

KONTEKS HUBUNGAN HUKUM DAN PELINDUNGAN KONSUMEN DALAM PEMASARAN PRODUK ASURANSI MELALUI *BANCASSURANCE*

Elisatris Gultom

Fakultas Hukum, Universitas Padjadjaran Bandung, Jalan Ir. Soekarno Km. 21 Jatinangor, Sumedang, 45363, Indonesia.
Email: elisatris68@gmail.com

Abstrak

Bancassurance memungkinkan akses masyarakat terhadap produk asuransi semakin terbuka. Namun, *bancassurance* menyisakan beberapa permasalahan hukum yang memerlukan pengkajian mendalam. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan hukum antara perusahaan asuransi dan bank serta perlindungan hukum konsumen asuransi dalam *bancassurance*. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif, yaitu penelaahan terhadap peraturan perundang-undangan yang relevan dengan aspek hukum penerapan *bancassurance* di Indonesia, sedangkan penelitian ini bersifat deskriptif analitis, yaitu menggambarkan penerapan *bancassurance* di Indonesia, dan dianalisis terkait hubungan hukum *bancassurance* serta pelindungan hukum konsumen. Hasil penelitian menyimpulkan hubungan hukum perusahaan asuransi dan Bank melalui *bancassurance* adalah kerja sama pemasaran produk asuransi, yaitu bank hanya bertugas melakukan pemasaran produk asuransi tanpa kewenangan melakukan negosiasi dan pembayaran klaim; Pelindungan konsumen diberikan tidak hanya menyangkut produk asuransi tetapi juga kredibilitas dari perusahaan asuransi serta bank yang memasarkannya. Guna menjamin keamanan dan kerahasiaan data milik nasabah perlu disusun pakta kerahasiaan oleh perusahaan asuransi dan bank yang menyatakan data pribadi milik nasabah tidak digunakan di luar peruntukannya.

Kata kunci: pelindungan hukum, asuransi, *bancassurance*

Abstract

Bancassurance allows public access to insurance products to be more open. Bancassurance leaves some legal problems that require in-depth study. This study aims to determine the legal relationship between insurance companies and banks and legal protection of insurance consumers in bancassurance. The research method used is normative juridical, namely analyzing laws and regulations relevant to bancassurance. This research is descriptive and analytical, describing the practice of bancassurance in Indonesia and analyzing the legal relationship between bancassurance and the legal protection of consumers. The relationship between insurance companies and banks through bancassurance is cooperation in marketing insurance products, banks are only tasked with marketing insurance products without having the authority to negotiate and pay claims; To ensure the security and confidentiality of customer data, insurance companies and banks need to make a confidentiality pact stating that the customer's data will not be used outside its designation.

Keywords: legal protection, insurance, *bancassurance*

A. Pendahuluan

Saat ini, persaingan usaha pada lingkup usaha perasuransian nasional semakin ketat pasca kepemilikan asing diperkenankan masuk dalam usaha perasuransian nasional berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2018 Tentang Kepemilikan Asing Pada Perusahaan Perasuransian, yang telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 3 Tahun 2020 Tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 14 tahun 2018 Tentang Kepemilikan Asing Pada Perusahaan Perasuransian.¹ Akibat adanya regulasi baru ini usaha perasuransian lokal dituntut mampu bersaing dengan usaha perasuransian *joint venture* dalam memperebutkan pasar asuransi nasional yang masih belum tergarap secara maksimal, sebagaimana diprediksi oleh Poltak Hotradero, bahwa pemulihan ekonomi Indonesia pasca pandemi yang dibarengi pertumbuhan PDB per kapita akibat inflasi yang terjaga berdampak pada tingginya permintaan atas jasa asuransi sehingga secara umum pasar asuransi Indonesia memiliki ruang tumbuh yang sangat tinggi.²

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan, jumlah perusahaan asuransi yang memiliki izin usaha untuk beroperasi di Indonesia per 31 Desember 2022 (data *unaudited*) adalah 136 perusahaan yang terdiri dari 52 perusahaan asuransi jiwa, 72 perusahaan asuransi umum, 7 reasuransi, 5 asuransi sosial dan wajib (tidak termasuk perusahaan penunjang usaha asuransi, aktuaria, dan agen asuransi). Sementara itu, premi/kontribusi industri asuransi 38,98% berasal dari asuransi jiwa, 16,03% berasal dari asuransi umum, dan 45% asuransi sosial dan wajib. Perusahaan asuransi jiwa didominasi oleh perusahaan *joint venture* dengan *market share* sebesar 69,1%. Hal tersebut berbanding terbalik dengan industri asuransi umum di mana *market share* sebesar 75,6% didominasi oleh perusahaan asuransi lokal.³ Dari data di atas, dapat disimpulkan bahwa ruang untuk meningkatkan *market share* baik pada asuransi lokal maupun *joint venture* sejatinya masih terbuka lebar sehingga pada penggalan inilah perusahaan asuransi dapat menunjukkan keunggulannya untuk bersaing dalam memperebutkan pasar.

Persaingan ketat dalam memperebutkan pasar asuransi sejatinya tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi juga di luar negeri, seperti di Amerika Serikat, yang mana pasar asuransinya merupakan salah satu yang terbesar di dunia, memimpin industri dengan volume premi dan

¹ Ada beberapa poin penting yang termuat dalam PP Kepemilikan Asing ini, di antaranya: batas maksimal kepemilikan asing sebesar 80 persen dari modal yang disetor pada perusahaan perasuransian. Namun, batasan 80 persen tersebut tidak berlaku bagi Perusahaan Perasuransian yang merupakan perseroan terbuka.

² Poltak Hotradero, diskusi media dengan tema “Economy and Investment Outlook 2024: Insurance & Media Industry in Political Year, Jakarta 14 Desember 2023

³ Roadmap Perasuransian Indonesia 2023-2027, hlm 12

jumlah karyawan yang tinggi, serta pendapatan perusahaan asuransi.⁴ Ketatnya persaingan di sektor usaha perasuransian bukanlah tanpa sebab, di satu sisi area (*market share*) yang diperebutkan masih sangat terbatas, namun di lain sisi pelaku usaha yang bersaing sangat banyak mengingat pengelolaan usaha perasuransi potensial mendatangkan keuntungan ekonomi yang sangat besar, utamanya bersumber dari premi nasabah (tertanggung) yang diinvestasikan oleh perusahaan asuransi ke dalam produk-produk investasi yang mendatangkan keuntungan berlipat bagi perusahaan asuransi.

Penggunaan cara-cara konvensional untuk memasarkan produk asuransi tampaknya tidak lagi cocok di era sekarang, mengingat kondisi dunia sudah banyak berubah. Hal ini tersirat dari ungkapan Fergal Madigan, *as the world changes around them, insurers can't do business the same way they always have. In response, the industry is reinventing itself online.*⁵ Oleh karena itu, banyak cara kreatif dan inovatif yang dilakukan Perusahaan perasuransian dalam memasarkan produk asuransi, seperti menawarkan kemudahan dalam berasuransi bagi calon tertanggung, membuat produk baru asuransi yang lebih mudah diterima semua lapisan masyarakat,⁶ hingga promosi produk asuransi dengan melibatkan pesohor atau klub sepakbola dunia, seperti yang dilakukan perusahaan asuransi asal Korea Selatan, *DB Insurance Co*, yang menggunakan Yoona, salah seorang member *Girl's Generation*, untuk menjadi bintang iklan perusahaan asuransi tersebut serta perusahaan asuransi global asal Perancis, AXA, yang menjalin kontrak kerjasama dengan klub sepakbola asal Inggris Liverpool FC.

Sebagai respons atas perlunya perusahaan asuransi menerapkan inovasi dalam memasarkan produk asuransi, pada awal tahun 2000-an perusahan asuransi nasional mulai memperkenalkan model pemasaran produk asuransi dengan melibatkan pihak bank yang disebut dengan *Bancassurance*.⁷ *Bancassurance* dipandang sebagai sebuah terobosan baru dalam pemasaran produk asuransi, karena sebelumnya bank tidak pernah dilibatkan dalam pemasaran produk asuransi akibat terkendala regulasi. Mengenai hal ini, Gilles Benoist menyatakan: *Bancassurance is a global movement that is gradually breaking down the traditional barriers between the various businesses of supplying financial product and*

⁴ Statista, “Insurance industry in the U.S.-statistics & facts”, <https://www.statista.com/topics/3140/insurance-industry-in-the-us/#editorsPicks>. Diakses 28 Juli 2024

⁵ Fergal Medigan, “The future is arriving fast in the insurance industry,” <https://stripe.com/blog/the-future-is-arriving-fast-in-the-insurance-industry>, 2023. Diakses 28 Juli 2024

⁶ Lahirnya produk *Unit Link* atau produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi (PAYDI) merupakan salah satu cara perusahaan perasuransian untuk menarik minat masyarakat dalam berasuransi.

⁷ Konsep *bancassurance* pertama kali ditemukan di Eropa. Sebelum meluas di Eropa pada awal 1990-an, transaksi *bancassurance* pertama kali didaftarkan di Belgia. Setelah itu, istilah *bancassurance* mulai digunakan di Perancis pada tahun 1980.

*services.*⁸ Bahkan, menurut Marzai, *The competitive pressure from other financial market segments (such as insurance and capital markets) has prompted banks to initiate and develop new services such as Bancassurance.*⁹

Pelibatan bank dalam pemasaran produk asuransi (*bancassurance*) bukan tanpa alasan, ada beberapa faktor yang melatarbelakanginya, antara lain:

1. Perusahaan asuransi menyadari bahwa lembaga perbankan memiliki jaringan yang sangat luas hingga ke pelosok daerah, sehingga menjadi peluang untuk memperkenalkan dan memasarkan produk asuransi pada kelompok masyarakat yang selama ini belum terjangkau asuransi.
2. Pengenalan masyarakat pada perusahaan asuransi beserta produk-produknya sangat minim karena perusahaan asuransi jarang melakukan sosialisasi atau pengenalan pada masyarakat terkait. Oleh karena itu, melalui *bancassurance* diharapkan pengenalan dan pengetahuan masyarakat pada produk asuransi lebih efektif dan efisien karena pada saat masyarakat menggunakan layanan perbankan secara bersamaan bank dapat memperkenalkan produk asuransi.
3. Kepercayaan masyarakat terhadap lembaga perbankan dan produk-produknya saat ini relatif baik dibandingkan perusahaan asuransi dan produk-produknya akibat adanya beberapa perusahaan asuransi mengalami gagal bayar.
4. Pada umumnya, antara perusahaan asuransi dengan bank sudah terjalin kerja sama yang baik dan saling menguntungkan yaitu perusahaan perasuransian dibantu oleh bank dalam memperkenalkan/mempromosikan produk asuransinya, sedangkan bank mendapatkan keuntungan karena pembayaran premi asuransi atau pembayaran klaim tertanggung dapat dibayarkan melalui layanan bank yang bersangkutan. Di samping itu, bank mendapatkan komisi dari setiap produk asuransi yang terjual.

Studi *Expert Market Research*¹⁰ menyebutkan pasar *bancassurance* global tumbuh rata-rata 7% pertahun dalam lima tahun ke depan dari posisi US\$1,46 milliar pada tahun 2022. Namun, pertumbuhan *bancassurance* di Indonesia masih tetap berfluktuasi akibat pengaruh ketidakpastian ekonomi, kebijakan perubahan kebijakan asuransi serta dinamika yang terjadi

⁸ Gilles Benoist, *Bancassurance: The New Challenges*, “The Geneva Papers on Risk and Insurance,” Vol 27 No 3, July 2002, pg 295

⁹ Elda Marzai (ABLIZ), *Bancassurance in a digital era*, DOI: 10.2478/picbe-2018-0054, ISSN 2558-9652| Proceedings of the 12th International Conference on Business Excellence, 2018, pg. 601

¹⁰ Siaran Pers, Indonesia Financial Group, 25 Agustus 2023, “Kawasan Asia Pasific Topang Prospek Bisnis Bancassurance Global 5 Tahun Ke Depan.”

di industri asuransi itu sendiri. Untuk itu, industri asuransi dan perbankan harus memperkuat kerjasama dalam rangka meningkatkan literasi asuransi serta kualitas layanan *bancassurance*.

Sekalipun keberadaan *bancassurance* diharapkan dapat meningkatkan pengenalan masyarakat terhadap produk asuransi sekaligus membantu perusahaan asuransi dalam meningkatkan penjualan produk asuransi, namun dilihat dari perspektif hukum ada beberapa hal yang memerlukan kejelasan, khususnya dari aspek hubungan hukum antara perusahaan asuransi dan bank serta perlindungan hukum konsumen asuransi dalam *bancassurance*.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif, yaitu dengan menitikberatkan pada penelaahan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan relevan dengan permasalahan hukum yang menjadi fokus penelitian, dalam hal ini terkait penerapan *bancassurance* di Indonesia, sedangkan penelitian ini bersifat deskriptif analitis, yaitu penelitian yang berupaya untuk memperoleh gambaran yang utuh dan menyeluruh terkait penerapan *bancassurance* sebagai salah satu model pemasaran asuransi, untuk selanjutnya dianalisis terkait aspek hubungan hukum yang mendasari *bancassurance* serta pelindungan hukum konsumen dalam penggunaan model *bancassurance*.

Data yang diteliti di dalam penelitian ini adalah data sekunder (data kepustakaan) yang bersumber dari 3 (tiga) bahan hukum yaitu bahan hukum primer berupa bahan hukum yang mempunyai kekuatan mengikat, antara lain: Undang-undang No. 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian dan beberapa Peraturan Otoritas Jasa Keuangan yang berkaitan dengan jasa keuangan dan *bancassurance*, seperti Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 31 /Seojk.05/2022 Tentang Saluran Pemasaran Produk Asuransi melalui Kerja Sama dengan Bank (*Bancassurance*), sedangkan bahan hukum sekunder yang digunakan berupa bahan-bahan meliputi buku-buku teks, hasil-hasil penelitian, jurnal artikel hukum, dan internet. Akhirnya, analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif.

C. Pembahasan

1. Hubungan Hukum Perusahaan Asuransi dan Bank dalam *Bancassurance*

Pada awalnya, aktivitas bank dibatasi hanya sebagai lembaga perantara keuangan atau *financial intermediary*, artinya bank menjembatani kebutuhan dua nasabah yang berbeda, satu pihak merupakan nasabah yang memiliki dana dan pihak lainnya merupakan nasabah yang

membutuhkan dana. Namun, sejak berlakunya Keputusan Menteri Keuangan Nomor 426/KMK.06/2003 tentang Perizinan Usaha dan Kelembagaan Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi, kegiatan perbankan diperluas sehingga tidak hanya berfungsi sebagai lembaga *intermediary* tetapi juga dapat melakukan kegiatan usaha keperantaraan, seperti memasarkan produk asuransi. Apalagi setelah keluarnya Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 23/POJK.05/2015 tentang Produk Asuransi dan Pemasaran Produk Asuransi (POJK No. 23/POJK.05/2015), dalam Pasal 5 disebutkan secara tegas bahwa pemasaran produk asuransi dapat dilakukan melalui 4 (empat) skema, salah satu diantaranya adalah *Bancassurance*.

Pengaturan secara khusus terkait pemasaran produk asuransi melalui bank (*bancassurance*) sekaligus sebagai tindak lanjut dari POJK No. 23/POJK.05/2015, keluarlah Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 32/SEOJK.05/2016 tentang Saluran Pemasaran Produk Asuransi Melalui Kerja Sama dengan Bank (*Bancassurance*), yang mana POJK No. 32/SEOJK.05/2016 ini dilakukan penyesuaian melalui Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 31 /SEOJK.05/2022 tentang Saluran Pemasaran Produk Asuransi Melalui Kerja Sama Dengan Bank (*Bancassurance*). Dalam ketentuan tersebut *bancassurance* didefinisikan sebagai aktivitas kerja sama antara perusahaan dengan bank dalam rangka memasarkan produk asuransi melalui bank, sedangkan Elda Marzai melihat konsep *bancassurance* dari 2 (dua) sudut pandang, yaitu fungsi dan kelembagaan, saat menyatakan: *Definition of the concept of bancassurance has a functional and institutional aspect. The first aspect defines the concept of bancassurance as a set of banking and insurance products. The second concerns the way in which collaboration between banks and insurance companies is organized.*¹¹

Bancassurance merupakan terobosan inovatif dalam pemasaran produk asuransi, di tengah rendahnya penetrasi asuransi di Indonesia. Keuntungan yang diperoleh melalui penggunaan *bancassurance* sangat dirasakan oleh perusahaan asuransi dan bank, sebagaimana pernyataan Sadana dan Kaur: *It is like a give and take situation where bank grants the insurance company access to their wide ranging customers to sell insurance products in return of which banks earn income,*¹² sedangkan dari pernyataan Alavudeen dan Growing tersirat bahwa keuntungan *bancassurance* tidak saja dari sisi bank dan perusahaan asuransi tetapi juga

¹¹ Elda Marzai (ABLIZ), *loc.cit*

¹² Diksha Sadana, dan Kamalpreet Kaur, A Study on Factors Contributing Growth of Bancassurance, "Journal of Corporate Finance Management and Banking System", Vol : 03, No. 02 , Feb-Mar 2023, pg 22

konsumen, khususnya dari sisi perbaikan layanan, menurutnya: *for the banks, income from Bancassurance is the only non-interest based income. The insurance company gets better geographical reach without additional costs. Providing multiple services at one place to the customers improves customer satisfaction.*¹³ Dengan demikian, tidak ada alasan untuk menyatakan kehadiran *bancassurance* mengakibatkan akses konsumen pada produk asuransi menjadi semakin panjang dan sukar.

Dalam praktik pemasaran produk asuransi melalui *Bancassurance* dikenal 3 (tiga) model bisnis yang digunakan, yaitu:¹⁴

1. Referensi

Dalam model bisnis ini, bank berperan hanya mereferensikan atau merekomendasikan suatu Produk Asuransi kepada calon pemegang polis, tertanggung, atau peserta. Model bisnis referensi dapat dibedakan menjadi:

- a. Referensi dalam rangka produk bank. Dalam model bisnis ini bank mereferensikan atau merekomendasikan produk asuransi kepada nasabah bank yang akan menjadi calon tertanggung atau peserta, yang merupakan persyaratan untuk memperoleh suatu produk perbankan.
- b. Referensi tidak dalam rangka produk bank. Dalam model bisnis ini bank mereferensikan atau merekomendasikan produk asuransi kepada calon pemegang polis, tertanggung, atau peserta, yang tidak menjadi persyaratan untuk memperoleh suatu produk perbankan.

2. Kerja Sama Distribusi

Dalam model bisnis ini bank berperan memasarkan produk asuransi dengan cara memberikan penjelasan mengenai Produk Asuransi tersebut secara langsung kepada calon pemegang polis, tertanggung, atau peserta.

3. Integrasi Produk

Dalam model bisnis ini bank berperan memasarkan produk asuransi kepada calon pemegang polis, tertanggung, atau peserta dengan cara modifikasi dan/atau menggabungkan produk asuransi dengan produk perbankan (*bundled product*). Peran bank tidak hanya meneruskan dan memberikan penjelasan atas produk asuransi kepada

¹³ Rebeena Alavudeen and Rosa K.D, Growing, Role of Bancassurance in Banking Sector, "Bonfring International Journal of Industrial Engineering and Management Science," Vol. 5, No. 2, June 2015, pg 10

¹⁴ Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 31 /Seojk.05/2022 Tentang Saluran Pemasaran Produk Asuransi melalui Kerja Sama dengan Bank (*Bancassurance*). Bagian II. 1

calon pemegang polis, tertanggung, atau peserta, tetapi juga menindaklanjuti aplikasi atas *bundled product* termasuk yang terkait dengan produk asuransi kepada perusahaan.

Penentuan model bisnis mana yang dipilih bank dalam memasarkan produk asuransi sangat ditentukan oleh sejauh mana bank mau ikut bertanggung jawab atas produk asuransi yang dipasarkannya, apakah hanya sekedar mereferensikan, menjelaskan atau lebih jauh lagi hingga menindaklanjuti aplikasi yang dibuat oleh konsumen.

Sebelum membicarakan hubungan hukum antara perusahaan asuransi dan bank dalam memasarkan produk asuransi melalui *bancassurance*, terlebih dahulu dikemukakan apa yang dimaksud dengan hubungan hukum. Hubungan hukum (*rechtsbetrekkingen*) merupakan terminologi yang hampir selalu ada dalam setiap pembicaraan mengenai perjanjian, mengingat dalam hubungan hukum terkandung adanya hak dan kewajiban para pihak yang telah disepakati dan harus ditaati dengan akibat penjatuhan sanksi bagi pihak yang tidak mentaatinya (melanggar). Apeldoorn mencontohkan hubungan antara orang yang meminjamkan uang dengan orang yang menerimanya dan itu dilakukannya antara lain dengan membentuk peraturan-peraturan siapa yang meminjamkan uang pada orang lain, berhak meminta kembali uangnya sejumlah yang sama, dan pihak yang lain wajib memenuhinya,¹⁵ sedangkan Soeroso mendefinisikan hubungan hukum yaitu hubungan antara dua atau lebih subyek hukum. Dalam hubungan hukum ini hak dan kewajiban pihak yang satu berhadapan dengan hak dan kewajiban pihak yang lain.¹⁶ Dengan demikian dalam suatu hubungan hukum, sekurang-kurangnya terdiri dari 3 (tiga) unsur, yaitu:

1. Adanya orang-orang yang hak/kewajibannya saling berhadapan;
2. Adanya obyek yang berlaku berdasarkan hak dan kewajiban;
3. Adanya hubungan antara pemilik hak dan pengembangan kewajiban atau adanya hubungan atas obyek yang bersangkutan.¹⁷

Dalam hubungan hukum antara perusahaan asuransi dan bank perihal pemasaran produk asuransi terkandung seperangkat hak dan kewajiban yang harus ditaati para pihak dengan ancaman sanksi bagi pihak yang melakukan pelanggaran.

Proses terjadinya hubungan hukum kerja sama pemasaran produk asuransi melalui model *bancassurance* diawali dengan adanya komunikasi dan negosiasi antara perusahaan asuransi dengan bank, yang mana dalam negosiasi tersebut dibicarakan perihal jenis asuransi yang

¹⁵ LJ van Apeldoorn, *Pengantar Ilmu Hukum*, Pradnya Paramita, Jakarta, 1968, hlm. 45

¹⁶ R. Soeroso, *Pengantar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2005, hlm.269

¹⁷ *ibid*

menjadi obyek *bancassurance*, premi, model pemasaran, *fee/komisi* yang diberikan, dan durasi kerja sama. Setelah disepakati berbagai hal terkait hak dan kewajiban masing-masing pihak, langkah selanjutnya hak dan kewajiban tersebut dituangkan dalam perjanjian kerja sama secara tertulis yang di dalamnya paling sedikit memuat:¹⁸

- a. Kejelasan hak dan kewajiban masing-masing pihak, terutama klausula yang menyatakan tanggung jawab masing-masing pihak dalam *bancassurance*. Hal ini penting untuk diketahui karena pada umumnya konflik/sengketa para pihak berawal dari pelanggaran kewajiban yang berujung pada tuntutan tanggung jawab sebagaimana ditetapkan dalam perjanjian.
- b. Klausul yang menyatakan bahwa tenaga pemasar bank hanya boleh menggunakan media pemasaran (*marketing kit*) dan ringkasan informasi produk asuransi yang telah ditetapkan atau disetujui oleh perusahaan.
- c. Klausula khusus terkait dengan model bisnis dan/atau fitur khusus PAYDI untuk model bisnis kerjasama distribusi, yaitu antara lain Perusahaan harus mencatat dan mengelola secara khusus aset dan liabilitas Perusahaan yang bersumber dari investasi PAYDI.
- d. Model bisnis yang digunakan. Karena model bisnis melalui *bancassurance* memiliki beberapa model tentunya harus ditetapkan model bisnis mana yang ditawarkan.
- e. Produk Asuransi atau *bundled product* yang dipasarkan. Produk asuransi memiliki banyak jenis sehingga untuk menghindari adanya kesalahan dalam menentukan produk asuransi perlu ditetapkan produk asuransi mana yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi melalui bank.
- f. Jangka waktu perjanjian.
- g. Pengambilan keputusan *underwriting* dan keputusan klaim sepenuhnya menjadi kewenangan Perusahaan Asuransi. Karena perbankan tidak memiliki keahlian dalam menentukan risiko asuransi, maka wajar apabila keputusan *underwriting* dan klaim menjadi keputusan perusahaan asuransi.
- h. Prosedur penutupan asuransi, dan pembayaran premi atau kontribusi;
- i. Klausul yang menyatakan bahwa pertanggungan mulai berlaku dan mengikat sejak premi atau kontribusi diterima oleh pihak Bank.
- j. Prosedur penyelesaian dan pembayaran klaim;

¹⁸ Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 31 /Seojk.05/2022 Tentang Saluran Pemasaran Produk Asuransi melalui Kerja Sama dengan Bank (*Bancassurance*). Bagian IV.6

- k. Klausula yang mengatur mengenai besaran komisi yang diberikan Perusahaan kepada Bank dalam rangka *Bancassurance*.
- l. Kejelasan tanggung jawab masing-masing pihak dalam j. k. l. melaksanakan kewajiban Anti Pencucian Uang – Pencegahan Pendanaan Terorisme (APU-PPT).
- m. Klausula yang memuat kondisi yang menyebabkan berakhirnya perjanjian kerja sama, termasuk berakhirnya kerja sama akibat salah satu pihak baik Perusahaan atau Bank dicabut izin usahanya oleh OJK.
- n. Kejelasan penyelesaian hak dan kewajiban masing-masing pihak, termasuk kewajiban kepada Pemegang Polis, Tertanggung, Peserta dan/atau penerima manfaat apabila perjanjian kerja sama berakhir, baik karena berakhirnya jangka waktu perjanjian kerja sama maupun karena memenuhi kondisi yang menyebabkan berakhirnya kerja sama sebagaimana dimaksud pada huruf m beserta kontak atau domisili Perusahaan yang dapat dihubungi.
- o. Kejelasan penyelesaian hak dan kewajiban masing-masing pihak, termasuk kewajiban kepada pemegang polis, tertanggung, atau peserta.
- p. Klausul yang memuat hak Perusahaan untuk mendapatkan informasi mengenai nasabah Bank sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dalam hal asesmen akseptasi nasabah (penutupan Produk Asuransi) maupun investigasi (apabila terjadi klaim) dalam rangka manajemen risiko.
- q. Kewajiban para pihak untuk menjaga kerahasiaan data nasabah Bank yang menjadi Pemegang Polis, Tertanggung, Peserta dan/atau penerima manfaat Produk Asuransi; dan
- r. Klausul mengenai kerja sama pelatihan antara Bank dan Perusahaan Asuransi bagi pegawai Bank yang akan memasarkan Produk Asuransi yang akan dipasarkan.

Dengan memperhatikan uraian di atas, tampak jelas bahwa hubungan hukum yang mendasari perusahaan asuransi dan bank adalah hubungan hukum kerja sama pemasaran produk asuransi, yang mana peran bank hanya sekedar mempromosikan/memasarkan produk asuransi kepada konsumen dan bank tidak memiliki hak untuk membuat sendiri jenis dan bentuk pemasaran di luar yang ditetapkan oleh perusahaan asuransi. Di samping itu, bank dilarang menanggung atau turut menanggung risiko yang timbul dari produk asuransi yang ditawarkan, akibatnya segala risiko dari produk asuransi yang dipasarkan bank menjadi tanggungan perusahaan asuransi mitra bank. Hal ini dapat dipahami mengingat peran bank dalam *bancassurance* hanya membantu dalam memasarkan produk asuransi, sedangkan

kualitas produk asuransi yang dipasarkan menjadi urusan perusahaan asuransi, apakah produk asuransi tersebut *proper* atau tidak.

2. Pelindungan Hukum Konsumen Asuransi dalam *Bancassurance*

Pentingnya pelindungan hukum bagi manusia sejalan dengan amanat Undang-Undang Dasar 1945 (UUD 1945), sebagaimana tercantum dalam Pasal 28D ayat (1) UUD1945 yang menyatakan: "Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama dihadapan hukum." Adanya amanat konstitusi yang menyatakan pentingnya pelindungan hukum bagi kehidupan manusia tidak serta merta menjadikan setiap orang maupun lembaga sadar bahwa pelindungan hukum yang merupakan hak setiap individu, harus dihormati karena pada praktiknya masih ada pihak-pihak, baik perorangan maupun lembaga lambat merespons bahkan mengabaikan pelindungan hukum. Padahal, pengabaian terhadap pelindungan hukum potensial menimbulkan konflik.

Berbicara tentang pelindungan hukum tidak dapat dilepaskan dari pengertian tentang hukum dan tujuan hukum. Menurut Mochtar Kusumaatmadja, hukum tidak hanya meliputi asas dan kaidah yang mengatur kehidupan manusia dalam masyarakat, melainkan juga termasuk lembaga dan proses dalam mewujudkan berlakunya kaidah itu dalam kenyataan di masyarakat, sedangkan tujuan pokok dari hukum apabila hendak direduksi pada satu hal saja, adalah ketertiban (*order*).¹⁹ Di samping ketertiban, tujuan lain dari hukum adalah tercapainya keadilan yang berbeda-beda isi dan ukurannya, menurut masyarakat dan zamannya. Untuk mencapai ketertiban dalam masyarakat ini, diperlukan adanya kepastian dalam pergaulan antarmanusia dalam masyarakat.²⁰ Lain halnya dengan Van Apeldoorn, yang menyebutkan tujuan hukum ialah mengatur pergaulan hidup setjara damai.²¹

Dengan demikian, apakah kaitan hukum dan pelindungan hukum? Secara umum, melalui pelindungan hukum ketertiban, dan keadilan masyarakat yang merupakan tujuan hukum dapat diraih. Melalui pelindungan hukum diharapkan kedamaian dapat tercipta karena pada saat interaksi antarmanusia sedang atau berpotensi menghadapi persoalan maka di sinilah posisi pelindungan hukum mengemuka sebagai sarana untuk meredam dan/ atau menyelesaikan terjadinya persoalan. Hal ini sejalan dengan pendapat Van Dijk dalam Peter

¹⁹ Mochtar Kusumaatmadja, *Pembinaan Hukum dalam Rangka Pembangunan Nasional*, Alumni, Bandung, 2002

²⁰ Lihat Mochtar Kusumaatmadja, *Kosep-konsep Hukum dalam Pembangunan*, Alumni, 2002, hlm. 3-4.

²¹ Apeldoorn, LJ van, *Pengantar Ilmu Hukum*, Pradnya Paramita, Jakarta, 1968

Mahmud Marzuki yang menyatakan bahwa “hukum harus berfungsi dalam mencapai tujuan damai sejahtera, tujuan untuk mencapai damai sejahtera itu dapat terwujud apabila hukum sebanyak mungkin memberikan pengaturan yang adil.”²²

Satjipto Raharjo mendefinisikan perlindungan hukum yaitu memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum atau dengan kata lain perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.²³ Dari hal tersebut, unsur-unsur yang terkandung dalam perlindungan hukum meliputi:

1. Adanya pengayoman dari pemerintah terhadap warganya.

Mengingat pemerintah diperlengkapi dengan aturan dan aparatur pelaksana untuk memberikan perlindungan pada masyarakat tentunya peran pemerintah sebagai pengayom haruslah aktif dan responsif terhadap setiap permintaan perlindungan dari masyarakat.

2. Jaminan kepastian hukum.

Jaminan kepastian hukum berarti setiap perlindungan hukum yang ditetapkan dalam suatu peraturan perundang-undangan menimbulkan adanya kewajiban bagi setiap orang termasuk aparatur penegak hukum untuk secara konsisten dan konsekuensi menghormatinya, yang mana membawa konsekuensi hukum bagi pihak yang tidak menghormatinya.

3. Berkaitan dengan hak-hak warganegara.

Di dalam perlindungan hukum terkandung adanya perlindungan terhadap hak-hak warga Negara, baik atas jiwa-raga, harta benda serta hak-hak lainnya yang melekat pada wara Negara tersebut.

4. Adanya aparat (lembaga) penegak hukum.

Agar perlindungan hukum dapat diberikan dengan baik tentunya perlu didukung oleh aparat (lembaga) penegak hukum yang memiliki otoritas untuk mengawasi dan menegakkannya karena perlindungan hukum tidak membawa manfaat jika sebatas aturan tertulis tanpa dilengkapi keberadaan aparat (lembaga) penegak hukum.

²² Peter Mahmud Marzuki, *Pengantar Ilmu Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2006, hlm.

²³ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*. Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2000, hlm.74.

Relevan dengan itu, Philipus M Hadjon membagi prinsip yang mendasari perlindungan hukum menjadi dua:²⁴

- a. Prinsip Pengakuan dan Perlindungan Terhadap Hak Asasi Manusia.

Prinsip terhadap pengakuan dan perlindungan terhadap hak asasi manusia difokuskan terhadap pembatasan hak maupun pemberian suatu kewajiban pada masyarakat untuk mematuhinya guna tercipta masyarakat yang damai, sehingga perlindungan hukum bagi rakyat diawali dengan konsep hak asasi manusia.

- b. Prinsip Negara Hukum.

Sesuai amanah konstitusi bahwa Indonesia adalah negara hukum, oleh karenanya segala sesuatunya harus dilandaskan dengan hukum demi terciptanya pengayoman dalam masyarakat. Perlindungan hukum sendiri merupakan bentuk nyata dari adanya hukum, sebab hasil dari adanya hukum adalah perlindungan hukum. Perlindungan tersebut dapat diartikan sebagai perlindungan untuk memperoleh jaminan atau santunan hukum atas kerugian yang mungkin didapatkan karena menjadi korban tindak pidana. Bentuk dari jaminan tersebut dapat berupa pemulihan nama baik, pemulihan tekanan batin, pemberian ganti rugi dan lain sebagainya.

Prinsip lain menurut penulis yang tidak kalah pentingnya untuk menjadi landasan dalam pemberian perlindungan hukum kepada warga negara adalah:

1. Kesetaraan (non diskriminasi) yang bermakna persamaan hak bagi setiap warga Negara untuk memperoleh perlindungan hukum. Konsekuensi logis dari adanya prinsip kesetaraan (non diskriminasi) adalah dilarang adanya warga negara yang mendapat perlakuan istimewa dalam menuntut haknya atas perlindungan hukum serta kewajiban bagi Negara melalui lembaganya untuk memberikan perlindungan hukum kepada setiap warga Negara tanpa kecuali sepanjang memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan oleh peraturan perundang-undangan.
2. Kepastian Hukum. Dalam konteks pemberian perlindungan hukum prinsip kepastian hukum beranekaragam dari pemahaman bahwa lingkup pemberian perlindungan hukum harus memiliki dasar pijakan yuridis serta lingkup pemberian perlindungan hukum harus sesuai dengan aturan yang ada dalam undang-undang.
3. Proporsional artinya pemberian perlindungan hukum kepada seseorang haruslah seimbang (tidak berlebihan), namun tetap mengacu pada undang-undang.

²⁴ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*, Surabaya: PT Bina Ilmu, hlm. 19.

4. Keadilan. Sekalipun keadilan sifatnya relatif namun dengan diberikannya perlindungan hukum diharapkan warga Negara yang menerimanya merasakan bahwa hak-haknya sebagai warga Negara telah diperoleh.
5. Kemudahan artinya perlindungan hukum kepada warga Negara harus mudah diakses oleh siapapun.

Dalam konteks perlindungan konsumen, Maria Alfons, sebagaimana dikutip oleh Istighfarrin dan Aliwarman, mengatakan perlindungan hukum pada hakikatnya ialah perlindungan terhadap derajat dan harga diri, serta penghargaan kepada HAM milik subyek hukum atau sebagai kombinasi peraturan yang memungkinkan menegakkan suatu hal terhadap hal lain yang berhubungan dengan konsumen, yang dapat diartikan bahwa hukum memberi perlindungan terhadap hak-hak yang dipunyai pelanggan akan suatu hal yang mengakibatkan tak terwujudnya hak-hak itu.²⁵ Untuk itu, dalam pemasaran produk asuransi melalui model *bancassurance*, wujud perlindungan konsumen diberikan dengan cara memastikan bahwa konsumen mendapatkan hak-haknya setelah menggunakan produk asuransi sekalipun produk asuransi diperoleh melalui pihak lain di luar perusahaan asuransi. Selain itu, perlindungan konsumen harus diberikan secara menyeluruh yaitu sejak tahap penawaran hingga pembayaran klaim.

Urgensi perusahaan asuransi memberikan perlindungan pada nasabah asuransi adalah:

1. Produk asuransi bukan produk yang umum diketahui masyarakat sehingga masyarakat tidak mudah memahaminya;
2. Ketentuan yang mengatur tentang asuransi relatif banyak;
3. Klausul yang tertera dalam produk asuransi sangat kompleks sehingga membutuhkan ketelitian yang tinggi untuk memahaminya;
4. Pengalaman adanya beberapa perusahaan asuransi yang tidak mampu membayar kewajibannya pada nasabah (gagal bayar), sehingga nasabah khawatir mengalami hal yang sama ketika ikut asuransi.

Adanya keraguan terhadap lemahnya perlindungan hukum terhadap nasabah asuransi tidak boleh dibiarkan berlarut-larut agar kepercayaan masyarakat pada asuransi kembali pulih.²⁶ Oleh karena itu, upaya yang dapat dilakukan untuk memberikan perlindungan hukum

²⁵ Sarrah Istighfarrin dan Fauzul Aliwarman, Perlindungan Hukum Desainer Pakaian Yang Desainnya Digunakan Tanpa Izin Untuk Kepentingan Komersial, "Jurnal Yuridis" Vol. 8 No. 2, Desember 2021, hlm, 210

²⁶ Kepercayaan masyarakat terhadap asuransi mencapai titik nadir pada saat beberapa perusahaan asuransi swasta dan BUMN dalam interval waktu yang tidak terlalu lama mengalami gagal bayar yang disebabkan buruknya tata kelola perusahaan dan korupsi.

kepada nasabah (konsumen) yang memperoleh produk asuransi melalui pola *bancassurance*, antara lain:

1. Jaminan kepastian bahwa nasabah/konsumen telah memperoleh informasi secara jelas dan lengkap mengenai manfaat, risiko, persyaratan, tata cara dan pengecualian jaminan.
2. Menyampaikan informasi terkait biaya-biaya lain, termasuk komisi yang diperoleh dalam pemasaran melalui *bancassurance*.
3. Adanya informasi yang jelas bahwa risiko asuransi menjadi tanggung jawab perusahaan asuransi.
4. Bank yang melakukan pemasaran melalui *bancassurance* telah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan mematuhi berbagai persyaratan dan ketentuan yang berlaku.
5. Bank telah menerapkan manajemen risiko dengan baik.
6. Bank memastikan bahwa pegawai yang membantu mengurus pembelian produk asuransi adalah pegawai yang memiliki sertifikat keagenan, dan mampu membantu dan menjelaskan secara detil terkait produk asuransi yang ditawarkan.
7. Perusahaan asuransi memastikan bahwa produk asuransi yang dijual melalui *bancassurance* merupakan produk asuransi yang berkualitas.
8. Perusahaan asuransi telah mendapatkan persetujuan dari OJK untuk memasarkan produk asuransi melalui *bancassurance*.
9. Perusahaan asuransi yang menerbitkan produk asuransi memenuhi persyaratan kesehatan keuangan sebagaimana dipersyaratkan oleh peraturan perundang-undangan.
10. Menjamin bahwa perusahaan asuransi bertanggung jawab atas semua tindakan bank yang berkaitan dengan produk asuransi yang dipasarkan melalui *bancassurance*.

D. Penutup

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa hubungan hukum antara perusahaan asuransi dan Bank melalui model *bancassurance* adalah hubungan hukum kerja sama pemasaran produk asuransi, yang mana posisi bank hanya melakukan kegiatan pemasaran produk asuransi, akibatnya, bank tidak bertanggungjawab atas risiko yang mungkin terjadi atas produk asuransi yang dipasarkan. Terkait wujud pelindungan hukum terhadap konsumen asuransi melalui *bancassurance* dapat diperhatikan pada kualitas produk asuransi yang

ditawarkan kepada nasabah (konsumen) serta kredibilitas dari perusahaan asuransi yang menerbitkan produk asuransi dan bank yang memasarkan produk asuransi.

Mengingat mekanisme pemasaran produk asuransi melibatkan pihak perusahaan asuransi dan bank, maka data milik nasabah asuransi akan tercatat di kedua institusi ini. Oleh karena itu, guna menjamin keamanan dan kerahasiaan data milik nasabah, perusahaan asuransi dan bank perlu menyusun pakta kerahasiaan yang menyatakan bahwa data pribadi milik nasabah tidak akan digunakan di luar peruntukannya untuk menghindari terjadinya penyalahgunaan

Daftar Pustaka

Buku

- Gultom, Elisatris. 2021. *Perlindungan Hukum Dalam Kegiatan Asuransi Di Indonesia*, Bandung: Logoz Publishing
- Hadjon. M. Philipus, 2020. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*, Surabaya: PT. Nina Ilmu
- Hotradero, Poltak. 2024. *Economy and Investment Outlook 2024: Insurance & Media Industry in Political Year*, Jakarta
- Marzuki, Peter Mahmud. 2006. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Mochtar Kusumaatmadja. 2002. *Kosep-konsep Hukum dalam Pembangunan*, Bandung: Alumni
- Satjipto Raharjo, 2000. *Ilmu Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti

Karya Ilmiah

- Alavudeen, Rebeena, and Rosa K.D, "Growing Role of Bancassurance in Banking Sector, "Bonfring International Journal of Industrial Engineering and Management Science, Vol. 5, No. 2, June 2015
- Benoist, Gilles. "Bancassurance: The New Challenges, "The Geneva Papers on Risk and Insurance, Vol 27 No 3, July 2002
- Istighfarrin, Sarrah dan Fauzul Aliwarman, "Perlindungan Hukum Desainer Pakaian Yang Desainnya Digunakan Tanpa Izin Untuk Kepentingan Komersial, "Jurnal Yuridis, Vol. 8 No. 2, Desember 2021
- Marzai, Elda. (ABLIZ), "Bancassurance in a digital era, "Proceedings of the 12th International Conference on Business Excellence, 2018
- Sadana, Diksha, dan Kamalpreet Kaur, "A Study on Factors Contributing Growth of Bancassurance, "Journal of Corporate Finance Management and Banking System, Vol: 03, No. 02, Feb-Mar 2023

Peraturan Perundang-Undangan

- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- Republik Indonesia, Undang-Undang No. 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 337 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5618
- Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 31 /Seojk.05/2022 Tentang Saluran Pemasaran Produk Asuransi melalui Kerja Sama dengan Bank (*Bancassurance*)

Sumber Lainnya:

- Statista, "Insurance industry in the U.S.-statistics & facts", <https://www.statista.com/topics/3140/insurance-industry-in-the-us/#editorsPicks>. Diakses tanggal 28 Juli 2024
- <https://keuangan.kontan.co.id/news/bancassurance-positif-asal-tidak-ekslusif>. Diakses 15 Juli 2024
- <https://stripe.com/blog/the-future-is-arriving-fast-in-the-insurance-industry>. Diakses 28 Juli 2024