

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri di bidang jasa yang saat ini sedang berkembang dan banyak membutuhkan Tenaga Pemasaran adalah industri jasa asuransi. Dalam perusahaan asuransi Tenaga Pemasar sering dikenal dengan sebutan Agen (dalam penulisan Skripsi ini yang dimaksud dengan Tenaga Pemasar adalah sama pengertiannya dengan Agen Asuransi).

Agen Asuransi adalah orang yang mewakili satu atau lebih perusahaan asuransi untuk menjual produk asuransi. Kini asuransi semakin dikenal dan semakin banyak pula perusahaan asuransi baik lokal maupun internasional. Berbeda dengan asuransi era 1990-an, asuransi masih dipandang sebelah mata dan sekarang asuransi telah menjadi kebutuhan masyarakat dengan berbagai layanan dan produk yang ditawarkan.

Keagenan memiliki peranan penting dalam suatu kegiatan pemasaran, dimana Agen Asuransi berperan sebagai perantara yang mewakili perusahaan asuransi dalam mempromosikan produk-produk asuransi kepada calon nasabahnya.

Hubungan kerja keagenan merupakan suatu kontrak dimana satu orang lebih (prinsipal) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberi wewenang kepada agen membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal. Jika kedua belah pihak tersebut

mempunyai tujuan yang sama memaksimalkan nilai perusahaan, maka diyakini agen akan bertindak dengan cara yang sesuai dengan kepentingan prinsipal.

Salah satu perusahaan asuransi yang cukup lama dalam bergerak dalam bisnis asuransi yang sudah mempunyai cabang yang di berbagai penjuru negeri ini adalah Allianz yang merupakan salah satu komunitas keuangan terkuat diseluruh dunia yang didirikan pada tahun 1890. Lebih dari 83.000.000 (delapan puluh tiga juta) nasabah pribadi dan korporasi mengandalkan pengetahuan, dan kesolidan Allianz untuk membantu mereka memanfaatkan peluang keuangan serta untuk menghindari dan menjaga diri terhadap risiko.

Allianz memulai bisnis pertama kali yaitu dalam hal asuransi jiwa, kesehatan dan dana pensiun. Pada tahun 1996, Allianz membuka kantor perwakilan yang dikenal dengan PT. Asuransi Allianz Life Indonesia (dalam skripsi ini, selanjutnya disebut Allianz Life). Sampai pada tahun 2015 Allianz Life didukung oleh lebih dari 1.200 (seribu dua ratus) karyawan dan lebih dari 16.000 (enam belas ribu) Agen Asuransi di lebih dari 100 (seratus) kantor pemasaran di 53 (lima puluh tiga) kota. Kekuatan tersebut ditunjang oleh jaringan mitra perbankan dan mitra distribusi lainnya untuk melayani lebih dari 6 juta tertanggung di Indonesia.¹ Allianz Life di Kota Batam didukung oleh 585 (lima ratus delapan puluh lima) Agen Asuransi

¹ PT. Asuransi Allianz Life Indonesia, <http://www.allianz.co.id/tentang-kami>, Diakses pada tanggal 15 Juli 2016.

dan mempunyai 3 (tiga) kantor cabang dengan jumlah Agen Asuransi masing-masing sebagai berikut :

1. Allianz Batam 1 (satu) beralamat di Ruko Palem Regency Blok A1 Nomor 3-4, Batam Centre, memiliki 228 (dua ratus dua puluh delapan) Agen Asuransi yang terdaftar di Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia.
2. Allianz Batam 2 (dua) beralamat di Ruko Mahkota Raya Blok B Nomor 8, Batam Centre, memiliki 254 (dua ratus lima puluh empat) Agen Asuransi yang terdaftar di Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia.
3. Allianz Batam 3 (tiga) beralamat di Ruko Dermaga Sukajadi Blok RF Nomor 3, Batam Centre, memiliki 103 (seratus tiga) Agen Asuransi yang terdaftar di Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia.²

Allianz Life memiliki strategi promosi yang baik dalam kegiatan memasarkan produk-produknya, dimana sebagai Agen pada perusahaan Asuransi, berkewajiban untuk memperkenalkan produk asuransi yang dilakukan oleh para Agen Asuransi ini berhubungan dengan komunikasi pada umumnya. Kegiatan yang dilakukan adalah komunikasi antar pribadi atau komunikasi tatap muka dalam memperkenalkan produk asuransi kepada calon nasabah.

² Hasil wawancara dengan Roberd Saragi, *Pengembangan Agensi Allianz Life di Kota Batam*, pada tanggal 1 September 2016 di kota Batam.

Keberhasilan seorang Agen Asuransi dalam memperkenalkan produk dan meyakinkan calon nasabahnya, akan menjadikan perusahaan asuransi berkembang dengan baik. Oleh karena itu, perusahaan asuransi sangat membutuhkan keahlian seorang Agen Asuransi baik dalam berkomunikasi.

Seseorang bisa menjadi Agen Asuransi pada suatu perusahaan Asuransi harus memenuhi persyaratan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan yang bersangkutan, yaitu semua warga negara Indonesia yang memiliki identitas, lisensi dari Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (selanjutnya dalam penelitian ini ditulis AAJI), minimum berusia 17 tahun, tidak sedang dalam daftar hitam, dan tidak pernah melakukan tindak pidana.

Persyaratan tertentu lainnya yang harus dimiliki oleh seorang Agen Asuransi di Allianz Life sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 73 Tahun 1992 tentang Penyelenggaraan Usaha Perasuransian adalah bahwa setiap Agen Asuransi hanya dapat menjadi agen dari satu perusahaan saja. Agen Asuransi wajib memiliki perjanjian keagenan dengan Perusahaan Asuransi yang diageninya. Agen Asuransi dalam menjalankan kegiatannya harus memberikan keterangan yang benar dan jelas kepada calon tertanggung tentang program asuransi yang dipasarkan dan ketentuan isi polis tersebut.³

Tanggung jawab Agen Asuransi terhadap nasabah pada Allianz Life adalah melayani calon tertanggung dengan baik dan benar sesuai ketentuan

³ Indonesia, Peraturan Pemerintah Nomor 73 Tahun 1992, *tentang Penyelenggaraan Usaha Perasuransian*, Ps. 27.

yang berlaku, memberikan informasi dan/atau penjelasan yang benar mengenai produk asuransi yang ditawarkan dan menjaga informasi kerahasiaan calon tertanggung. Agen Asuransi dalam menjalankan kegiatannya harus memberikan keterangan yang benar dan jelas apa saja yang menjadi hak dan kewajiban calon tertanggung atau calon nasabah.

Tanggung jawab Agen Asuransi terhadap Perusahaan adalah mematuhi seluruh ketentuan yang diatur dalam perjanjian keagenan, melakukan administrasi keagenan, mengikuti pelatihan-pelatihan dan pertemuan yang diadakan, dan mentaati semua ketentuan dan peraturan yang ditetapkan di Allianz Life.⁴

Setiap Agen Asuransi yang terdaftar di Allianz Life mempunyai kewajiban untuk mematuhi ketentuan kode etik yang dikeluarkan Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) dalam yang terdapat dalam Standar Praktik dan Kode Etik Tenaga Pemasar Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia dan Ketentuan Dasar Kode Etik Keagenan Allianz Life.

Dalam melaksanakan tanggung jawabnya, terkadang terjadi penyimpangan-penyimpangan yang dilakukan Agen Asuransi sehingga menyebabkan timbulnya suatu permasalahan, dimana perbuatan Agen Asuransi pada saat menjelaskan produk asuransi kepada calon nasabah, Agen Asuransi berusaha untuk meyakinkan calon nasabah untuk membatalkan polis yang sebelumnya sudah ada dan kemudian Agen

⁴ PT. Asuransi Allianz Life Indonesia, *Buku Pedoman Dasar Keagenan Allianz Star Network Periode 2016*, pada tanggal 23 Juli 2016.

Asuransi menyarankan calon nasabah untuk mengganti polis asuransi yang baru dan sah yang pada akhirnya menguntungkan Agen Asuransi.

Tindakan seperti yang di atas kalau dilihat dari Standar Praktik dan Kode Etik Tenaga Pemasar Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia dan Ketentuan Dasar Kode Etik Keagenan Allianz Life, Agen Asuransi tersebut melakukan tindakan yang dilarang dan sangat bertentangan dengan Kode Etik sebagai Agen Asuransi sebagai Tenaga Pemasar, karena merugikan calon nasabah, akan tetapi tindakan tersebut tidak bisa ditindaklanjuti oleh perusahaan asuransi dan AAJI. di samping itu, banyak calon nasabah tidak menyadari dan tidak mengetahui, bahwa tindakan yang dilakukan oleh Agen Asuransi tersebut bisa merugikan calon tertanggung.

Berdasarkan uraian di atas, Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian sehubungan dengan pelanggaran Kode Etik Agen Asuransi sebagai Tenaga Pemasar pada perusahaan asuransi jiwa dengan judul “Penerapan Sanksi Hukum Terhadap Pelanggaran Kode Etik Yang Dilakukan Oleh Agen Asuransi Sebagai Tenaga Pemasar Pada PT. Asuransi Allianz Life Indonesia di Kota Batam.”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan di atas, maka terdapat beberapa pertimbangan yang menjadi perumusan masalah dalam laporan skripsi ini diantaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana peran dan tanggung jawab Agen Asuransi sebagai Tenaga Pemasar sesuai dengan perjanjian keagenan pada PT. Asuransi Allianz Life Indonesia di Kota Batam ?
2. Bagaimana penerapan sanksi hukum terhadap Agen Asuransi sebagai Tenaga Pemasar yang melakukan Pelanggaran Kode Etik pada PT. Asuransi Allianz Life Indonesia di Kota Batam ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan peneliti dalam menyusun laporan skripsi ini, sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui peran dan tanggung jawab Agen Asuransi sebagai Tenaga Pemasar sesuai dengan perjanjian keagenan pada PT. Asuransi Allianz Life Indonesia di Kota Batam.
- b. Untuk menjelaskan penerapan sanksi hukum terhadap Agen Asuransi sebagai Tenaga Pemasar Yang Melakukan Pelanggaran Kode Etik Pada PT. Asuransi Allianz Life Indonesia di Kota Batam.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi Peneliti, dapat menjadi bahan kajian untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang didapat dalam perkuliahan dan untuk mengetahui secara mendalam mengenai hubungan hukum, akibat hukum antara

agen asuransi dan perusahaan asuransi sebagai tenaga Pemasar sesuai dengan perjanjian keagenan.

b. Bagi perusahaan, dapat menjadi dasar untuk mencegah terjadinya pelanggaran hukum dan kode etik agen asuransi sebagai tenaga pemasar.

c. Bagi masyarakat, manfaatnya adalah untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat tidak dirugikan oleh Agen Asuransi sesuai dengan Kode Etik dalam menjalankan tugasnya yang apabila dilanggar berakibat pada mendapatkan sanksi dari perusahaan asuransi jiwa dan Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI).