tertulis dalam bentuk akta yang disebut polis yang memuat kesepakatan, syarat-syarat khusus dan janji-janji khusus yang menjadi dasar pemenuhan hak dan kewajiban para pihak (penanggung dan tertanggung) dalam mencapai tujuan asuransi. Dengan demikian, polis merupakan alat bukti tertulis tentang telah terjadinya perjanjian asuransi antara tertanggung dan penanggung.

<sup>12</sup> Abdulkadir Muhammad, **Hukum Asuransi Indonesia**, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999, hlm 13.

Mengingat fungsinya sebagai alat bukti tertulis maka para pihak (khususnya tertanggung) wajib memperhatikan kejelasan isi polis dimana sebaiknya tidak mengandung kata-kata atau kalimat yang memungkinkan perbedaan interpretasi sehingga dapat menimbulkan perselisihan (*dispute*).

## 2) Isi Polis

Menurut ketentuan pasal 256 KUHD, setiap polis kecuali mengenai asuransi jiwa harus memuat syarat-syarat khusus berikut ini:

- a) Hari dan tanggal pembuatan perjanjian asuransi;
- b) Nama tertanggung, untuk diri sendiri atau pihak ketiga;
- c) Uraian yang jelas mengenai benda yang diasuransikan;
- d) Jumlah yang diasuransikan (nilai pertanggungan);
- e) Bahaya-bahaya/ *evenemen* yang ditanggung oleh penanggung;
- f) Saat bahaya mulai berjalan dan berakhir yang menjadi tanggungan penanggung;
- g) Premi asuransi;
- h) Umumnya semua keadaan yang perlu diketahui oleh penanggung dan segala janji-janji khusus yang diadakan antara para pihak, antara lain mencantumkan *Banker's Clause* jika terjadi peristiwa (*evenemen*) yang menimbulkan kerugian penanggung dapat berhadapan dengan siapa pemilik atau pemegang hak.

Jenis asuransi kebakaran Pasal 287 KUHD menentukan bahwa di dalam polisnya harus pula menyebutkan:

- a) Letak barang tetap serta batas-batasnya;
- b) Pemakaiannya;

- c) Sifat dan pemakaian gedung-gedung yang berbatasan, sepanjang berpengaruh terhadap obyek pertanggungan;
- d) Harga barang-barang yang dipertanggungkan;
- e) Letak dan pembatasan gedung-gedung dan tempat-tempat dimana barang-barang bergerak yang dipertanggungkan itu berada.

Perlu diperhatikan tujuh aspek penutupan untuk mengetahui perlindungan yang diberikan oleh suatu polis asuransi, yaitu:<sup>13</sup>

- a) Bencana yang ditutup;
- b) Yang ditutup;
- c) Kerugian yang ditutup;
- d) Orang-orang yang ditutup;
- e) Lokasi-lokasi yang ditutup;
- f) Jangka waktu yang ditutup;
- g) Bahaya-bahaya yang dikecualikan.

### 3) Jenis Klausula Asuransi

Di dalam perjanjian asuransi sering dimuat janji-janji khusus yang dirumuskan secara tegas dalam polis, yang lazim disebut klausula asuransi yang maksudnya untuk mengetahui batas tanggung jawab penanggung dalam pembayaran ganti kerugian apabila terjadi peristiwa yang menimbulkan kerugian. Jenis-jenis asuransi tersebut ditentukan oleh sifat objek asuransi itu, bahaya yang mengancam dalam setiap asuransi. Klausula-klausula yang dimaksud antara lain:

<sup>13</sup> **Dasar-dasar Hukum Asuransi.** (online) <http://legalbanking.wordpress.com/materi-hukum/dsar-dasar-hukum-asuransi/> diakses 10 September 2013

a) Klausula *Premier Risque*

Klausula ini menyatakan bahwa apabila pada asuransi dibawah nilai benda terjadi kerugian, penanggung akan membayar ganti kerugian seluruhnya sampai maksimum jumlah yang diasuransikan (Pasal 253 ayat 3 KUHD). Klausula ini biasa digunakan pada asuransi pembongkaran dan pencurian, asuransi tanggung jawab.

b) Klausula *All Risk*

Klausula ini menentukan bahwa penanggung memikul segala risiko atau benda yang diasuransikan. ini berarti penanggung akan mengganti semua kerugian yang timbul akibat peristiwa apapun, kecuali kerugian yang timbul karena kesalahan tertanggung sendiri (*Pasal 276 KUHD*) dan karena cacat sendiri bendanya (*Pasal 249 KUHD*).

c) Klausula *Total Loss Only* (TLO)

Klausula ini menentukan bahwa penanggung hanya menanggung kerugian yang merupakan kerugian keseluruhan/total atas benda yang diasuransikan.

d) Klausula Sudah Diketahui (*All Seen*)

Klausula ini digunakan pada asuransi kebakaran. Klausula ini menentukan bahwa penanggung sudah mengetahui keadaan, konstruksi, letak dan cara pemakaian bangunan yang diasuransikan.

e) Klausula Renunsiasi (*Renunciation*)

Menurut Klausula penanggung tidak akan menggugat tertanggung, dengan alasan pasal 251 KUHD, kecuali jika hakim menetapkan bahwa pasal tersebut harus diberlakukan secara jujur atau itikad baik dan sesuai dengan kebiasaan. berarti apabila timbul kerugian akibat *evenemen* tertanggung tidak

memberitahukan keadaan benda objek asuransi kepada penanggung, maka penanggung tidak akan mengajukan pasal 251 KUHD dan penanggung akan membayar klaim ganti kerugian kepada tertanggung.

f) Klausula *Free Particular Average* (FPA)

Bahwa penanggung dibebaskan dari kewajiban membayar ganti kerugian yang timbul akibat peristiwa khusus di laut (*Particular Average*) seperti ditentukan dalam pasal 709 KUHD dengan kata lain penanggung menolak pembayaran ganti kerugian yang diklaim oleh tertanggung yang sebenarnya timbul dari akibat peristiwa khusus yang sudah dibebaskan klausula FPA.

g) Klausula *Riot, Strike & Civil Commotion* (RSCC)

*Riot* (kerusuhan) adalah tindakan suatu kelompok orang, minimal sebanyak 12 orang, yang dalam melaksanakan suatu tujuan bersama menimbulkan suasana gangguan ketertiban umum dengan kegaduhan dan menggunakan kekerasan serta pengrusakan harta benda orang lain, yang belum dianggap sebagai huru-hara.

*Strike* (pemogokan) adalah tindakan pengrusakan yang disengaja oleh sekelompok pekerja, minimal 12 orang pekerja atau separuh dari jumlah pekerja (dalam hal jumlah seluruh pekerja kurang dari 24 orang), yang menolak bekerja sebagaimana biasanya dalam usaha untuk memaksa majikan memenuhi tuntutan dari pekerja atau dalam melakukan protes terhadap peraturan atau persyaratan kerja yang diberlakukan oleh majikan.

*Civil Commotion* adalah keadaan di suatu kota dimana sejumlah besar massa secara bersama-sama atau dalam kelompok-kelompok kecil menimbulkan suasana gangguan ketertiban dan keamanan masyarakat dengan kegaduhan dan

menggunakan kekerasan serta rentetan pengrusakan sejumlah besar harta benda, sedemikian rupa sehingga timbul ketakutan umum, yang ditandai dengan terhentinya lebih dari separuh kegiatan normal pusat perdagangan/pertokoan atau perkantoran atau sekolah atau transportasi umum di kota tersebut selama minimal 24 jam secara terus menerus yang dimulai sebelum, selama atau setelah kejadian tersebut.

#### **e. Perusahaan Asuransi**

Tata pergaulan masyarakat khususnya masyarakat modern seperti sekarang ini, membutuhkan suatu institusi atau lembaga yang bersedia mengambil alih risiko-risiko masyarakat baik risiko individual ataupun risiko kelompok. Masyarakat modern sampai saat ini, mempunyai kandungan risiko yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan waktu-waktu yang lampau karena kemajuan teknologi di segala bidang. Kemajuan teknologi yang sudah sedemikian rupa mempengaruhi kehidupan manusia, dapat menimbulkan risiko yang semakin luas.

Lembaga atau institusi yang mempunyai kemampuan untuk mengambil alih risiko pihak lain ialah lembaga asuransi, dalam hal ini adalah perusahaan-perusahaan asuransi. Dalam masyarakat modern seperti sekarang ini, perusahaan asuransi mempunyai peranan dan jangkauan yang sangat luas, karena Perusahaan Asuransi tersebut mempunyai jangkauan yang menyangkut kepentingan-kepentingan ekonomi maupun kepentingan-kepentingan sosial.

Pada dasarnya perusahaan asuransi dalam kegiatannya, secara terbuka mengadakan penawaran/ menawarkan suatu perlindungan/proteksi serta harapan pada masa yang akan datang kepada individu atau kelompok-kelompok dalam masyarakat atau institusi-institusi lain, atas kemungkinan menderita kerugian

lebih lanjut karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak tertentu atau belum pasti.<sup>14</sup>

Perusahaan asuransi adalah suatu lembaga yang sengaja dirancang dan dibentuk sebagai lembaga pengambil alih dan penerima risiko. Dengan demikian perusahaan asuransi pada dasarnya menawarkan jasa proteksi sebagai produknya kepada masyarakat yang membutuhkannya,

Perusahaan asuransi secara spesifik mempunyai ciri dan tujuan operasional, untuk mencapai sasarannya yang khas. Perusahaan mengusahakan para pelanggannya agar bersedia bergabung dengannya dalam rangka menghadapi risiko-risiko yang mungkin terjadi. Dengan demikian suatu perusahaan asuransi dirancang dan diatur sedemikian rupa agar dapat melaksanakan fungsinya sebagai lembaga pengambil alih dan penerima risiko pihak lain.<sup>15</sup>

Perusahaan asuransi secara terbuka menawarkan suatu proteksi/perlindungan dan harapan pada masa datang, baik kepada kelompok maupun perorangan atau perusahaan-perusahaan lain atas kemungkinan menderita kerugian lebih lanjut, karena terjadinya suatu risiko.<sup>16</sup>

Perwujudan lembaga asuransi termaksud tidak lain adalah sebagai perusahaan asuransi dengan semua perlengkapannya sebagai suatu organisasi kerja dalam dunia usaha.

<sup>14</sup> Sri Rejeki Hartono, **Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi**, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, hlm 6.

<sup>15</sup> Ibid., hlm 192.

<sup>16</sup> Ibid., hlm 10.



Perusahaan asuransi melakukan kegiatan-kegiatan dengan mengadakan dan melaksanakan perjanjian-perjanjian asuransi dengan banyak pihak menempatkannya menjadi suatu lembaga dengan fungsinya yang bersifat ganda.

Pertama perusahaan asuransi dengan mengadakan perjanjian-perjanjian asuransi dan nanti pada suatu saat ia melaksanakan kewajibannya sesuai dengan perjanjian, berarti perusahaan/lembaga bersedia mengambil alih dan menerima risiko pihak lain, dengan siapa ia mengadakan perjanjian asuransi. Dalam hal ini perusahaan berfungsi sebagai lembaga penerima dan pengambil risiko pihak lain. Penerimaan dan pengambilalihan risiko oleh perusahaan asuransi terhadap nasabahnya tersebut diikuti dengan pembayaran sejumlah uang yang disebut premi. Pembayaran premi yang diterima oleh perusahaan di samping dimanfaatkan untuk operasional perusahaan, acara potensial dapat dihimpun baik untuk cadangan atau sebagai kumpulan dana yang relatif menjadi sangat besar. Jadi perusahaan asuransi pada hakikatnya mempunyai potensi pula sebagai penghimpun dana dari kumpulan premi yang tidak termanfaatkan untuk operasional perusahaan. Dengan demikian jelas dapat dikatakan tampak perusahaan asuransi sebagai lembaga penghimpun dan penyerap dana masyarakat. Hal inilah yang menunjukkan lembaga asuransi pada fungsinya yang kedua sebagai penyerap dana dari masyarakat.

Jadi kemampuan untuk menahan setiap pemasukan premi yang tidak dimanfaatkan untuk biaya operasional perusahaan akan mewujudkan kemampuan perusahaan sebagai lembaga penyerap dana dari masyarakat.

Setiap produk yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi yang berupa janji yang dirumuskan dalam polis, sebenarnya menawarkan keuntungan-keuntungan

ekonomi tertentu. Keuntungan ekonomi yang ditawarkan itu berwujud suatu janji untuk memberikan ganti kerugian atau memberikan penggantian terhadap kerugian yang terjadi. Tetapi yang jelas produk tersebut tidak untuk menghasilkan suatu keuntungan, melainkan hanya memberikan stabilitas ekonomi saja, sesuai dengan asas utama dalam asuransi yaitu asas indemnitas. Produk perusahaan asuransi yang dapat digolongkan sebagai jasa dalam mempunyai tata kerja yang unik, dengan susunan manajemen yang khas pula yang tidak sama dengan perusahaan yang lain.<sup>17</sup>

#### **f. Risiko dan Asuransi**

S.R Diacon dan R.L Carter dikatakan bahwa Risiko itu ada setiap kali orang tidak dapat menguasai dengan sempurna, atau mengetahui lebih dulu mengenai masa depan. Risiko mempengaruhi asuransi, sehingga secara sederhana risiko dapat disebutkan sebagai: ketidakpastian mengenai kerugian.”

Dari batasan tersebut bahwa risiko adalah ketidakpastian mengenai kerugian, sesungguhnya di dalamnya mengandung dua konsep dasar ialah:

- 1) ketidakpastian, dan
- 2) kerugian.

Dalam asuransi, dari dua konsep dasar tersebut di atas tekanannya adalah pada ketidakpastian dan bukan pada kerugian. Ketidakpastian di sini, mengandung pula satu keadaan yang menyebabkan kerugian, yang hakikatnya tetap bertumpu pada ketidakpastian. Maksudnya ialah bahwa ketidakpastian tersebut, mengandung pula pengertian akan menderita kerugian atau tidak menderita kerugian.

---

<sup>17</sup> Ibid, hlm 193.

Setiap peristiwa ekonomi selalu dikaitkan dengan risiko, baik risiko spekulatif maupun risiko murni. Dan apakah suatu risiko masuk golongan yang spekulatif atau yang murni, pada dasarnya terletak pada pendekatan yang digunakan. Risiko spekulatif dapat berwujud dengan adanya kemungkinan penyimpangan yang menguntungkan atau kemenangan dan kemungkinan penyimpangan yang merugikan atau kekalahan. Risiko murni pada hakikatnya hanya mengandung satu kemungkinan saja ialah kehilangan atau kerugian.

Secara umum, manusia lebih suka menghindari atau mengurangi atau kalau dapat meniadakan risiko yang mengancam jiwa atau kesejahteraannya. Hal ini berlaku baik pada orang perorangan, maupun pada masyarakat, cara yang ditempuh antara lain dengan meningkatkan metode-metode penanganan risiko atau menyebarkan risiko.

Manajemen risiko mempunyai pengertian: sebagai langkah-langkah manajemen pada umumnya dengan tujuan untuk menghadapi risiko, dengan cara berikut<sup>18</sup>:

- 1) menemukan kemungkinan adanya suatu risiko dengan pengamatan dan imajinasi.
- 2) pengadaan estimasi terhadap kemungkinan berdasarkan perkiraan semula dari potensial kerugian.
- 3) mempertimbangkan metode untuk menghadapi risiko-risiko.
- 4) menyediakan sarana dan mengevaluasi keputusan yang diambil.

<sup>18</sup> Emmy Pangaribuan Simanjuntak, **Hukum Pertanggungjawaban dan Perkembangan** (BPHN), 1980, hlm 12.

### g. Hubungan Risiko dan Asuransi

Hubungan antara risiko dan asuransi merupakan hubungan yang erat satu dengan yang lain. Salah satu akan selalu melekat dan mengikuti yang lain. Dalam asuransi risiko selalu dipergunakan dalam arti pesimis, sebagaimana ditegaskan oleh D.S Hansell.<sup>19</sup> Oleh karena itu sangat tepat ungkapan dari S.S Huebner Cs yang mengatakan *Risk is Traditionally refered to as the raw material of insurance*<sup>20</sup>

Oleh karena itu oleh H. Gunanto pengertian risiko diberibatasan sebagai: kemungkinan terjadinya suatu kerugian atau batalnya seluruh atau sebagian dari suatu keuntungan yang semula diharapkan karena suatu kejadian di luar kuasa manusia kesalahan sendiri, atau perbuatan manusia lain.<sup>21</sup>

Asuransi sebagai alat peralihan risiko, artinya ia dapat dipakai sebagai salah satu wahana untuk mengadakan peralihan risiko. Risiko pihak yang satu (tertanggung) dialihkan kepada pihak lain (penanggung). Peralihannya dapat dengan suatu perjanjian. Satu-satunya perjanjian yang menungkingkan hanyalah perjanjian asuransi atau pertanggungan. Yang dapat berposisi sebagai penanggung adalah perusahaan asuransi sebagai lembaga atau institusi.

Jadi pada hakikatnya, peralihan risiko itu haruslah dengan suatu alasan hak tertentu. Asuransi dapat dipandang sebagai suatu hubungan hukum yang tercipta antara tertanggung di suatu pihak dengan penanggung di pihak lain. Jadi seseorang yang dapat mengalami kerugian dapat minta kepada pihak lain untuk menanggung kerugian itu. Transaksi semacam itu disebut peralihan risiko.

<sup>19</sup> D.S Hansell, *Elements of Insurance*. (Great Britain: Mocdonald & Evans Ltd, Third edition), 1979, hlm 2.

<sup>20</sup> Robert Riegel, *Insurance Principles Practices Property and Liability* (Englewood Cliffs, New Jersey Prentice Hall, Inc), 1976, hlm 2.

<sup>21</sup> H. Gunanto, *Asuransi Kebakaran di Indonesia*, Tirta Pustaka, Jakarta, 1984, hlm. 12.

Transaksi semacam itu tentu saja tidak dapat dilakukan dengan cuma-cuma, serta sudah dirintis oleh peradaban manusia sejak awal. Di samping itu transaksi yang tercipta pada dasarnya dilakukan dengan sukarela berdasarkan persesuaian kehendak di antara para pihak. Persesuaian kehendak dan kata sepakat tersebut menciptakan suatu hubungan hukum sehingga saling mengikat di antara para pihak. Akhirnya akan menciptakan suatu mekanisme peralihan atau pemindahan risiko.

Disamping itu Mehr dan Cammack yang memberikan pengertian asuransi sebagai berikut: asuransi adalah alat untuk mengurangi risiko dengan menggabungkan sejumlah unit yang menyebabkan kerugian guna mengumpulkan taksiran kerugian yang mungkin terjadi.<sup>22</sup>

#### **h. Asas dan Syarat yang Berkaitan dengan Terjadinya dan Sahnya Perjanjian Asuransi**

Secara umum, sahnya suatu perjanjian diatur dan harus memenuhi ketentuan-ketentuan yang diatur oleh Pasal 1320 KUH Perdata beserta pasal-pasal yang melindungi pasal tersebut, ialah pasal 1321-1329.

Setiap perjanjian, termasuk perjanjian asuransi harus memenuhi syarat-syarat umum sebagai berikut:

- 1) Sepakat mereka yang mengikatkan diri.
- 2) Kecakapan untuk membuat suatu perikatan.
- 3) Suatu hal tertentu.
- 4) Suatu sebab yang halal.

<sup>22</sup> Robert L Mehr and Emerson Cammack, 1980, *Principles of Insurance*, hlm 29.

Keempat hal tersebut di atas tidak boleh dilakukan karena adanya kehilafan, paksaan ataupun karena tipuan. Sedangkan untuk syarat khusus bagi perjanjian asuransi harus memenuhi ketentuan-ketentuan dalam buku I Bab IX KUH Dagang, ialah:

a) Asas Indemnitas/ *principle oleh indemnity*

Asas indemnitas adalah satu asas utama dalam perjanjian asuransi, karena merupakan asas yang mendasari mekanisme kerja dan member arah tujuan dari perjanjian asuransi itu sendiri (khusus untuk asuransi kerugian). Perjanjian asuransi mempunyai tujuan utama dan spesifik ialah untuk member suatu ganti kerugian kepada pihak tertanggung oleh pihak penanggung. Pengertian kerugian itu tidak boleh menyebabkan posisi keuangan pihak tertanggung menjadi lebih diuntungkan dari posisi sebelum mereka menderita kerugian. Jadi terbatas sampai pada keadaan/posisi awal, artinya hanya mengembalikannya pada posisi semula. Asas ini dapat dijumpai sejak awal pengaturan perjanjian asuransi yaitu pada pasal 246 KUH Dagang.<sup>23</sup>

b) Asas Kepentingan yang dapat diasuransikan/*principle of insurable interest*

Setiap pihak yang bermaksud mengadakan perjanjian asuransi, harus mempunyai kepentingan yang dapat diasuransikan, maksudnya ialah bahwa pihak tertanggung mempunyai keterlibatan sedemikian rupa dengan akibat dari suatu peristiwa yang belum pasti terjadinya dan yang bersangkutan menjadi menderita kerugian. Kitab Undang-undang Hukum Dagang, mengenai kepentingan, mengaturnya dalam dua pasal yaitu pasal 250 dan pasal 268.

<sup>23</sup> Sri Rejeki Hartono, Op.cit, hlm 98.

Kepentingan yang dapat diasuransikan, pada saat ditutupnya perjanjian asuransi, secara yuridis dan secara riil belum ada atau melekat pada tertanggung, tetapi sudah dapat dideteksi lebih awal tentang adanya kemungkinan keterlibatan seseorang terhadap kerugian ekonomi yang dapat didebitnya karena suatu peristiwa yang belum pasti.

Pokok asuransi/pertanggungan secara umum adalah identik dengan kepentingan yang diasuransikan. Pokok asuransi menitik beratkan pada besarnya kerugian keuangan yang diderita oleh yang berkepentingan karena suatu peristiwa yang belum pasti, yang dapat terdiri antara lain atas milik atau bagian dari milik sesuatu hak subyektif dari kerugian tertentu.<sup>24</sup>

c) Asas kejujuran yang sempurna

Untuk istilah kejujuran yang sempurna dalam perjanjian asuransi, lazim juga dipakai istilah-istilah lain yaitu: itikad baik yang sebaik-baiknya, *principle of utmost good faith* atau *uberrime fidei*. Secara umum itikad baik telah diatur sebagaimana ketentuan dalam KUH Perdata pasal 1320-1329, namun masih dibutuhkan penekanan atas itikad baik sebagaimana di pasal 251 KUH Dagang.

Asas yang terkandung di dalam pasal 251 KUH Dagang tersebut pada dasarnya merupakan asas *uberrima fides* atau *uberrimae fidei* yang dalam bahasa Inggris dipergunakan istilah "*the principle of utmost good faith*". Asas itikad baik yang sempurna ini adalah merupakan *lex specialis* dari itikad baik berdasarkan ketentuan hukum Perdata.<sup>25</sup>

d) Asas Subrogasi bagi Penanggung

Di dalam KUH Dagang, asas ini secara tegas diatur di dalam pasal 284:

<sup>24</sup> Ibid., hlm 103

<sup>25</sup> Ibid.

Seseorang penanggung yang telah membayar kerugian sesuatu barang yang dipertanggungkan, menggantikan si tertanggung dalam segala hak yang diperolehnya terhadap orang-orang ketiga berhubung dengan menerbitkan kerugian tersebut; dan si tertanggung itu adalah bertanggung jawab untuk setiap perbuatan yang dapat merugikan hak si penanggung terhadap orang-orang ketiga itu.

Asas subrogasi bagi penanggung, seperti diatur pada pasal 284 KUH

Dagang tersebut di atas adalah suatu asas yang merupakan konsekuensi logis dari asas indemintas.<sup>26</sup>

#### *i. Bancassurance*

Setiap produk memiliki batas daur hidup tidak terkendali, tidak terkecuali produk perbankan. Untuk itu perbankan senantiasa dituntut mampu menghasilkan produk sesuai dengan tuntutan kebutuhan nasabahnya. Dalam membangun produk baru, perbankan dapat hanya dengan menggunakan sumber daya yang dimilikinya saja tetapi juga dapat dengan memanfaatkan sumberdaya yang ada di luar perusahaan dengan cara menjalin kerjasama dalam bentuk aliansi strategis. Salah satu bentuk kerjasama yang sekarang ini sedang marak di Indonesia adalah bentuk aliansi pemasaran antara perusahaan perbankan dengan perusahaan asuransi. Kerjasama dalam memasarkan produk perbankan dan produk asuransi ini kemudian dikenal dengan istilah *bancassurance*.

*Bancassurance* sebagai produk baru yang dihasilkan atas kerjasama bank dan asuransi tentu saja masih banyak masyarakat yang rancu dalam mengartikannya. *Bancassurance* merupakan produk kerjasama antara bank dan asuransi yang dapat berupa produk bank dengan menambahkan asuransi maupun produk asuransi yang melibatkan bank.

---

<sup>26</sup> Ibid, hlm 107



*Bancassurance* adalah layanan Bank dalam menyediakan produk asuransi yang memberi perlindungan dan produk investasi untuk memenuhi kebutuhan finansial jangka panjang nasabah.<sup>27</sup>

Secara umum orang beranggapan bahwa *bancassurance* adalah praktek menjual produk asuransi lewat bank. Padahal, hal sebaliknya juga dapat terjadi. Artinya bisa terjadi pertukaran silang antara kedua lembaga bank dan asuransi ini, dimana bank dapat menjual produk asuransi dan sebaliknya asuransi dapat menjual produk bank. Bagi bank maupun asuransi, kerjasama dalam pemasaran ini tentu diharapkan dapat meningkatkan kinerja mereka sekaligus dapat memberikan nilai tambah bagi nasabahnya. Bank dapat memanfaatkan yang selama ini dimiliki asuransi baik berupa produk yang terbukti memiliki pasar luas maupun berupa jaringan personal berupa agen penjualan asuransi. Sementara asuransi juga dapat mempergunakan dalam kegiatan pemasaran produk mereka. Keberhasilan dalam menjual produk *bancassurance* akan dinikmati baik oleh bank maupun asuransi yang menjalin kerjasama tersebut maupun nasabahnya.

Produk *bancassurance* yang paling banyak dipraktikkan selama ini berupa penggabungan produk tabungan dari bank dengan memberikan tambahan asuransi jiwa dari asuransi. Atau juga dapat terjadi sebaliknya produk asuransi jiwa dari asuransi yang mengaitkan dengan tabungan dari bank yang berfungsi sebagai saran pembayaran preminya. Jadi dalam *bancassurance* ini antara bank dengan asuransi saling dapat bertindak sebagai produsen maupun sebagai agen penjualannya.

---

<sup>27</sup> Bank Indonesia, **Mengenal Bancassurance di Indonesia**. (online), [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id), diakses 10 september 2013

Sejalan dengan perkembangan masyarakat Indonesia maka dewasa ini telah banyak bank dan asuransi di Indonesia yang menawarkan produk bersama berupa *bancassurance*. *Bancassurance* sebagai salah satu produk hasil kerjasama antara bank dan asuransi memiliki beberapa keuntungan yang dapat dipetik baik oleh bank, asuransi, maupun bagi nasabahnya. Berikut ini akan diuraikan beberapa keuntungan yang dapat dinikmati baik oleh bank, asuransi, maupun nasabah atas produk *bancassurance* tersebut.

Keuntungannya, *bancassurance* sebagai suatu produk hasil kerjasama antara bank dan asuransi memiliki beberapa keuntungan yang dapat dipetik baik oleh bank, asuransi, maupun bagi nasabah produk *bancassurance* tersebut. *Bancassurance* dapat digunakan untuk berbagai tujuan investasi, misalnya untuk dana pendidikan, tabungan atau dana hari tua. Produk ini dapat memenuhi kebutuhan untuk menabung, perencanaan keuangan, proteksi sekaligus untuk investasi, kebebasan untuk melakukan penambahan maupun penarikan dana sewaktu-waktu dan perlindungan asuransi tetap berjalan serta pertumbuhan dana investasi dapat dipantau setiap hari.

Keuntungan bagi Bank:

- 1) memperkuat produk dan meningkatkan pangsa pasar
- 2) meningkatkan pendapatan
- 3) meningkatkan efisiensi
- 4) meningkatkan loyalitas nasabah

Keuntungan Bagi Asuransi

Seperti halnya juga bank, maka asuransi juga dapat menikmati keuntungan dalam menjual produk *bancassurance* ini yang antara lain sebagai berikut:

- 1) peningkatan penjualan dan pangsa pasar
- 2) meningkatkan kualitas produk
- 3) memanfaatkan *database* nasabah

Keuntungan bagi Nasabah:

*Bancassurance* selain memberikan keuntungan kepada bank dan asuransi sebagai perusahaan yang menjalin kerjasama, diharapkan juga dapat memberikan nilai tambah yang dapat dinikmati oleh nasabahnya. Beberapa keuntungan bagi nasabah *bancassurance* antara lain berupa:

- 1) Kemudahan dalam bertransaksi
- 2) Meningkatkan minat berasuransi

Hak Nasabah

Mendapatkan perlindungan seperti yang tertera di polis asuransi yaitu :

- 1) Uang pertanggungan.
- 2) Produk tertentu memberikan manfaat tambahan terhadap penyakit kritis, cacat tetap total, meninggal karena kecelakaan, rawat inap dll.
- 3) Mendapatkan informasi tentang perkembangan serta perubahan tentang *Bancassurance* terkini.

Kewajiban Nasabah

- 1) Membayar premi yang telah ditetapkan diawal secara berkala: setiap bulan, atau 6 bulan, atau tahunan.
- 2) Memberitahukan ke perusahaan asuransi bila terdapat perubahan sehubungan dengan polis, seperti alamat bertanggung, atau kejadian yang menyebabkan perubahan kebijakan polis.

#### **j. Risiko Bancassurance**

*Bancassurance* merupakan produk investasi dengan potensi hasil yang lebih tinggi, namun dengan risiko investasi yang lebih besar dan hasil investasi tidak dijamin oleh bank.

*Bancassurance* sebagai produk hasil kerjasama antara bank dengan asuransi yang telah banyak ditawarkan kepada masyarakat bukan tidak menghadapi kendala sama sekali. Produk asuransi dalam *bancassurance* tidak termasuk produk simpanan dari bank. Karena bukan produk simpanan dari bank, tidak dijamin oleh pemerintah atau Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).

Khususnya di Indonesia *bancassurance* masih banyak pihak yang menganggap sebagai suatu bentuk kerjasama antara bank dan asuransi yang belum memiliki kekuatan landasan hukumnya sehingga dikhawatirkan kemudian hari akan dapat menimbulkan permasalahan baik bagi bank, asuransi, maupun nasabahnya. Ada beberapa potensi permasalahan yang dapat muncul sehubungan dengan *bancassurance*, antara lain: a. permasalahan hukum; b. permasalahan teknik operasional; c. permasalahan pada saat pemutusan kerjasama.

### **3. Kajian Umum Tentang Transparansi**

#### **a. Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Nasabah**

Semakin berkembangnya produk dan jasa perbankan, maka nasabah dituntut untuk lebih memahami keuntungan dan kerugian dari produk/jasa yang ditawarkan oleh bank. Sebagai bentuk perlindungan terhadap hak dan kepentingan nasabah itulah, maka Bank Indonesia menerbitkan Peraturan Bank Indonesia No. 7/6/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah.

Dalam melakukan transaksi, bank diwajibkan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen, yaitu:

- 1) Nama produk
- 2) Jenis produk
- 3) Manfaat dan risiko produk
- 4) Persyaratan dan tata cara penggunaan produk
- 5) Biaya-biaya yang melekat
- 6) Perhitungan bunga/bagi hasil/margin keuntungan
- 7) Jangka waktu berlakunya produk serta
- 8) Penerbit produk

Khusus untuk produk simpanan, bank harus menyampaikan apakah pinjamannya dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) atau tidak. Dalam penyampaian informasi produk tersebut, Bank harus menyampaikannya dengan jelas dan mudah dilihat.

Peraturan Bank Indonesia No 7/6/PBI/2005 tentang transparansi informasi produk dan penggunaan data nasabah tidak hanya mewajibkan bank untuk menyampaikan informasi yang lengkap dan jelas kepada masyarakat, namun juga mewajibkan bank untuk menjaga data nasabahnya. Bank diperkenankan memberikan data pribadi nasabah kepada pihak lain dengan syarat telah mendapat persetujuan tertulis dari nasabah. Sebelum menyetujui datanya dapat diberikan kepada pihak lain, nasabah berhak mendapat penjelasan mengenai tujuan dan konsekuensi dari pemberian data pribadi nasabah tersebut kepada pihak lain.

Transparansi sebagaimana yang dimaksud harus sesuai dengan pasal 4 PBI No 7/6/2005 Tentang Transparansi tentang Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah, sebagai berikut:

Pasal 4

- (1) Bank wajib menyediakan informasi tertulis dalam bahasa Indonesia secara lengkap dan jelas mengenai karakteristik setiap Produk Bank.
- (2) Informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib disampaikan kepada Nasabah secara tertulis dan atau lisan.
- (3) Dalam memberikan informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), Bank dilarang memberikan informasi yang menyesatkan (*mislead*) dan atau tidak etis (*misconduct*).

Pasal 5

- (1) Informasi mengenai karakteristik Produk Bank sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 sekurang-kurangnya meliputi:
  - a) Nama Produk Bank;
  - b) Jenis Produk Bank;
  - c) Manfaat dan risiko yang melekat pada Produk Bank;
  - d) Persyaratan dan tata cara penggunaan Produk Bank;
  - e) Biaya-biaya yang melekat pada Produk Bank;
  - f) Perhitungan bunga atau bagi hasil dan margin keuntungan;
  - g) Jangka waktu berlakunya Produk Bank; dan
  - h) Penerbit (*issuer/originator*) Produk Bank;
- (2) Dalam hal Produk Bank terkait dengan penghimpunan dana, Bank wajib memberikan informasi mengenai program penjaminan terhadap Produk Bank tersebut.

Pasal 6

- (1) Bank wajib memberitahukan kepada Nasabah setiap perubahan, penambahan, dan atau pengurangan pada karakteristik Produk Bank sebagaimana dimaksud dalam pasal 5.
- (2) Pemberitahuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib disampaikan kepada setiap Nasabah yang sedang memanfaatkan Produk Bank paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sebelum berlakunya perubahan, penambahan dan atau pengurangan pada karakteristik Produk Bank tersebut.

Pasal 7

Bank dilarang mencantumkan informasi dan atau keterangan mengenai karakteristik Produk Bank yang letak dan atau bentuknya sulit terlihat dan atau tidak dapat dibaca secara jelas dan atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.

Pasal 8

- (1) Bank wajib menyediakan layanan informasi karakteristik Produk Bank yang dapat diperoleh secara mudah oleh masyarakat.

- (2) Penyediaan layanan informasi mengenai Produk Bank sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan-ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 7.

**b. Asas *Good Corporate Governance***

Setiap perusahaan harus memastikan bahwa asas GCG diterapkan pada setiap aspek bisnis dan di semua jajaran perusahaan. Asas GCG yaitu transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi serta kewajaran dan kesetaraan diperlukan untuk mencapai kesinambungan usaha (*sustainability*) perusahaan dengan memperhatikan pemangku kepentingan (*stakeholders*).

1) *Transparansi (Transparency)*

Obyektivitas perlu dijaga dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Perusahaan harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang disyaratkan oleh peraturan perundang-undangan, tetapi juga hal yang penting untuk pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur dan pemangku kepentingan lainnya.

**Pedoman Pelaksanaan**

- a) Perusahaan harus menyediakan informasi secara tepat waktu, memadai, jelas, akurat dan dapat diperbandingkan serta mudah diakses oleh pemangku kepentingan sesuai dengan haknya.
- b) Informasi yang harus diungkapkan meliputi, tetapi tidak terbatas pada, visi, misi, sasaran usaha dan strategi perusahaan, kondisi keuangan, susunan dan kompensasi pengurus, pemegang saham pengendali, kepemilikan saham oleh anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris

beserta anggota keluarganya dalam perusahaan dan perusahaan lainnya, sistem manajemen risiko, sistem pengawasan dan pengendalian internal, sistem dan pelaksanaan GCG serta tingkat kepatuhannya, dan kejadian penting yang dapat mempengaruhi kondisi perusahaan.

- c) Prinsip keterbukaan yang dianut oleh perusahaan tidak mengurangi kewajiban untuk memenuhi ketentuan kerahasiaan perusahaan sesuai dengan peraturan perundang-undangan, rahasia jabatan, dan hak-hak pribadi.
- d) Kebijakan perusahaan harus tertulis dan secara proporsional dikomunikasikan kepada pemangku kepentingan.

## 2) Akuntabilitas (*Accountability*)

Perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu perusahaan harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

## 3) Responsibilitas (*Responsibility*)

Perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

## 4) Independensi (*Independency*)



Untuk melancarkan pelaksanaan asas GCG, perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain.

5) Kewajaran dan Kesetaraan (*Fairness*)

Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan.

c. **Perlindungan Nasabah**

Dalam perkembangannya, nasabah pun dapat memanfaatkan jasa bank untuk mendapatkan produk lembaga keuangan bukan bank, seperti produk asuransi yang dikaitkan dengan produk bank (*bancassurance*) dan reksadana.<sup>28</sup>

Dalam interaksi yang demikian intensif antara bank dengan nasabah diatas, bukan suatu hal yang tidak mungkin apabila terjadi friksi yang apabila tidak segera diselesaikan dapat berubah menjadi sengketa antara nasabah dengan bank. Dari berbagai pengalaman uang ada, timbulnya friksi tersebut terutama disebabkan oleh empat hal yaitu:<sup>29</sup>

- 1) Informasi yang kurang memadai mengenai karakteristik produk atau jasa yang ditawarkan bank;
- 2) Pemahaman nasabah terhadap aktivitas dan produk atau jasa perbankan yang masih kurang;
- 3) Ketimpangan hubungan antara nasabah peminjam dana; dan
- 4) Tidak ada saluran yang memadai untuk memfasilitasi penyelesaian awal friksi yang terjadi antara nasabah dengan bank.

<sup>28</sup> Muliaman D. Hadad, 2006, **Perlindungan dan Pemberdayaan Nasabah Bank dalam Arsitektur Perbankan Indonesia**, dalam <http://www.bi.go.id> diakses tanggal 13 September 2013

<sup>29</sup> Ibid., hlm 1

Implementasi program peningkatan perlindungan nasabah ini dilaksanakan secara bertahap dan dimulai sejak tahun 2004, sebagai berikut:<sup>30</sup>

- 1) Menyusun standar mekanisme pengaduan nasabah
  - a) Menetapkan persyaratan minimum mekanisme pengaduan nasabah
  - b) Memantau dan mengevaluasi pelaksanaan ketentuan yang mengatur mekanisme pengaduan nasabah
- 2) Membentuk lembaga mediasi independen  
Memfasilitasi pendirian lembaga mediasi perbankan
- 3) Menyusun transparansi informasi produk
  - a) Memfasilitasi penyusunan standar minimum transparansi informasi produk bank
  - b) Memantau dan mengevaluasi pelaksanaan ketentuan yang mengatur transparansi informasi produk
- 4) Mempromosikan edukasi untuk konsumen
  - a) Mendorong bank-bank untuk melakukan edukasi kepada nasabah mengenai produk-produk financial
  - b) Meningkatkan efektivitas kegiatan edukasi masyarakat mengenai perbankan syariah melalui Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah (PKES).

Dalam rangka pelaksanaan program peningkatan perlindungan dan pemberdayaan nasabah bank sesuai dengan Arsitektur Perbankan Indonesia, Bank Indonesia telah menerbitkan berbagai perangkat hukum kelembagaan perbankan, sehingga pada akhirnya dapat menjamin kredibilitas lembaga perbankan nasional

<sup>30</sup> Bank Indonesia, **Arsitektur Perbankan Indonesia**, Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan Bank Indonesia, Jakarta, 2006, hlm 38.

serta sekaligus melindungi hak-hak nasabah sebagai konsumen penggunaan jasa perbankan. Ketentuan-ketentuan tersebut merupakan implementasi program peningkatan perlindungan nasabah bank, antara lain termuat dalam:<sup>31</sup>

- 1) Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/6/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah;
- 2) Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/7/PBI/2005 tentang Penyelesaian Pengaduan Nasabah sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 10/10/PBI/2008;
- 3) Peraturan Bank Indonesia Nomor 8/5/PBI/2006 tentang Media Perbankan sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 10/1/PBI/2008.

Kehadiran Peraturan Bank Indonesia yang mengatur mengenai mekanisme dan standar “transparansi informasi produk bank dan penggunaan data nasabah”, “penyelesaian pengaduan nasabah”, dan “mediasi perbankan” setidaknya telah akan membawa reformasi pelayanan bank sebagai pelaku usaha penyedia jasa perbankan terhadap nasabah sebagai konsumen pengguna jasa perbankan serta sekaligus dapat menundukkan dan menempatkan nasabah sebagai konsumen pengguna jasa perbankan setara dengan bank sebagai pelaku usaha penyedia jasa perbankan dalam melakukan hubungan hukum dengan jasa perbankan.<sup>32</sup>

<sup>31</sup> Rachmadi Usman, **Penyelesaian Pengaduan Nasabah dan Mediasi Perbankan**, CV Mandar Maju, Bandung, 2011, hlm 166.

<sup>32</sup> Ibid., hlm 167.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.

Jenis penelitian ini menggunakan berupa penelitian empiris, dengan menggunakan pendekatan yuridis sosiologis yang dilakukan dengan menelaah fakta-fakta di lokasi penelitian serta mengkaji undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum.<sup>33</sup>

Pendekatan yuridis sosiologis dilakukan karena penelitian yang dilakukan erat hubungannya dengan ketentuan hukum yang berlaku dan penerapannya dalam praktek yang dikembangkan dalam realita kehidupan masyarakat. Pendekatan penelitian ini dengan cara deksriptif yaitu menguraikan, menjabarkan, dan menganalisis untuk mendapatkan sebuah sintesis. Studi kajian deskriptif dilakukan dengan menghubungkan konsep-konsep seperti hukum perbankan dan ketentuan mengenai *bancassurance* menurut undang-undang yang berlaku.

#### B. Lokasi Penelitian

Penulis memilih untuk mengambil lokasi penelitian di Bank yang bekerja sama dengan perusahaan asuransi yang mempunyai produk *bancassurance*, Bank BNI yang melakukan kerjasama keagenan dengan perusahaan asuransi dalam produk *bancassurance* melaksanakan PBI Nomor 7/6/PBI/2005, dan terjadi masalah dalam pelaksanaan PBI Nomor 7/6/PBI/2005 tersebut.

Lokasi penelitian dilakukan di PT BNI Life Insurance yang terletak di BNI *Life Tower* lantai 21 *Landmark Center*, Jalan Jend. Sudirman No. 1 Jakarta.

<sup>33</sup> Peter Mahmud, **Penelitian Hukum**, Kencana; Jakarta, 2010, hlm 93.

### C. Jenis Data

Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder:

#### 1. Data Primer

- a. Penjelasan dan pengalaman dari Pegawai BNI Life *Insurance* tentang pelaksanaan transparansi terhadap produk *bancassurance* yang sesuai dengan pasal 4 PBI Nomor 7/6/PBI/2005.
- b. Pengalaman nasabah BNI Life *Insurance* yang mengikuti program *bancassurance*.

#### 2. Data Sekunder

- a. Peraturan Bank Indonesia
- b. Peraturan Perundang-undangan Perbankan di Indonesia
- c. Kitab Undang-undang Hukum Dagang
- d. Perjanjian Keagenan PT BNI *Life Insurance*
- e. Surat Permintaan Asuransi Jiwa

### D. Sumber Data

#### 1. Data Primer

Data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari nasabah *bancassurance*, pegawai bank, dan pegawai perusahaan asuransi yang mengeluarkan produk *bancassurance*.

#### 2. Data Sekunder

Data penunjang diperoleh dari studi kepustakaan mengenai dokumen BNI *Life Insurance*, undang-undang perbankan, kitab undang-undang hukum perdata dan beberapa literatur yang membahas mengenai *bancassurance* yang didapatkan

peneliti dari kearsipan BNI *Life Insurance* dan perpustakaan fakultas Hukum Universitas Brawijaya.

### **E. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh pelaksanaan pemberian informasi dari bank dan perusahaan asuransi kepada nasabah tentang pelaksanaan transparansi produk *bancassurance* yang dilakukan oleh pihak BNI *Life Insurance* kepada nasabahnya.

#### **2. Sampel**

Pengambilan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan cara *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu dengan cara mengambil subjek yang didasarkan pada tujuan tertentu.

Sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. Bpk. Syahrir Al Rasyid sebagai *Assistant Manager Telesales Business Conservation* di BNI *Life Insurance*
- b. Bpk. Heri Halawani sebagai *Assistant Vice President Head of Bancassurance Support* di BNI *Life Insurance*
- c. Tri Laksono Susilo sebagai nasabah BNI *Life Insurance* Jakarta

### **F. Teknik Pengambilan Data**

#### **1. Data Primer**

Pengambilan data primer dilakukan dengan kuisioner dan wawancara bebas. Kuisioner diberikan kepada nasabah yang ada di dalam Lokasi Penelitian yaitu BNI *Life Insurance*. Wawancara dilakukan secara tatap muka langsung dan

melalui media elektronik dengan beberapa pihak terkait pelaksanaan transparansi produk *bancassurance* di BNI *Life Insurance* tersebut.

## 2. Data Sekunder

Pengambilan data sekunder dilakukan dengan cara studi dokumen, yang dilakukan dengan cara mempelajari dan mengutip dari beberapa dokumen dan berkas-berkas dari BNI *Life Insurance*. Selain daripada itu, peneliti juga melakukan studi kepustakaan guna memperkuat pedoman atau dasar pengetahuan peneliti, yaitu dengan cara mengumpulkan data melalui penelusuran bahan pustaka yang berhubungan dengan penelitian ini.

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data diartikan upaya memilah data menjadi informasi, sehingga karakteristik atau sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Dengan demikian, teknik analisis dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut menjadi informasi, sehingga karakteristik atau sifat-sifat datanya dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian, baik berkaitan dengan deskriptif atau maupun untuk membuat induksi atau menarik kesimpulan tentang karakteristik populasi berdasarkan data yang diperoleh dari sampel.<sup>34</sup>

Pembahasan serta kesimpulan yang didapatkan dengan metode deskriptif kualitatif, yaitu mengungkapkan suatu masalah, keadaan, atau peristiwa apa adanya dan menyadarkan pada logika dalam bentuk uraian kalimat. Dimana

---

<sup>34</sup> Anggita Migitasari, **Laporan Penelitian tentang Upaya Bank Penjamin Jika Terjamin Wanprestasi dalam Perjanjian Bank Garansi**, Skripsi tidak diterbitkan, Malang, Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, 2012.

penulis mendeskripsikan dan menganalisis data-data yang diperoleh di lokasi penelitian kemudian ditarik kesimpulan sesuai dengan permasalahan yang dikaji.<sup>35</sup>

#### H. Definisi Operasional

1. **Transparansi Informasi Produk** adalah kegiatan menyampaikan informasi secara jelas dan terperinci mengenai produk kepada nasabah meliputi karakteristik dan risiko suatu produk.
2. *Bancassurance* adalah kerjasama keagenan antara Bnak dengan perusahaan Asuransi dalam mengeluarkan produk asuransi untuk memenuhi kebutuhan finansial jangka panjang nasabah.

<sup>35</sup> Edy Putra Tje' Aman, **Kredit Perbankan Suatu Tinjauan Yuridis**, Liberty Yogyakarta, Yogyakarta, 1986, hlm 1.



## BAB IV

### PELAKSANAAN TRANSPARANSI INFORMASI PRODUK

#### *BANCASSURANCE*

##### A. Gambaran Umum BNI *Life Insurance*

###### 1. Sejarah BNI *Life Insurance*

Pada tanggal 28 November 1996, PT Bank Negara Indonesia Persero, Tbk (BNI) dan PT Asuransi Jiwasraya bersama-sama mendirikan sebuah perusahaan asuransi jiwa dengan nama PT Asuransi Jiwa BNI Jiwasraya atau BNI Jiwasraya, yang menyediakan berbagai produk asuransi seperti Asuransi Jiwa, Asuransi Kesehatan, Asuransi Kecelakaan Diri, Anuitas dan Pensiun. Pendirian perusahaan asuransi ini sejalan dengan kebutuhan BNI untuk menyediakan layanan dan jasa keuangan terpadu bagi semua nasabahnya (*one-stop financial services*).

Tahun 2004 PT Asuransi Jiwa BNI Jiwasraya berubah menjadi PT BNI *Life Insurance* (BNI *Life*). Transformasi nama ini diikuti pula dengan perubahan logo maupun pengembangan produk-produknya yang lebih inovatif, seperti produk asuransi pesangon dan produk gabungan asuransi proteksi dengan investasi (*unit link*).

Saat ini BNI *Life* memiliki 4 saluran distribusi yaitu *Agency*, *Bancassurance*, *Employee Benefits* dan Syariah. *Agency* dijual melalui agen-agen yang memasarkan produk individu. *Bancassurance* dijual melalui jaringan BNI. *Employee Benefits* memasarkan produk-produk asuransi kumpulan ke perusahaan-perusahaan. Sedangkan Syariah memasarkan produk asuransi baik individu ataupun kumpulan dengan sistem syariah.

Sebagai anak perusahaan dari BNI yang belum lama ini mendapat predikat sebagai *Best of the Best* BUMN, BNI *Life* akan menggunakan penambahan modal ini untuk meningkatkan sinergi dalam bidang *Bancassurance* dengan BNI sebagai bagian dari strategi ekspansi usaha, serta meningkatkan sistem teknologi informasi dan *Risk Based Capital* (RBC) Perusahaan.

## 2. Visi dan Misi BNI *Life Insurance*

### Visi

Menjadi perusahaan asuransi jiwa (asuransi kehidupan) terkemuka di Indonesia dalam hal kinerja finansial dan kualitas layanan.<sup>36</sup>

### Misi

Memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan bangsa melalui perencanaan keuangan dan proteksi yang baik, yang dilayani oleh SDM yang andal didukung oleh proses bisnis yang efektif dan penyediaan produk sesuai kebutuhan sehingga menjadi perusahaan asuransi jiwa kebanggaan bangsa.<sup>37</sup>

## 3. Kerjasama *Bancassurance* di BNI *Life*

*In Branch Bancassurance* adalah pemasaran produk asuransi yang dikembangkan dan dipertanggungjawabkan oleh perusahaan asuransi dan didistribusikan melalui jaringan Bank dalam hal ini melalui 447 outlet pemasaran di kantor - kantor cabang BNI dengan pemasar (*Bancassurance Specialist*) berasal dari perusahaan asuransi (di. PT. BNI *Life Insurance*).

<sup>36</sup> Laporan Keuangan PT BNI Life tahun 2011, hlm 46.

<sup>37</sup> Ibid, hlm 46.

Penawaran melalui jalur Telemarketing memberikan solusi bagi nasabah yang memiliki keterbatasan jarak serta waktu untuk tetap dapat melakukan transaksi atas program perlindungan yang dibutuhkan baik perlindungan bagi nasabah sendiri ataupun anggota keluarga.

Saat ini BNI *Life* bekerjasama dengan Perusahaan:

- a. PT. BNI
- b. PT. AIA *Financial*
- c. PT. CIGNA *Life Insurance*
- d. PT. Sun *Life Financial*

#### **4. Produk BNI *Life Insurance***

BNI *Life* memiliki 67 jenis asuransi jiwa yang terdiri dari 31 produk asuransi perorangan konvensional, 8 grup produk, 2 produk syariah, dan 6 Syariah *rider*. Seluruh produk ini disalurkan melalui 4 saluran distribusi yaitu melalui *Agency*, *Bancassurance*, *Employee Benefits*, dan Syariah.

- a. *Agency*

Produknya antara lain berupa:

- 1) *Spectra Link*
- 2) *Smart Education*
- 3) *Protect Plus*

- b. *Bancassurance*

Saluran pemasaran produk-produk asuransi BNI *Life* bagi nasabah perbankan. Penjualan produk dilakukan oleh *Bancassurance Specialist* yang

ditempatkan di Kantor Cabang BNI atau agen Telemarketing. Produk diantaranya berupa:

1) *Plan Multi Pro*

Merupakan solusi tepat untuk memenuhi berbagai kebutuhan individu dan keluarga, dengan menjamin ketersediaan dana di masa mendatang melalui pembayaran premi yang fleksibel. Dilengkapi pula dengan asuransi tambahan untuk memenuhi kebutuhan anda.

2) *Cash Pro*

Produk ini merupakan sarana untuk memenuhi ketersediaan dana di masa mendatang dengan manfaat perlindungan asuransi yang menyeluruh. Dilengkapi dengan manfaat tunai (tahapan) yang diberikan secara periodik selama masa asuransi ditambah dengan beberapa manfaat yang diberikan jika tertanggung meninggal dunia.

3) *Maksima*

Merupakan produk asuransi jiwa yang memberikan perlindungan asuransi jiwa hingga Peserta mencapai usia 90 tahun dan hasil investasi yang optimal.

c. *Employee Benefits*

Saluran distribusi yang memasarkan produk-produk asuransi kumpulan BNI *Life* bagi karyawan perusahaan. Produk andalannya berupa:

1) *Optima Group Health*

2) *Optima Group Health - SME (Small Medium Enterprise)*

3) *Optima Group Saving*

d. Syariah

Saluran distribusi yang memasarkan produk-produk asuransi yang berdasarkan prinsip syariah. Produknya berupa:

- 1) Wadiah Cendekia
- 2) Amanah Investa
- 3) *Health Plan* Syariah

**5. Struktur Organisasi di BNI *Life Insurance***

Badan Perusahaan merupakan manifestasi dari penerapan tata kelola perusahaan BNI *Life*, yang tertuang dalam Anggaran Dasar Perusahaan. Badan perusahaan yang wajib ada di perusahaan adalah:

- a. Rapat Umum Pemegang Saham
- b. Dewan Komisaris
- c. Dewan Pengawas Syariah
- d. Direksi

Penerapan tata kelola perusahaan BNI *Life* melalui badan perusahaan sebagaimana dimaksud diatas dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Rapat Umum Pemegang Saham

Pemegang Saham dan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) merupakan badan perusahaan tertinggi dalam BNI *Life* yang dimiliki para pemegang saham untuk memutuskan hal-hal penting diluar hal-hal yang bersifat operasional sehari-hari. RUPS merupakan wadah para pemegang saham untuk mengambil keputusan penting berkaitan dengan BNI *Life* sesuai Anggaran Dasar dan peraturan perundang-undangan, tanpa melakukan intervensi terhadap tugas, fungsi dan

wewenang Dewan Komisaris, Dewan Pengawas Syariah dan Direksi. Pengambilan keputusan RUPS dilakukan secara wajar dan transparan.

RUPS memiliki wewenang yang tidak diwakilkan kepada direksi atau dewan komisaris, antara lain: mengangkat dan memberhentikan anggota Dewan Komisaris dan Direksi, mengevaluasi kinerja Dewan Komisaris dan Direksi, mengesahkan Anggaran Dasar, memberikan persetujuan atas laporan tahunan, menetapkan alokasi penggunaan laba, menunjuk akuntan publik, dan menetapkan alokasi penggunaan laba, menunjuk akuntan publik dan menetapkan jumlah dan jenis tunjangan serta fasilitas Dewan Komisaris dan Direksi.<sup>38</sup>

Susunan RUPS di BNI *Life* adalah sebagai berikut:

- 1) Dr. Ludovicus Sensi W. sebagai Komisaris Utama
  - 2) Mauli Adiwarmen Idris sebagai Komisaris Independen
  - 3) Dr. A. Junaedy Ganie sebagai Direktur Utama
  - 4) Geger N. Maulana sebagai Wakil Direktur Utama
  - 5) Budi TA Tampubolon sebagai Direktur
- b. Dewan Komisaris

Dewan Komisaris BNI *Life* bertugas dan bertanggung jawab dalam mengawasi dan memberikan nasihat kepada Direksi serta memastikan bahwa BNI *Life* melaksanakan tata kelola perusahaan yang baik pada seluruh tingkat atau jenjang organisasi.

<sup>38</sup> Laporan Tahunan 2011 BNI *Life*, hal 56.

1) Tugas dan Wewenang Dewan Komisaris

Secara rinci, tugas dan wewenang Dewan Komisaris berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku adalah:

- a) melakukan pengawasan terhadap kebijakan manajemen dan kegiatan operasional BNI *Life* yang dilaksanakan oleh Direksi
- b) menyetujui rencana pengembangan BNI *Life*, rencana kerja dan anggaran tahunan Perusahaan BNI *Life*;
- c) mengawasi pelaksanaan ketentuan anggaran dasar dan keputusan RUPS dan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- d) melaksanakan tugas-tugas Direksi sesuai amanat dalam Anggaran Dasar Perusahaan bila dalam keadaan posisi Direksi belum terisi;
- e) mengikuti perkembangan kegiatan BNI *Life* dan dalam hal BNI *Life* menunjukkan gejala kemunduran, anggota Dewan Komisaris harus segera melaporkan kepada RUPS dengan disertai saran mengenai langkah perbaikan yang harus ditempuh;
- f) memberhentikan untuk sementara waktu seorang atau lebih direksi dari jabatannya berdasarkan keputusan Rapat Dewan Komisaris apabila anggota Direksi tersebut bertindak bertentangan dengan Anggaran Dasar dan/atau peraturan perundang-undangan yang berlaku dengan menyebutkan alasannya;
- g) mengadakan Rapat Umum Pemegang Saham selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak pemberhentian anggota Direksi yang diberhentikan untuk kembali menjabat atau diberhentikan seterusnya;

## 2) Komposisi Dewan Komisaris

Komposisi Dewan Komisaris terdiri dari 2 (dua) orang. Hal ini sesuai dengan yang dipersyaratkan oleh Anggaran Dasar, yaitu sekurang-kurangnya 2 (dua) anggota Dewan Komisaris Utama.

Susunan Dewan Komisaris BNI *Life* sebagai berikut:<sup>39</sup>

- a) Dr. Ludovicus Sensi Wondabio sebagai Komisaris Utama
- b) Mauli Adiwarmen Idris sebagai Komisaris Independen
- c. Dewan Pengawas Syariah

Sebagai perusahaan asuransi yang memiliki Unit Usaha Syariah, BNI *Life* membentuk Dewan Pengawas Syariah, BNI *Life* membentuk Dewan Pengawas Syariah yang bersifat independen. Keanggotaan Dewan Pengawas Syariah ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN), sebuah badan di bawah Majelis Ulama Indonesia (MUI). Seluruh pedoman produk-produk syariah dan operasional Unit Usaha Syariah harus disetujui oleh DPS untuk menjamin kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah. Susunan Dewan Pengawas Syariah BNI *Life* adalah sebagai berikut:<sup>40</sup>

- 1) Dr. (HC) K.H. Ma'ruf Amin sebagai Ketua
  - 2) Prof. Dr. H. Utang Ranuwijaya MA sebagai Anggota
  - 3) Ir. Agus Haryadi AAAIJ, FIIS, ASAI sebagai Anggota
- d. Direksi

Direksi bertanggung jawab penuh atas pengurusan perusahaan untuk kepentingan perusahaan sesuai dengan maksud dan tujuan perusahaan, serta

<sup>39</sup> Laporan Tahunan 2011 BNI *Life*, hlm 59.

<sup>40</sup> *ibid*, hlm 62.



mewakili perusahaan sesuai dengan Anggaran Dasar Perusahaan. Kedudukan setiap anggota Direksi, termasuk Direktur Utama adalah setara. Tugas Direktur Utama adalah *primus inter pares*, yaitu mengkoordinasikan kegiatan Direksi.

Direksi bertanggung jawab kepada RUPS dan penialain kerja terhadap Direksi dalam menjalankan Perusahaan dilakukan oleh pemegang saham. Pertanggungjawaban Direksi kepada RUPS merupakan perwujudan akuntabilitas pengelolaan perusahaan dalam rangka pelaksanaan GCG.

#### 1) Tugas dan Wewenang Direksi

Tugas, wewenang dan hal-hal lain yang terkait dengan Direksi ditentukan sesuai dengan Anggaran Dasar dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sehubungan dengan terjadinya pergantian Direksi, maka sesuai dengan Pasal 13 ayat 6 Anggaran Dasar Perusahaan, pembagian tugas Direksi selanjutnya diatur sesuai dengan hasil Risalah Rapat dengan penjabaran sebagai berikut:

##### Direktur Utama

- a) Bertanggung jawab terhadap pelaksanaan operasional perusahaan.
- b) Melakukan pengawasan dan koordinasi terhadap kegiatan dan tugas-tugas anggota Direksi lainnya.
- c) Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kegiatan *Strategic Planning, Corporate Secretary, Internal Audit*, dan *Risk Management*.
- d) Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kegiatan Marketing dan Distribution yang mencakup saluran distribusi *Agency, Bancassurance, Employee Benefits*, dan Syariah.

#### Wakil Direktur Utama

- a) Melakukan pengawasan dan koordinasi terhadap kegiatan dan tugas Finance dan *General Affair* dan *Product and Service*.
- b) Bertanggung jawab terhadap pelaksanaan kegiatan Finance and *General Affair*, yaitu *Human Resources Department and General Affair*, *Legal and Compliance*, *Collection and Settlement*, *Accounting and Reporting*, *Treasury and Investment*, dan Teknologi Informasi.
- c) Melakukan pengawasan dan koordinasi terhadap kegiatan dan tugas-tugas *Products and Services*.

#### Direktur Produk dan Layanan

- a) Melakukan pengawasan dan koordinasi terhadap kegiatan dan tugas Produk dan Layanan
- b) Bertanggung jawab terhadap pelaksanaan kegiatan Aktuarial, *Learning Centre*, *Branch Coordination*, *Claims*, dan *Underwriting and Customer Services*.

#### 2) Komposisi Direksi

Berdasarkan Keputusan Pemegang Saham, susunan Direksi BNI *Life* adalah sebagai berikut:<sup>41</sup>

- a) Dr. Junaedy Ganie, SE, MH, ANZIF (Snr. Assoc), AAIK (HIC), CIP, ChFC, CLU sebagai Direktur Utama
- b) Geger N Maulana, SE, Ak, MM sebagai Wakil Direktur Utama

<sup>41</sup> ibid, hlm 64.

- c) Budi T.A. Tampubolon, Maitrase, MM, FSAI, AAIJ sebagai Direktur Produk dan Layanan

## **B. Produk *Bancassurance* di BNI *Life Insurance***

Produk *bancassurance* pada dasarnya ada dua jenis yaitu produk asuransi yang menjadi fitur atau pelengkap produk perbankan produk asuransi murni yang didistribusikan melalui saluran perbankan.

### **1. Produk Asuransi sebagai Fitur Produk Bank**

Sebagai fitur produk bank, produk asuransi menjadi pelengkap yang memberikan manfaat tambahan produk bank. Produk ini lebih tepat disebut sebagai produk bank karena semua produk tersebut bertujuan agar produk bank lebih menarik dan lengkap. Dalam pelaporan penerimaan premi asuransi dari bank, semua dimasukkan sebagai penerimaan premi *bancassurance*. Contoh produk bank yang dikembangkan dengan menambahkan fitur produk asuransi, antara lain adalah produk tabungan dan deposito.<sup>42</sup>

#### **a. Produk Tabungan**

Produk tabungan dapat diberi tambahan manfaat perlindungan asuransi baik asuransi jiwa maupun asuransi kecelakaan bagi penabungnya. Antara lain:

- 1) Tabungan Biasa, dimana nasabah dapat dapat menyetor atau menarik dana setiap saat, dilengkapi dengan asuransi jiwa atau kecelakaan yang memberi manfaat asuransi apabila penabung meninggal dunia karena sakit atau kecelakaan. Santunan yang diterima ahli waris sebesar

<sup>42</sup> Ketut Sendra, *Bancassurance*, PPM, Jakarta, 2007, hlm 46.

jumlah tertentu, misalnya:  $n \times$  saldo rata-rata bulanan maksimum sebesar Rp 500.000.000,-

- 2) Tabungan yang dipastikan masa menabungnya dan target nominal yang ingin dicapai atau jumlah dana yang harus ditabung setiap bulannya. Tabungan jenis ini merupakan rencana keuangan seseorang untuk jangka waktu tertentu. Perlindungan asuransi dapat diberikan untuk menjamin tercapainya target nominal yang telah ditetapkan bila si penabung meninggal dunia, baik karena sakit maupun kecelakaan. Misalnya, tabungan dengan target nominal sebesar Rp. 100.000.000,- yang dicicil dalam jangka waktu lima tahun. Apabila si penabung meninggal pada akhir tahun pertama, maka pihak asuransi akan membayar sejumlah selisih dari target nominal dengan saldo pada saat penabung meninggal dunia.

b. Produk deposito

Perlindungan asuransi sebagai manfaat tambahan bagi deposan akan sangat menguntungkan nasabah tersebut. *Term life* atau asuransi kecelakaan dengan manfaat asuransi sebesar nilai deposito atau  $n$  kali nilai deposito, diberikan sampai dengan deposito tersebut jatuh tempo.<sup>43</sup> Apabila deposan meninggal, maka ahli waris akan mendapat santunan yang telah ditetapkan. Contoh lain apabila deposan meninggal dunia maka ahli waris deposan selain dapat menarik jumlah depositonya berikut bunga yang dijanjikan, ditambah dengan presentase tertentu dari jumlah deposito yang ditempatkan di bank. Premi

---

<sup>43</sup> ibid, hlm 47.

asuransinya dapat diperhitungkan dengan besaran perolehan bunga yang dijanjikan atau preminya dibebankan kepada deposan dalam jumlah tertentu.

c. Asuransi bagi kreditur bank

Asuransi bagi kreditur bank (bank pemberi kredit) merupakan jaminan kepastian pelunasan hutang apabila debitur meninggal dunia sebelum pinjaman lunas. Premi produk ini dapat diperhitungkan dengan bunga yang dibebankan kepada peminjam atau di bebankan langsung kepada peminjam dalam jumlah tertentu.

Asuransi bagi kreditur bank bukan hanya bagi peminjam untuk keperluan usaha saja, tetapi juga untuk keperluan pembelian kendaraan, pembelian rumah tinggal dan keperluan lainnya, termasuk kredit yang terjadi atau terbentuk karena pemakaian kartu kredit. Apabila tertanggung meninggal dunia maka semua besaran kredit yang belum terselesaikan atau terlunaskan akan dijamin perusahaan asuransi.

Produk asuransi yang menjadi fitur produk bank yang kita kenal dipasar sekarang antara lain: EduPlan (BII dengan Ekalife dan MLC *Life*), Niaga Pendidikan (Bank Niaga dengan Cigena *Life*). Taka NISP (Bank NISP dengan *Great Eastern*) dan lain sebagainya.

## 2. Produk Asuransi bukan sebagai fitur bank

Produk asuransi bukan sebagai fitur bank adalah produk asuransi yang dijual tersendiri sebagai saluran distribusi bank. Pihak bank hanya akan menerima *fee* dari hasil penjualan yang dilakukan. Model inilah yang disebut sebagai produk *bancassurance* yang sebenarnya.

Sebenarnya semua produk asuransi dapat dijual melalui saluran distribusi bank, tetapi produk *bancassurance* dirancang secara khusus agar mudah dan cepat dijual dengan persyaratan yang lebih sederhana.

Contoh produk asuransi yang berdiri sendiri namun dijual di *counter* bank atupun *financial planner* (FP) antara lain: Warisan dan Rejeki (Bank LIPPO dengan AIG-Life). *Smart-Link* (Standard Charter dengan Allianz Life), dan lain sebagainya.<sup>44</sup>

### 3. Pengaturan Produk Asuransi dan *Bancassurance* di BNI Life Insurance

Secara umum, produk asuransi datur dalam KMK No. 422/KMK.06/2003 tentang Penyelenggaraan Usaha Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi, mulai bab II, pasal 2 sampai dengan pasal 6. Mengenai premi asuransi dalam bab IV mulai pasal 19.

Sedangkan *bancassurance* sebagai saluran distribusi produk asuransi melalui jasa perbankan, saat ini baru diatur dalam Keputusan Menteri Keuangan (KMK).

#### 1. KMK Nomor: 426/KMK.06/2003

Kerja sama pemasaran produk *bancassurance* diatur dalam KMK No.426/KMK.06/2003 tentang Perizinan Usaha dan Kelembagaan Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi. Bab-V menjelaskan mengenai Pemasaran Melalui Jasa Agen dan Melalui Kerjasama dengan Pihak Bank, pasal 39 menyebutkan:

<sup>44</sup> Ibid, hlm 48.

- 1) Perusahaan Asuransi dapat melakukan pemasaran melalui kerjasama dengan bank (*bancassurance*)
- 2) Perusahaan Asuransi yang melakukan pemasaran melalui kerjasama dengan bank sebagaimana yang dimaksud dalam ayat (1) bertanggung jawab atas semua tindakan bank yang berkaitan dengan transaksi asuransi yang dipasarkan melalui kerjasama dengan bank yang dimaksud.

Mengenai bentuk pemasaran produk *bancassurance* diatur pada pasal 40

## 2. UU No.10 Tahun 1998

Undang-undang (UU) No. 10/1998 tentang Perbankan, pasal 10-b, menyebutkan bahwa “Bank umum dilarang melakukan perasuransian”. Namun yang dimaksud dengan melakukan usaha perasuransian dalam peraturan tersebut adalah menjamin atau menanggung risiko seperti yang dilakukan oleh perusahaan asuransi, tetapi melakukan pekerjaan sebagai saluran distribusi produk asuransi tidak dilarang karena tidak diatur dalam UU ini.

Kegiatan usaha bank diatur dalam Undang-undang No. 10 tahun 1998 tentang perbankan, yang pada pasal 10-b berbunyi bahwa “Bank Umum dilarang melakukan usaha perasuransian”. Artinya bank dilarang melakukan usaha perasuransian sebagai penanggung risiko, tetapi diperbolehkan sebagai agen, UU No.2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian menetapkan (pasal 3 dan pasal 5) bahwa hanya perusahaan asuransi yang diperbolehkan melakukan kegiatan perasuransian, yang berarti tidak memperbolehkan bank melakukan kegiatan usaha penunjang asuransi.

Dalam melakukan bisnis *bancassurance* pihak bank dan perusahaan asuransi mengacu pada ketentuan kitab Undang-undang Hukum Dagang (KUHD) bab kelima bagian kesatu tentang komisioner, pasal 76 berbunyi bahwa:

Komisioner adalah seorang yang menyelenggarakan perusahaan dengan melakukan perbuatan-perbuatan menutup persetujuan atas nama atau firma dia sendiri tetapi atas amanat dan tanggungan orang lain dan dengan menerima upahan atau provisi tertentu.

Bisnis *bancassurance* merupakan bisnis mengelola risiko, maka unsur ketidakpastiannya harus dihilangkan dengan meninjau ulang, merevisi atau mengamandemen UU NO.10 tahun 1998 maupun UU No. 2 tahun 1992.<sup>45</sup>

### 3. Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/6/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah

- 1) Bank wajib menyediakan informasi tertulis dalam bahasa Indonesia secara lengkap dan jelas mengenai karakteristik setiap Produk Bank.
- 2) Informasi sebagaimana dimaksud wajib disampaikan kepada Nasabah secara tertulis dan atau lisan.
- 3) Dalam memberikan informasi, Bank dilarang memberikan informasi yang menyesatkan (*mislead*) dan atau tidak etis (*misconduct*).
- 4) Informasi mengenai karakteristik Produk Bank sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 sekurang-kurangnya meliputi:
  - a) Nama Produk Bank;
  - b) Jenis Produk Bank;
  - c) Manfaat dan risiko yang melekat pada Produk Bank;
  - d) Persyaratan dan tata cara penggunaan Produk Bank;
  - e) Biaya-biaya yang melekat pada Produk Bank;
  - f) Perhitungan bunga atau bagi hasil dan margin keuntungan;
  - g) Jangka waktu berlakunya Produk Bank; dan

<sup>45</sup> Wawancara dengan Bpk. Syahrir Al Rasyid (*Assistant Manager Telesales Business Conservation*) tanggal 15 November 2013



- h) Penerbit (*issuer/originator*) Produk Bank;
- 5) Dalam hal Produk Bank terkait dengan penghimpunan dana, Bank wajib memberikan informasi mengenai program penjaminan terhadap Produk Bank tersebut.
  - 6) Bank wajib memberitahukan kepada Nasabah setiap perubahan, penambahan, dan atau pengurangan pada karakteristik Produk Bank.
  - 7) Bank dilarang mencantumkan informasi dan atau keterangan mengenai karakteristik Produk Bank yang letak dan atau bentuknya sulit terlihat dan atau tidak dapat dibaca secara jelas dan atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.
  - 8) Bank wajib menyediakan layanan informasi karakteristik Produk Bank yang dapat diperoleh secara mudah oleh masyarakat.
4. SE BI No. 6/43/DPNP tanggal 7 Oktober 2004

Melalui Bank Indonesia sebagai pengawas dan Pembina perbankan, pemerintah telah menerbitkan perangkat regulasi *bancassurance* berupa Surat Edaran No. 6/43/DPNP tertanggal 7 Oktober 2004 perihal Penerapan Manajemen Risiko pada bank yang Melakukan Kerjasama Pemasaran dengan Perusahaan Asuransi (*Bancassurance*). Surat Edaran tersebut ditujukan kepada Semua bank Umum di Indonesia. SE ini dikeluarkan oleh BI agar sejalan dengan Keputusan Menteri Keuangan No. 426/KMK.06/2003 tertanggal 30 September 2003 tentang Perizinan Usana dan Kelembagaan Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi serta sebagai pelaksanaan lebih lanjut dari Peraturan BI No. 5/8/PBI/2003 tanggal 19 Mei 2003 tentang Penerapan Manajemen Risiko bagi

Bank Umum (Lembaran Negara RI Tahun 2003 No. 56, Tambahan Lembaran Negara RI No. 4292).

Ketentuan ini diterbitkan untuk mendukung perkembangan pasar keuangan, meningkatkan penerapan manajemen risiko oleh bank dan melindungi kepentingan nasabah. Dengan semakin berkembangnya kegiatan kerjasama pemasaran asuransi dengan bank (*bancassurance*), disadari bahwa kegiatan tersebut selain memberikan manfaat juga berpotensi menimbulkan berbagai risiko, terutama risiko hukum dan risiko reputasi.

Dengan diterbitkannya SE 6/43/DPNP tertanggal, 7 Oktober 2004 yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia untuk mendukung kemitraan bisnis *bancassurance* yang telah diatur dalam KMK No. 426/KMK.06/2003 tertanggal 30 September 2003, maka ketentuan inilah yang dijadikan dasar atau legalitas dalam membangun dan mengembangkan distribusi produk *bancassurance* di tanah air.

5. Surat Edaran 12/35/DPNP tanggal 23 Desember 2010 tentang Penerapan Manajemen Risiko pada Bank yang Melakukan Aktivitas Kerjasama Pemasaran dengan Perusahaan Asuransi (*Bancassurance*)<sup>46</sup>

Peraturan ini juga memuat penyelenggaraan aktivitas *bancassurance*, yaitu:

- 1) Penetapan perusahaan asuransi yang menjadi mitra bank. Bank wajib melakukan seleksi terhadap perusahaan asuransi yang akan menjadi mitra dalam aktivitas *bancassurance*.

<sup>46</sup> Wawancara dengan Bpk. Syahrir Al Rasyid (*Assistant Manager Telesales Business Conservation*) tanggal 15 November 2013

2) Penyusunan perjanjian kerja sama. Dalam menyusun perjanjian kerja sama dengan perusahaan asuransi mitra, bank harus memerhatikan hal-hal:

- a) Hak dan kewajiban masing-masing pihak
- b) Menyebutkan secara spesifik jenis-jenis asuransi yang dipasarkan
- c) Jangka waktu perjanjian kerja sama
- d) Klausul yang memuat kondisi batalnya perjanjian kerja sama
- e) Penyelesaian hak dan kewajiban masing-masing pihak (bank, perusahaan asuransi, dan nasabah/tertanggung) apabila perjanjian kerjasama berakhir.

3) Penerapan ketentuan rahasia bank.

Bank wajib memastikan bahwa penggunaan data nasabah tidak melanggar ketentuan mengenai rahasia bank sebagaimana dimuat dalam UU No. 10 tahun 1998.

4) Penerapan prinsip perlindungan nasabah.

Bank wajib menerapkan prinsip-prinsip transparansi berkaitan dengan asuransi yang dipasarkan antara lain:

- a) Menjelaskan secara lisan dan tertulis kepada nasabah bahwa,
  - (1) asuransi yang dipasarkan bukan merupakan pokok Bank dan tidak termasuk dalam cakupan program penjaminan pemerintah,

- (2) penggunaan logo dan atau atribut bank lainnya dalam brosur atau dokumen pemasaran lainnya tidak dapat diartikan bahwa asuransi tersebut merupakan produk bank,
- (3) karakteristik asuransi seperti fitur persyaratan, risiko, manfaat, biaya-biaya asuransi serta prosedur klaim oleh nasabah.

b) Dalam hal asuransi yang dipasarkan merupakan hasil pengembangan dengan produk bank, maka:

- (1) Bank wajib menjelaskan kepada nasabahnya secara lisan dan tertulis bagian yang menjadi hak dan kewajiban masing-masing pihak
- (2) Nasabah secara individual harus mendapatkan polis asuransi atau tanda bukti kepesertaan dalam hal nasabah diikutsertakan dalam produk asuransi kumpulan kolektif

c) Dalam yang dipasarkan merupakan asuransi yang terkait dengan investasi (*investment link/unit link*), maka:

- (1) Bank wajib menjelaskan secara lisan dan tulisan kepada nasabah karakteristik investasi tersebut yang sekurang-kurangnya mencakup portofolio aset investasi, prosedur dan pihak yang melakukan valuasi unit, manajer investasi, bank *custodian*, risiko investasi yang dihadapi, persyaratan dan tata cara untuk penjualan kembali serta pihak yang bertanggung jawab untuk menyampaikan laporan valuasi nilai unit pada nasabah.

- (2) Bank dilarang memberikan jaminan atau turut memberikan jaminan baik secara langsung maupun tidak langsung, apabila asuransi yang terkait investasi tersebut menawarkan jaminan tingkat penghasilan atau pengembalian tertentu.
- d) Penjelasan oleh Bank sebagaimana dimaksud dalam poin di atas, wajib dilakukan oleh petugas Bank yang memenuhi kualifikasi sesuai ketentuan yang berlaku, antara lain:
  - (1) Memiliki sertifikasi keagenan yang dikeluarkan asosiasi terkait;
  - (2) Telah memperoleh pelatihan mengenai asuransi yang akan dipasarkan
- e) Bank wajib pula meminta petugas asuransi yang melakukan pemasaran asuransi di kantor-kantor bank (*in-branch sales*)
- f) Dalam hal Bank memutuskan untuk menghentikan atau mengakhiri perjanjian kerja sama, maka Bank wajib segera memberitahukan keputusan tersebut secara tertulis kepada seluruh nasabah, termasuk kelanjutan penyelesaian hak dan kewajiban sehubungan dengan asuransi yang telah dipasarkan.

#### 4. Kontrak Keagenan dalam *Bancassurance*

Dari sisi hukum, *bancassurance* merupakan aktivitas hukum yang timbul dari perjanjian antara perusahaan asuransi dengan pihak bank dimana pihak bank sepakat untuk bertindak sebagai agen penjualan produk-produk asuransi dalam wilayah jangkauan pasar yang dimilikinya, dimana dari hasil penjualan produk asuransi tersebut bank akan mendapatkan pembayaran dalam bentuk *fee* ataupun

komisi dalam jumlah yang telah disepakati. Jadi hubungan hukum antara pihak perusahaan asuransi dengan pihak bank merupakan hubungan keagenan, sehingga apapun kesalahan yang dilakukan oleh staf *bancassurance* dalam penjualan produk *bancassurance* menjadi tanggung jawab perusahaan asuransi, sebab agen bekerja untuk penanggung/perusahaan asuransi.

Sebagai agen, posisi bank akan lebih berhubungan dengan kepentingan pihak perusahaan asuransi yang mempekerjakannya untuk menjual produk asuransi daripada kepentingan nasabah bank yang menjadi pembeli potensial produk *bancassurance* yang dijualnya. Walaupun pada awalnya hubungan hukum antara bank dengan nasabahnya telah eksis berdasarkan kontrak timbul dari penggunaan produk-produk perbankan akan tetapi dalam aktivitas *bancassurance* ini, konsekuensi perikatan yang timbul dari penggunaan produk-produk perbankan akan tetapi dalam aktivitas *bancassurance* ini, konsekuensi perikatan yang timbul dari perjanjian asuransi yang dijual bank terhadap nasabahnya tidak menimbulkan perikatan antara nasabah dengan bank tersebut, akan tetapi menimbulkan perikatan antara nasabah (yang telah berubah menjadi tertanggung dalam kontrak asuransi) dengan perusahaan asuransi penerbit produk asuransi penerbit produk asuransi. Sebagai agen, secara hukum bank tidak menggantikan posisi perusahaan asuransi sebagai penanggung dalam *bancassurance*.

Walaupun secara teori batasan-batasan hak dan tanggung jawab masing-masing pihak yang terlibat dalam *bancassurance* cukup jelas dalam pelaksanaan di lokasi penelitian permasalahan hukum tetap saja dapat muncul. Kesalahan bisa datang dari pihak perusahaan asuransi. Contohnya, jika terjadi keterlambatan pembayaran klaim asuransi yang telah jatuh tempo secara langsung ataupun tidak

akan menimbulkan kerepotan bagi pihak bank. Sebagai pihak yang juga mempertaruhkan reputasinya, ketika menawarkan produk asuransi kepada nasabahnya, ketidakmampuan atau tindakan ingkar janji dari perusahaan asuransi untuk melunasi klaim asuransi akan menimbulkan citra buruk bank tersebut.<sup>47</sup>

Konsekuensinya, peristiwa ini tidak saja akan menimbulkan persoalan hukum antara tertanggung dengan perusahaan asuransi yang tidak mapu melunasi pembayaran klaim, akan tetapi juga berpotensi menimbulkan persoalan hukum antara bank dengan perusahaan asuransi akibat kerugian bank atas hilang atau belum lagi bila tertanggung tersebut secara tutup mata melakukan gugatan perdata dan menundukkan bank sebagai tergugat dua ataupun turut tergugat atas wanprestasi terhadap pemenuhan klaim asuransi yang dijual melalui bank.

Bisa terjadi alasan tidak dibayarnya klaim asuransi dikarenakan perusahaan asuransi dapat membuktikan bahwa tertanggung tersebut telah melanggar azas itikad baik ataupun calon tertanggung tersebut tidak mempunyai hubungan kepentingan yang dapat diasuransikan kepada objek yang akan diasuransikannya yang membebaskan kewajiban dari penanggung untuk mengganti rugi. Namun, jika kesalahan tersebut terjadi karena bank tidak melakukan pengecekan keadaan tertanggung atau mengabaikan aspek yang harusnya diperhatikan demi mengejar target laba, maka hal ini dapat menimbulkan persoalan antara perusahaan asuransi dengan bank.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Wawancara dengan Bpk. Heri Halawani (*Assistant Vice President Head of Bancassurance Support*) tanggal 15 November 2013

<sup>48</sup> Wawancara dengan Bpk. Syahrir Al Rasyid (*Assistant Manager Telesales Business Conservation*) tanggal 15 November 2013

Saling kontrol antara perusahaan asuransi dengan bank dalam kerjasama *bancassurance* merupakan bagian yang sulit untuk dilaksanakan. Walaupun keduanya sama-sama merupakan lembaga keuangan, masing-masing memiliki jiwa aktivitas yang sangat berbeda. Bank akan memberikan perhatian utama kepada stabilitas pasar produk-produk perbankannya, sehingga hanya sekedar menjalankan upaya penjualan produk tanpa memahami prinsip-prinsip asuransi yang berlaku.

Sebaliknya perusahaan asuransi sebagai pemilik produk yang bertanggung jawab terhadap risiko pertanggungan akan menaruh perhatian besar dalam aktivitas kontrak asuransi yang terjadi melalui pemasaran bank tersebut. Hubungan hukum keagenan yang mendasari *bancassurance* secara umum lebih mendudukan kedua belah pihak sebagai mitra sejajar yang membuat sulit bagi perusahaan asuransi untuk terus-menerus member instruksi kepada pihak bank.

Keadaan ini membuat beberapa pihak menganggap bahwa koordinasi pelaksanaan *bancassurance* lebih mudah dikendalikan dan mencapai sasarannya bila perusahaan asuransi dan bank datang dari satu grup atau *holding*, karena dalam hubungan *sister company* ataupun *subsidiary* bank lebih kooperatif untuk memaksimalkan sasaran pasar dengan tetap berpegang pada kualitas dan legalitas produk dan pelayanan. Perjanjian kerjasama yang dilakukan oleh Bank BNI dan BNI *Life* melalui Perjanjian B to B yang memuat mengenai hal-hal apa saja yang



harus dilakukan dalam melakukan kerjasama keagenan mengenai *bancassurance*.<sup>49</sup>

Tentu saja *bancassurance* tidak harus dilakukan antara bank dan perusahaan asuransi dalam satu grup. Kesadaran dan keyakinan bahwa alternatif penghasilan tersebut dapat membantu stabilitas laba bank membuat bank dapat juga mengakomodir semangat perusahaan asuransi untuk mengejar pasar asuransi di wilayah aktivitas bank. Oleh karena itu, pemahaman atas produk dan korelasinya dengan produk perbankan milik bank menjadi dasar yang penting bagi bank untuk membangun komitmen pasar yang jelas.

Untuk itu, selain penelitian yang berkesinambungan bagi tenaga penjual produk asuransi di lingkungan bank mitra, juga harus dibuat perjanjian *bancassurance* yang secara jelas mengatur hak dan kewajiban masing-masing pihak.

##### **5. Pengelolaan Klaim Asuransi di BNI Life**

Setiap nasabah yang membeli produk asuransi baik langsung maupun melalui bank, menginginkan mendapatkan perlindungan. Salah satu syarat yang umumnya menjadi keterbatasan perusahaan asuransi untuk dapat segera menyelesaikan pembayaran klaim asuransi ke bank atas nama pemegang polis dari setiap tertanggungnya (nasabahnya) adalah *resume* medik. *Resume* medik akan dikeluarkan oleh dokter yang merawatnya untuk melihat riwayat kesehatannya sampai menyebabkan meninggalnya tertanggung, yang kadang-

---

<sup>49</sup> Wawancara dengan Bpk. Syahrir Al Rasyid (*Assistant Manager Telesales Business Conservation*) tanggal 15 November 2013

kadang membutuhkan waktu yang cukup lama.<sup>50</sup> Sementara itu pihak bank dan ahli waris tertanggungnya mengharapkan atau memintanya dengan segera atau cepat.

Tujuan utama dari penatalaksanaan klaim (*claims management*) adalah untuk memastikan bahwa semua pembayaran manfaat yang dibuat oleh perusahaan asuransi adalah untuk klaim yang valid (layak untuk dibayar). Karena itu suatu klaim harus secara pasti memenuhi persyaratan dan definisi yang ditetapkan dalam polis. *Claims management* wajib bersifat konsisten dari waktu ke waktu dan efektif dalam pelaksanaannya. Selain itu juga harus mengambil peranan untuk menyempurnakan persyaratan yang telah ditentukan dalam *underwriting* sesuai dengan kontrak polis untuk menghindari kecenderungan terjadinya klaim-klaim yang digugat oleh penerima manfaat bahkan berakibat kepada tuntutan pengadilan. *Claims management* harus menciptakan prosedur yang wajib diikuti oleh seluruh stafnya (suatu *guidelines*) pada saat menerima pengajuan klaim dan menetapkan persyaratan bukti-bukti yang harus diajukan sebagai pendukung klaim agar manfaat dapat dibayarkan.<sup>51</sup>

Dasar dari penilaian klaim yaitu polis dan surat keterangan medis (SKM). Sedangkan falsafah klaim yaitu bagaimana klaim dapat diproses dengan cepat, tepat, dan akurat serta dengan penuh kehati-hatian atau pruden.<sup>52</sup>

<sup>50</sup> Wawancara dengan Bpk. Syahrir Al Rasyid (*Assistant Manager Telesales Business Conservation*) tanggal 15 November 2013

<sup>51</sup> Ketut Sendra, op.cit., hlm 135.

<sup>52</sup> Wawancara dengan Bpk. Syahrir Al Rasyid (*Assistant Manager Telesales Business Conservation*) tanggal 15 November 2013

Nasabah bank yang mengajukan klaim asuransi dapat melalui kantor cabang bank terdekat sebagai kantor pelayanan terdekat. Pihak-pihak yang sangat membantu kelancaran penyelesaian klaim asuransi antara lain:<sup>53</sup>

a. Pihak bank, yaitu di bagian *Customer Service* (CS) dapat melakukan beberapa hal berikut:

- 1) CS bank membantu memberikan formulir dan memberitahukan persyaratan yang diperlukan atau dibutuhkan oleh perusahaan asuransi
- 2) CS bank membantu memeriksa semua kelengkapan dokumen/persyaratan klaim yang diperlukan
- 3) CS bank menerima pengajuan klaim dari nasabah dan meneruskannya ke perusahaan asuransi

b. Pihak Nasabah atau teraslahat, yaitu nasabah bank atau penerima manfaatnya dapat melakukan atau melengkapi beberapa hal yang diperlukan atau dibutuhkan perusahaan asuransi, yaitu:

- 1) Melengkapi semua persyaratan klaim sesuai jenis klaim yang diajukan
- 2) Khusus untuk klaim asuransi seperti klaim CI (*critical illness*) dan cacat tetap total atau TPD (*total permanent disability*), biasanya nasabah diwajibkan untuk tetap membayar premi jatuh tempo sampai dengan klaim disetujui secara tertulis

<sup>53</sup> Ketut Sendra, op.cit., hlm 139.

- 3) Apabila klaim disetujui dan premi jatuh tempo sudah terbayar maka semua premi sejak peristiwa terjadi akan dikembalikan khususnya untuk klaim seperti CI dan TPD tersebut di atas.
- c. Pihak perusahaan asuransi, yaitu bagian klaim asuransi dan CS dapat melakukan beberapa hal agar proses klaim asuransi lebih cepat, tepat, dan akurat yaitu dengan:<sup>54</sup>
  - 1) Memeriksa semua dokumen klaim yang diterima secara teliti dan pruden
  - 2) Meneliti status polis dan historis pembayaran premi
  - 3) Mengidentifikasi tertanggung atau nasabah bank
  - 4) Meneliti keabsahan termaslahat atau penerima manfaat
  - 5) Melakukan investigasi, yaitu investigasi ke RS/dokter/Kepolisian; investigasi ke tempat bekerja tau pekerjaannya; dan investigasi ke lingkungan keluarga/tempat tinggalnya. Yang semua ini dilakukan dengan tujuan agar dapat membuktikan kebenaran pernyataan yang diberikan dalam pengisian pada formulir SPA serta untuk membuktikan bahwa yang meninggal adalah benar nasabah yang bersangkutan.

Khusus untuk keputusan klaim CI, pada umumnya perusahaan asuransi melakukan:<sup>55</sup>

- a. Diagnose penyakit yang terjadi pada masa 90 (Sembilan puluh) hari sejak tanggal mulai asuransi, atau masa tidak dipertanggungkan.

<sup>54</sup> Ketut Sendra, *Bancassurance*, PPM, Jakarta. 2007, hlm 139.

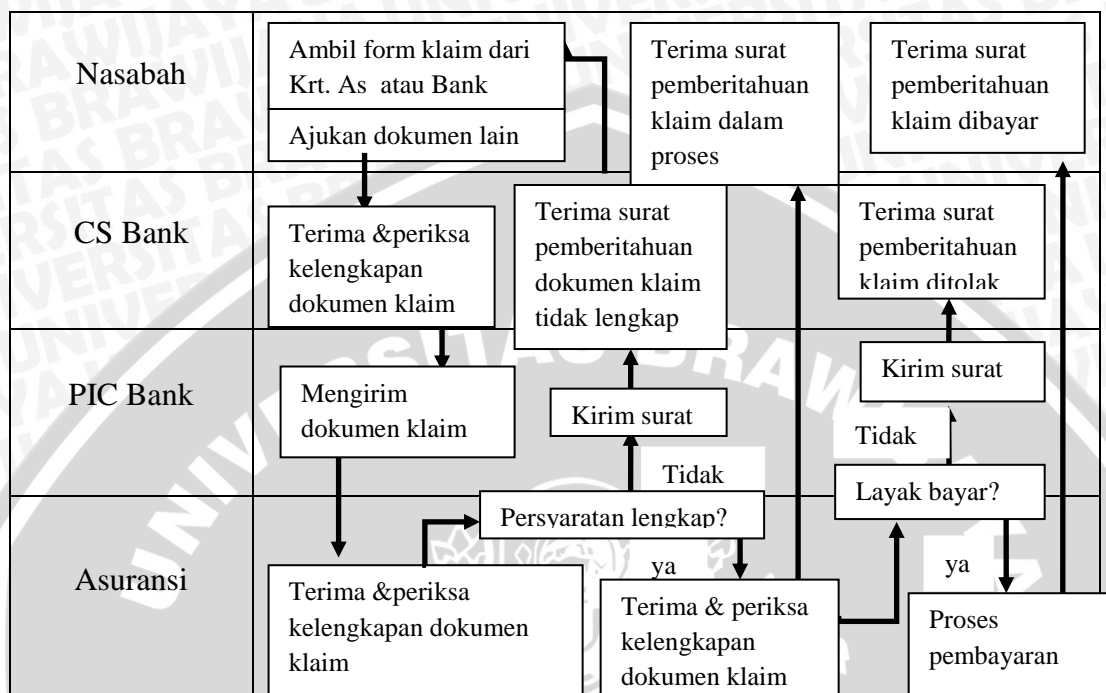
<sup>55</sup> Ibid. hlm 140.

- b. Ada beberapa jenis penyakit yang memerlukan masa tunggu klaim, bergantung pada jenis penyakit contoh: Alzheimer, yang memerlukan masa tunggu klaim 3 (tiga) bulan sejak pertama kali di diagnosa.
- c. Khusus penyakit yang memerlukan masa tunggu klaim, keputusan Klaim akan dikeluarkan setelah masa tunggu klaim berakhir dan kondisi tertanggung terbukti secara medis tidak dapat pulih seperti sedia kala.

Sedangkan untuk keputusan klaim cacat tetap total atau TPD, maka perusahaan asuransi akan melakukan beberapa hal, yaitu:

- a. Masa tunggu klaim untuk TPD umumnya diberikan selama 6 (enam) bulan sejak tertanggung dinyatakan menderita TPD.
- b. Keputusan klaim akan dikeluarkan setelah masa tunggu klaim berakhir dan kondisi tertanggung terbukti secara medis tidak dapat pulih seperti sedia kala, sehingga tidak dapat melakukan pekerjaan apapun artinya harus sesuai dengan maksud dan definisi dari cacat tetap total atau TPD sendiri.
- c. Untuk proses pembayaran klaim asuransi *bancassurance*, maka masing-masing pihak harus melakukan sebagai berikut:
  - 1) Perusahaan asuransi mengeluarkan surat perintah transfer dana ke bank untuk yang disetujui atau membuat surat penolakan ke nasabah.
  - 2) Bank melakukan proses pendebitan dari rekening perusahaan asuransi kemudian dikreditkan ke rekening nasabah/penerima manfaat asuransi yang sah.

Adapun alur dari proses penyelesaian klaim asuransi *bancassurance* sebagai berikut.<sup>56</sup>



**Bagan 1**

**Proses Penyelesaian Klaim Asuransi**

Nasabah secara mandiri mengajukan dokumen klaim yang disampaikan lewat *customer service* untuk diperiksa kelengkapannya kemudian diteruskan kepada *person in charge* di bank itu, setelah itu disampaikan ke lembaga asuransi. Dokumen yang lengkap dan memenuhi semua syarat akan langsung diproses oleh lembaga asuransi dan nasabah akan menerima pemberitahuannya, jika dokumen tidak lengkap maka asuransi akan mengirim pemberitahuan yang disampaikan kepada bank terlebih dahulu untuk disampaikan oleh CS kepada nasabah. Klaim yang sudah memenuhi semua syarat dan sudah melalui proses akan dibayarkan oleh perusahaan asuransi kepada nasabah.

<sup>56</sup> Ketut Sendra, *Bancassurance*, PPM, Jakarta, 2007, hlm 141.

## C. Pelaksanaan Transparansi Informasi pada Produk *Bancassurance* di

### BNI *Life*

#### 1. Penyampaian Informasi oleh Agen Asuransi BNI *Life* kepada Nasabah tentang Rentang Waktu

Setiap nasabah harus memahami dan menyadari rentang waktu atas produk yang dibelinya, sehingga nasabah akan dapat merencanakan dan menjaga kelangsungan pembayaran preminya dan mengaitkan dengan pola-pola investasinya di Bank tersebut. Apalagi produk *investment-link* yang dipasarkan di bank, maka nasabah harus tahu sarana investasi jangka menengah dan panjang.

Perlu disadari oleh staf bank yang memasarkan produk asuransi yaitu pada dasarnya produk asuransi adalah produk jangka panjang, dan bertujuan memberi proteksi jangka panjang, sedangkan produk bank pada umumnya jangka pendek sehingga konsepnya sangat berbeda dalam mempresentasikan atau menawarkan produknya.<sup>57</sup>

Nasabah yang akan membeli produk *bancassurance* harus dijelaskan secara rinci mengenai rentang waktu dari produk yang dibelinya. Staf dari *bancassurance* harus menjelaskan secara rinci pada saat awal pengenalan produk kepada nasabah. Hal ini dikarenakan rentang waktu sangat berpengaruh terhadap pembayaran premi dan penerimaan klaim yang nantinya akan diperoleh oleh nasabah.

Di salah satu kantor cabang BNI *Life Insurance*, staf *bancassurance* sudah menjelaskan secara rinci mengenai rentang waktu suatu produk *bancassurance*

---

<sup>57</sup> Wawancara dengan Bpk. Heri Halawani (*Assistant Vice President Head of Bancassurance Support*) tanggal 16 Oktober 2013

yang dijualnya kepada nasabah. Penjelasan mengenai rentang waktu ini dimuat dalam pasal 5 Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/6/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah.

Di dalam peraturan bank Indonesia tersebut, bank wajib menyediakan informasi tertulis mengenai karakteristik dan produk bank tersebut. Pada pelaksanaan di lokasi penelitian, rentang waktu mengenai *bancassurance* hanya tertulis pada saat polis diterbitkan. Pada brosur tidak dijelaskan secara rinci mengenai waktu berlakunya produk bank itu. Staf *bancassurance* biasanya menjelaskan mengenai rentang waktu kepada nasabah secara langsung. Kekurangan dari hal tersebut karena tidak semua nasabah dapat mengingat mengenai percakapan antara staf *bancassurance* dengan nasabah, hal itu dapat mengakibatkan mist komunikasi antara nasabah yang kurang jelas dan dapat menimbulkan masalah ketidak pahaman di kemudian hari.

Penjelasan dari salah satu nasabah mengenai penyampaian rentang waktu yang dijelaskan oleh staf *bancassurance* di kantor BNI *Life Insurance* menyebutkan bahwa staf *bancassurance* menjelaskan rentang waktu secara jelas kepada nasabah terhadap produk yang akan dipilihnya. Pada mulanya nasabah dipersilahkan memilih produk *bancassurance* yang akan dipilihnya, kemudian staf tenaga pemasar *bancassurance* di *in-branch sales* menjelaskan rentang waktu produk yang dipilihnya, mulai dari berapa lama nasabah membayar premi, kemudian berapa lama investasi yang akan dimilikinya. Namun kekurangan yang dirasakan nasabah adalah pada saat menjelaskan, staf tenaga pemasar *bancassurance* tidak memberikan informasi secara tertulis lewat brosur yang dapat dibaca secara mandiri oleh nasabah, staf tersebut hanya menjelaskan lewat



media elektronik komputer. Hal ini yang dirasakan nasabah menjadi salah satu kekurangan dalam penjelasan rentang waktu dari staf *bancassurance* di BNI *Life*, karena nasabah hanya memahami rentang waktu produk yang kemungkinan akan dipilihnya, apabila setelah nasabah meninggalkan kantor BNI *Life* dan menginginkan produk lainnya, nasabah tidak mempunyai sumber informasi.<sup>58</sup>

Nasabah di BNI *Life* lainnya juga mengatakan bahwa tidak dapat menangkap informasi secara jelas apabila hanya satu kali pertemuan dengan tenaga pemasar *bancassurance* di BNI *Life*. Tapi ada juga nasabah yang mengatakan bahwa tenaga pemasar *bancassurance* di BNI *Life* sudah cukup jelas menyampaikan informasi rentang waktu data produk *bancassurance* jika nasabahnya sendiri aktif bertanya kepada tenaga pemasar.

## **2. Penyampaian Informasi oleh Agen Asuransi BNI *Life* kepada Nasabah secara Transparan.**

Di Indonesia belum ada regulasi khusus yang mengatur pemasaran produk-produk asuransi, sehingga produk tersebut senantiasa menjadi sorotan YLKAI (Yayasan Lembaga Konsumen Asuransi Indonesia) yang kerap kali menyebutkan produk asuransi sebagai produk yang sulit dipahami oleh nasabah.<sup>59</sup>

Transparansi informasi mengenai produk bank sangat diperlukan untuk memberikan kejelasan pada nasabah mengenai berbagai karakteristik yang ada di dalam produk tersebut. Penyampaian informasi secara transparan juga merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan *good governance* pada industri perbankan

<sup>58</sup> Wawancara dengan Tri Laksono Susilo (*nasabah BNI Life Insurance Jakarta*) tanggal 24 Desember 2013

<sup>59</sup> Wawancara dengan Bpk. Syahrir Al Rasyid (*Assistant Manager Telesales Business Conservation*) tanggal 15 November 2013

dan memberdayakan nasabah. Sesuai dengan teori perlindungan konsumen, transparansi juga sangat diperlukan untuk meningkatkan perlindungan terhadap hak-hak pribadi nasabah dalam berhubungan dengan bank. Pada pasal 4 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan hak konsumen diantaranya hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Transparansi kepada nasabah yang dimaksud adalah berupa penyampaian mengenai informasi apa saja yang harus diketahui oleh nasabah mengenai suatu produk *bancassurance*. Informasi yang harus diketahui nasabah pada produk *bancassurance* tidak hanya pada saat nasabah tersebut telah memilih untuk membeli atau mengikuti salah satu produknya. Tetapi penyampaian informasi yang transparan harus secara jelas disampaikan oleh staf *bancassurance* sebelum dilakukannya persetujuan pembelian atau keikutsertaan nasabah atas suatu produk *bancassurance*. Informasi ini dapat memberikan dampak yang signifikan untuk meningkatkan efisiensi dari konsumen dalam memilih produk serta meningkatkan kesetiannya terhadap produk tertentu, sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan yang memenuhi kebutuhannya.<sup>60</sup> Dengan demikian, pemenuhan hak ini akan menguntungkan baik konsumen maupun produsen.

Pada saat pelaksanaan kegiatan *bancassurance* BNI Life di lokasi penelitian, nasabah BNI Life Insurance Jakarta menjelaskan bahwa staf *bancassurance* sebagai agen informasi secara garis besar sudah menjelaskan inti dari karakteristik produk *bancassurance* itu sendiri. Namun BNI Life tidak

<sup>60</sup> James F. Engel, *Consumer Behavior, Fifth Edition, The Dryen Press, New York*, hlm 593.

memberikan brosur secara lengkap yang dapat diambil oleh nasabah.<sup>61</sup> Apabila belum membeli produk *bancassurance*, penjelasan mengenai karakteristik produk *bancassurance* itu hanya dapat dijumpai dari halaman *online (website)* dan penjelasan langsung dari staf *bancassurance*. UU Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada pasal 5 menyebutkan kewajiban dari konsumen untuk membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/ atau jasa, demi keamanan dan keselamatan. Sesuai pasal ini, nasabah dituntut untuk aktif dalam mengetahui produk yang akan dibeli atau diikutinya. Pentingnya kewajiban ini karena sering staf *bancassurance* telah menyampaikan informasi secara jelas terhadap suatu produk, namun nasabah tidak aktif membaca dan mendengarkan informasi yang telah disampaikan kepadanya. Dengan adanya pengaturan kewajiban ini memberikan konsekuensi pelaku usaha (*BNI Life Insurance*) tidak bertanggung jawab jika nasabah yang bersangkutan menderita kerugian akibat mengabaikan kewajiban tersebut.<sup>62</sup>

Masyarakat Indonesia kebanyakan tidak terlalu aktif dalam mencari atau menggali informasi tentang suatu produk perbankan. Maka itu sangat diperlukan peran staf *bancassurance* yang aktif dalam menjelaskan produk itu apabila tidak adanya ketersediaan brosur di tempat.

Penyampaian informasi yang dimaksud harus disampaikan secara transparan sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/6/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah meliputi:

---

<sup>61</sup> Penjelasan Nasabah *BNI Life Insurance* Jakarta tanggal 16 Oktober 2013

<sup>62</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, **Hukum Perlindungan Konsumen**, Rajawali Press, Jakarta, 2011, hlm 48.

a. Nama Produk Bank

Produk yang dijual harus mempunyai nama yang jelas, tidak berubah sewaktu-waktu yang dapat membingungkan nasabah.

b. Jenis Produk Bank

Jenis produk bank mengacu kepada kegiatan usaha yang dilakukan oleh bank, apabila *bancassurance* itu merupakan asuransi yang pengambilannya secara debit oleh bank maka harus dijelaskan secara rinci oleh staf *bancassurance* di BNI Life tentang tabungan apa yang harus dimiliki, dan proses penarikannya.

c. Manfaat dan Risiko yang melekat pada produk Bank

Setiap produk *bancassurance* yang dikeluarkan oleh bank harus dijelaskan secara terinci manfaat yang dapat diperoleh nasabah tersebut dan potensi risiko yang dihadapi oleh nasabah dalam masa penggunaan produk bank. Manfaat dan risiko ini harus dijelaskan secara transparan sebelum dan sesudah nasabah membeli produk *bancassurance*. Staf *bancassurance* BNI Life harus menjelaskan apa saja yang dapat dinikmati nasabah dari suatu produk itu secara langsung dari penjelasan tertulis didapatkan oleh nasabah. Risiko juga dijelaskan oleh staf *bancassurance* BNI Life dengan terinci kepada nasabah baik sebelum dan sesudah nasabah itu membeli produk *bancassurance*. Hal ini sangat penting untuk mencegah terjadinya kesalahpahaman dalam kegiatan *bancassurance*. Sebagian besar permasalahan terjadi karena nasabah tidak terlalu cermat mengerti mengenai manfaat yang harus dinikmatinya dari suatu produk dan juga risiko di kemudian hari dari suatu produk yang dibelinya.

d. Persyaratan dan tata cara penggunaan Produk Bank

Persyaratan dan tata cara penggunaan produk bank mencakup antara lain dokumen yang diperlukan, mekanisme dan prosedur transaksi yang berkaitan dengan Produk Bank. Persyaratan ini sangat penting dan harus dijelaskan secara terinci oleh staf *bancassurance* kepada nasabah. Dalam hal ini diperlukan komunikasi yang aktif antara staf *bancassurance* di BNI Life dengan nasabah yang akan membeli produk *bancassurance*. Staf *bancassurance* harus menanyakan dokumen apa saja yang dimiliki oleh nasabah dan memberi penjelasan mengenai mekanisme dan prosedur transaksi produk yang akan dibeli oleh nasabah itu. Nasabah harus memberikan dokumen sesuai yang disyaratkan oleh BNI Life. Dokumen tersebut tidak boleh mempunyai unsur kepalsuan karena jika ada unsur kebohongan dalam suatu dokumen dapat menyebabkan pemegang polis tidak dapat mendapatkan klaim dari premi yang dibayarkannya. Suatu perjanjian asuransi harus mengandung asas kejujuran yang sempurna (*utmost good faith*).<sup>63</sup> Apabila tertanggung memberikan suatu keterangan yang tidak benar mengenai objek asuransinya, maka asuransi itu batal. dengan kata lain penanggung tidak diwajibkan untuk memberikan ganti kerugian (Pasal 251 KUHD). Dari kewajiban memberikan keterangan ini juga terkandung adanya prinsip itikad baik, sebab kalau tertanggung memberikan keterangan yang benar berarti ia menutup asuransi itu hanya untuk mengalihkan risiko yang mungkin akan menyimpannya. Sedangkan apabila sejak semula tidak memberikan keterangan yang tidak

<sup>63</sup> Man Suparman dan Endang, **Hukum Asuransi**, PT Alumni, Bandung, 2004, hlm 10.

benar, berarti bertanggung itu hanya ingin mendapatkan keuntungan secara melawan hak. Dengan demikian, maka prinsip itikad baik ini harus dipertahankan dalam setiap perjanjian asuransi.<sup>64</sup>

Perjanjian keagenan PT BNI *Life* memberikan kewajiban bagi staf *bancassurance* BNI *Life* untuk meneliti dengan sekasama segala permohonan asuransi jiwa dan kebenaran data-data yang diberikan calon pemegang polis dan calon tertanggung; bertanggung jawab atas data yang diberikan; dan memnyaksikan sendiri penandatanganan permohonan asuransi yang dilakukan oleh pemegang polis dan/atau tertanggung.

e. Biaya-biaya yang melekat pada Produk Bank

Biaya yang dimaksud dalam angka ini antara lain biaya administrasi dan provisi. Staf *bancassurance* di BNI *Life* harus menjelaskan biaya yang harus dikeluarkan oleh nasabah untuk urusan administrasi atas produk yang dibelinya. Biaya tersebut harus dibuat secara tertulis sebagai bukti kepada nasabah. Biaya yang diambil atau di debet dari rekening nasabah harus sepengetahuan nasabah itu sendiri, hal ini harus dijelaskan dari awal pembelian produk oleh staf *bancassurance* kepada nasabah BNI *Life*.

Pengelolaan klaim *bancassurance* dapat berjalan dengan baik apabila perusahaan asuransi dengan bank memiliki komitmen yang sama dalam menyelesaikan klaim asuransi. Pada umumnya tertanggung (nasabah) membeli polis asuransi *non-medical* karena pihak bank sangat membutuhkan kecepatan dan kesederhanaan proses awalnya. Apabila tertanggung harus melakukan *medical check-up*, maka biayanya menjadi

---

<sup>64</sup> Ibid. hlm 107.

beban pihak mana (perusahaan asuransi, bank atau tertanggung). Untuk itu komitmen awal harus jelas, sebab biaya-biaya yang diasumsikan harus keluar akan mempengaruhi besarnya premi asuransi yang harus dikontribusikan dalam produk *bancassurance*.

f. Perhitungan bunga atau bagi hasil dan margin keuntungan

*Bancassurance* merupakan hasil produk kerjasama keagenan antara bank dan perusahaan asuransi. Maka staf bank ataupun staf *bancassurance* harus menjelaskan secara rinci mengenai bunga yang didapat oleh nasabah. Nasabah BNI *Life* yang mengikuti produk *bancassurance* di BNI harus mempunyai rekening di Bank BNI, maka selain keuntungan dari asuransi yang didapatkan nasabah, staf *bancassurance* juga harus menjelaskan manfaat yang didapat dari rekening yang dimiliki nasabah tersebut.

g. Informasi mengenai jangka waktu

Informasi ini mencakup perpanjangan dan penghentian jangka waktu dan atau manfaat produk yang dikeluarkan oleh BNI *Life*. Penyampaian informasi mengenai jangka waktu ini harus secara jelas disampaikan oleh staf *bancassurance* BNI *Life* kepada nasabah agar pemegang polis memahi kapan waktunya untuk membayar premi, menerima klaim dan menerima berbagai manfaat dari produk yang dibeli oleh nasabah itu. Berbagai macam produk *bancassurance* yang disediakan oleh BNI *Life* memiliki jangka waktu yang berbeda-beda juga, staf *bancassurance* BNI *Life* harus menjelaskan dengan rinci perbedaan jangka waktu dari setiap produknya kepada nasabah.

#### h. Penerbit Produk Bank

Informasi mengenai penerbit produk antara lain mencakup keterangan mengenai siapa penerbitnya (Bank atau lembaga bukan bank), hubungan hukum antara penerbit dengan bank dan nasabah, serta hak dan kewajiban masing-masing pihak. *Bancassurance* merupakan produk yang dikeluarkan oleh perusahaan asuransi, maka penerbitnya adalah perusahaan asuransi yaitu BNI *Life*. Maka nasabah harus memahami bahwa yang mengeluarkan produk *bancassurance* adalah BNI *Life* dan bukan Bank BNI. Staf *bancassurance* BNI *Life* harus menyampaikan informasi ini secara jelas kepada nasabah agar nasabah tidak keliru dan berfikir bahwa Bank BNI dan BNI *Life* adalah sama. Jika penyampaian informasi tidak jelas maka nasabah yang membeli produk *bancassurance* di Bank BNI dapat berfikir bahwa produk yang dibelinya apabila terjadi suatu hal seperti pengajuan klaim, nasabah akan mengajukannya pada bank BNI padahal segala sesuatu mengenai *bancassurance* menjadi tanggung jawab dari BNI *Life*.

Transparansi dalam menyampaikan informasi kepada nasabah juga diatur dalam perjanjian kerjasama yang disebut dengan Perjanjian Keagenan di PT BNI *Life*. Perjanjian ini mengatur mengenai hak dan kewajiban seorang staf *bancassurance* BNI *Life* dalam melaksanakan aktivitas pekerjaannya di BNI *Life*. Staf *bancassurance specialist* harus memberikan keterangan yang jelas dan benar kepada setiap calon pemegang polis/tertanggung dan pemegang polis/tertanggung BNI *Life* tidak terbatas mengenai Produk BNI *Life* maupun proposal khusus dan ilustrasi manfaat yang dibuat untuk calon pemegang polis/tertanggung yang



bersangkutan, memberikan penjelasan tentang proses seleksi risiko (*underwriting*) dalam proses penerbitan polis dan memberikan penjelasan syarat-syarat umum polis, kewajiban pembayaran premi serta dan penyelesaian klaim pada saat penyerahan polis kepada pemegang polis.<sup>65</sup> Pada saat menjelaskan produk asuransi yang telah dipilih sesuai dengan kebutuhan klien, tenaga pemasar harus menjelaskan secara terperinci dan jelas mengenai produk fitur, manfaat produk bagi klien, persyaratan-persyaratan yang berkaitan dengan produk tersebut.<sup>66</sup>

Kode Etik Agen Asuransi Jiwa PT BNI *Life* mengharuskan tenaga pemasar (staf *bancassurance* BNI *Life*) dapat meyakinkan nasabah dengan tidak membuat pernyataan yang menyesatkan dalam proses penjualan atau iklan produk BNI *Life*. Informasi yang penting sebagai dasar pengambilan keputusan harus secara penuh dan akurat diungkapkan sebelum penjualan dilakukan. Jika suatu pola pengungkapan informasi yang diberikan tidak akurat atau jika informasing tidak diungkapkan terjadi, maka tenang pemasar (staf *bancassurance* BNI *Life*) harus diinvestigasi dan tindakan seperlunya harus diambil.

Cara menarik nasabah untuk membeli produk *bancassurance* dapat dengan cara membandingkan satu produk dengan produk lainnya di dalam *bancassurance*. Staf *bancassurance* BNI *Life* harus memberikan perbandingan secara lengkap dari setiap polis dari perusahaan lainnya dengan niat untuk meyakinkan nasabah atau calon pemegang polis.

---

<sup>65</sup> Perjanjian Keagenan PT BNI Life Nomor: Perjanjian keagenan/BASS-BS/Ver.01/1212/BASS 0101, hlm 6.

<sup>66</sup> Kode Etik Agen Asuransi Jiwa PT BNI Life Insurance. hlm xix.

Informasi yang diharapkan nasabah mencakup manfaat dan fitur yang ditawarkan produk, hak dan kewajiban tertanggung atau pemegang polis sampai dengan bagaimana mengurus kelengkapan administrasi untuk mendapatkan santunan atau klaim asuransi yang dimilikinya.

Penjelasan dari seorang nasabah terhadap penyampaian yang dilakukan staf *bancassurance* menyebutkan tidak mengerti sejauh mana transparansi yang dimaksud. Menurut nasabah, staf *bancassurance* sudah menjelaskan detail produk yang akan dibelinya, termasuk manfaat dan risiko di dalamnya. Dari penjelasan staf tenaga pemasar produk, banyak sekali manfaat yang dapat dinikmati dari produk *bancassurance*, terutama jika mengikuti produk itu dari usia yang masih muda. Jika dibandingkan perbincangan mengenai manfaat dan risiko, tenaga pemasar lebih banyak menyampaikan manfaat produk.<sup>67</sup> Tidak disampaikan bahwa adanya segala sesuatu mengenai risiko tertanggung tidak dijamin oleh bank. Nasabah yang masuk ke dalam satu kantor Bank BNI akan berfikir bahwa produk yang akan dipilihnya ini merupakan produk Bank BNI, padahal Bank BNI dan BNI Life merupakan *co-branding*. Disini bank BNI tidak ikut bertanggung jawab atas segala risiko dari produk yang dijual BNI Life.

*Co-branding* adalah upaya gabungan lebih dari satu produk, jasa atau perusahaan untuk menciptakan suatu kesan di benak konsumen. Kesan baik yang tertanam di benak konsumen memudahkan upaya penjualan.<sup>68</sup> Bank BNI telah lebih dahulu mempunyai *brand* di mata masyarakat, *brand* tersebut digunakan

---

<sup>67</sup> Wawancara dengan Tri Laksono Susilo (nasabah BNI *Life Insurance* Jakarta) tanggal 16 Oktober 2013

<sup>68</sup> Ketut Sendra, 2007, *Bancassurance*, Jakarta: PPM. hlm 51.

dalam kerjasama keagenan dengan anak perusahaannya yaitu BNI Life untuk memiliki nilai yang tinggi dalam meraih laba.

SE BI No. 12/35/DPNP perihal Penerapan Manajemen Risiko pada Bank yang Melakukan Aktivitas Kerjasama Pemasaran dengan Perusahaan Asuransi menyebutkan transparansi merupakan penerapan perlindungan nasabah. Dalam melakukan *bancassurance*, bank wajib menerapkan prinsip-prinsip transparansi dengan menjelaskan secara lisan dan tertulis kepada nasabah antara lain sebagai berikut:

- a. Asuransi yang dipasarkan bukan merupakan produk dan tanggung jawab bank serta tidak termasuk dalam cakupan program penjaminan sebagaimana dimaksud dalam ketentuan perundang-undangan mengenai lembaga penjamin simpanan, meskipun terdapat logo dan/atau atribut bank dalam brosur atau dokumen pemasaran (*marketing*) lainnya yang digunakan dalam model bisnis kerjasama distribusi dan integrasi produk.
- b. Penggunaan logo dan/ atau atribut bank lainnya dalam bosur atau dokumen pemasaran (*marketing*) lainnya yang digunakan dalam model bisnis kerjasama distribusi dan integrasi produk sebagaimana dimaksud pada angka 1 hanya bertujuan untuk menunjukkan adanya kerjasama antara bank dengan perusahaan asuransi mitra bank.
- c. Karakteristik asuransi mencakup antara lain fitur, risiko, manfaat, biaya-biaya asuransi, persyaratan kepesertaan, dan prosedur klaim oleh nasabah.
- d. Bank harus transparan kepada nasabah mengenai biaya-biaya yang harus dibayar, termasuk apabila premi asuransi yang harus dibayar terdapat perhitungan komponen biaya lain seperti biaya provisi, biaya administrasi,

dan/atau komisi yang diberikan perusahaan asuransi mitra bank kepada bank dalam rangka *bancassurance*.

Penyampaian mengenai informasi tentang produk *bancassurance* secara transparan kepada nasabah diharuskan dilakukan oleh staf *bancassurance* yang telah ditunjuk oleh BNI *Life*. Bank BNI hanya menyediakan ruangan di dalam lingkungan kantor bank yang dapat digunakan oleh perusahaan asuransi mitra bank dalam rangka pemasaran produk asuransi (*in-branch sales*) kepada nasabah. Dalam hal nasabah memerlukan informasi lebih lanjut atau bermaksud membeli produk asuransi yang direferensikan oleh Bank BNI melalui pemasaran berupa brosur, leaflet, dan/atau hal sejenis yang memuat penawaran, informasi, dan/atau penjelasan dari perusahaan asuransi mitra bank atas suatu produk asuransi kepada nasabah bank, baik secara tatap muka amupun melalui surat dan media elektronik, termasuk menggunakan *website* bank, maka Bank harus mengarahkan nasabah ke perusahaan asuransi mitra bank (BNI *Life*).<sup>69</sup>

Pentingnya penyampaian informasi yang benar terhadap nasabah mengenai suatu produk, agar konsumen tidak salah terhadap gambaran suatu produk tertentu. Ketiadaan informasi atau informasi yang tidak memadai merupakan salah satu cacat produk (cacat informasi), yang akan sangat merugikan konsumen. Penyampaian informasi terhadap konsumen tersebut dapat berupa representasi, peringatan, maupun yang berupa instruksi.<sup>70</sup>

<sup>69</sup> Wawancara dengan Bpk. Syahrir Al Rasyid (*Assistant Manager Telesales Business Conservation*) tanggal 15 November 2013

<sup>70</sup> Ahmadi Miru, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Disertasi, Program Pascasarjana Universitas Airlangga, Surabaya, 2000, hal 141.

Perlunya representasi yang benar terhadap suatu produk, karena salah satu penyebab terjadinya kerugian terhadap konsumen adalah terjadinya misrepresentasi terhadap produk tertentu. Kerugian yang dialami oleh konsumen di Indonesia dalam kaitannya dengan misrepresentasi banyak disebabkan karena tergiur oleh iklan-iklan atau brosur-brosur produk tertentu, sedangkan iklan atau brosur tersebut tidak selamanya memuat informasi yang benar, karena pada umumnya hanya menonjolkan kelebihan produk yang dipromosikan, sebaliknya kelemahan produk tersebut ditutup-tutupi.<sup>71</sup>

Informasi yang diperoleh konsumen (nasabah atau calon pemegang polis) melalui brosur tersebut dapat menjadi alat bukti yang dipertimbangkan oleh hakim dalam gugatan konsumen terhadap produsen (dalam hal ini *BNI Life*).<sup>72</sup>

### **3. Penyampaian Informasi oleh Agen Asuransi BNI Life kepada Nasabah tentang Risiko**

Suatu risiko dikategorikan sebagai risiko spekulatif, apabila suatu peristiwa yang spesifik membawa akibat baik atau akibat buruk. Artinya kesudahan dari suatu peristiwa termaksud itu mungkin menguntungkan atau merugikan. Apabila suatu peristiwa hanya memberikan satu kemungkinan saja yaitu kemungkinan yang hanya merugikan saja, yaitu merupakan satu-satunya alternatif pada status yang sekarang, maka disebut sebagai risiko murni.<sup>73</sup>

Asuransi sebagai alat peralihan risiko, artinya ia dapat dipakai sebagai salah satu wahana untuk mengadakan peralihan risiko. Risiko pihak yang satu

<sup>71</sup> Ibid. hlm 142.

<sup>72</sup> Keputusan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan Nomor 103/Pdt.G/1997/PN.Jak-Sel

<sup>73</sup> Sri Rejeki Hartono, **Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi**, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, hlm 64.

(tertanggung) dialihkan kepada pihak lain (penanggung). Peralihannya dengan suatu perjanjian. Satu-satunya perjanjian yang memungkinkan hanyalah perjanjian asuransi atau pertanggungan. Yang dapat berposisi sebagai tertanggung dapat individu/perorangan, kelompok orang atau suatu institusi bahkan masyarakat luas. Sedangkan yang dapat berposisi sebagai penanggung adalah perusahaan asuransi sebagai lembaga atau institusi.<sup>74</sup>

Nasabah harus memahami dan mengetahui hal-hal yang dikecualikan dalam produk yang dibelinya, sehingga nasabah atau tertanggung tidak merasa dibohongi yang pada akhirnya mempengaruhi citra bank itu sendiri sebagai saluran distribusi produk asuransi.

Demikian juga untuk produk *investment-link* agar dijelaskan bahwa risiko adalah ketidakstabilan hasil investasi, artinya semakin risiko tinggi, semakin besar peluang untuk mendapatkan keuntungan dan sebaliknya. setiap dana yang diinvestasikan di BNI life akan dikelola oleh PT. SCRODERS *Investment management* Indonesia. Selain itu, bank BNI juga mengadakan kerjasama dengan PT. AIA *Financial*, PT CIGNA *Life Insurance* dan PT Sun *Life Insurance* dalam hal produk *bancassurance*.

Pelaksanaan penyampaian risiko oleh staf *bancassurance* di BNI *Life* sudah dilakukan kepada nasabah. Akan tetapi, dalam penyampaian risiko ini masih dapat dijumpai kekurangan karena perihal risiko yang dijelaskan biasanya hanya risiko minimal. Penyampaian yang tidak terinci ini dimaksudkan agar nasabah tetap tertarik untuk membeli produk *bancassurance* di BNI *Life*.

---

<sup>74</sup> Ibid. hlm 72.

Perjanjian Keagenan PT BNI *Life* sebagaimana terlampir menyebutkan kewajiban dari seorang staf *bancassurance* BNI *Life* memberitahukan dan mengungkapkan secara menyeluruh kepada nasabah BNI *Life* setiap fakta dan informasi yang diketahui atau sepanjang pengetahuannya sehubungan dengan penerimaan risiko oleh BNI *Life*. *Bancassurance* specialist bertanggung jawab untuk mengganti kerugian kepada BNI *Life* atas semua kerugian kepada BNI *Life* atas semua kerugian yang timbul akibat kegagalannya untuk memberitahukan dan mengungkapkan fakta dan informasi secara menyeluruh.

Risiko yang terdapat pada produk *bancassurance* merupakan tanggung jawab perusahaan asuransi mitra bank. Potensi risiko yang akan dihadapi nasabah akan berbeda dalam masa penggunaan produk *bancassurance*. Staf *bancassurance* BNI *Life* harus dapat menyampaikan hal ini secara jelas dan mengarahkan nasabah untuk menjelaskan keadaan yang sebenarnya agar dapat mengetahui potensi risiko yang dapat ditanggung oleh BNI *Life* dan bagaimana mekanisme premi dan klaimnya bagi pemegang polis.

Nasabah harus memberikan keterangan yang benar dan tidak keliru sebagaimana terkandung dalam pasal 251 KUHD dan sesuai dengan asas itikad baik. Kewajiban pemberitahuan tersebut penting bagi penanggung, mengetahui besar kecilnya risiko yang ditanggungnya yang berhubungan dengan besar kecil risiko yang ditanggungnya yang berhubungan dengan besar kecil premi yang akan ditentukan.<sup>75</sup>

---

<sup>75</sup> Man Suparman dan Endang, **Hukum Asuransi**, PT Alumni, Bandung, 2004, hlm 30.

Semakin berkembangnya kegiatan kerjasama pemasaran asuransi dengan bank (*bancassurance*), disadari bahwa kegiatan tersebut selain memberikan manfaat juga berpotensi menimbulkan berbagai risiko, terutama risiko hukum dan risiko reputasi. Risiko Reputasi adalah suatu risiko yang abstrak dan berbentuk *intangible asset* bagi perusahaan. Penanganan risiko reputasi sebaiknya secara preventif karena biaya penyelesaian risiko ini sangatlah besar dan akibatnya dapat merusak serta membunuh perusahaan. Contoh tanda-tanda reputasi yang telah terkena adalah apabila nama perusahaan yang tercemar telah dimuat di sebuah *headline* surat kabar atau media masa lainnya.<sup>76</sup> Permasalahan yang timbul akibat *bancassurance* dapat mempengaruhi reputasi yang buruk bagi Bank maupun Perusahaan Asuransi yang menerbitkan produk *bancassurance*. Maka sangat diperlukan tata kelola perusahaan yang baik untuk meminimalkan permasalahan yang terjadi terkait *bancassurance*.

#### **4. Penyampaian Informasi oleh Agen Asuransi BNI Life kepada Nasabah tentang Fleksibilitas dan Pilihan yang dapat Diberikan**

Variasi dalam jumlah premi dan *top-up*, yaitu merupakan salah satu kekhasan polis asuransi jiwa unit-link karena pemegang polis memiliki kebebasan untuk melakukan transaksi dengan menambah atau mengurangi premi kapan saja. Fleksibilitas ini tentunya sangat ditentukan oleh jumlah minimum uang pertanggungan. Artinya dalam polis asuransi jiwa unit-link pemegang polis dapat

<sup>76</sup> Edratna, 2011, **Menjaga Agar Tidak Muncul Risiko Reputasi** (*online*), <http://edratna.wordpress.com/2011/03/27/menjaga-agar-tidak-muncul-risiko-reputasi/> (1 Maret 2014)



melakukan *top-up* dengan menambahkan uang premi tunggal kapan saja, tentunya dengan dikurangi biaya *top-up*.<sup>77</sup>

Variasi uang pertanggungan (UP), yaitu pemegang polis dalam polis asuransi jiwa dapat juga melakukan perubahan dengan menaikkan atau menurunkan uang pertanggungan dalam batas tertentu untuk jumlah premi yang dibayarkan dengan tetap mengikuti ketentuan *underwriting* yang berlaku.<sup>78</sup>

Penghentian pembayaran premi atau cuti premi (*premium holiday*), yaitu pemegang polis dapat tidak melakukan pembayaran premi untuk sementara waktu atau dalam jangka waktu tertentu.

Pengambilan sebagian dana (*partial surrender atau withdrawal*), yaitu pemegang polis dalam polis unit-link dapat melakukan penarikan atau menguangkan sebagian dari unit yang ada atau dialokasikan kepolisnya. Pentunaian seperti ini dapat dilakukan dengan menarik sejumlah unit yang sebanding, dengan nilai uang yang akan ditunaikan atau ditariknya, serta dapat melakukan pengalihan antara dana (*switching*), yaitu memberikan keleluasaan untuk mengalihkan dana dari satu instrument investasi ke *instrument* lainnya, sesuai dengan keinginan/kebutuhan pemegang polis atau nasabah. Artinya memberikan kebiasaan kepada pemegang polis untuk mengalihkan bentuk investasinya ke instrument investasi lainnya yang diperkirakan memberikan profit yang lebih baik atau sesuai dengan kebutuhannya.<sup>79</sup>

---

<sup>77</sup> Wawancara dengan Bpk. Heri Halawani (*Assistant Vice President Head of Bancassurance Support*) tanggal 16 Oktober 2013

<sup>78</sup> Ketut Sendra, *Bancassurance*, PPM, Jakarta, 2007, hlm 109.

<sup>79</sup> Ibid. hlm 110.

Asuransi *unit link* adalah jenis asuransi jiwa yang manfaatnya dilengkapi dengan produk manfaat investasi. Banyaknya produk asuransi *unit link* terkadang membuat masyarakat bingung, sebenarnya produk apa yang sesuai dan perlu diambil. Kesalahan dalam memilih produk asuransi *unit link* bisa menjadi masalah di kemudian hari pada saat mengajukan klaim, karena manfaatnya tidak sesuai yang diharapkan.

Fakta dilokasi penelitian dapat dijumpai kasus dimana seorang nasabah asuransi *unit link* mengambil produk asuransi kesehatan, namun dia kecewa, pada saat dia dirawat di Rumah Sakit klaimnya ditolak. Setelah dilihat ternyata produk asuransi kesehatan yang dia ambil hanya menanggung tunjangan harian, sehingga beban biaya pengobatan yang ditanggung jauh dari harapan.

Salah satu nasabah BNI *Life* mengatakan bahwa dirinya diberikan kebebasan dalam memilih produk dan berapa kesanggupan premi yang dibayarkan per-bulannya setelah dilakukan wawancara oleh tenaga pemasar *bancassurance* BNI *Life*. Hal ini dirasakan memudahkan nasabah dalam menikmati produknya, nasabah tidak diberatkan oleh premi yang besar, tetapi juga dapat berinvestasi.

Masing - masing perusahaan asuransi *unit link* memiliki banyak produk, namun seorang nasabah harus mengetahui apa yang menjadi kebutuhannya, yaitu produk asuransi *unit link* yang standar harus dimiliki, namun jika keuangan tidak menjadi masalah maka memiliki produk yang lengkap tentunya lebih baik.

Berikut ini adalah beberapa cara memilih produk minimal/standar dari asuransi *unit link* harus dimiliki oleh nasabah asuransi unit link:<sup>80</sup>

a. Asuransi dasar.

Pilih asuransi jiwa yang memberikan santunan tidak hanya untuk kematian, tetapi juga memberikan santunan atas cacat total.

b. Produk manfaat kesehatan.

Pilih produk yang memberikan pertanggungungan atas tunjangan harian dan pertanggungungan atas seluruh biaya pengobatan. jangan pilih produk manfaat kesehatan yang hanya memberikan tunjangan harian saat dirawat di Rumah Sakit.

c. Produk pertanggungungan atas kecelakaan.

Pilih produk manfaat yang memberikan uang pertanggungungan atas kecelakaan, yang terpisah dari produk manfaat kesehatan.

d. Fasilitas bebas premi.

Pilih produk yang dapat memberikan fasilitas bebas premi jika terjadi ketidakmampuan yang bersifat tetap.

e. Manfaat kondisi kesehatan kritis.

Pilih produk yang memberikan santunan uang pertanggungungan jika terjadi penyakit golongan kritis, yang terpisah dari asuransi dasar.

<sup>80</sup> Edy Utomo, 23 November 2013, **Cara Memilih Produk Asuransi Unit Link**, dimuat dalam <http://ekonomi.kompasiana.com/moneter/2013/11/28/cara-memilih-produk-asuransi-unit-link-614814.html> diakses tanggal 19 Desember 2013 pukul 19.06 WIB

*Bancassurance specialist* adalah orang perorangan yang memberikan jasa pemasaran atas produk BNI *Life* atau produk-produk lain yang telah disetujui sebelumnya oleh PT BNI *Life* dalam mengadakan perjanjian kerja dengan seorang *bancassurance* sesuai dengan perjanjian keagenan PT BNI *Life Insurance* sebagaimana yang terdapat pada lampiran.

Tenaga pemasar atau staf *bancassurance* BNI *Life* diharuskan mengenali kebutuhan klien untuk memberikan pengarahan kecocokan produk dengan klien. Sebagaimana tertuang dalam kode etik PT BNI *Life*, tenaga pemasar harus terus berusaha untuk memastikan bahwa mereka telah berorientasi bisnis dan tekun untuk menganalisa kebutuhan, tujuan dan masalah keuangan klien untuk menentukan ketepatan rekomendasi produk kepada klien. Jika satu penjualan ditutup tanpa memperhatikan kesesuaian produk terhadap kebutuhan klien, tenaga pemasar harus diinvestigasi dan tindakan sepantasnya harus diambil oleh PT BNI *Life*.

Perusahaan asuransi mengharuskan tenaga pemasar untuk mengutamakan kepentingan klien dengan menjual berdasarkan kebutuhan klien. Pada saat wawancara pertama dengan calon klien, tenaga pemasar perlu meluangkan cukup waktu untuk membicarakan konsep asuransi ataupun perencanaan keuangan dan melakukan analisa kebutuhan. Prinsip/ aturan “kenali nasabah” di BNI *Life* menuntut tenaga pemasar untuk menilai tingkat ketertarikan klien tenaga pemasar terhadap informasi yang diberikan yang berhubungan dengan kebutuhan asuransi atau tabungan dari klien.<sup>81</sup>

<sup>81</sup> Kode Etik Agen Asuransi Jiwa PT BNI Life, hlm xix.

Tanggung jawab dari tenaga pemasar adalah mengajukan pertanyaan yang tepat untuk menentukan jika suatu produk cocok untuk klien tenaga pemasar. Penting untuk mendengarkan minat klien, tujuan dan kebutuhan yang diungkapkan untuk dapat menilai produk yang cocok untuk klien. Tanggung jawab tenaga pemasar untuk menyesuaikan produk yang tepat untuk memenuhi kebutuhan klien. Untuk menilai secara tepat apakah suatu produk yang disarankan untuk klien, informasi yang dapat ditanyakan dari klien seperti pekerjaan, usaha, posisi dalam pekerjaan, usia, tempat tinggal, status pernikahan, hobi, besarnya penghasilan, jumlah tanggungan calon nasabah.

Pilihan produk yang dipilih oleh nasabah tidak boleh terdapat unsur paksaan dari staf *bancassurance*, nasabah atau calon pemegang polis menentukan sendiri produk mana yang akan dibelinya. UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada pasal 4 huruf g menyebutkan hak konsumen: “Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif berdasarkan suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin, dan status sosial lainnya.” Hak-hak konsumen sebagaimana disebutkan dalam UU Perlindungan Konsumen lebih luas daripada hak-hak dasar konsumen sebagaimana pertama kali dikemukakan oleh Presiden Amerika Serikat J.F.Kennedy di depan kongres pada tanggal 15 Maret 1962, yaitu terdiri atas:<sup>82</sup>

1. Hak memperoleh keamanan
2. Hak memilih
3. Hak mendapatkan informasi

<sup>82</sup> Hondius, *Konsumentenrecht, Praeadvies in Nederlanse Vereniging voor Rechtsverlijking, Kluwer-Deventer*, 1972, hal 14, dikutip dari Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, **Hukum Perlindungan Konsumen**, Rajawali Press, Jakarta, 2011, hlm 39.

#### 4. Hak untuk didengar

Hak untuk memilih dimaksudkan untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk-produk tertentu sesuai dengan kebutuhannya, tanpa ada tekanan dari pihak luar. Berdasarkan hak untuk memilih ini konsumen berhak memutuskan untuk membeli atau tidak terhadap suatu produk, demikian pula keputusan untuk memilih baik kualitas maupun kuantitas jenis produk yang dipilihnya.

Hak memilih yang dimiliki oleh konsumen ini hanya ada jika ada alternatif pilihan dari jenis produk tertentu, karena jika suatu produk dikuasai secara monopoli oleh suatu produsen atau dengan kata lain tidak ada pilihan lain (baik barang maupun jasa), maka dengan sendirinya hak untuk memilih ini tidak akan berfungsi.

Berdasarkan hal tersebut, maka ketentuan yang dapat membantu penegakan hak tersebut dapat dilihat dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, baik dalam Pasal 19 maupun pasal 25 ayat (1). Pasal 19 UU No 5 Tahun 1999 menentukan bahwa:

Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat berupa:

- a. Menolak dan atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar yang bersangkutan; atau
- b. Menghalangi konsumen atau pelanggan pelaku usaha pesaingnya untuk tidak melakukan hubungan usaha dengan pelaku usaha pesaingnya itu; atau
- c. Membatasi peredaran dan atau penjualan barang dan atau jasa pada pasar yang bersangkutan; atau
- d. Melakukan praktek diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.

Sementara pasal 25 ayat (1) Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999, menentukan bahwa:

Pelaku usaha dilarang menggunakan posisi dominan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk:

- a. Menetapkan syarat-syarat perdagangan dengan tujuan untuk mencegah dan atau menghalangi konsumen memperoleh barang dan atau jasa yang bersaing, baik dari segi harga maupun kualitas; atau
- b. Membatasi pasar dan pengembangan teknologi; atau
- c. Menghambat pelaku usaha lain yang berpotensi menjadi pesaing untuk memasuki pasar bersangkutan

Kewajiban pelaku usaha juga disebutkan dalam pasal 7 huruf c yaitu memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif..

Pelaku usaha dalam UU Perlindungan Konsumen ini dapat diartikan sebagai lembaga Asuransi dan Bank. Pada pelaksanaan *bancassurance* di BNI *Life* dan Bank BNI, UU Perlindungan Konsumen ini juga berlaku bagi nasabah dan pihak yang mengeluarkan produk itu.



## D. Faktor Penghambat dan Pendukung Pelaksanaan Transparansi Informasi pada Produk *Bancassurance* di BNI Life

### 1. Faktor Penghambat *Bancassurance* di BNI Life Insurance

- a. Kurangnya pemahaman informasi yang diterima calon pemegang polis karena keterbatasan media pemasaran *bancassurance*.

Informasi yang disampaikan kepada nasabah *bancassurance* harus sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 6/7/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah pada pasal 5 sekurang-kurangnya memuat:

- 1) Nama Produk Bank
- 2) Jenis Produk Bank
- 3) Manfaat dan Risiko yang melekat pada produk bank
- 4) Persyaratan dan tata cara penggunaan Produk Bank
- 5) Biaya-biaya yang melekat pada Produk Bank
- 6) Perhitungan bunga atau bagi hasil dan margin keuntungan
- 7) Jangka waktu berlakunya Produk Bank
- 8) Penerbit Produk bank

Informasi demikian harus dibuat secara tertulis dan dijelaskan secara langsung oleh staf *bancassurance* BNI Life. Namun di beberapa tempat *in-branch sales* BNI Life di Bank BNI tidak memiliki ketersediaan brosur untuk dibaca oleh nasabah. Staf hanya menjelaskan dengan ilustrasi di komputer. Mengingat tidak semua masyarakat Indonesia dapat memahami dengan cepat penjelasan dari media elektronik, hal ini dapat membawa dampak salah tafsir terhadap produk *bancassurance* BNI Life.



- b. Data-data dalam aplikasi atau SPA (Surat Permintaan Asuransi) terkadang tidak sesuai dengan keadaan bertanggung sebenarnya, yang dapat menyebabkan klaim ditolak oleh perusahaan asuransi atau batalnya pertanggung. <sup>83</sup>

Ketidakjujuran dalam pengisian SPA juga menjadi salah satu penghambat pelaksanaan dalam *bancassurance*. Misalnya dijumpai kasus, calon pemegang polis membeli salah satu produk *bancassurance* untuk mencover kesehatannya. Calon pemegang polis menuliskan bahwa ia dalam keadaan sehat dan tidak menderita apapun, padahal ia sudah mempunyai riwayat sakit jantung dua tahun yang lalu. Motif kebohongan dari nasabah ini agar premi yang dibayarkan tidak tinggi, karena jika calon pemegang polis sudah mempunyai riwayat sakit maka premi yang harus dibayarkannya juga lebih tinggi dari nasabah yang dalam keadaan sehat. Suatu ketika saat akan mengajukan klaim karena penyakitnya, kemudian dilakukan *resume* medik dan terbukti bahwa pemegang polis melakukan ketidakjujuran saat pengisian SPAJ. Hal tersebut membawa akibat klaim yang diajukan oleh pemegang polis tidak dapat dikeluarkan oleh perusahaan Asuransi karena mengandung unsur kebohongan.

Maka itu, dalam pengisian SPA, ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh tenaga pemasar (staf *bancassurance* BNI Life) yang memasarkan *bancassurance*: <sup>84</sup>

- 1) Tidak diperkenankan menggunakan fotokopi SPA dan memastikan SPA yang digunakan adalah jenis terbaru.

<sup>83</sup> Wawancara dengan Bpk. Syahrir Al Rasyid (*Assistant Manager Telesales Business Conservation*) tanggal 15 November 2013

<sup>84</sup> Ketut Sendra, *Bancassurance*, PPM, Jakarta, 2007, hlm 121.

- 2) Calon pemegang polis harus dapat menjawab semua pertanyaan dengan jelas dan benar.
- 3) Tidak diperkenankan menghapus atau menggunakan tinta koreksi, jika ada kekeliruan harap dicoret dan ditandatangani oleh calon tertanggung atau pemegang polis untuk menjaga validitas.
- 4) Menggunakan formulir tambahan jika dipandang perlu.
- 5) Periksa kebenaran penulisan nama, tempat, dan tanggal lahir, alamat pelayanan dan lain sebagainya.

Pada saat tenaga pemasar mengisi formulir aplikasi asuransi dengan klien, penting untuk melakukannya tepat didepan klien. Tenaga pemasar harus mengajukan setiap pertanyaan yang terdapat dalam aplikasi, memastikan bahwa klien memahami pertanyaan yang tenaga pemasar ajukan. Tenaga pemasar harus yakin bahwa informasi yang tenaga pemasar kumpulkan adalah akurat sebelum meminta tandatangan klien.

Formulir aplikasi harus diisi/dilengkapi sebelum meminta tandatangan klien. Jika tidak, klien akan menyetujui bahwa hal itu adalah benar tanpa menyaksikan apa yang telah dicatat. Bagian formulir aplikasi yang masih kosong pada saat penandatanganan dapat menyebabkan keraguan mengenai bagian mana yang sebenarnya telah diisi sebelum penandatanganan. Ini sebenarnya mengurangi perlindungan yang tenaga pemasar dan perusahaan miliki sebagaimana tercantum dalam kontrak. Setelah menyelesaikan formulir aplikasi, tenaga pemasar harus menjelaskan mengenai keanekaragaman untuk yang kedua kalinya, memastikan bahwa klien memahami setiap bagian. Tenaga pemasar harus meminta klien untuk menandatangani di tempat yang tepat pada formulir aplikasi.

Kejujuran harus menjadi dasar utama dalam pengisian SPA, untuk istilah kejujuran yang sempurna dalam perjanjian asuransi, lazim juga dipakai istilah-istilah lain yaitu: itikad baik yang sebaik-baiknya, *principle of utmost good faith* atau *uberrimae fidei*.

Asas kejujuran ini sebenarnya merupakan asas bagi setiap perjanjian, sehingga harus dipenuhi oleh para pihak yang mengadakan perjanjian. Tidak dipenuhinya asas ini pada saat akan menutup suatu perjanjian akan menyebabkan adanya cacat kehendak, sebagaimana makna dari seluruh ketentuan-ketentuan dasar yang diatur oleh Pasal-pasal 1320-1329 KUH Perdata. Itikad baik merupakan satu dasar utama dan kepercayaan yang melandasi setiap perjanjian dan hukum pada dasarnya juga tidak melindungi pihak yang beritikad buruk. Meskipun secara umum itikad baik sudah diatur sebagaimana ketentuan-ketentuan dalam KUH Perdata khusus untuk perjanjian asuransi, masih dibutuhkan penekanan atas itikad baik sebagaimana diminta oleh Pasal 251 KUH Dagang.

Asas yang terkandung di dalam pasal 251 KUH Dagang tersebut pada dasarnya merupakan *asas uberrima fides* atau *uberrima fidei* yang dalam bahasa Inggris dipergunakan istilah "*the principle of utmost good faith*". Jadi dalam hal ini kepada setiap calon tertanggung, sebelum menutup perjanjian asuransi mempunyai kewajiban untuk memberitahukan kepada calon penanggung semua fakta yang diketahuinya, sehingga calon penanggung dapat memutuskan, apakah akan menutup perjanjian asuransi atau tidak. Kewajiban pemebritahuan itu yang

utama adalah yang menyangkut fakta-fakta yang sudah diketahui oleh calon penanggung atau fakta-fakta yang seharusnya diketahui oleh calon penanggung.<sup>85</sup>

c. Kesalahan yang dilakukan agen asuransi dalam penerimaan dana atau asuransi dari nasabah yang terjadi pada praktek *bancassurance* antara lain:<sup>86</sup>

- 1) Menerima pembayaran premi dari nasabah tetapi tidak disetorkan ke perusahaan asuransi;
- 2) Menerima cek pembayaran premi dari nasabah, tetapi dananya diinvestasikan ke bukan rekening perusahaan asuransi, misalnya ke rekening agen sendiri;
- 3) Menerima cek dari nasabah kemudian mengubah isi cek tersebut;
- 4) Menerima uang tunai dari nasabah tetapi tidak member kuitansi pembayaran resmi;
- 5) Melakukan penarikan dana dari polis tanpa seizing nasabahnya;
- 6) Menjual produk asuransi yang tidak sesuai dengan kepentingan nasabah dengan tujuan agar agen memperoleh komisi ekstra atau keuntungan lainnya;
- 7) Menyuruh nasabah membuat cek (untuk investasi atau pembayaran premi) tetapi ditujukan untuk agen atau untuk perusahaan pribadi milik agen;
- 8) Mengeluarkan polis baru tanpa izin nasabah dan memalsukan tanda tangan nasabah;

<sup>85</sup> Sri Rejeki Hartono, **Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi**, Sinar Grafina, Jakarta, 2008, hlm 105.

<sup>86</sup> Wawancara dengan Bpk. Syahrir Al Rasyid (*Assistant Manager Telesales Business Conservation*) tanggal 15 November 2013

- 9) Mengeluarkan polis baru baru di mana nasabah yang namanya tercantum di dalam polis sebenarnya tidak ada. Agenlah yang membayar premi pertama dengan tujuan untuk mendapatkan komisi yang banyak;
  - 10) Memalsukan tanda tangan nasabah kerana agen tidak punya waktu atau motivasi untuk pergi langsung mendatangi nasabah tersebut;
  - 11) Memerintahkan agar surat-surat untuk nasabah disampaikan melalui agen tanpa izin nasabah sehingga nasabah tidak mengetahui perubahan-perubahan yang terjadi atas investasi/polisnya;
  - 12) Tidak mampu menjelaskan segala biaya dan pertanggungjawaban yang berhubungan dengan investasi/polis milik nasabah, misalnya *entry fees* atau *early termination penalty*;
  - 13) Membujuk dan membantu nasabah untuk membuat klaim yang tidak benar (klaim palsu) kepada perusahaan asuransi;
  - 14) Menjual produk asuransi dengan menyatakan bahwa produk tersebut mengandung investasi/tabungan (*investment product*), padahal hanya asuransi risiko saja.
- d. Kegagalan kemitraan *bancassurance* dapat disebabkan oleh agen asuransi/tenaga pemasar/staf *bancassurance* di BNI Life. Faktor yang menyebabkan hambatan di lokasi penelitian antara lain:<sup>87</sup>

<sup>87</sup> Wawancara dengan Bpk. Syahrir Al Rasyid (*Assistant Manager Telesales Business Conservation*) tanggal 15 November 2013

- 1) Pandangan negatif dari karyawan bank terhadap dunia asuransi sehingga mereka tidak mampu menjualnya atau tidak dapat diajak bekerja sama mendukung penjualan produk asuransi.
- 2) Remunerasi yang rendah untuk tenaga penjualan, staf atau bagian *customer service* (CS) maupun agen atau pemasar yang ditempatkan, sehingga mereka kurang termotivasi untuk menjual produk *bancassurance*. Di dalam perjanjian keagenan PT BNI Life dengan tenaga pemasar *bancassurance* sudah dijelaskan secara lengkap mengenai target pemasaran yang harus ditempuh oleh tenaga pemasar *bancassurance*.
- 3) Kurangnya penelitian terhadap proses pengembangan produk *bancassurance* yang tepat. Tenaga pemasar harus mengerti dengan cermat semua produk mengenai *bancassurance*, tidak teliti dalam pengembangan produk dapat menyebabkan kesalahan fatal dalam penjualan produk. Produk yang dijual bisa menjadi salah sasaran dan nasabah tidak mendapatkan manfaat yang maksimal terhadap produk yang dibelinya.
- 4) Lemahnya budaya menjual dalam praktek perbankan. Staf bank merasa konsumen yang membutuhkan jasa perbankan, sehingga lebih banyak menunggu. Di dalam praktek menjual produk *bancassurance* memang tidak diperkenankan staf *bancassurance* di *in-branch sales* menjual produknya selain di tempat yang telah disediakan. Hal ini merupakan salah satu tindakan pencegahan korupsi yang dilakukan oleh pegawai, namun di sisi lain tenaga

pemasar tidak bisa berperan aktif mencari klien untuk mencapai targetnya karena terbatas ruang dan waktu yang disediakan.

5) Manajemen *database* yang tidak memadai, karena profil mengenai nasabah tidak dapat diketahui.

6) Kurangnya promosi produk terutama di kantor-kantor cabang. Jumlah pengunjung atau nasabah yang berada di kantor cabang tidak sebanyak pada kantor pusat. Di kantor cabang cenderung nasabah datang karena keperluannya dengan lembaga Bank BNI saja, dan nasabah jarang tertarik terhadap perkembangan produk *bancassurance*.

7) Kurangnya pelatihan penjualan produk *bancassurance*. Staf *bancassurance* harus memiliki keahlian pemahaman di bidang *bancassurance*. Berdasarkan keputusan Menteri Keuangan (KMK) yang baru mengatur tentang *bancassurance* No. 426/KMK.06/2003 tentang Perizinan Usaha dan Kelembagaan Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi pasal 40 ayat (3) berbunyi: “Petugas bank yang akan melakukan pemasaran produk asuransi harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- a) Memiliki sertifikat keagenan asuransi yang dikeluarkan oleh asosiasi terkait; dan
- b) Telah memperoleh pelatihan mengenai produk asuransi yang akan dipasarkan.

Keberhasilan pelatihan yang diberikan kepada tenaga pemasar harus benar-benar dapat dipertanggung jawabkan, sebab bank hanyalah saluran

distribusi pemasaran asuransi, sehingga segala atau semua tindakan bank yang berkaitan dengan transaksi asuransi yang dipasarkan melalui kerjasama dengan bank menjadi tanggung jawab perusahaan asuransi. (pasal 39 ayat (2) KMK.06/2003)

Staf Agen Asuransi atau Pihak Bank yang memasarkan produk *bancassurance* harus diberikan pelatihan yang mengacu pada aspek-aspek berikut:

(1) Pengetahuan produk

Penguasaan produk menjadi hal yang penting. Jika terjadi kesalahan di dalam menjelaskan produk, nasabah bisa saja kecewa ketika mereka salah dalam mempersepsikan produk yang mereka beli.

(2) Pengetahuan tentang perusahaan

Salah satu alasan mengapa nasabah membeli produk adalah karena mereka melihat kondisi perusahaan yang mengeluarkannya. Maka itu team penjual *bancassurance* perlu dibekali pengetahuan ini

(3) Kemampuan mengenal diri sendiri

*Personal development* atau pengemabangan potensi diri untuk mempunyai *positive mental attitude* karena mereka akan bertemu dengan penolakan nasabah.

(4) Kemampuan untuk melayani nasabah

Team penjual *bancassurance* dipersiapkan untuk dapat menjawab keluhan, keberatan yang timbul dari proses penjualan yang dilakukan.



(5) Pengetahuan administratif

Pengetahuan yang dimaksud meliputi proses *underwriting*, pengisian SPAJ, dan lampiran-lampiran pendukung dari SPAJ tersebut.

8) Ketidakkampuan untuk mengetahui kebutuhan nasabah.

Tenaga pemasar seharusnya bukan hanya menawarkan produk asuransi, tetapi menawarkan kepada pelanggan atau prospek, suatu paket perencanaan keuangan yang lengkap yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan keuangan individu, toleransi risiko dan penempatan perencanaan untuk seluruh hidupnya.

Sebagai seorang *financial planner* bagi nasabahnya, tenaga pemasar harus mampu menganalisis informasi yang diperoleh untuk menilai situasi keuangan calon dan menentukan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan keuangan yang ditetapkan. Kemudian tenaga pemasar menawarkan produk *bancassurance* yang sesuai dengan kebutuhan nasabah itu.

9) Kurangnya komitmen *financial* dari bank maupun perusahaan asuransi.

10) Tidak komitmen yang kuat dari seluruh level manajemen untuk mengembangkan *bancassurance*.

e. Penipuan dalam kontrak asuransi;<sup>88</sup>

Staf bank pada umumnya belum begitu mengenal lika-liku produk asuransi secara mendalam. Oleh karena itu, dalam memasarkan produk asuransi perlu waspada terhadap penipuan.

*Insurance fraud* (penipuan di dunia asuransi) adalah setiap tindakan yang dilakukan secara sengaja oleh seseorang yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dengan jalan menipu perusahaan asuransi.

Indikasi penipuan asuransi dari calon pemegang polis/nasabah juga dapat memanfaatkan jasa asuransi sebagai media pencucian uang (*money laundering*) untuk menyamarkan asal muasal uang tersebut, sehingga kelihatan berasal dari sumber yang sah.

Selain media untuk *money laundering*, calon nasabah dapat berkolusi dengan staf bank merekayasa atau memanipulasi data agar perusahaan asuransi meloloskan seleksinya. Dalam produk *bancassurance*, cara ini sangat efektif bagi penipu karena bank atau staf bank bukan atau tidak diwajibkan sebagai *underwriter* awal perusahaan asuransi, tetapi hanya sebagai mediator atau komisioner.

Fraud dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

1) *Hand Fraud*

Dalam *hand fraud* penipuan dimulai sejak pengajuan aplikasi asuransi nasabah secara sengaja menciptakan atau berpura-pura mengalami kecelakaan, cedera, kebakaran, kecurian, meninggal

<sup>88</sup> Ketut Sendra, op.cit., hlm 113-116.

dunia atau hal-hal lain yang menimbulkan kerugian agar mendapatkan ganti rugi asuransi. Biasanya *hard fraud* dilakukan konspirasi canggih yang melibatkan kolusi antara dokter, pengacara dan pasien/klien mereka. *Hard Fraud* merupakan penipuan yang paling banyak menimbulkan kerugian dunia asuransi.

2) *Soft fraud* atau *Opportunity fraud*

Dlaam *soft fraud* pemegang polis lebih-lebihbikan nilai klaim yang diajukan. Praktek ini sering dilakukan terhadap *disability income claim*. Mereka melakukan misrepresentasi atas tingkat ketidakmampuan (*disability*) bertanggung untuk suatu pekerjaan. Mereka yang melakukan kejahatan *soft fraud* seringkali juga memanipulasi data medis.

Untuk menghindari atau mengurangi risiko pemalsuan (*fraud*) dengan cara:

- 1) Tidak mengizinkan agen menerima uang tunai dari nasabah
- 2) Melakukan konfirmasi acak kepada nasabah mengenai polis masing-masing
- 3) Menginformasikan kepada nasabah apabila agen mereka telah diberhentikan karena melakukan penipuan atau kesalahan lainnya
- 4) Melakukan pemeriksaan terhadap latar belakang agen sebelum menempatkan atau mempekerjakannya
- 5) Memonitor keluhan yang masuk mengenai agen atau petugas pemasarannya

- 6) Menginstall *software system* yang dapat mengidentifikasi kesamaan alamat nasabah dengan alamat agen, misalnya dengan *Computer Assisted Audit Technique*
- 7) Meneliti apakah ada *cash value* atau tahapan polis-polis lama yang digunakan untuk membayar premi pertama dari suatu polis baru
- 8) Mengirim surat konfirmasi ke alamat lama nasabah apabila sebelum penerimaan manfaat asuransi terjadi
- 9) Mengirim surat konfirmasi ke alamat lama nasabah untuk setiap permintaan perubahan alamat
- 10) Membuat *fraud hotline* untuk laporan-laporan anonym mengenai kerugian akan adanya penipuan (*fraud*) atau salah penjualan (*mis-selling*)
- 11) Mengadakan presentasi kewaspadaan mengenai penipuan untuk karyawan termasuk manajemen
- 12) Setiap pembayaran manfaat asuransi dengan menggunakan cek tidak dapat ditujukan untuk pihak ketiga
- 13) Tidak mengizinkan agen untuk melakukan pembayaran premi dengan menggunakan dana sendiri atas nama nasabah
- 14) Membuat suatu peraturan perusahaan mengenai penipuan yang diketahui dan didukung serta dilaksanakan oleh seluruh jajaran karyawan perusahaan asuransi

Tindakan pencegahan dalam penipuan yang terjadi di *bancassurance* dapat dilakukan oleh perusahaan asuransi dan bank.

- 1) Di perusahaan asuransi:

- a) Memberi pelatihan kepada staf
  - b) Keputusan yang telah dibuat oleh bagian klaim tidak boleh diganggu gugat
  - c) Penatalaksanaan prosedur klaim harus proaktif. Bagian klaim proaktif menginvestigasi sedini mungkin dengan teknik yang tepat untuk mendeteksi penipuan melalui penghilangan atau pemalsuan bukti
  - d) Menempatkan tenaga medis atau dokter perusahaan untuk membantu bagian *underwriting* dan klaim membaca laporan medis calon tertanggung atau membuat resume medis atas penyakit penyebab meninggalnya tertanggung
  - e) Finansial *underwriter* menyelidiki kepentingan finansial calon tertanggung pada saat aplikasi
  - f) Berbagi informasi antara perusahaan asuransi, terutama di bidang *underwriting* dan klaim informasi
  - g) Menjalani kerja sama dengan perusahaan reasuransi *local* maupun luar negeri
- 2) Dengan pihak Bank
- a) Memberi pelatihan kepada staf bank (*customer service* atau *front line bank*) secara regular mengenai produk asuransi yang dipasarkannya termasuk aspek legalitas dan operasionalnya.
  - b) Menyediakan pedoman tertulis untuk memandu melengkapi dan mengisi aplikasi asuransi maupun prosedur pengajuan klaim berikut persyaratannya.

- c) Meminta staf bank agar memberi keterangan yang jelas tentang manfaat asuransi dan perkecualiannya yang diatur dalam polis. Sebaliknya, nasabah diminta member keterangan yang benar tentang kondisi kesehatan atau riwayat penyakit yang pernah dideritanya sesuai prinsip-prinsip itikad baik
  - d) Diusahakan agar setiap nasabah bank yang membuka rekening yang dijamin asuransinya, diwajibkan mengisi aplikasi asuransi tersendiri yang sifatnya melengkapi data pribadi nasabah pada aplikasi bank
  - e) Apabila dimungkinkan, nasabah bank yang membeli produk *bancassurance* dapat melakukan periksa kesehatan
- 3) Hal-hal yang harus diperhatikan oleh pihak perusahaan asuransi dan pihak bank untuk mencegah penipuan
- a) *Clear policy*  
Bahasa yang digunakan dalam ketentuan polis harus jelas sehingga proses penilaian klaim dapat dilakukan secara obyektif dan adil
  - b) *Clear and unambiguous definitions of diseases covered*  
Definisi penyakit yang dijamin harus tidak membingungkan agar tidak terjadi salah tafsir.
  - c) *Through underwriting*  
Proses *underwriting* harus dilakukan secara teliti dan ketat lebih awal.



d) *Through claims handling*

Penilaian dan penanganan klaim harus teliti, ketat dan bijaksana. Untuk itu staf klaim harus menguasai ketentuan polis dan hal-hal yang dijamin maupun yang tidak dijamin.

f. Klaim-klaim yang tidak dibayar kebanyakan bersumber dari:

- 1) Tidak adanya itikad baik dari nasabah dalam mendapatkan perlindungan;

Dalam hal ini nasabah tidak mempunyai itikad baik misalnya dalam pembayaran premi nasabah tidak melaksanakan kewajibannya. Disebutkan dalam UU Perlindungan Konsumen pasal 5, bahwa nasabah sebagai konsumen dalam hal ini mempunyai kewajiban beritikad baik dalam melakukan transaksi dan membayar sesuai dengan kesepakatan. Maka jika nasabah tidak membayar premi karena memang tidak adanya itikad baik dari nasabah itu sendiri, perusahaan asuransi berhak tidak mengeluarkan klaim dari pemegang polis itu.

- 2) Kelalaian nasabah untuk memberi informasi yang lengkap dan benar kepada perusahaan asuransi, sehingga perusahaan asuransi memberikan jaminan perlindungan pada obyek yang seharusnya tidak akan dijamin jika perusahaan asuransi mendapatkan informasi yang lengkap dan benar sebelumnya.

3) Terdapat beberapa indikasi umum terjadinya penipuan klaim asuransi (*red flags for fraud*), antara lain:<sup>89</sup>

- a) Tanggal kematian terjadi beberapa saat setelah polis diterbitkan
- b) Tertanggung tidak begitu dikenal oleh kerabatnya dan hidup sendiri
- c) Polis yang dibeli cenderung menawarkan perlindungan yang terbatas dan biasanya dapat dibeli melalui *mass offerings* seperti melalui *bancassurance*, majalah, iklan, *direct mail* dan lain-lain.
- d) Agen yang biasanya hanya mampu menjual polis-polis dengan nilai rendah tiba-tiba bisa menjual polis dengan nilai puluhan bahkan ratusan kali lipat dari biasanya.
- e) Polis dibeli dalam jumlah banyak untuk tertanggung yang sama
- f) Tertanggung membeli polis dengan jumlah uang asuransi atau uang pertanggungan (UP) yang sangat besar, yang tidak sesuai dengan status sosial tertanggung
- g) Setelah polis diterbitkan, tertanggung menambah *rider Accidental death and Disability Benefit (ADB)* dengan jumlah UP yang sangat besar.
- h) Pembayaran premi dilakukan oleh orang ketiga, bukan oleh tertanggung atau pemegang polis.

<sup>89</sup> Ketut Sendra, *Bancassurance*, PPM, Jakarta, 2007, hlm 136.



- i) Semua bukti-bukti pendukung klaim diterima perusahaan secara lengkap, pada waktu yang singkat sejak kejadian dan tidak ada yang kurang
  - j) Untuk asuransi pinjaman kredit, asuransi yang diajukan melebihi jumlah pinjaman kredit, tanpa suatu alasan yang jelas
  - k) *Disappearance of the Insured*
  - l) Jenazah bertanggung sangat sulit untuk diidentifikasi
  - m) Terjadi penundaan waktu yang cukup lama sejak tanggal kejadian sampai dengan saat pengajuan klaim
  - n) Sebab kematian tidak dapat dijelaskan atau tidak ada riwayat kesehatannya dari dokter atau rumah sakit
  - o) Kematian bertanggung terjadi luar negeri
  - p) Perbandingan tinggi dan berat jenazah tidak sesuai dengan tinggi dan berat bertanggung pada saat pengisian aplikasi.
  - q) Tanggal-tanggal yang tercantum dalam dokumen tidak konsisten dengan hari kerja normal
  - r) Penerima manfaat tidak kooperatif
- g. Pelanggaran atas prinsip *utmost good faith*,<sup>90</sup> diantaranya:
- 1) Tidak mengungkapkan informasi material secara benar dan lengkap. Informasi material merupakan informasi penting yang dapat menyebabkan ditolaknya permohonan pertanggungan, atau diterima tetapi dengan syarat pertanggungan yang berbeda. Dalam

<sup>90</sup> Wawancara dengan Bpk. Syahrir Al Rasyid (*Assistant Manager Telesales Business Conservation*) tanggal 15 November 2013

asuransi jiwa, SPA adalah formulir keterangan pribadi keterangan keuangan, keterangan medis, keterangan kependudukan, keterangan kepegawaian dan surat keterangan lain yang dianggap perlu oleh penanggung karena surat tersebut dijadikan dasar suatu pertanggung.

2) Menyembunyikan informasi (*concealment*)

*Concealment* terjadi jika calon tertanggung dalam pengisian formulir permintaan asuransi dengan sengaja menyembunyikan atau tidak menyampaikan suatu informasi yang material mengenai obyek pertanggung kepada agen asuransi.

3) Informasi yang diungkapkan keliru (*Innocent misrepresentation*)

Kekeliruan penyampaian informasi dapat terjadi karena cara penyampaiannya ataupun materinya. Walaupun calon tertanggung tidak bermaksud merugikan penanggung, cara penyampaian informasi yang kurang teliti menyebabkan kekeliruan informasi. Karena informasi yang disampaikan keliru, maka melanggar azas *utmost good faith* dan dapat menyebabkan batalnya perjanjian.

4) Memberi informasi yang salah dengan tujuan menipu (*fraudulent misrepresentation*)

Pemberian informasi dengan tujuan menipu dapat dilakukan pada waktu penutupan asuransi dengan cara memberi informasi yang salah tentang obyek pertanggung. Informasi tersebut biasanya dicantumkan dalam SPA.

Pemberian informasi yang salah tersebut dapat juga terjadi pada saat pengajuan klaim dengan cara mengisi formulir klaim dengan data yang salah, misalnya dengan mencantumkan jumlah kerugian yang lebih tinggi dari jumlah kerugian yang sebenarnya, menuliskan meninggal biasa padahal meninggal karena sakit jantung atau sakit gula.

## **2. Faktor Pendukung *Bancassurance* di BNI *Life Insurance***

### **a. Agen Asuransi BNI *Life Insurance***

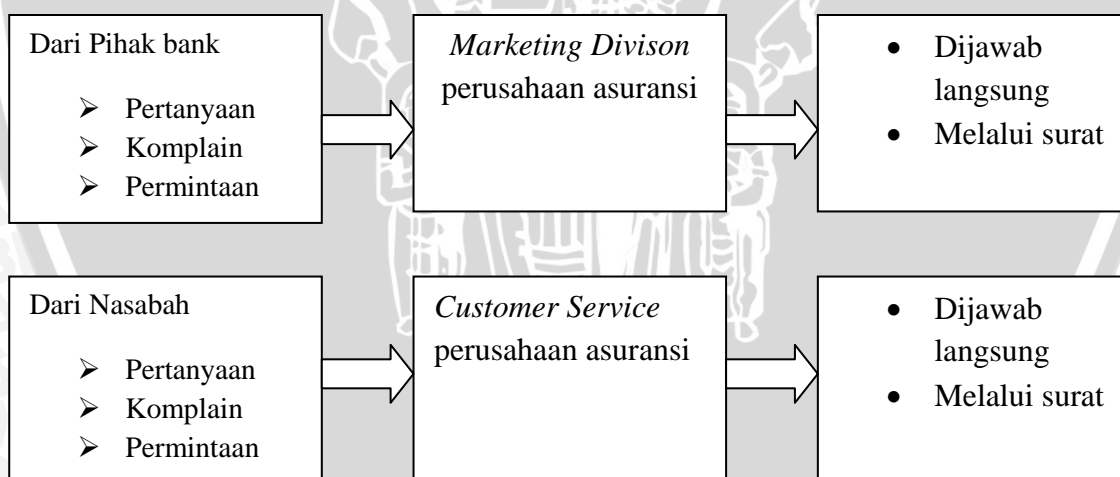
Berkembangnya perusahaan asuransi sangat ditentukan oleh peran-peran agen asuransi. Mereka mewakili perusahaan asuransi pada saat berhubungan dengan nasabah atau calon nasabah. Merekalah yang mengenal, melayani dan menguasai portofolio nasabah. Demikian dominannya posisi agen asuransi, maka agen jugalah yang dapat menyebabkan perubahan atau permasalahan dalam bisnis asuransi. Merekalah yang menentukan citra profesi agen dan industri asuransi di mata masyarakat. Oleh karena itu diperlukan suatu kode etik keagenan asuransi agar profesional.

Pada dasarnya sifat-sifat yang harus dimiliki seorang agen yang diharapkan nasabah seperti yang dijelaskan pada bagian sebelumnya yaitu kejujuran, menguasai produk yang ditawarkan dan memperhatikan kepentingan nasabah. Adapun sifat-sifat agen yang diharapkan dan diinginkan oleh nasabah perusahaan asuransi antara lain: Cermat karena sebagai konsultan perencana keuangan keluarga, tepat waktu dan tepat janji karena agen adalah pemasar produk *intangible*, jujur karena menawarkan produk jangka panjang bahkan seumur

hidup, tegas dan berani karena premi asuransi yang ditawarkannya tidak dapat dinikmati dalam waktu dini, prinsipil dan bersih karena mempertaruhkan kepercayaan.

Penyampaian informasi yang jelas mengenai berbagai produk di *bancassurance* juga merupakan salah satu alasan berkembang dan meluasnya *bancassurance* BNI Life bagi kebutuhan masyarakat Indonesia. Nasabah yang merasa puas atas produk yang dibelinya akan setia terhadap produk tersebut, dengan cara membangun kepercayaan nasabah inilah *bancassurance* di BNI Life akan semakin berkembang.

Berikut ini adalah alur kerja yang harus dilakukan oleh tenaga pemasar *bancassurance* baik dari pihak bank maupun perusahaan asuransi agar proses pelayanan nasabah dapat berjalan dengan baik;<sup>91</sup>



**Bagan 2**

### **Alur Kerja Tenaga Pemasar Bancassurance**

Pada pelaksanaan *bancassurance* apabila terdapat berbagai pertanyaan, komplain, dan permintaan dari pihak bank maka *Marketing Division* dari

<sup>91</sup> Ketut Sendra, *Bancassurance*, PPM, Jakarta, 2007, hlm 142.

perusahaan asuransi akan menjawab secara langsung atau melalui surat. Nasabah yang mempunyai pertanyaan, komplain, dan permintaan ditanggapi oleh *customer service* perusahaan asuransi itu dengan menjawabnya secara langsung atau melalui surat. Proses ini dilakukan untuk memudahkan pelayanan nasabah asuransi agar tidak terjadi kekecewaan terhadap produk yang mereka pilih.

b. Pengawasan yang tepat.

Agar perjanjian asuransi berjalan sebagaimana yang diharapkan, peraturan yang memadai menjadi salah satu keberhasilan berkembangnya pelaksanaan *bancassurance*. Diperlukannya hal demikian adalah dengan alasan dari pasal 246 KUHD dapat disimpulkan bahwa asuransi merupakan perjanjian timbal balik yang berarti masing-masing pihak mempunyai hak dan kewajiban yang berhadapan. Oleh sebab itu dalam hubungan dengan pemegang polis, di samping harus juga melaksanakan kewajiban-kewajibannya juga perlu mendapat perlindungan untuk menuntut hak-haknya. Adanya peraturan yang memadai dan mudah difahami akan sangat membantu pemegang polis.

Seperti diungkapkan oleh Dit. Jend Moneter Departemen Keuangan RI (Simposium tentang Hukum Asuransi, 1978: 55) bahwa perkembangan usaha perasuransian memerlukan kepercayaan dari masyarakat. Sudah selayaknya apabila kepercayaan itu telah diletakkan di atasnya, maka perlindungan harus diberikan sepenuhnya terhadap kemungkinan segala tindakan dari perusahaan asuransi tersebut.<sup>92</sup>

---

<sup>92</sup> Man Suparman. Op.cit. hal 6

c. Sistem Distribusi<sup>93</sup>

- 1) Distribusi Integrasi adalah distribusi produk melalui saluran bank yang sudah ada. Bank bukan hanya menawarkan jasa tabungan, deposito atau pinjaman, tetapi juga produk asuransi, dan jasa keuangan lainnya.
- 2) Distribusi Khusus (*specialist*). Di sini perusahaan asuransi menempatkan staf atau perwakilannya di bank untuk menawarkan produk kepada nasabah bank. Staf bank atau bagian CS membuat prospek awal, namun proses selanjutnya ditangani oleh professional asuransi.
- 3) Distribusi melalui perencana keuangan atau FP (*financial planner*). FP menawarkan kepada masing-masing pelanggan atau prospek, suatu paket perencanaan keuangan lengkap yang dapat memenuhi kebutuhan keuangan perorangan, toleransi risiko dan penempatan perencanaan keuangan untuk seluruh hidupnya.
- 4) Desain Produknya<sup>94</sup>

Terdapat 5 prinsip utama untuk membangun desain produk *bancassurance* yang sukses, yaitu:

a) *Transparent fees*

Nasabah harus diberi penjelasan rinci mengenai hak dan kewajibannya, seperti besarnya premi yang harus dibayar dan pertanggungannya yang akan diterima.

<sup>93</sup> Wawancara dengan Bpk. Heri Halawani (*Assistant Vice President Head of Bancassurance Support*) tanggal 15 November 2013

<sup>94</sup> Laporan Keuangan PT BNI *Life* tahun 2011

b) *Clear payment conditions*

Nasabah harus mengerti apa yang akan didapat ketika risiko yang diperjanjikan terjadi (klaim). Bank harus mampu menghindari dan mencegah risiko moral (*moral risk*).

c) Produk *bancassurance* harus memiliki gambaran semirip mungkin dengan produk bank yang sudah dikenal nasabah.

d) *Integrated sales process*, struktur penjualan, komisi dan indikasi penilaian kinerjanya harus terintegrasi dengan baik.

e) Produk harus dapat dijual melalui berbagai saluran distribusi bank, seperti: *direct marketing*, *direct mail*, *advertising*, *TOB (take or box brochure)*, atau *financial advisors*.

d. Pendekatan penjualan (*sales approach*)

Secara umum pola pendekatan dalam penjualan jasa keuangan adalah sama. Untuk dapat menjual produk asuransi, staf bank harus memahami dan mempelajari bagaimana menjadi konsultan keuangan. Dengan demikian mereka akan menjadi lebih terampil dalam melakukan pendekatan dan penjualan produk *bancassurance*.

Staf bank harus proaktif memasarkan produk asuransi kepada nasabahnya. Untuk itu staf bank proaktif memasarkan produk asuransi kepada nasabahnya. Untuk itu staf bank yang mencapai target penjualan layak mendapat bonus sebagai insentif. Perusahaan asuransi juga dapat menyelenggarakan acara penghargaan penjual *bancassurance* terbaik.

- e. Strategi memanfaatkan nama baik perusahaan.

Nasabah pada umumnya lebih mempercayai lembaga perbankan dibanding lembaga keuangan lainnya, karena likuiditas dan pendekatannya. Kepercayaan nasabah terhadap bank merupakan pintu masuk untuk menjual produk asuransi. Agar kualitas dan citra pelayanan bank dapat terus melekat pada produk asuransi, maka produk-produk *bancassurance* harus dirancang sedemikian rupa agar dekat dengan *brands image* bank.

- f. Sistem Teknologi Informasi (TI)<sup>95</sup>

Sistem TI harus sederhana dan efisien. Teknologi dan informasi dibangun untuk mempercepat pelayanan di bank, memudahkan pemabayaran premi asuransi seperti dengan *auto-debet* dari *primary saving account*, mempercepat proses *underwriting*, dan investigasi klaim.

- g. Struktur legalitas antara Bank dan Perusahaan Asuransi<sup>96</sup>

Kemitraan *bancassurance* antara perusahaan bank dan perusahaan asuransi harus kuat karena kemitraan ini harus memadukan budaya dua perusahaan. Oleh karena itu, kesepakatan untuk bermitra harus dibuat oleh pemimpin puncak masing-masing perusahaan. Komitmen inilah yang akan ditindaklanjuti oleh manajemen menengah ke bawah baru. Struktur legalitas (*legal structure*) dibuat kemudian pendudukan kekuatan hukum atas komitmen tersebut. Segala hal yang dicakup dalam perjanjian kerja harus dicantumkan secara transparan sebagai bukti komitmen manajemen masing-masing perusahaan.

<sup>95</sup> Wawancara dengan Bpk. Heri Halawani (*Assistant Vice President Head of Bancassurance Support*) tanggal 15 November 2013

<sup>96</sup> Wawancara dengan Bpk. Syahrir Al Rasyid (*Assistant Manager Telesales Business Conservation*) tanggal 15 November 2013



h. Memberi keuntungan pada pihak bank:

- 1) Merupakan sumber pendapatan (*fee based income*) diluar jasa perbankan lainnya.
- 2) Memberikan peluang penghimpunan dan pengelolaan dana masyarakat melalui setoran pembayaran premi asuransi, karena dana yang terakumulasi di bank dapat dimanfaatkan oleh pihak bank sesuai dengan kesepakatan dan perjanjian dengan perusahaan asuransi.
- 3) Produk dibuat secara khusus untuk melengkapi produk perbankan dalam nasabah bank.

i. Memberikan keuntungan kepada pihak asuransi:

- 1) Bertambahnya saluran distribusi, akan memperluas pasar dan secara otomatis akan menambah pendapatan dari premi asuransi baru maupun premi lanjutannya.
- 2) Biaya distribusi dan administrasi yang rendah karena penjualannya dilakukan oleh staf bank dan telah berhubungan dengan teknologi dan sistem perbankan yang ada. Perusahaan asuransi tidak harus mengeluarkan biaya promosi yang besar untuk perusahaannya, cukup membantu biaya promosi produk *bancassurance* yang akan dipromosikan oleh bank.<sup>97</sup>
- 3) Perusahaan asuransi tidak dalam kendali pihak bank, karena semuanya bekerja sesuai kontrak kerja sama *bancassurance*.<sup>98</sup>

<sup>97</sup> Wawancara dengan Bpk.Heri Halawani (*Assistant Vice President Head of Bancassurance Support*) tanggal 15 November 2013

<sup>98</sup> Ketut Sendra, *Bancassurance*, PPM, Jakarta, 2007, hlm 24.

4) Mendapat kemudahan dalam transaksi dan *transfer* dana, karena semuanya dapat dilakukan secara otomatis menggunakan teknologi perbankan. Dana premi dapat ditempatkan dalam bentuk deposito bank untuk mendapatkan bunga dan demikian juga dapat ditarik atau dialihkan tanpa mengalami kesulitan. Transaksi dapat dilakukan secara cepat seperti dialihkan untuk membayar kewajiban klaim asuransi kepada tertanggung yang sekaligus sebagai nasabah bank.<sup>99</sup>

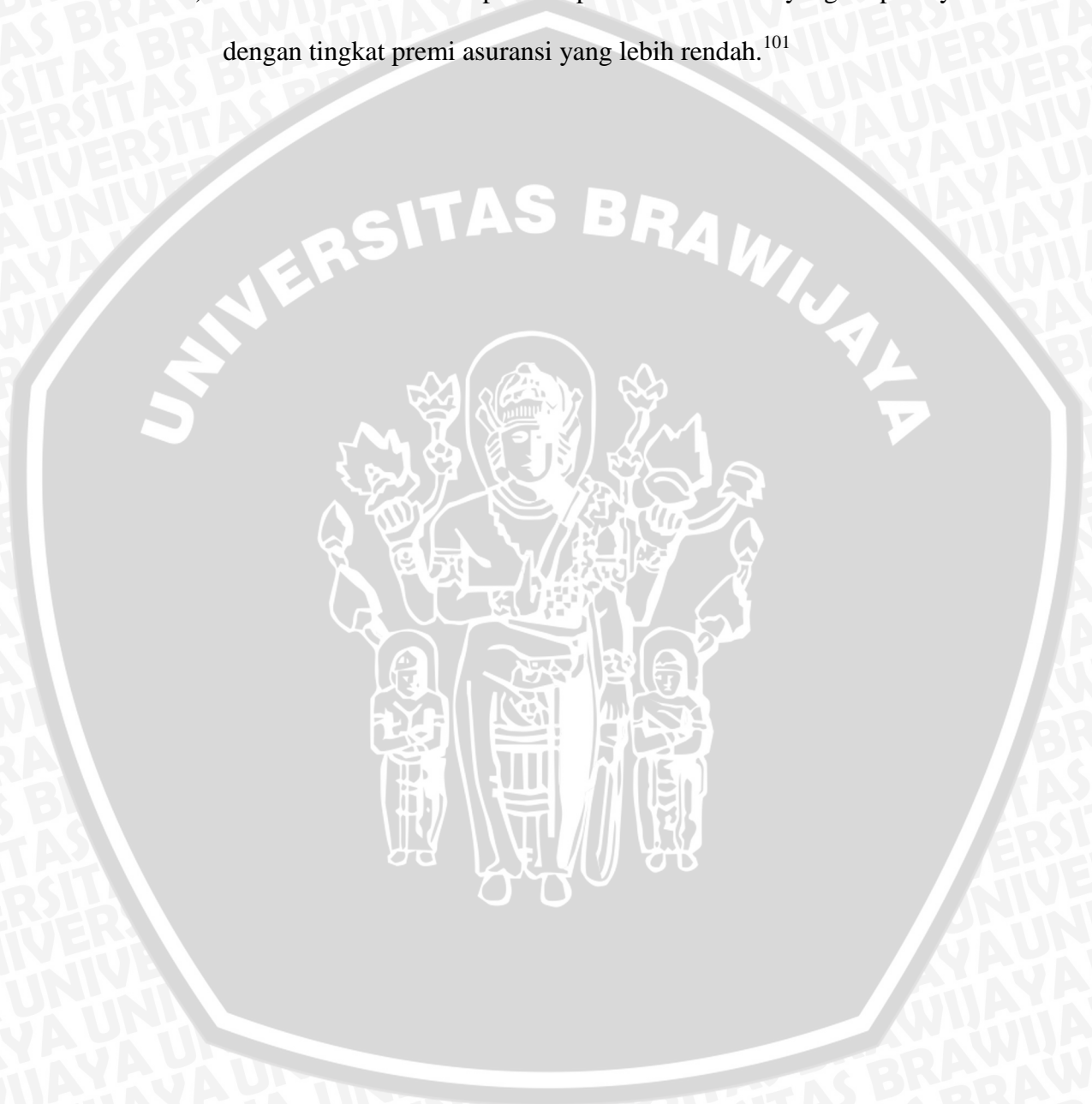
j. Memberi keuntungan kepada pihak nasabah:

- 1) Mendapatkan pelayanan perbankan yang lebih luas, membeli asuransi lebih mudah, sehingga nasabah bisa lebih menghemat waktu dan biaya.
- 2) Istilah asuransi yang kebanyakan sulit dimengerti dapat dijumpai dengan istilah perbankan yang sederhana dan mudah dimengerti.<sup>100</sup>
- 3) Desain produknya sederhana dan dirancang mendekati produk perbankan sangat memenuhi kebutuhan nasabah dan nasabah tidak merasa bingung, nasabah akan merasa membeli produk atau jasa perbankan dengan fitur yang lengkap.
- 4) Produk dan jasa perbankan yang dibeli dapat memberi perlindungan atas jiwa dan benda yang diasuransikannya

<sup>99</sup> Ibid. hal 24

<sup>100</sup> Ibid. hal 25

- 5) Nasabah merasakan adanya kepastian atas produk yang dibelinya, karena tempat membelinya jelas dan setiap permasalahannya yang akan dirasakan memiliki tempat pengaduan yang jelas pula.
- 6) Nasabah akan mendapatkan produk asuransi yang dipercaya dengan tingkat premi asuransi yang lebih rendah.<sup>101</sup>



---

<sup>101</sup> Wawancara dengan Bpk.Heri Halawani (*Assistant Vice President Head of Banacassurance Support*) tanggal 15 November 2013

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Pelaksanaan Transparansi produk *bancassurance* di BNI *Life Insurance* Jakarta belum sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 6/7/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah khususnya pada pasal 4 dan 5. Transparansi informasi mengenai produk bank sangat diperlukan untuk memberikan kejelasan pada nasabah mengenai berbagai karakteristik yang ada di dalam produk tersebut. Informasi yang belum disampaikan secara transparan kepada nasabah mencakup manfaat dan fitur yang ditawarkan, serta risiko dari produk *bancassurance* di BNI *Life*. Masalah yang ditemui di lokasi penelitian adalah kurangnya ketersediaan informasi secara tertulis oleh BNI *Life* untuk dipahami nasabah. Sebagian besar nasabah mencari informasi lewat brosur, sedangkan informasi mengenai *bancassurance* ini banyak ditemui lewat media elektronik *website*.
2. Penghambat dalam pelaksanaan *bancassurance* di BNI *Life* diantaranya kurangnya pemahaman informasi yang diterima nasabah, adanya unsure penipuan dalam pengisian data SPA (Surat Permintaan Asuransi), ketidakjujuran dari agen asuransi, permasalahan pembayaran klaim dan pelanggaran atas prinsip *utmost good faith*. Sedangkan yang menjadi pendukung pelaksanaan *bancassurance* di BNI *Life Insurance* Jakarta diantaranya agen asuransi yang cermat dalam menjual produk dan melayani kebutuhan nasabah, sistem distribusi, strategi memanfaatkan

nama baik perusahaan, dan memberikan keuntungan bagi banyak pihak khususnya nasabah, bank dan perusahaan asuransi itu sendiri.

## B. Saran

### 1. Perusahaan Asuransi

Supaya lebih mensosialisasikan produk *bancassurance* yang berbeda atau terpisah dengan produk Bank agar masyarakat dapat memahami produk *bancassurance* meskipun bukan nasabah dari bank itu. Perusahaan Asuransi dapat memberikan pelatihan kepada tenaga pemasar untuk lebih detail dan jelas dalam menyampaikan dan memasarkan setiap produknya kepada nasabah.

### 2. Bank

Bank dapat membantu jalannya *bancassurance* dengan melakukan pengawasan terhadap tenaga pemasar *bancassurance* mengingat lokasi penjualan *bancassurance* (*in-branch sales*) terletak di dalam kantor Bank BNI.

### 3. Bank Indonesia

Diciptakan regulasi khusus yang mengatur pemasaran produk-produk asuransi, sehingga produk asuransi tersebut dapat mudah dipahami oleh masyarakat Indonesia.

### 4. Nasabah

Lebih proaktif terhadap produk *bancassurance* yang akan dipilihnya, nasabah harus memperhatikan penjelasan informasi terkait mengenai produknya oleh staf tenaga pemasar *bancassurance* agar tidak terjadi kesalahpahaman mengenai manfaat dan risiko produknya.

5. Bagi penelitian selanjutnya dapat membahas mengenai penyelesaian sengketa yang terjadi di dalam pelaksanaan *bancassurance* apabila terdapat pengaduan nasabah maupun bank mengenai permasalahan *bancassurance*.



## DAFTAR PUSTAKA

## BUKU

- Abdulkadir Muhammad, **Hukum Asuransi Indonesia**, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999.
- Ahmadi Miru, **Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia**, Disertasi, Program Pascasarjana Universitas Airlangga, Surabaya, 2000.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, **Hukum Perlindungan Konsumen**, Rajawali Press, Jakarta.
- Bank Indonesia, **Arsitektur Perbankan Indonesia**, Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan Bank Indonesia, Jakarta, 2006.
- BNI Life, **Laporan Keuangan PT BNI Life**, Jakarta, 2011
- Edy Putra Tje' Aman, **Kredit Perbankan Suatu Tinjauan Yuridis**, Liberty Yogyakarta, Yogyakarta, 1986.
- Emmy Pangaribuan Simanjuntak, **Hukum Pertanggungan dan Perkembangan (BPHN)**, 1980.
- Gunanto, **Asuransi Kebakaran di Indonesia**, Tirta Pustaka, Jakarta, 1984.
- Hansell, *Elements of Insurance*. (Great Britain: Mocdonald & Evans Ltd, Third edition), 1979.
- Hermansyah, **Hukum Perbankan Nasional Indonesia**, Kencana, Jakarta, 2005.
- Ketut Sendra, *Bancassurance*, PPM, Jakarta, 2007.
- Man Suparman dan Endang, **Hukum Asuransi**, PT Alumni, Bandung, 2004.
- Peter Mahmud, **Penelitian Hukum**, Kencana; Jakarta, 2010.
- Rachmadi Usman, **Penyelesaian Pengaduan Nasabah dan Mediasi Perbankan**, CV Mandar Maju, Bandung, 2011.
- Sri Rejeki Hartono, **Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi**, Sinar Grafika, Jakarta, 2008.
- Wirjono Prodjodikoro, **Hukum Asuransi di Indonesia**, PT Intermedia, Jakarta, 1994.

## JURNAL

Anastasia Grace Simanjuntak, **Aspek Hukum Penerapan Manajemen Resiko oleh Bank dalam Rangka Bancassurance di Indonesia**, Skripsi tidak diterbitkan, Jakarta, Skripsi. Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2012.

Anggita Migitasari, **Laporan Penelitian tentang Upaya Bank Penjamin Jika Terjamin Wanprestasi dalam Perjanjian Bank Garansi**, Skripsi tidak diterbitkan, Malang, Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, 2012.

Zulkarnain Sitompul, **Menyambut Kehadiran Otoritas Jasa Keuangan**, 2004.

## DOKUMEN

Keputusan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan Nomor 103/Pdt.G/1997/PN.Jak-Sel

Kode Etik Agen Asuransi Jiwa PT BNI Life Insurance.

Perjanjian Keagenan PT BNI Life Nomor: Perjanjian keagenan/BASS-BS/Ver.01/1212/BASS 0101.

## PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Kitab Undang-undang Hukum Dagang

Undang-undang No.2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian

Undang-undang No.10 Tahun 1998 tentang Perbankan

KMK Nomor: 426/KMK.06/2003 tentang Perizinan Usaha dan Kelembagaan Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi

SE BI No. 6/43/DPNP tanggal 7 Oktober 2004 perihal Penerapan Manajemen Risiko pada bank yang Melakukan Kerjasama Pemasaran dengan Perusahaan Asuransi (*Bancassurance*).

Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/6/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah.

Surat Edaran 12/35/DPNP tanggal 23 Desember 2010 tentang Penerapan Manajemen Risiko pada Bank yang Melakukan Aktivitas Kerjasama Pemasaran dengan Perusahaan Asuransi (*Bancassurance*).

## INTERNET

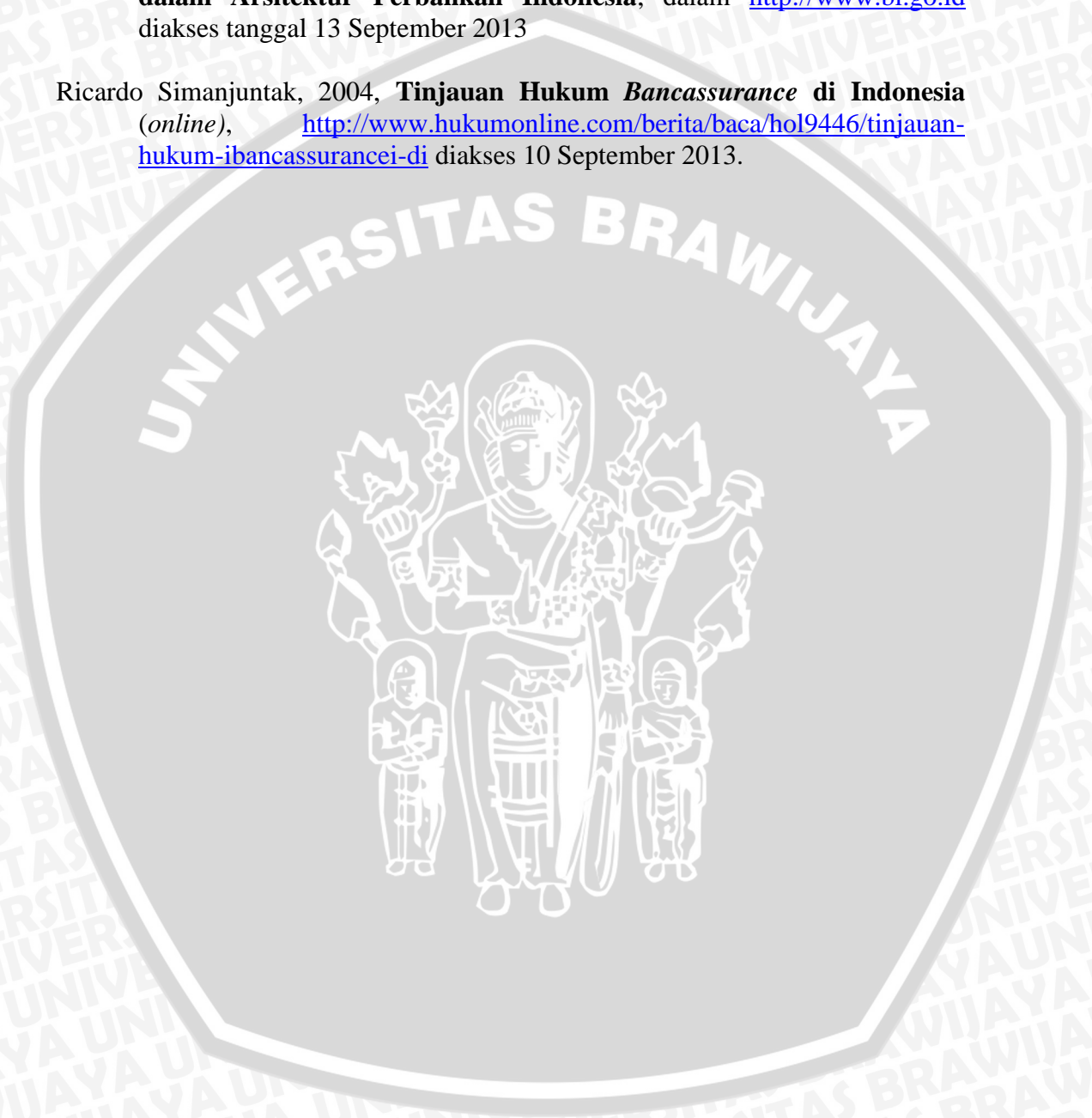
Bank Indonesia, **Mengenal Bancassurance di Indonesia**. (online), [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) diakses 9 September 2013



Edy Utomo, 23 November 2013, **Cara Memilih Produk Asuransi Unit Link**,  
dimuat dalam <http://ekonomi.kompasiana.com/moneter/2013/11/28/cara-memilih-produk-asuransi-unit-link-614814.html> diakses tanggal 19  
Desember 2013 pukul 19.06 WIB

Muliaman D. Hadad, 2006, **Perlindungan dan Pemberdayaan Nasabah Bank dalam Arsitektur Perbankan Indonesia**, dalam <http://www.bi.go.id> diakses tanggal 13 September 2013

Ricardo Simanjuntak, 2004, **Tinjauan Hukum Bancassurance di Indonesia (online)**, <http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol9446/tinjauan-hukum-ibancassurance-di> diakses 10 September 2013.





**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
FAKULTAS HUKUM**

Jalan MT. Haryono No. 169, Malang 65145, Indonesia

Telp. +62-341-553898; Fax. +62-341-566505

E-mail : hukum@ub.ac.id

http://www.hukum.ub.ac.id

**SURAT PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI**

**Nomor: 700 / UN10.1/AK/2013**

**195/2013**

Dekan Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Malang, memperhatikan surat usulan pembimbing oleh Ketua Bagian H.Perdata tanggal 2 Oktober 2013 dengan ini menetapkan:

Nama : Dr.Sihabudin,SH.MH.  
(Pembimbing Utama)  
Nama : Siti Hamidah,SH.MM  
(Pembimbing Pendamping)

Sebagai pembimbing skripsi mahasiswa program S-1 (Strata 1):

Nama : ANISA RETNO K  
NIM : 105010100111066  
Program : **Strata Satu (S-1)**  
Program kekhusususan : H.Perdata

Judul Skripsi : Pelaksanaan Trasparansi Informasi Produk Bancassurance  
(Studi Pasal 4 Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/6/PBI/2005  
Tentang Trasparansi Informasi Produk Bank dan Data Pribadi  
Nasabah di BNI Life Insurance Jakarta)

Demikian surat penetapan ini dikeluarkan untuk dilaksanakan dengan berpedoman pada SK .  
Dekan Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Nomor 169/SK.FH/2011 tentang Peraturan  
Penyelenggaraan Program Pendidikan Sarjana Ilmu Hukum, tanggal 26 Juli 2011.

**Ketentuan ini berlaku 6 (enam) bulan sejak saat penetapan.**

Ditetapkan di : MALANG  
Pada Tanggal : 2 Oktober 2013



DR. SIHABUDIN, SH. MH  
NIP. 19591216 1985031 001

Tembusan Kepada Yth:

1. Ketua Bagian ybs;
2. Dosen ybs;
3. Mahasiswa ybs;



**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 2287.BL.HRD.1113

Yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa :

Nama : Anisa Retno Kusumadewi  
 Alamat : Kertowaluyo No. 06  
 Kelurahan Ketawanggede  
 Malang

Telah melakukan pengambilan data untuk kebutuhan Skripsi di PT. BNI Life Insurance pada Unit Kerja Bancassurance pada tanggal 15 November 2013.

Demikian surat ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 15 November 2013  
 PT. BNI Life Insurance

**Sri Ningsih**  
 HR Manager

PT BNI LIFE INSURANCE

BNI Life Tower, 21<sup>st</sup> Floor  
 The Landmark Center  
 Jl. Jend. Sudirman No. 1  
 Jakarta 12910

Telp : (+62-21) 2953 9999  
 Fax : (+62-21) 2953 9998  
 Contact Center : 500-045  
 Web : www.bni-life.co.id





**SURAT PERNYATAAN****KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya

Nama : Anisa Retno Kusumadewi

NIM : 10501010100111066

Menyatakan bahwa dalam penulisan karya ilmiah hukum berupa skripsi ini adalah asli karya penulis, tidak ada karya/data orang lain yang telah dipublikasikan, juga bukan karya orang lain dalam rangka mendapatkan gelar kesarjanaan di perguruan tinggi, selain yang diacu dalam kutipan dan atau dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan karya orang lain baik yang dipublikasikan maupun dalam rangka memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi, saya sanggup dicabut gelar kesarjanaan saya.

Malang,

Yang menyatakan,



Anisa Retno Kusumadewi

105010100111066