Adyan Agit Pratama

ABSTRAK

Pada era modern ini beberapa perusahaan asuransi telah menggunakan metode pemasaran melalui telemarketing. Dalam pemasarannya para pihak dapat melakukan pengikatan perjanjian asuransi melalui telemarketing atas produk asuransi yang ditawarkan.

Perjanjian melalui telemarketing ini sering menimbulkan perselisihan, karena rawan terjadi kekhilafan nasabah didalam menjawab penawaran yang diajukan. Penulis bertujuan untuk menjelaskan dasar hukum dan keabsahan pengikatan asuransi melalui telemarketing pada Asuransi Jiwa AXA Mandiri, ditinjau dari sudut aspek hukum perjanjian dan perlindungan konsumen dalam perjanjian asuransi melalui telemarketing terutama pada perpanjangan asuransi jiwa yang telah kadaluwarsa.

Penelitian menggunakan metode pendekatan *yuridis empiris*. Metode pengumpulan yang dilakukan penulis yaitu dengan studi pustaka dan wawancara dengan perwakilan dari AXA Mandiri selaku pelaku usaha jasa asuransi lalu dianalisis secara kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan Telemarketing adalah metode pemasaran melalui telepon guna meningkatkan nasabah. Pengikatan asuransi melalui telemarketing dapat dilakukan berdasarkan kesepakatan lisan. Perlindungan konsumen terhadap penggunaan telemarketing tetap terpenuhi sepanjang hak-hak konsumen tidak dilanggar. Bentuk perlindungan hukum lainnya berupa polis yang mana didalamnya telah diatur hak-hak dan kewajiban antara penanggung dan tertanggung.

Saran dari hasil penelitian ini, pengawasan terhadap praktek telemarketing perlu lebih dimaksimalkan dan konsumen harus bersikap kritis dan ketentuan umum dalam polis AXA Mandiri perlu diatur lebih jelas mengenai pemulihan polis melalui telemarketing.