

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ketidakpastian berhubungan dengan takdir dan nasib manusia yang di tentukan oleh tuhan, dalam ilmu hukum ketentuan tersebut di sebut peristiwa hukum, peristiwa hukum tersebut memiliki potensi adanya resiko yang mungkin akan terjadi. Peristiwa kematian seseorang akan berkaitan dengan istri atau suami maupun anak- anak nya yang masih memiliki masa depan yang panjang, yang akan menjadi resiko apabila tidak di persiapkan untuk memenuhi kebutuhan kelak. Selain itu seringkali manusia di hadapkan pada suatu peristiwa yang tidak di inginkan terjadi misalnya kebakaran,kecelakaan maupun jatuh sakit, namun hal-hal tersebut merupakan resiko yang senangtiasa mungkin akan di alami oleh setiap manusia dalam kehidupannya.

Musibah atau bencana tidak dapat di hindari dengan demikian manusia wajib memperkecil resiko yang timbul serta tidak hanya pasrah menerima semuanya. Sudah sejak lama orang mencari cara untuk mengatasi dan nimalisir resiko, dan inilah yang sekarang di kenal sebagai lembaga asuransi atau pertanggungan. Dengan asuransi resiko dapat mungkin dialihkan kepada pihak penanggung ,maka pihak tersebut mengikatkan diri akan mengganti kerugian apabila resiko itu benar-benar terjadi suatu kenyataan kehilangan atau kerugian.¹

¹ Djoko Prakoso. 1987. Hukum asuransi indonesia. Cetakan Pertama, bina Aksara Jakarta Hlm.16

Pengertian asuransi di Indonesia saat ini tercantum di dalam kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) dan diatur secara khusus di dalam Undang-Undang Nomor 2 tahun 1992 tentang usaha perasuransian. Asuransi merupakan perjanjian sebagaimana di nyatakan dalam KUHD Pasal 246, bahwa Asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian dengan nama seseorang penanggung mengikatkan diri kepada seorang tertanggung, dengan menerima suatu premi, untuk penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan yang kemungkinan akan dialaminya karena suatu yang tidak tentu.²

Undang-Undang no 2 Tahun 1992 Tentang Usaha Perasuransian telah memperluas ruang lingkup perlindungan meliputi pula resiko dari tanggung jawab hukum terhadap pihak ketiga, asuransi jiwa, dan bunga cacag hidup. Pasal 1 angka 1 Undang Undang No. 2 Tahun 1992 menyatakan bahwa: Asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara 2 pihak atau lebih dengan nama pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang di harapkan atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan di derita tertanggung yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau memberikan suatu pembayaran yang di dasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang di pertanggungkan.³

² Subekti. 1992. *Hukum perjanjian*. Cetakan 14. internusa. jakarta. hlm.1

³ Jurnal Pro Hukum, Vol. IV, No. 1, Juni 2015

Potensi pasar di sektor jasa asuransi kesehatan meningkat dengan sendirinya banyak perusahaan asuransi jiwa dan kerugian, perusahaan berlomba-lomba melengkapi usahanya dengan menawarkan berbagai macam paket asuransi kesehatan, program asuransi kesehatan yang di nilai sangat rendah di banding dengan kemampuan ekonomi dan besarnya penduduk. Dengan masih rendahnya cakupan program asuransi kesehatan diperkirakan mempunyai peluang yang sangat baik.

Disamping itu perkembangan perasuransian di indonesia berkembang dengan sangat cepat, berbagai macam perusahaan menawarkan produknya dengan berbagai macam cara dan inovasi guna meningkatkan penjualan atau penawaran kepada masarakat, penawaran jasa asuransi kini tidak hanya dapat di lakukan dengan bertemu langsung atau bertatap muka dengan pihak yang akan di tawarkan, tetapi dapat juga di lakukan secara tidak langsung atau para pihak tidak bertemu secara langsung salah satunya dengan metode telemarketing.

Telemarketing adalah metode penawaran yang menggunakan media telepon dengan jaringan komunikasi untuk menawarkan produk secara tidak langsung yang biasa disebut dengan Telemarketing. Telemarketing yang berasal dari kata tele yang artinya jauh dan marketing yang berarti aktifitas pemasaran atau biasa di singkat dengan TM.

Pelaksanaan telemarketing apabila dilihat dari Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE), dapat dikatakan sebagai salah satu transaksi elektronik karena dilakukan dengan sarana komunikasi atau telepon. Karna sesuai dengan ketentuan Pasal 1 angka 10 UU ITE yang mengemukakan bahwa

“Transaksi elektronik, merupakan perikatan atau suatu hubungan hukum yang dikerjakan secara elektronik dengan menyatukan jaringan dari sistem elektronik yang berbasis komputer dengan sistem komunikasi, dan selanjutnya difasilitasi dengan adanya jaringan komputer secara global atau internet termasuk dengan sarana telepon. Transaksi elektronik termasuk dari bagian perikatan para pihak Pasal 1233 KUH Perdata yaitu perikatan, lahir karena suatu persetujuan atau undang-undang.⁴

Salah satu perusahaan yang menggunakan metode pemasaran melalui telemarketing ini adalah Perusahaan AXA Mandiri, yang merupakan perusahaan patungan antara PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dan AXA Group, yang didirikan pada 2004. Akan tetapi dalam pelaksanaan pemasaran asuransi yang dilakukan secara tidak langsung atau dengan metode telemarketing sering menimbulkan permasalahan, dan mungkin dapat merugikan pihak konsumen. Kemungkinan ini disebabkan karena cara penawaran ini yang jarak jauh dan hanya menggunakan media telepon sehingga terkadang konsumen tidak dapat memahami secara jelas tentang apa saja yang menjadi isi atau yang menjadi hal-hal pokok yang akan dipertanggungjawabkan beserta seluruh hak dan kewajiban jika bergabung dalam asuransi tersebut. Sering terjadinya seseorang konsumen yang tiba-tiba mendapatkan telepon dari perusahaan asuransi yang semula konsumen tidak ada niatan mengikuti asuransi tersebut tiba-tiba tanpa sadar mereka sudah menjadi anggota asuransi dan tabungannya langsung terkena auto debet tiap bulan.⁵

⁴ Sukarmi, 2006. *Kontrak Elektronik dalam Bayang-Bayang Pelaku Usaha*, Bandung, Pustaka Sutra. Hlm. 21

⁵ <http://www.ejournal-sl.undip.ac.id/index.php/dlr/18/03/2018>

Kemungkinan lain yang timbul akibat transaksi melalui telemarketing tersebut adalah kurang pahamnya konsumen jika apa yang menjadi percakapan lewat telepon tersebut sudah bisa dijadikan sebagai alat bukti tanda bahwa perjanjian asuransi tersebut telah disetujui walaupun konsumen hanya menjawab iya beberapa pertanyaan saja yang sebenarnya konsumen sendiri tidak memahami maksud dari percakapan tersebut, sehingga banyak konsumen yang merasa dirugikan akibat adanya transaksi telemarketing tersebut.

Keadaan ini semakin diperparah dengan ketidaktahuan konsumen tentang cara penyelesaian atau pengajuan claim bahkan pembatalan asuransi tersebut karena bisaanya polis asuransi baru dikirim oleh perusahaan asuransi selang beberapa bulan setelah konsumen menjadi nasabah asuransi tersebut, sehingga di sini nasabah merasa sangat dirugikan. Salah satu permasalahan yang terjadi dalam pelaksanaan telemarketing ini dengan salah satu nasabah yang bernama Abdul Rahman dengan No Polis: 100-105-19606332 yang merasa dirugikan akibat rekening nya di *auto debet* tanpa sepengetahuannya, dan terikat dalam perjanjian asuransi tersebut. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap permasalahan ini yang hasilnya akan dituangkan dalam suatu karya tulis dengan judul “Pelaksanaan Perjanjian Asuransi Solusi Kesehatan Axa Mandiri Melalui Telemarketing”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pelaksanaan perjanjian asuransi solusi kesehatan axa mandiri melalui telemarketing?

2. Bagaimana prosedur pembatalan perjanjian asuransi solusi kesehatan axa mandiri melalui telemarketing?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana proses pelaksanaan perjanjian asuransi solusi kesehatan axa melalui telemarketing?
2. Untuk mengetahui bagaimana prosedur pembatalan perjanjian asuransi solusi kesehatan axa mandiri?

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diambil dalam penelitian ini adalah :

1. Teoritis : Untuk meningkatkan pengetahuan serta pemahaman penulisan serta khalayak tentang perkembangan ilmu hukum, terutama yang berkaitan dengan pelaksanaan perjanjian asuransi kesehatan melalui telemarketing.
2. Praktis : Untuk memberikan masukan yang berkontribusi terhadap proses penegakkan hukum, khususnya menyangkut prosedur pembatalan perjanjian asuransi melalui telemarketing