

TANGGUNG GUGAT PERUSAHAAN ASURANSI ATAS ADANYA *MIS-SELLING* PRODUK ASURANSI UNIT LINK YANG DITAWARKAN MELALUI *BANCASSURANCE*

Nama(*Name*) : Maulana Yusuf Yustisio

Jurusan/Program Studi (*Discipline/Study Programme*): Hukum/Ilmu Hukum

Pembimbing (*Contributor*) : 1. Dr. Yoan Nursari, Simanjuntak, S.H., M.Hum.
2. Dr. Sylvia Janisriwati, S.H., M.Hum.

Abstrak

Industri jasa keuangan telah menggiring pada majunya inovasi produk asuransi yang semakin bervariasi, salah satu jenisnya adalah produk asuransi unit link. Dalam menjalankan kegiatan usahanya perusahaan asuransi memiliki tenaga pemasar yang dapat mewakili kepentingan perusahaan asuransi untuk memasarkan produk asuransi. Faktor pemasaran produk asuransi merupakan hal yang fundamental bagi calon tertanggung untuk mendapatkan informasi atas produk yang disediakan oleh perusahaan asuransi. Namun, fakta empirisnya menunjukkan perusahaan asuransi dalam penawaran produknya lalai untuk melaksanakan kewajibannya dalam hal pemberian informasi yang benar, mengawasi ketepatan dan kesesuaian penawaran produk asuransi terhadap profil nasabah dengan produk yang dijual sehingga menyebabkan adanya sebuah kerugian bagi nasabah asuransi lazimnya disebut *mis-selling*. Oleh karena itu, tujuan penulisan ini adalah untuk menganalisis tanggung gugat perusahaan asuransi atas adanya *mis-selling* produk asuransi yang ditawarkan melalui *bancassurance* ditinjau dari Undang-Undang Perasuransian, KUH Perdata, dan peraturan perundang-undangan lainnya terkait dengan pemasaran produk asuransi. Metode penulisan yang digunakan adalah yuridis-normatif dengan menggunakan pendekatan peraturan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Hasil penulisan ini menunjukkan dalam hal terjadi *mis-selling* produk asuransi, perusahaan asuransi dapat bertanggung gugat kepada nasabah dengan mengajukan gugatan ke pengadilan negeri dan memberikan ganti kerugian apabila melalui penyelesaian sengketa secara alternatif tidak dicapai kesepakatan.

Kata Kunci: Asuransi, Unit Link, *Mis-Selling*.

Abstract

*The financial services industry has led to the advancement of increasingly varied insurance product innovations, one of which is the unit link insurance product. In carrying out its business activities, insurance companies have marketers who can represent the interest of insurance companies to market insurance products. The marketing factor of insurance products is fundamental for prospective insureds to obtain information on product provided by insurance companies. However, empirical facts show that insurance companies in their products offerings neglect to carry out their obligations in terms of providing correct information overseeing the accuracy and suitability of insurance product offers for customer profiles with the product being sold, causing a loss for insurance customers, commonly called *mis-selling*. Therefore, the purpose of this paper is to analyze the liability of insurance companies for the *mis-selling* of insurance products offered through *bancassurance* in terms of the Insurance Law, the Civil Code, and other laws and regulations related to the marketing of insurance products. The writing method used is juridical-normative by using statutory and conceptual approaches. The results of this study indicate that in the event of *mis-selling* of insurance products, the insurance company can be held liable to customers by filing a lawsuit in a district court and providing compensation if an agreement is not reached through alternative dispute resolution.*

Keywords: Insurance, Unit Link, Mis-Selling.