
**Kekuatan Hukum Perjanjian Asuransi melalui *Telemarketing* Menurut Buku III
Burgerlijk Wetboek (BW)**

Erlinda Megantari

(SI Ilmu Hukum, Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya)
erlindamegantari@mhs.unesa.ac.id

Indri Fogar Susilowati

(S1 Ilmu Hukum, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Univeritas Negeri Surabaya)
indrifogars@yahoo.co.id

Abstrak

Praktek bancassurance merupakan suatu kerjasama antara bank dan pihak perusahaan asuransi. Peran bank dalam melakukan pemasaran terbatas sebagai perantara dalam meneruskan informasi produk asuransi kepada nasabah atau menyediakan akses kepada perusahaan asuransi kepada bank. Telemarketing adalah sistem penawaran produk atau layanan dengan menggunakan sarana komunikasi telepon. Telemarketing yang menghubungi nasabah harus mendapat persetujuan dari nasabah. Hasil persetujuan nasabah dituangkan secara tertulis yang ditandatangani oleh nasabah yang bersangkutan. Penawaran produk asuransi juga kerap dilakukan melalui telepon yang tentu saja berimplikasi pada pembentukan perjanjian asuransi yang dibentuk melalui telemarketing. Perjanjian asuransi wajib memenuhi Pasal 1320 BW, dimana perjanjian tersebut bersifat adhesif, yang artinya isi perjanjian telah ditentukan oleh perusahaan asuransi melalui kontrak standard. Pasal 1320 BW syarat pertama yang mensyaratkan adanya kesepakatan sebagai salah satu syarat keabsahan dalam membuat perjanjian. Kesepakatan mengandung pengertian bahwa para pihak saling menyatakan kehendak masing-masing untuk menutup suatu perjanjian serta harus sama-sama memberikan dan meminta dipenuhinya hak dan kewajibannya. Pasal 255 KUHD yang menyebutkan bahwa asuransi harus diadakan dengan suatu akta yang disebut polis, tetapi Pasal 257 dan 258 KUHD menjelaskan bahwa polis itu hanya sebagai alat bukti, bukan suatu syarat mutlak untuk adanya perjanjian asuransi. Perjanjian merupakan suatu hubungan hukum yang berarti haknya dijamin dan dilindungi oleh hukum atau Undang-undang, sehingga apabila haknya tidak dipenuhi secara sukarela, dia berhak menuntut melalui pengadilan supaya orang yang bersangkutan dipaksa untuk memenuhi atau menegakkan haknya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian adalah perundang-undangan, pendekatan konseptual dan pendekatan kasus. Jenis bahan hukum yang digunakan adalah bahan hukum primer yaitu peraturan berkaitan dengan perjanjian, perasuransian dan bahan hukum sekunder yaitu buku-buku teks atau jurnal hukum yang berkaitan dengan perjanjian maupun asuransi. Teknik analisis data menggunakan metode preskriptif yang memberikan argumentasi hukum atas hasil penelitian hukum ini. Hasil penelitian menunjukkan perihal kekuatan perjanjian asuransi dibentuk melalui telemarketing, tunduk pada syarat umum perjanjian dalam Pasal 1320 BW serta Pasal 251 KUHD yang mengenai kewajiban pemberitahuan. Dengan mendasarkan pada ketentuan Pasal 1320 BW tidak dipermasalahkan mengenai media yang digunakan dalam transaksi, karena dalam Pasal 1320 BW tidak mensyaratkan bentuk dan jenis media yang digunakan dalam bertransaksi. Kekuatan perjanjian asuransi ini dalam pelaksanaannya merupakan perjanjian konsensual, yang artinya dapat diadakan sah hanya berdasarkan persesuaian kehendak (kata sepakat) antara para pihak untuk mengadakan asuransi, sehingga telah terbentuk perjanjian asuransi tanpa perlu terikat pada suatu bentuk. Dalam Perjanjian asuransi melalui Telemarketing ini hanyalah mengacu pada asas kebebasan berkontrak serta asas iktikad baik.

Kata kunci : Bancassurance, Telemarketing, , Perjanjian kekuatan mengikat perjanjian asuransi.

Abstract

Bancassurance practice is a collaboration between banks and insurance companies. The role of banks in marketing is limited as an intermediary in forwarding insurance product information to customers or providing access to insurance companies to banks. Telemarketing is a system of offering products or services using telephone communication facilities. Telemarketing that contacts the customer must get approval from the customer. The results of the customer's approval are stated in writing signed by the customer concerned. Insurance product offerings are also often done by telephone which of course has implications for the formation of insurance agreements formed through telemarketing. The insurance agreement is adhesive, which means that the contents of the agreement have been determined by the insurance company through a standard contract. Article 1320 BW is the first condition that requires an agreement as one of the validity conditions in making an agreement. The agreement implies that the parties declare each other's will to close an agreement and must both provide and request the fulfillment of their rights and obligations. Article 255 KUHD states that insurance must be held with a deed called a policy, but Articles 257 and 258 of the KUHD explain that the policy is only as evidence, not an absolute requirement for an insurance agreement. This study aims to find out about the forms of agreements made both in writing and orally by using normative legal research types. The approach taken in the study is legislation, conceptual approach and case approach. The type of legal material used is primary legal material, namely regulations relating to agreements, insurance and secondary legal materials, namely text books or legal journals relating to agreements or insurance. The data analysis technique uses a prescriptive method that provides legal arguments for the results of this legal research. The results of the study show that the strength of the insurance agreement was formed through telemarketing, which is subject to the general terms of the agreement in Article 1320 BW and Article 251 KUHD regarding notification obligations. Based on the provisions of Article 1320 BW, there is no dispute regarding the media used in the transaction, because in Article 1320 BW does not require the form and type of media used in the transaction. The strength of this insurance agreement in its implementation is a consensual agreement, which means that it can be held valid only based on the agreement of the will (agreement) between the parties to provide insurance, so that an insurance agreement has been formed without the need to be bound to a form. In this insurance agreement through telemarketing, it only refers to the principle of freedom of contract and the principle of good faith.

Keywords: Bancassurance, Telemarketing, Agreement, Strength of binding insurance agreement.

PENDAHULUAN

Perasuransian merupakan bentuk pertanggungan yang mana salah satu pihaknya berkewajiban memberikan jaminan sepenuhnya kepada pihak kedua atas kerugian, keuntungan, kehilangan maupun kerusakan/resiko yang diderita oleh pihak kedua yang juga berkewajiban pula untuk membayar iuran (premi). Pihak yang menyalurkan premi ini disebut dengan pihak tertanggung, sementara pihak yang menerima premi disebut dengan penanggung.

Menurut pengertiannya, premi asuransi merupakan biaya yang dibayar oleh pihak tertanggung kepada pihak penanggung untuk resiko yang ditanggung dikemudian hari. Perusahaan Asuransi ini mempunyai peranan yang besar dan penting dalam pembangunan era modern ini, terutama dalam usaha menyerap modal swasta yang melalui premi asuransi yang didapat dari para pemegang polis (Djoko Prakoso, 1998: 274). Polis asuransi inipun nantinya akan dijadikan dasar dalam transaksi dan klaim asuransi. Klaim asuransi disini merupakan bentuk permintaan resmi yang dibuat

oleh pihak bertanggung atas suatu resiko yang dideritanya untuk kemudian akan mendapat pembayaran terkait kerugian/ dicover oleh pihak penanggung asuransi, yang mana nantinya akan memeriksa validitas klaim yang diderita bertanggung.

Usaha perasuransian untuk memasarkan produknya telah bertransformasi, perkembangan dibidang asuransi yang saat ini sudah menggunakan teknologi. Pengertian Telemarketing ini yaitu memasarkan atau mensosialisasikan produk atau jasa dengan melalui telepon yang mana dianggap efektif dalam menaikkan angka penjualan maupun menarik nasabah (pihak bertanggung). Produk jasa asuransi ini menggunakan metode telemarketing yang mana bentuk pemasaraannya yakni pihak calon bertanggung asuransi dapat membeli produk asuransi tanpa perlu bertatap muka dan menandatangani perjanjian tertulis dan juga cenderung lebih mudah diterima, karena sifatnya yang memang berbicara secara personal langsung kepada pihak bertanggung. Fakta menunjukkan penggabungan telekomunikasi dan informatika telah melahirkan suatu fenomena yang telah mengubah konfigurasi model komunikasi konvensional. Pada awalnya, pemasaran produk asuransi hanya dilakukan secara konvensional yang dengan bertatap muka kepada pihak bertanggung. Sehingga dengan bentuk penawaran jasa asuransi melalui telepon seperti ini atau dengan telemarketing akan sangat berpeluang menimbulkan terjadinya beberapa permasalahan hukum dikemudian hari.

Penggunaan media telepon ini dapat dikenal dengan transaksi elektronik. Pengertian dari transaksi elektronik ada dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang No. Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berbunyi, "Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya"(Anggysatia Sandy N, 2015: 3). Dalam penjelasannya lebih ditekankan dengan adanya perbuatan hukum atau perbuatan yang menimbulkan hak serta kewajiban pihak yang melakukan perjanjian. Dalam penelitian ini penulis mengambil contoh kasus terkait penggunaan jasa telemarketing yang dalam pelaksanaannya terdapat kesepakatan yang kurang jelas.

Perjanjian antara perusahaan asuransi dengan pihak bertanggung yang secara kesepakatan ini telah membentuk suatu perikatan sehingga dalam penawaran jasa telemarketing ini dengan

bentuk transaksi elektronik yang mana adalah ada hubungan hukum yang timbul antara dua orang atau lebih dimana kedua belah pihak saling mengikatkan diri untuk melaksanakan sesuatu yang dijanjikan itu dan timbulnya perjanjian karena adanya kata sepakat dari para pihak untuk saling mengikatkan diri. Perbuatan perjanjian yang melalui media internet maupun yang melalui telepon yang tidak bertatap muka perjanjian antara perusahaan asuransi dengan pihak bertanggung yang secara kesepakatan ini telah membentuk suatu perikatan sehingga dalam penawaran jasa telemarketing ini dengan bentuk transaksi elektronik yang mana adalah ada hubungan hukum yang timbul antara dua orang atau lebih dimana kedua belah pihak saling mengikatkan diri untuk melaksanakan sesuatu yang dijanjikan itu dan timbulnya perjanjian karena adanya kata sepakat dari para pihak untuk saling mengikatkan diri. Perbuatan perjanjian yang melalui media internet maupun yang melalui telepon yang tidak bertatap muka secara langsung ini merupakan salah satu implikasi dari perkembangan teknologi informasi yang mana dapat mempermudah kehidupan manusia dalam bertransaksi bisnis. Para pelaku bisnis maupun perorangan juga telah merasakan keuntungan yang didapat dari adanya pembagian resiko akibat suatu kemungkinan yang tidak pasti/ yang terjadi dikemudian hari.

Metode Telemarketing ini kemudian timbul kata sepakat dalam suatu perjanjian yang dibuat yang mana merupakan unsur esensial atau yang pertama untuk sahnya suatu perjanjian menurut Pasal 1320 BW. Apabila kesepakatan yang diperbuat ini kemudian dilanggar oleh salah satu pihak dan pihak yang merasa dirugikan dapat menuntut agar pihak lainnya dikenakan sanksi atau hukuman. Selain keempat syarat sahnya perjanjian yang diatur dalam BW tersebut, asuransi bersifat sebagai perjanjian khusus dan ketentuannya ada dalam Pasal 251 KUHD yang mengenai kewajiban pemberitahuan dari pihak perusahaan asuransi (Abdulkadir Muhammad, 2011: 49). Persetujuan atau perjanjian secara umum diatur dalam buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (BW), dari pengertian perjanjian itu sendiri, diatur dalam Pasal 1313 BW yang mana menyatakan bahwa persetujuan adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Hubungan hukumnya adalah satu hubungan yang akibatnya diatur oleh hukum kaitannya dengan metode yang digunakan

oleh perusahaan asuransi. Perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan dari kedua belah pihak atau karena alasan-alasan yang oleh Undang-Undang dinyatakan cukup untuk itu. Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik yang maksudnya dalam menjalankan suatu perjanjian tidak boleh bertentangan dengan kepatutan dan keadilan. Penulis ambil contoh kasus terkait perjanjian awal yang melalui telemarketing, yaitu:

1. PT. Asuransi Cigna dan PT. Danamon, Tbk. Sebagai pihak bertanggung yang sebelumnya telah menjadi nasabah PT. Danamon, Tbk sebagai pemegang kartu kredit yang sudah berhubungan cukup lama.
2. Pihak marketing PT. Asuransi Cigna menelpon si bertanggung dengan menawarkan produk asuransi yang menguntungkan, untuk masuk dalam asuransi kesehatan.
3. Awal mula pihak bertanggung telah menolak penawaran dari pihak marketing PT. Asuransi Cigna, namun pihak bertanggung terus saja dirayu-rayu oleh pihak marketingnya untuk menerima penawaran asuransi jiwa.
4. Karena dikatakan bahwa PT. Danamon, Tbk telah bekerja sama dengan PT. Asuransi Cigna yang sehingga mengetahui identitas dari si bertanggung termasuk pemegang kartu kredit dari pihak PT. Danamon, Tbk.
5. Kemudian bertanggung mengiyakan penawaran tersebut melalui telepon dan pihak marketing PT. Asuransi Cigna segera mencatat identitas bertanggung guna pengisian dalam polis asuransi, sehingga terjadi kesepakatan didalamnya untuk masuk dalam asuransi kesehatan dengan polis yang telah diperjanjikan dari kedua belah pihak dengan melalui telepon.
6. Dengan adanya polis, kemudian saat pihak bertanggung mengalami kecelakaan yang mana sakit yang diderita ini tertera dalam polis dan pihak bertanggung ini akan mengajukan klaim kepada pihak PT. Asuransi Cigna terhadap polis-polis yang diperjanjikan melalui telepon itu.
7. Pihak PT. Asuransi Cigna ini menganggap bahwa perjanjian yang dijanjikan dengan bertanggung telah dibatalkan pada tahun yang sama namun terpaut 10 bulan dari adanya polis dan perjanjian/ sepakat awal.
8. Padahal pihak bertanggung tidak pernah menyetujui pembatalan tersebut tetapi dengan kesewenang-wenangan pihak PT. Asuransi

Cigna yang bahwa polis tersebut telah dianggap batal oleh pihak PT. Asuransi Cigna.

Perjanjian asuransi yang dengan melalui perantara atau dalam hal ini dengan telepon merupakan salah satu bentuk perjanjian yang telah banyak dilakukan oleh banyak masyarakat mengingat era sekarang ini banyak yang mengambil jalan pintas sehingga sudah tidak jamannya lagi untuk menawarkan produk asuransi dengan cara door to door / dengan mendatangi calon tertanggungnya secara langsung.

Perjanjian kerja sama yang dilakukan oleh pihak PT. Asuransi Cigna dan PT. Danamon, Tbk ini termasuk dalam *Bancassurance*. *Bancassurance* adalah produk asuransi yang dikembangkan dan didistribusikan melalui jaringan bank. Bisnis yang berbentuk kerjasama antara pihak bank dan pihak asuransi tanpa mengambil alih produk-produk asuransi. Sehingga adanya pihak bertanggung disini berawal dari pemegang kartu kredit dari PT. Danamon, Tbk. *Bancassurance* dapat dilakukan melalui tatap muka dengan nasabah/ pihak bertanggung atau dengan menggunakan sarana komunikasi telepon.

METODE

Penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisa dan konstruksi, dari suatu system, dan konsistensi tertentu (Soerjono Seokamto, 2006: 42). Penelitian hukum normatif meletakkan hukum sebagai sebuah bangunan sistem norma mengenai asas-asas, norma, kaidah, dari peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, guna menjawab isu hukum yang dihadapi. Pendekatan penelitian adalah cara pandang peneliti dalam kemampuan memberikan kejelasan uraian dalam suatu substansi karya ilmiah. Penelitian ini menggunakan 3 pendekatan yaitu Pendekatan Perundang-undangan (*Statue Approach*), Pendekatan Konsep (*Conceptual Approach*), dan Pendekatan historis (*Historical Approach*). Pendekatan Perundang-undangan (*Statue Approach*) ini dilakukan dengan menelaah undang-undang dan regulasi yang berkaitan dengan isu hukum yang sedang ditangani, maka pendekatan perundang-undangan yaitu yang terkait dengan kekuatan hukum dari suatu perjanjian melalui telepon dengan Pasal 1320 BW dan Pasal 255 KUHD. Pendekatan Konsep (*Conceptual Approach*) ini dilakukan dengan menelaah pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang didalam ilmu hukum, maka tulisan ini menggunakan konsep atas

asas-asas kebebasan berkontrak serta iktikad baik dengan pendekatan konseptual ini karena memahami suatu konsep tentang perjanjian yang dijadikan bahan dalam perumusan permasalahan. Setelah didapatkan konsep terkait perjanjian kemudian diberikan pemahaman agar lebih jelas terkait konsep perjanjian. Adapun Pendekatan historis (*Historical Approach*) yang dilakukan dalam penelitian ini adalah yang dengan mengkaji terhadap isu yang tengah ditangani yang telah terbentuk menjadi putusan Pengadilan berkekuatan hukum tetap.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan bahan hukum yang telah didapat melalui penelitian kepustakaan untuk mempelajari bahan hukum yang relevan terhadap topik permasalahan. Bahan hukum tersebut meliputi bahan hukum primer yaitu peraturan perundang-undangan yang mengikat, bahan hukum sekunder yang berupa buku teks hukum dan jurnal hukum, maupun persyaratan dari perjanjian yang disepakati bersama. Semua bahan hukum yang telah terkumpul akan diolah untuk kemudian dianalisis secara preskriptif untuk mendapatkan argumentasi akhir yang berupa jawaban terhadap permasalahan penelitian (Marzuki, 2010: 47).

PEMBAHASAN

Kekuatan Mengikat Perjanjian Asuransi Melalui *Telemarketing* Menurut Buku III B

Kesepakatan merupakan salah satu syarat sahnya perjanjian. Suatu kehendak harus lebih dahulu dinyatakan atau disampaikan oleh pihak yang satu kepada pihak yang lain secara timbal balik (Herlien Budiono, 2010: 74). Suatu kesepakatan diawali dengan penawaran, yang merupakan pernyataan kehendak dari satu pihak ke pihak lawan. Penawaran tersebut kemudian diikuti dengan pernyataan kehendak dari pihak lawan untuk menerima penawaran tersebut, yaitu dengan penerimaan. Baik penawaran maupun penerimaan dilakukan dengan tertulis dan perjanjian yang dilakukan cukup secara lisan seperti halnya dalam permasalahan ini yang terkait perjanjian yang dilakukan dengan melalui telepon. Subekti juga membedakan pengertian antara perikatan dengan perjanjian, yakni bahwa hubungan antara perikatan dan perjanjian adalah perjanjian itu menerbitkan perikatan.

Perjanjian yang tidak menggambarkan bentuk kesepakatan yang sesungguhnya, dapat terjadi dalam situasi tertentu oleh karena adanya cacat kehendak (*wilsgebreke*), karena kesesatan

adalah perbuatan hukum sepihak. Perumpamaan dari kedua perbuatan hukum sepihak inilah yang kemudian membentuk suatu perjanjian. Pada dasarnya penawaran dan penerimaan tidak harus dilakukan dalam bentuk tertentu. Pernyataan penawaran dan penerimaan dapat dilakukan secara tegas, baik secara lisan maupun tulisan. Namun dalam beberapa hal pernyataan tersebut juga dapat dilakukan secara diam-diam. Bahkan dalam keadaan tertentu sikap berdiam diri atau tidak berbuat dapat diartikan sebagai suatu penerimaan, yang dalam hal ini yaitu penawaran yang melalui telemarketing.

Perjanjian merupakan suatu hubungan hukum yang berarti bahwa yang bersangkutan haknya dijamin dan dilindungi oleh hukum atau Undang-Undang, sehingga apabila haknya tidak dipenuhi secara sukarela, dia berhak menuntut melalui pengadilan supaya orang yang bersangkutan dipaksa untuk memenuhi atau menegakkan haknya (Gunawan Widjaja, 2008: 23). Perjanjian adalah hubungan hukum yang cara perhubungannya, diatur dan disahkan oleh hukum, oleh karena itu suatu hubungan hukum antar orang-perorangan merupakan suatu perbuatan yang berada dalam lingkungan hukum. Perjanjian termasuk perbuatan hukum yang menimbulkan, berubahnya, hapusnya hak, atau menimbulkan suatu hubungan hukum, perjanjian menimbulkan akibat hukum yang merupakan tujuan para pihak. Jika suatu perbuatan hukum adalah perjanjian, Perjanjian memiliki batasan yang diatur dalam Pasal 1313 BW yang menyatakan: "suatu persetujuan adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Menurut Subekti yang dimaksud dengan perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada orang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal. Dari peristiwa ini timbul suatu hubungan perikatan. Selanjutnya untuk adanya suatu perjanjian dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu perjanjian yang (*dwaling*), penipuan (*bedrog*) atau paksaan (*dwang*) yang mempengaruhi lahirnya suatu perjanjian. Atas dasar itu, asas konsensualitas yang dikaitkan dengan permasalahan ini terdapat dalam Pasal 1320 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyatakan bahwa, cukup dengan adanya kesepakatan dapat menentukan lahirnya suatu perjanjian, tidak seharusnya ditafsirkan secara gramatikal semata-mata, tetapi harus dihubungkan dengan syarat-syarat lain yang ditentukan dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, karena jika syarat lain tidak terpenuhi, maka dapat

mengakibatkan perjanjian itu tidak sah dan tidak mempunyai kekuatan mengikat sebagai Undang-undang bagi para pihak.

Pada umumnya perjanjian yang diatur dalam BW bersifat konsensual. Sedang yang dimaksud konsensus/sepakat adalah pertemuan kehendak atau persesuaian kehendak antara para pihak di dalam kontrak. Seorang dikatakan memberikan persetujuannya/ kesepakatannya (*toestemming*), jika ia memang menghendaki apa yang disepakati. Keabsahan dari Kesepakatan dalam Sebuah perjanjian mengenai kapan suatu kesepakatan kehendak terjadi sehingga saat itu pula kontrak dianggap telah mulai berlaku. Definisi yang diberikan dalam BW tersebut masih bersifat umum dan tidak jelas, maka perlu untuk diingat adalah karena perjanjian itu melahirkan hubungan hukum, maka hak dan kewajiban yang timbul dari perjanjian itu akan dijamin oleh hukum dan undang-undang selama isinya tidak bertentangan dengan hukum. Perjanjian dengan demikian mengikat para pihak secara hukum, untuk mendapatkan hak atau melaksanakan kewajiban yang ditentukan di dalam perjanjian itu. Pasal 1320 BW syarat pertama yang mana mensyaratkan adanya kesepakatan sebagai salah satu syarat keabsahan dalam membuat perjanjian. Kesepakatan mengandung pengertian bahwa para pihak saling menyatakan kehendak masing-masing untuk menutup suatu perjanjian atau pernyataan pihak yang satu "cocok" atau bersesuaian dengan pernyataan pihak yang lain. Kesepakatan yang merupakan pernyataan kehendak para pihak dibentuk oleh dua unsur, yaitu unsur penawaran dan penerimaan. Menurut Van Dune perjanjian adalah suatu hubungan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan pada kesepakatan yang menimbulkan akibat hukum, dimana dalam suatu perjanjian yang dilihat tidak semata-mata perjanjiannya saja, melainkan harus juga melihat perbuatan sebelumnya. Berdasarkan definisi ini terdapat tiga tahap dalam membuat perjanjian yaitu:

- 1) Tahap *pra contractual*, yaitu adanya penawaran dan penerimaan;
- 2) Tahap *contractual*, yaitu adanya persesuaian pernyataan kehendak antara para pihak;
- 3) Tahap *post contractual*, yaitu pelaksanaan perjanjian.

Syarat pertama dan kedua Pasal 1320 BW disebut syarat subjektif, karena melekat pada diri orang yang menjadi subjek perjanjian. Jika syarat ini tidak dipenuhi, perjanjian dapat dibatalkan. Tetapi jika tidak dimintakan pembatalan kepada Hakim, perjanjian itu tetap mengikat para pihak-

pihak, walaupun diancam pembatalan sebelum lampau waktu lima tahun (Pasal 1454 BW). Syarat ketiga dan keempat Pasal 1320 BW disebut syarat objektif, karena mengenai sesuatu yang menjadi objek perjanjian. Jika syarat ini tidak dipenuhi, perjanjian batal. Kebatalan ini dapat diketahui apabila perjanjian tidak mencapai tujuan karena salah satu pihak tidak memenuhi kewajiban. Sepakat ini yang ditandai oleh penawaran dan penerimaan yaitu dengan cara: a). tertulis; b). lisan; c). diam-diam; d). simbol-simbol tertentu. Oleh sebab itu, jelas bahwa perjanjian lisan atau yang dilakukan melalui telemarketing ini merupakan perjanjian yang sah karena memenuhi unsur kata sepakat yang terdapat didalam rumusan Pasal 1320 BW. Sehingga para pihak yang mengadakan perjanjian secara lisan diwajibkan melaksanakan prestasi dari apa yang telah disepakati, seperti yang terdapat didalam rumusan Pasal 1234 BW yang mana menyebutkan "tiap-tiap perikatan adalah untuk memberikan sesuatu, berbuat sesuatu, dan tidak berbuat sesuatu. Apabila ada salah satu pihak yang tidak memenuhi prestasi tersebut, maka ia telah melakukan wanprestasi.

Pembuktian hukum bahwa telah terjadi perjanjian secara lisan atau dengan telemarketing ini tidak jarang terjadi hubungan perdata diantara para pihak dalam bentuk perjanjian, tetapi tidak didukung oleh bukti-bukti. Permasalahan ini sering terjadi dalam perjanjian lisan, dimana salah satu pihak melakukan wanprestasi karena ia berdalih bahwa tidak pernah ada perjanjian. Kasus seperti itu perlu dikonstruksikan bukti-bukti agar perbuatan hukum itu dapat diselesaikan dengan dasar tuntutan yang jelas. Undang-undang tidak memberikan pengertian mengenai "sebab" (*oorzaak, causa*). Menurut Abdulkadir Muhammad, "sebab adalah suatu yang menyebabkan orang yang membuat perjanjian yang mendorong orang membuat perjanjian. Tetapi yang dimaksud *causa* yang halal dalam Pasal 1320 BW bukanlah sebab dalam arti yang menyebabkan atau yang mendorong orang membuat perjanjian itu sendiri, yang menggambarkan tujuan yang akan dicapai oleh para pihak (Abdulkadir Muhammad, 2011: 174). Menurut yurisprudensi yang ditafsirkan dengan *causa* adalah isi atau maksud dari perjanjian. Melalui syarat *causa* dalam praktek maka ia merupakan upaya untuk menempatkan perjanjian dibawah pengawasan hakim. Artinya hakim dapat menguji apakah tujuan dari perjanjian itu dapat dilaksanakan dan apakah isi perjanjian tidak bertentangan dengan Undang-Undang ketertiban umum dan kesusilaan.

Dalam sahnya suatu perjanjian syarat adanya kesepakatan merupakan hal yang sangat penting untuk terpenuhi. Kesepakatan yang dilakukandengan cara tertulis dapat dilakukan dengan hal ini adalah polis asuransi.

Perjanjian asuransi disebutkan sebagai sebuah perjanjian dimana atas imbalan sejumlah premi yang telah disepakati, satu pihak menyanggupi untuk memberikan ganti kerugian kepada pihak yang lain atau subjek tertentu sebagai akibat dari bahaya tertentu. Hukum asuransi pada dasarnya berisikan ketentuan yang berkaitan dengan hak dan kewajiban para pihak sebagai akibat dari perjanjian pengalihan dan penerimaan resiko oleh para pihak. Hukum asuransi pada pokoknya merupakan objek hukum perdata. Adapun syarat sahnya perjanjian sudah disebutkan sebelumnya diatas, yang terdapat pada Pasal 1320 BW adapun syarat yang diatur dalam Pasal 251 KUHD yang dipergunakan dalam perjanjian asuransi yaitu:

a. Pemberitahuan

Syarat yang diatur dalam KUHD adalah kewajiban pemberitahuan yang diatur dalam Pasal 251 KUHD. Dalam hal ini tertanggung wajib memberitahukan kepada penanggung mengenai keadaan objek asuransi. Kewajiban ini dilakukan pada saat sebelum dan setelah mengadakan perjanjian asuransi. Apabila tertanggung lalai, maka akibat hukumnya asuransi batal.

b. Kepentingan

Menurut jiwa dari asuransi itu sendiri maka unsur kepentingan harus ada pada pihak tertanggung sebagai pihak lawan dari penanggung. Dalam setiap asuransi harus ada kepentingan atas benda yang diasuransikan. Menurut ketentuan Pasal 250 KUHD, kepentingan harus sudah ada pada saat diadakan asuransi. Jadi apabila pada saat membuat perjanjian asuransi tertanggung tidak mempunyai kepentingan, kemudian terjadi peristiwa yang menimbulkan kerugian, penanggung tidak berkewajiban membayar klaim ganti kerugian.

Perjanjian asuransi wajib memenuhi Pasal 1320 BW, di mana perjanjian tersebut bersifat adhesif, yang artinya isi perjanjian tersebut telah ditentukan oleh perusahaan asuransi melalui kontrak standard. Asuransi memiliki sejumlah premi yang merupakan bukti bahwa tertanggung setuju untuk melakukan perjanjian asuransi. Perjanjian asuransi membuat pihak tertanggung dan pihak penanggung terikat untuk melaksanakan kewajibannya masing-masing. Dalam pasal 255 KUHD, dapatlah

ditentukan bahwa semua asuransi harus dibentuk secara tertulis dengan suatu akta yang dinamakan polis. Pasal ini menunjukkan seolah-olah suatu persetujuan asuransi ada syarat mutlak berupa suatu tulisan yang dinamakan polis tadi. Kalau tulisan seperti itu tidak ada, maka tidak ada juga persetujuan persetujuan itu. Mr. H.J. Scheltema dalam bukunya tentang asuransi menjelaskan terkait syarat mutlak ini *constitutief vereischte*. Bahwa polis dalam perjanjian asuransi itu merupakan suatu syarat untuk adanya perjanjian asuransi, karena keterangannya didalam uraian tentang syarat syarat mengadakan perjanjian asuransi itu sendiri.

Polis itu adalah tetap mempunyai arti yang besar bagi pihak tertanggung. Sebab polis itu merupakan bukti yang sempurna (*volledigbewijs*) tentang apa yang mereka perjanjikan di dalam perjanjian asuransi itu, dan tanpa polis, pembuktian akan menjadi sulit dan terbatas. Polis ini menurut Pasal 259 ayat (1) KUHD harus ditawarkan kepada penanggung supaya ditandatangani dan di dalam waktu 24 jam setelah ditawarkan harus diserahkan kembali kepada tertanggung. Dari bunyi pasal itu, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pembentukan undang-undang menjelaskan yang membuat polis itu adalah pihak tertanggung. Akan tetapi perjanjian asuransi adalah sah hukumnya jika dilihat dalam Pasal 256 KUHD khususnya point ke-tiga mengenai polis, yaitu suatu uraian yang cukup jelas mengenai barang yang dipertanggungkan. Jadi dalam pasal 256 KUHD barang yang menjadi objek perjanjian asuransi khususnya haruslah jelas, dengan pengaturan mengenai kejelasan objek atau barang tersebut, maka perjanjian asuransi sudah pasti dikatakan sah khususnya yang diatur dalam KUHD. Perjanjian asuransi dilihat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata disebut sah dalam pasal 1320, akan tetapi pengaturan tentang objek yang jelas sudah tertuang dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang dan pengaturannya dalam Undang-Undang Nomor. 40 tahun 2014 Tentang Perasuransian.

Beranjak dari kesepakatan yang telah lahir, seketika itu berdasarkan asas *pacta sunt servanda* lahirlah perjanjian asuransi. Dalam perspektif BW daya mengikat perjanjian ada dalam Pasal 1338 ayat (1) BW menyatakan bahwa "semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya." Pengertian berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya menunjukkan bahwa undang-undang mengakui dan menempatkan posisi para pihak dalam kontrak sejajar dengan pembuat undang-

undang. Disinilah kekuatan mengikatnya suatu perjanjian berdasarkan asas *pacta sunt servanda*. Kata-kata “secara sah” berarti memenuhi semua syarat-syarat untuk sahnya suatu perjanjian. Sedangkan kata-kata “berlaku sebagai undang-undang” disini berarti mengikat para pihak yang menutup perjanjian, seperti undang-undang juga mengikat orang terhadap siapa undang-undang berlaku.

Mengikatnya suatu perjanjian asuransi itu karena adanya persesuaian kehendak (*konsensualisme*) yang dimulai dari penawaran (*aanbod*) dan kemudian sampai pada penerimaan (*aanvaarding*). Mengingat *consensus* itu telah diwujudkan di dalam suatu *pactum*, sehingga kemudian dipandang mempunyai kekuatan mengikat. Jadi, sejak munculnya kesepakatan para pihak berdasarkan teori penerimaan (*ontvangsttheorie*) maka lahirlah perjanjian asuransi, selain pula harus memenuhi syarat-syarat sah perjanjian asuransi lainnya. Kekuatan mengikat perjanjian asuransi secara telemarketing harus dibuktikan melalui alat bukti dalam Pasal 1866 BW. Pembuktian telah terjadi kesepakatan antara tertanggung dan penanggung, undang-undang mengharuskan pembuktian dengan alat bukti tertulis berupa akta yang disebut polis. Sebelum polis belum dibuat, pembuktian dilakukan dengan catatan, nota, surat perhitungan, telegram, dan sebagainya. Surat-surat ini disebut permulaan bukti tertulis (*the beginning of writing evidence*). Apabila permulaan bukti tertulis ini sudah ada, barulah dapat digunakan alat bukti biasa yang diatur dalam hukum acara perdata.

Akibat Terjadinya Kesepakatan dalam Perjanjian Asuransi secara Telemarketing

Dalam tahap penawaran penanggung, dalam hal ini dilakukan oleh telemarketer memiliki kewajiban yang harus dipenuhi, kewajiban tersebut adalah dengan "Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya". Itikad baik dalam telemarketing menjadi hal wajib dilakukan oleh telemarketer mengingat transaksi ini para pihak tidak bertatap muka secara langsung sehingga itikad baik menjadi dasar yang penting bagi transaksi ini. Prinsip itikad terbaik merupakan hal yang sangat esensial dalam perjanjian asuransi. Prinsip ini sangat penting karena perjanjian asuransi merupakan perjanjian yang membutuhkan rasa percaya satu sama lain yang sangat besar. Hal ini dikarenakan karena penanggung harus menanggung sesuatu yang bukan merupakan miliknya, sedangkan

tertanggung mempercayakan sesuatu yang merupakan miliknya kepada orang lain untuk dijaga dan membayar sejumlah premi. Itikad baik ini tidak hanya diberlakukan bagi pihak tertanggung, pihak tertanggung juga diwajibkan untuk memiliki prinsip ini dalam melakukan perjanjian. Ada beberapa perbuatan yang dianggap telah melanggar prinsip itikad baik yaitu:

1. *Misrepresentation* yaitu suatu pernyataan yang tidak benar (*false statement of fact*) mengenai suatu fakta atau keadaan yang mempengaruhi seseorang menjadi mau mengadakan perjanjian memiliki prinsip ini dalam melakukan perjanjian.
2. *Non-Disclosure* merupakan perbuatan para pihak yang tidak menyampaikan suatu fakta tertanggung tidak menyampaikan suatu fakta karena ia mengira fakta tersebut tidak materiil (*pending*) bagi tertanggung.
3. *Concealment* merupakan seandainya menutupi fakta-fakta materiil yang seharusnya tertanggung disini memberitahukan kepada penanggung.

Itikad baik tidak memiliki konsep yang jelas dan rinci. Itikad baik biasanya terdapat secara tersirat dalam putusan-putusan hakim, doktrin-doktrin. Dalam perundang-undangan di Indonesia tidak terdapat konsep yang jelas mengenai prinsip itikad baik. Dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian, juga tidak menyebut mengenai itikad baik secara langsung namun lebih kepada hak dan kewajiban tertanggung serta penanggung. Secara sederhana itikad baik dapat dilihat dari sikap jujur para pihak dalam pembuatan dan dalam pelaksanaannya. Kesepakatan seharusnya terjadi apabila kedua pihak menemukan adanya persamaan kehendak. Namun ketika prinsip itikad baik dilanggar maka salah satu pihak menghendaki adanya perbuatan tidak baik dan menyebabkan perjanjian dapat dibatalkan. Dalam sengketa asuransi tertanggung yang biasanya memiliki posisi yang lebih lemah. Penanggung dapat menggunakan alasan tidak adanya itikad baik jika sengketa terjadi. Disisi lain juga terdapat pengertian *innocent misrepresentation* dimana ketidaktahuan calon tertanggung mengenai ketentuan pemberian informasi kepada Penanggung dapat menjadi perbuatan itikad buruk. Maka dari itu perusahaan asuransi serta agen yang ditunjuk harus menjelaskan secara rinci mengenai program asuransi beserta ketentuannya. Berkaitan dengan telemarketing, tertanggung pada posisi ini masih berada dalam posisi yang relatif lemah karena tidak ada kejelasan tentang perlindungan bagi tertanggung dan upaya yang diberikan oleh undang-undang.

Undang-undang perlindungan konsumen masih bersifat umum dan belum spesifik mengatur perlindungan dalam telemarketing.

Perjanjian pada transaksi telemarketing pada dasarnya sama dengan perjanjian transaksi pada umumnya, dimana suatu perjanjian terjadi ketika ada kata sepakat mengenai sesuatu yang diperjanjikan, kesepakatan yang dimaksud adalah bahwa kedua subjek yang mengadakan perjanjian itu harus bersepakat, setuju atau seiya-sekata mengenai hal hal pokok dari perjanjian yang diadakan itu. Dalam menjalankan transaksi baik secara telemarketing maupun transaksi pada umumnya tetap menggunakan dasar yang sama yaitu sesuai Buku III BW tentang perikatan, hanya saja proses yang membedakan dalam transaksi telemarketing yang para pihaknya tidak perlu bertatap muka dan alat bukti berupa data elektronik (rekaman pembicaraan) sedangkan transaksi pada umumnya para pihak harus bertatap muka secara langsung dan alat bukti berupa tanda tangan tertulis. Secara umum terbentuknya perjanjian diharuskan memenuhi syarat-syarat dalam Pasal 1320 BW. Setidaknya harus ada dua orang yang saling berhadapan dan mempunyai kehendak yang saling mengisi. Suatu kehendak harus terlebih dahulu dinyatakan oleh pihak yang satu kepada pihak yang lain secara timbal balik. Perjumpaan kehendak antar para pihak tersebut menimbulkan kesepakatan (*toestemming*). Begitupun dalam perjanjian asuransi, harus ada penanggung dan tertanggung yang mempunyai kehendak sama untuk saling bersepakat agar dapat menutup perjanjian asuransi dengan beriktikad baik yang melalui telemarketing.

Kesepakatan memegang peranan penting dalam proses terbentuknya perjanjian (<http://www.jurnalhukum.com/teori-teori-yang-digunakan-untuk-menentukan-terjadinya-kesepakatan/> diakses pada tanggal 20 Maret 2019 pukul 18.20 WIB). Penawaran sebagai usul untuk menutup perjanjian pada pihak lawan janjinya. Berdasarkan keterangan tersebut, jelaslah bahwa pengikatan asuransi yang dilakukan melalui telemarketing bukanlah pengikatan asuransi pada umumnya, tetapi hanya merupakan suatu kesepakatan prakontrak. Kesepakatan prakontrak tersebut merupakan persetujuan dari tertanggung asuransi untuk menjadi peserta asuransi yang diselenggarakan oleh PT. Asuransi Cigna. Setelah adanya kesepakatan tersebut, maka pihak perusahaan asuransi akan mengundang tertanggung atau mengunjungi tertanggung untuk selanjutnya dibuat kesepakatan untuk melanjutkan dengan

pengajuan Surat Permohonan Asuransi Jiwa (SPAJ) oleh tertanggung dan penandatanganan perjanjian serta penerbitan polis asuransi atas nama tertanggung. Walaupun pengikatan asuransi jiwa melalui telemarketing ini bukan merupakan perjanjian asuransi pada umumnya, namun keberadaannya merupakan jalan bagi terciptanya atau terjadinya suatu kesepakatan awal antara tertanggung dengan penanggung atau perusahaan asuransi.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan uraian dan analisis diatas, penulis mengambil simpulan sebagai berikut:

1. kekuatan perjanjian asuransi melalui telemarketing dalam pelaksanaannya merupakan perjanjian konsensual, yang artinya dapat diadakan sah hanya berdasarkan persesuaian kehendak (kata sepakat) antara para pihak untuk mengadakan asuransi, sehingga telah terbentuk perjanjian asuransi tanpa perlu terikat pada suatu bentuk. Berlakunya perjanjian asuransi tidak hanya tergantung pada adanya syarat formalitas atau akta. Perjanjian asuransi sudah ada bila sudah dibentuk hak-hak dan kewajiban-kewajiban dari para penanggung dan tertanggung mulai berlaku sejak adanya persetujuan antara penanggung dan tertanggung, walaupun polis belum ditandatangani.
2. Dalam membuat kontrak atau perjanjian asuransi dalam hukum perjanjian yang ada dalam perjanjian asuransi adalah secara konvensional yang berarti ini juga berlaku dan harus merujuk pada asas –asas, seperti asas konsensualisme, asas *Pacta Sunt Servanda*, asas itikad baik, yang harus dipenuhi agar perjanjian itu sah dan memiliki kekuatan hukum serta akibat hukum yang sempurna sebagai perjanjian di Indonesia. Dalam Perjanjian asuransi melalui Telemarketing ini hanyalah mengacu pada asas kebebasan berkontrak serta asas itikad baik.

Saran

Perusahaan asuransi jiwa perlu memberikan penerangan penerangan dan penjelasan penjelasan yang sejujur-jujurnya kepada calon tertanggung secara intensif dan terarah tentang maksud dan tujuan serta kegunaan dari asuransi jiwa, baik yang dilakukan melalui tatap muka langsung atau dengan telepon. Dalam kehidupan bermasyarakat erat kaitannya bahwa kita sering kali membuat kesepakatan tanpa disadari dan yang berujung pada

permasalahan antar sesama. Ketika menerima tawaran yang memang bukan diinginkan atau yang dibutuhkan baik yang melalui tatap muka langsung ataupun dengan telepon/ telemarketing sebaiknya di hindari atau ditolak secara baik-baik. Karena hal itu lebih sering terjadi di era jaman sekarang. Jaman modernisasi memang mengharuskan bahwa data pribadi mudah tersebar karena e-commerce mudah sekali untuk dijangkau. Sehingga data-data nasabah bank cepat dan mudah didapatkan hanya karena pihak bank bekerjasama dengan perusahaan asuransi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Dikdik, M dkk. 2009. *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*. Bandung : PT Refika Aditama.
- Ganie, A Junaedy. 2003 . *Hukum Asuransi Indonesia*. Jakarta : Sinar Grafika.
- Hernoko, Agus Yudha. 2010. *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas Dalam Kontrak Komersial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mashudi H, dan Moch Chidir Ali. 1998. *Hukum Asuransi*. Bandung : Mandar Maju.
- Miru, Ahmadi. 2007. *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Muhammad, Abdulkadir. 2011. *Hukum Asuransi Indonesia*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Prakoso, Djoko. 1998. *Hukum Asuransi Indonesia*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Prodjodikoro, Wirjono. 2000. *Azas-azas Hukum Perjanjian*. Bandung : Mandar Maju.
- Subekti, R. 2009. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermasa.
- Widjaja, Gunawan. 2007. *Memahami prinsip keterbukaan (aanvullendrecht) dalam hukum perdata*. Jakarta : PT. Grafindo Persada.

Jurnal

- Sugiyanto, Didik Wahyu. 2017. *Perjanjian Asuransi Melalui Telemarketing Ditinjau dari Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008*. Tuban. Skripsi : Universitas Sunan Bonang Tuban.

- Sari, Novi Ratna. *Komparasi Syarat Sahnya Perjanjian Menurut Kitab Undang-undang Hukum Perdata dan Hukum Islam*. IAIN Ponorogo. Jurnal Repertorium Volume IV No. 2 Juli - Desember 2017

Peraturan Perundang-undangan

- Undang-Undang Dasar RI 1945.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, *Burgerlijk wetboek voor Indonesie*.
- Kitab Undang-Undang Hukum Dagang, *Wetboek van Koophandel voor Indonesie*.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Peraturan Pemerintah nomor 73 Tahun 1992 tentang Penyelenggaraan Usaha Perasuransian.
- Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 14/SEOJK.07/2014 tentang Kerahasiaan dan Keamanan Data dan/atau Informasi Pribadi Konsumen.