

ABSTRAK

Praktik *mis-selling* dalam pemasaran produk asuransi jiwa unit link masih sering terjadi, salah satunya melalui tidak disampaikannya informasi mengenai periode *cooling-off*. Periode tersebut merupakan hak nasabah untuk mempelajari polis sebelum memutuskan melanjutkan atau membatalkan perjanjian asuransi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaturan hukum mengenai periode *cooling-off* dalam produk asuransi jiwa unit link serta menganalisis tanggung jawab hukum atas praktik *mis-selling* yang berkaitan dengan ketentuan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan spesifikasi penelitian deskriptif analitis, didukung studi kepustakaan dan wawancara, serta dianalisis secara kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa periode *cooling-off* merupakan instrumen perlindungan konsumen yang bersifat wajib dan telah diatur dalam berbagai Peraturan Otoritas Jasa Keuangan. Namun, implementasinya belum optimal karena masih terdapat kurangnya transparansi dalam penyampaian informasi oleh agen asuransi. Praktik *mis-selling* tersebut memenuhi unsur perbuatan melawan hukum sehingga menimbulkan tanggung jawab bagi agen maupun perusahaan asuransi berdasarkan hubungan keagenan dan prinsip *vicarious liability*. Tanggung jawab tersebut dapat berupa ganti rugi, pembatalan polis, pengembalian premi, serta sanksi administratif sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

Kata Kunci: *Mis-selling, Cooling-off, Tanggung Jawab*