

Yth.

1. Direksi Perusahaan Asuransi; dan
2. Direksi Perusahaan Asuransi Syariah,  
di tempat

SURAT EDARAN OTORITAS JASA KEUANGAN  
NOMOR /SEOJK.05/2018  
TENTANG  
SALURAN PEMASARAN PRODUK ASURANSI

Sehubungan dengan amanat ketentuan Pasal 45 ayat (3) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 23/POJK.05/2015 tentang Produk Asuransi dan Pemasaran Produk Asuransi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 287, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5770), perlu untuk mengatur lebih lanjut mengenai saluran pemasaran produk asuransi dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan sebagai berikut:

I. KETENTUAN UMUM

A. Definisi

Dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan ini yang dimaksud dengan:

1. Perusahaan adalah perusahaan asuransi dan perusahaan asuransi syariah sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian.
2. Produk Asuransi adalah:
  - a. program yang menjanjikan perlindungan terhadap 1 (satu) jenis atau lebih risiko yang dapat diasuransikan yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti dengan memberikan penggantian kepada pemegang polis, tertanggung, atau peserta karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita pemegang polis, tertanggung, atau peserta, atau pemberian jaminan pemenuhan kewajiban pihak yang dijamin kepada pihak yang lain apabila pihak yang dijamin tersebut tidak dapat memenuhi kewajibannya;
  - b. program yang menjanjikan perlindungan terhadap 1 (satu) jenis atau lebih risiko yang terkait dengan meninggalnya seseorang yang

- dipertanggungjawabkan, hidup dan meninggalnya seseorang yang dipertanggungjawabkan, atau anuitas asuransi jiwa;
- c. program yang menjanjikan perlindungan terhadap 1 (satu) jenis atau lebih risiko yang terkait dengan keadaan kesehatan fisik seseorang atau menurunnya kondisi kesehatan seseorang yang dipertanggungjawabkan; dan/atau
  - d. program yang menjanjikan perlindungan terhadap 1 (satu) jenis atau lebih risiko dengan memberikan penggantian atau pembayaran kepada pemegang polis, tertanggung, atau peserta atau pihak lain yang berhak dalam hal terjadi kecelakaan.
3. Produk Asuransi Mikro adalah Produk Asuransi yang didesain untuk memberikan perlindungan atas risiko keuangan yang dihadapi masyarakat berpenghasilan rendah.
  4. Produk Asuransi Yang Dikaitkan Dengan Investasi yang selanjutnya disebut PAYDI adalah Produk Asuransi yang paling sedikit memberikan perlindungan terhadap risiko kematian dan memberikan manfaat yang mengacu pada hasil investasi dari kumpulan dana yang khusus dibentuk untuk Produk Asuransi baik yang dinyatakan dalam bentuk unit maupun bukan unit.
  5. Polis Asuransi adalah akta perjanjian asuransi atau dokumen lain yang dipersamakan dengan akta perjanjian asuransi, serta dokumen lain yang merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan dengan perjanjian asuransi, yang dibuat secara tertulis dan memuat perjanjian antara pihak Perusahaan dan calon pemegang polis.
  6. Agen Asuransi adalah Agen Asuransi sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian.
  7. Badan Usaha Selain Bank yang selanjutnya disebut BUSB adalah badan usaha baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, yang memiliki kegiatan usaha di:
    - a. sektor jasa keuangan selain jasa perbankan;
    - b. sektor jasa non-keuangan; dan/atau
    - c. sektor non-jasa,yang melakukan kerja sama dengan Perusahaan dalam rangka memasarkan Produk Asuransi berdasarkan perjanjian kerja sama.

8. Tenaga Pemasar adalah orang yang bekerja sendiri yang bertindak untuk dan atas nama Perusahaan untuk memasarkan Produk Asuransi Mikro berdasarkan perjanjian.
9. Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif yang selanjutnya disebut Laku Pandai adalah kegiatan menyediakan layanan perbankan dan/atau layanan keuangan lainnya yang dilakukan tidak melalui jaringan kantor, namun melalui kerja sama dengan pihak lain dan perlu didukung dengan penggunaan sarana teknologi informasi.
10. Agen Bank Penyelenggara Laku Pandai adalah badan hukum atau perorangan yang bekerja sama dengan bank penyelenggara Laku Pandai yang menjadi kepanjangan tangan bank untuk menyediakan layanan perbankan kepada masyarakat dalam rangka keuangan inklusif sesuai yang diperjanjikan.
11. *Churning* adalah tindakan membujuk dan mempengaruhi pemegang polis untuk mengubah atau mengganti polis yang ada dengan polis yang baru pada Perusahaan yang sama, dan/atau membeli polis baru dengan menggunakan dana yang berasal dari polis yang masih aktif dari Perusahaan yang sama tanpa penjelasan terlebih dahulu kepada pemegang polis mengenai kerugian yang dapat diderita oleh pemegang polis akibat perubahan/penggantian tersebut.
12. *Pooling* adalah tindakan mengalihkan penjualan Produk Asuransi yang telah dilakukan oleh Agen Asuransi, atau pihak yang memasarkan Produk Asuransi kepada pihak lainnya. Agen Asuransi atau Tenaga Pemasar harus menolak namanya dicantumkan dalam dokumen surat permohonan penutupan asuransi apabila dirinya tidak melakukan prospek atau penjualan Produk Asuransi kepada calon nasabah atau nasabah.
13. *Twisting* adalah tindakan pihak yang memasarkan Produk Asuransi yang membujuk dan/atau mempengaruhi pemegang Polis Asuransi untuk mengubah spesifikasi Polis Asuransi yang ada atau mengganti Polis Asuransi yang ada dengan Polis Asuransi yang baru pada Perusahaan lainnya, dan/atau membeli Polis Asuransi baru dengan menggunakan dana yang berasal dari Polis Asuransi yang masih aktif pada suatu Perusahaan lainnya dalam waktu 6 (enam) bulan sebelum atau sesudah tanggal Polis Asuransi baru di Perusahaan lain diterbitkan.

14. Sistem Elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan informasi elektronik.
15. Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.

#### B. Ketentuan Pokok Pemasaran Produk Asuransi

1. Perusahaan hanya dapat memasarkan Produk Asuransi melalui saluran pemasaran sebagai berikut:
  - a. secara langsung (*direct marketing*);
  - b. Agen Asuransi;
  - c. *bancassurance*; dan/atau
  - d. BUSB.
2. Pemasaran Produk Asuransi Mikro dapat dilakukan melalui saluran pemasaran pada angka 1 dan/atau Tenaga Pemasar, termasuk Agen Bank Penyelenggara Laku Pandai.
3. Dalam setiap kegiatan pemasaran Produk Asuransi melalui saluran pemasaran sebagaimana dimaksud dalam Romawi I bagian B angka 1 dan 2, Perusahaan bertanggung jawab atas:
  - a. konsekuensi yang timbul dari Produk Asuransi yang dipasarkan; dan
  - b. semua tindakan yang dilakukan oleh pihak lain yang berkaitan dengan pemasaran Produk Asuransi.
4. Pihak lain sebagaimana dimaksud pada angka 3 huruf b, merupakan orang atau badan usaha baik yang secara langsung maupun tidak langsung melakukan penawaran dan pemasaran Produk Asuransi, antara lain bank, BUSB, dan/atau pegawai pada bank atau BUSB.
5. Ketentuan mengenai saluran pemasaran Produk Asuransi melalui *bancassurance* sebagaimana dimaksud pada angka 1 huruf c bagi Perusahaan diatur dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan mengenai saluran pemasaran produk asuransi melalui kerja sama

dengan bank (*bancassurance*), dan penerapan manajemen risiko pada bank yang melakukan aktivitas *bancassurance*.

## II. PERSYARATAN UMUM SALURAN PEMASARAN PRODUK ASURANSI

1. Perusahaan dalam memasarkan Produk Asuransi dapat menggunakan lebih dari 1 (satu) jenis saluran pemasaran yang berbeda.
2. Perusahaan harus terlebih dahulu mencantumkan rencana saluran pemasaran yang akan digunakan dalam rencana bisnis tahun yang sama dengan tahun pelaksanaan, sebagaimana diatur dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan mengenai rencana bisnis perusahaan asuransi dan perusahaan reasuransi.
3. Perusahaan harus memiliki *marketing kit* yang digunakan dalam kegiatan promosi, iklan, atau pengenalan Produk Asuransi untuk mendukung pemasaran Produk Asuransi.
4. *Marketing kit* sebagaimana dimaksud pada angka 3, dapat berupa:
  - a. spanduk;
  - b. iklan di media massa;
  - c. *billboard*;
  - d. brosur, *leaflet*, atau *flyer*;
  - e. bahan tayang (*slide presentation*);
  - f. iklan singkat berupa video;
  - g. *telemarketing script*; dan/atau
  - h. proposal penawaran Produk Asuransi;
5. Seluruh informasi yang tercantum dalam *marketing kit* sebagaimana dimaksud pada angka 3, harus dituangkan/disampaikan secara akurat, jelas, dan tidak menyesatkan.
6. Dalam menyusun *marketing kit* sebagaimana dimaksud pada angka 3, Perusahaan harus memperhatikan ketentuan sebagai berikut:
  - a. untuk *marketing kit* yang digunakan dengan tujuan untuk menarik perhatian publik atau masyarakat umum, paling sedikit harus dicantumkan:
    - 1) nama dan/atau logo Perusahaan;
    - 2) pernyataan bahwa Perusahaan terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan;
    - 3) manfaat Produk Asuransi secara umum;

- 4) kontak dari Perusahaan yang dapat dihubungi oleh calon konsumen (dapat berupa nomor telepon, alamat *e-mail*, dan lain-lain); dan
  - 5) frasa syarat dan ketentuan berlaku.
- b. untuk *marketing kit* yang digunakan dengan tujuan untuk penawaran dan penjelasan spesifikasi Produk Asuransi secara personal kepada calon tertanggung, peserta, atau pemegang polis, paling sedikit harus dicantumkan:
- 1) nama dan/atau logo Perusahaan;
  - 2) pernyataan bahwa Perusahaan terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan;
  - 3) rincian biaya, manfaat, dan risiko Produk Asuransi yang dipasarkan (termasuk biaya akuisisi);
  - 4) syarat dan tata cara pengajuan klaim, termasuk bukti pendukung yang relevan dan diperlukan dalam pengajuan klaim;
  - 5) tata cara penyelesaian dan pembayaran klaim;
  - 6) prosedur pelayanan dan penyelesaian pengaduan di Perusahaan;
  - 7) kontak dari Perusahaan yang dapat dihubungi oleh konsumen (dapat berupa nomor telepon, alamat surat elektronik (*e-mail*), dan-lain-lain); dan
  - 8) frasa syarat dan ketentuan berlaku.
7. Selain ketentuan sebagaimana dimaksud pada angka 6, dalam melakukan pemasaran Produk Asuransi, Perusahaan harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:
- a. melakukan pemeriksaan secara berkala atas kebenaran dan keakuratan informasi atau konten yang tersaji/tercantum dalam *marketing kit*, alat-alat pemasaran/promosi, atau segala sesuatu yang digunakan oleh pihak yang melakukan pemasaran untuk menawarkan Produk Asuransi;
  - b. memastikan bahwa segala informasi atau konten sebagaimana dimaksud pada huruf a, telah sesuai dengan:
    - 1) ketentuan peraturan perundang-undangan terkait, termasuk ketentuan mengenai perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan mengenai perlindungan konsumen sektor jasa keuangan; dan

- 2) spesifikasi Produk Asuransi yang telah dilaporkan kepada Otoritas Jasa Keuangan;
  - c. bertanggung jawab atas kesesuaian segala informasi atau konten yang tersaji/tercantum dalam *marketing kit* sebagaimana dimaksud pada angka 4 dan dalam hal terdapat kesalahan/kekeliruan penyampaian informasi dimaksud oleh pihak yang melakukan pemasaran untuk menawarkan Produk Asuransi; dan
  - d. memiliki mekanisme atau standar operasional prosedur (SOP) untuk memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada huruf a sampai dengan c.
8. Setiap pihak yang akan memasarkan Produk Asuransi hanya dapat menggunakan *marketing kit* yang telah dilaporkan dan disetujui oleh Perusahaan.
  9. Pelaksanaan pemasaran Produk Asuransi melalui saluran pemasaran sebagaimana dimaksud dalam Romawi I bagian B angka 1 huruf b sampai dengan huruf d dan angka 2 harus dilakukan berdasarkan perjanjian kerja sama antara Perusahaan dan pihak yang melakukan pemasaran.
  10. Perjanjian kerja sama antara Perusahaan dan pihak yang melakukan pemasaran sebagaimana dimaksud pada angka 9 berupa:
    - a. perjanjian keagenan apabila menggunakan saluran pemasaran melalui Agen Asuransi sebagaimana dimaksud dalam Romawi I bagian B angka 1 huruf b;
    - b. perjanjian kerja sama *bancassurance* apabila menggunakan saluran pemasaran melalui *bancassurance* sebagaimana dimaksud dalam Romawi I bagian B angka 1 huruf c; atau
    - c. perjanjian kerja sama pemasaran apabila menggunakan saluran pemasaran melalui BUSB dan Tenaga Pemasar sebagaimana dimaksud dalam Romawi I bagian B angka 1 huruf d, dan angka 2.
  11. Perjanjian kerja sama sebagaimana dimaksud pada angka 9, disusun dengan menggunakan bahasa Indonesia.
  12. Dalam hal perjanjian kerja sama sebagaimana dimaksud pada angka 9, disusun berdampingan antara bahasa Indonesia dan bahasa asing atau bahasa daerah, perjanjian harus mencantumkan klausul yang

menyatakan bahwa bahasa yang dijadikan acuan dalam hal terjadi sengketa atau perbedaan pendapat adalah bahasa Indonesia.

13. Perjanjian kerja sama sebagaimana dimaksud pada angka 9, harus memuat ketentuan paling sedikit mengenai:
  - a. identitas para pihak;
  - b. hak, kewajiban, dan tanggung jawab masing-masing pihak;
  - c. jangka waktu perjanjian;
  - d. syarat dan tata cara perubahan perjanjian;
  - e. pernyataan bahwa pengambilan keputusan *underwriting* dan keputusan (penerimaan atau penolakan) klaim sepenuhnya menjadi hak dan wewenang Perusahaan;
  - f. nama Produk Asuransi yang dipasarkan;
  - g. prosedur penutupan asuransi, dan pembayaran premi atau kontribusi;
  - h. prosedur penyelesaian dan pembayaran klaim;
  - i. klausul yang mengatur besaran komisi yang diberikan Perusahaan kepada pihak lain dalam rangka memasarkan Produk Asuransi;
  - j. kejelasan tanggung jawab masing-masing pihak dalam melaksanakan kewajiban Anti Pencucian Uang - Pencegahan Pendanaan Terorisme (APU-PPT);
  - k. klausul yang memuat kondisi yang menyebabkan berakhirnya perjanjian, termasuk berakhirnya perjanjian yang diakibatkan oleh salah satu pihak baik Perusahaan atau pihak lain, maupun atas perintah Otoritas Jasa Keuangan;
  - l. kejelasan penyelesaian hak dan kewajiban masing-masing pihak, termasuk kewajiban kepada pemegang polis, tertanggung, atau peserta, dan/atau penerima manfaat apabila perjanjian berakhir, baik karena berakhirnya jangka waktu perjanjian kerja sama maupun karena memenuhi kondisi yang menyebabkan berakhirnya kerja sama sebagaimana dimaksud pada huruf k;
  - m. penetapan sanksi dan mekanisme sanksi;
  - n. mekanisme penyelesaian sengketa antara para pihak; dan
  - o. kewajiban para pihak menjaga kerahasiaan data nasabah.
14. Selain ketentuan sebagaimana dimaksud pada angka 13, bagi Perusahaan yang menggunakan saluran pemasaran melalui *bancassurance* sebagaimana dimaksud dalam Romawi I bagian B angka



1 huruf c, dalam menyusun perjanjian kerja sama *bancassurance* juga harus memenuhi ketentuan mengenai perjanjian *bancassurance* yang diatur dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan mengenai saluran pemasaran Produk Asuransi melalui kerja sama dengan bank (*bancassurance*).

15. Perusahaan harus mendokumentasikan seluruh perjanjian kerja sama dengan pihak yang melakukan pemasaran Produk Asuransi.
16. Pihak yang bekerja sama dengan Perusahaan dalam rangka pemasaran Produk Asuransi hanya diperkenankan memasarkan Produk Asuransi yang dinyatakan dalam perjanjian kerja sama sebagaimana dimaksud pada angka 13 huruf f.
17. Produk Asuransi yang dinyatakan dalam perjanjian kerja sama sebagaimana dimaksud pada angka 13 huruf f adalah Produk Asuransi yang telah memiliki surat persetujuan atau pencatatan dari Otoritas Jasa Keuangan.
18. Perusahaan yang menggunakan saluran pemasaran melalui kerja sama dengan Agen Asuransi, bank (*bancassurance*), BUSB, dan Tenaga Pemasar sebagaimana dimaksud dalam Romawi I bagian B angka 1 huruf b sampai dengan huruf d, dan angka 2, harus memiliki dan menerapkan standar seleksi dan akuntabilitas dalam pelaksanaan kerja sama tersebut.
19. Dalam rangka memiliki dan menerapkan standar seleksi sebagaimana dimaksud pada angka 18, Perusahaan paling sedikit harus melakukan penilaian terhadap pihak yang akan melaksanakan pemasaran Produk Asuransi sebelum menandatangani perjanjian.
20. Dalam rangka memiliki dan menerapkan standar akuntabilitas sebagaimana dimaksud pada angka 18, Perusahaan paling sedikit harus:
  - a. mengadakan pelatihan mengenai Produk Asuransi yang akan dipasarkan bagi pihak yang akan melaksanakan pemasaran Produk Asuransi sebelum pihak tersebut melakukan pemasaran;
  - b. melakukan pengawasan secara berkala terhadap pihak yang melaksanakan pemasaran Produk Asuransi tersebut selama masa perjanjian; dan
  - c. melakukan evaluasi terhadap pihak yang melaksanakan pemasaran Produk Asuransi secara berkala paling sedikit 1 (satu)

kali dalam 1 (satu) tahun dan sebelum berakhirnya masa perjanjian.

III. PERSYARATAN PEMASARAN PRODUK ASURANSI SECARA LANGSUNG  
(*DIRECT MARKETING*)

Pegawai Perusahaan yang bertugas memasarkan Produk Asuransi harus mendapatkan pelatihan sesuai dengan spesifikasi/ruang lingkup usaha asuransi yang dipasarkan minimum yang setara dengan spesifikasi pelatihan Agen Asuransi yang dibuktikan dengan sertifikat pelatihan.

IV. PERSYARATAN PEMASARAN PRODUK ASURANSI MELALUI AGEN ASURANSI

1. Agen Asuransi yang dapat memasarkan Produk Asuransi harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:
  - a. memiliki sertifikat keagenan dari asosiasi terkait dan sesuai dengan spesifikasi/ruang lingkup usaha asuransi yang dipasarkan;
  - b. terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan;
  - c. tidak termasuk dalam daftar hitam yang dimiliki oleh asosiasi terkait; dan
  - d. tidak sedang dikenai sanksi oleh Otoritas Jasa Keuangan dan/atau asosiasi terkait.
2. Sebelum menandatangani perjanjian keagenan dengan Perusahaan, Agen Asuransi harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:
  - a. mendapatkan persetujuan dari Perusahaan tempat Agen Asuransi mengikat perjanjian keagenan, bagi Agen Asuransi yang masih terikat perjanjian keagenan dengan Perusahaan lain yang tidak sejenis; dan/atau
  - b. telah menyelesaikan seluruh kewajibannya pada Perusahaan sebelumnya, bagi Agen Asuransi yang pernah terikat perjanjian keagenan dengan Perusahaan lain.
3. Perjanjian keagenan antara Perusahaan dan Agen Asuransi, selain harus memuat ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Romawi II angka 13, juga harus memuat hal sebagai berikut:
  - a. kode etik yang ditetapkan oleh asosiasi sesuai dengan bidang usahanya;

- b. kewajiban Agen Asuransi untuk mematuhi kode etik atau sejenisnya yang ditetapkan oleh asosiasi asuransi sesuai dengan bidang usahanya berikut sanksi yang dikenakan pada setiap pelanggaran yang dilakukan Agen Asuransi; dan
    - c. jangka waktu penyerahan premi atau kontribusi kepada Perusahaan, dalam hal Perusahaan memberikan kewenangan kepada Agen Asuransi untuk menerima premi atau kontribusi.
4. Perjanjian keagenan sebagaimana dimaksud pada angka 3 harus dilengkapi dengan lampiran berupa:
  - a. surat persetujuan dari Perusahaan tempat Agen Asuransi dimaksud bekerja, dalam hal Perusahaan mengikat perjanjian keagenan dengan Agen Asuransi yang masih terikat perjanjian keagenan dengan Perusahaan lain yang tidak sejenis; dan
  - b. surat pernyataan bahwa Agen Asuransi yang bersangkutan telah menyelesaikan kewajibannya pada Perusahaan sebelumnya, dalam Agen Asuransi pernah terikat perjanjian keagenan dengan Perusahaan lain.
5. Dalam rangka pemasaran Produk Asuransi, Agen Asuransi harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:
  - a. memenuhi kode etik yang ditetapkan oleh asosiasi yang berwenang dan sesuai dengan bidang usahanya, termasuk tidak melakukan *Churning*, *Pooling*, dan *Twisting*; dan
  - b. menyerahkan premi atau kontribusi kepada Perusahaan sesuai dengan jangka waktu penyerahan premi atau kontribusi yang telah ditentukan oleh Perusahaan, dalam hal Perusahaan memberikan kewenangan kepada Agen Asuransi untuk menerima premi atau kontribusi.
6. Agen Asuransi tidak diperkenankan memasarkan Produk Asuransi yang spesifikasinya tidak sesuai dengan sertifikasi yang dimiliki oleh Agen Asuransi yang bersangkutan.

#### V. PERSYARATAN PEMASARAN PRODUK ASURANSI MELALUI BUSB

1. Perusahaan dapat bekerja sama dengan BUSB dalam rangka pemasaran Produk Asuransi dengan ketentuan harus memenuhi persyaratan/kriteria sebagai berikut:

- a. BUSB yang dipilih menjadi mitra kerja sama dapat merupakan BUSB yang berdomisili di dalam negeri maupun luar negeri, dan harus memiliki izin untuk menjalankan usahanya dari instansi yang berwenang;
  - b. peran dan tanggung jawab BUSB dalam kerja sama tersebut adalah sebagai pihak yang mewakili kepentingan Perusahaan dalam memasarkan Produk Asuransi;
  - c. BUSB bukan sebagai tertanggung atau peserta atas Produk Asuransi yang diperjanjikan atau dipasarkan; dan
  - d. risiko yang diasuransikan dalam Produk Asuransi yang diperjanjikan atau dipasarkan, bukan merupakan aset dari BUSB atau pegawai dari BUSB yang bersangkutan.
2. Yang dimaksud dengan instansi yang berwenang sebagaimana dimaksud pada angka 1 huruf a adalah suatu lembaga atau institusi (dalam negeri maupun luar negeri) yang memiliki kewenangan atas penerbitan izin usaha dan/atau pengawasan penyelenggaraan usaha atas BUSB tersebut.
  3. BUSB tidak diperkenankan untuk melakukan kegiatan sebagai berikut:
    - a. memberikan pelayanan berupa jasa konsultasi kepada calon konsumen kecuali sebatas pada Produk Asuransi yang ditawarkan;
    - b. memberikan pelayanan berupa jasa penanganan penyelesaian klaim; dan/atau
    - c. menerima premi/kontribusi asuransi.
  4. Pegawai dari BUSB yang memasarkan Produk Asuransi harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:
    - a. memiliki sertifikat keagenan dari asosiasi terkait dan sesuai dengan spesifikasi/jenis Produk Asuransi yang dipasarkan; dan
    - b. telah memperoleh pelatihan mengenai Produk Asuransi yang akan dipasarkan.
  5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada angka 4 huruf a tidak berlaku untuk pemasaran Produk Asuransi Mikro.
  6. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada angka 4 huruf b untuk pemasaran Produk Asuransi Mikro dilakukan dengan mengacu pada Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan mengenai Produk Asuransi Mikro dan saluran pemasaran Produk Asuransi Mikro.

7. Perusahaan yang menggunakan saluran pemasaran melalui kerja sama dengan BUSB harus terlebih dahulu melaporkan kerja sama tersebut kepada Otoritas Jasa Keuangan untuk memperoleh surat pencatatan.

## VI. PERSYARATAN PEMASARAN PRODUK ASURANSI MELALUI TENAGA PEMASAR

Ketentuan mengenai pemasaran Produk Asuransi Mikro melalui Tenaga Pemasar diatur dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan mengenai Produk Asuransi Mikro dan saluran pemasaran Produk Asuransi Mikro.

## VII. PENERAPAN MANAJEMEN RISIKO PERUSAHAAN DALAM RANGKA PEMASARAN PRODUK ASURANSI

### A. Umum

1. Perusahaan memiliki kewenangan sepenuhnya atas proses pengambilan keputusan *underwriting* dan verifikasi keputusan klaim sesuai dengan syarat dan ketentuan Produk Asuransi yang dipasarkan.
2. Otoritas Jasa Keuangan dapat memerintahkan Perusahaan untuk menghentikan kegiatan kerja sama antara Perusahaan dengan pihak lain dalam setiap saluran pemasaran Produk Asuransi, dalam hal Otoritas Jasa Keuangan menilai kegiatan pemasaran Produk Asuransi yang dilaksanakan:
  - a. tidak sesuai dengan perjanjian;
  - b. tidak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan/atau
  - c. berdampak negatif terhadap kesehatan keuangan dan/atau reputasi Perusahaan.
3. Perusahaan harus mengakhiri kerja sama dengan pihak lain dalam setiap saluran pemasaran Produk Asuransi sebelum berakhirnya perjanjian atau tidak memperpanjang kerja sama apabila:
  - a. pihak lain tidak memenuhi kewajiban sebagaimana diatur dalam perjanjian kerja sama, misalnya tidak meneruskan pembayaran premi atau kontribusi yang dibayarkan pemegang polis, tertanggung, atau peserta;
  - b. pihak lain tidak lagi memenuhi persyaratan dan ketentuan sebagaimana diatur dalam SEOJK ini; dan/atau

- c. Otoritas Jasa Keuangan telah memerintahkan Perusahaan untuk mengakhiri kerja sama dimaksud sebagaimana diatur pada angka 2.
  4. Dalam hal Perusahaan sudah tidak lagi bekerja sama dengan pihak lain dalam saluran pemasaran baik karena telah berakhirnya masa perjanjian kerja sama atau karena hal yang diatur pada angka 4, Perusahaan harus:
    - a. menghentikan pemasaran Produk Asuransi melalui pihak lain tersebut;
    - b. memberitahukan kepada pemegang polis, tertanggung, atau peserta yang penutupan asuransinya dilakukan melalui pihak lain tersebut mengenai berakhirnya kerja sama antara Perusahaan dan pihak lain tersebut;
    - c. memberikan informasi mengenai kelanjutan penyelesaian hak dan kewajiban kepada pemegang polis, tertanggung, atau peserta sehubungan dengan Produk Asuransi yang dipasarkan melalui pihak lain tersebut; dan
    - d. memberikan informasi mengenai pihak pengganti atau petugas pelayanan pelanggan (*customer service officer*) kepada pemegang polis, tertanggung, atau peserta sehubungan dengan Produk Asuransi yang dipasarkan melalui pihak lain tersebut.
  5. Perusahaan harus memiliki dan menerapkan pengendalian internal yang memadai terkait penggunaan saluran pemasaran sebagaimana dimaksud dalam Romawi I bagian B angka 1 dan angka 2.
  6. Dalam hal Perusahaan bekerja sama dengan pihak lain dalam memasarkan Produk Asuransi, Perusahaan harus memastikan dan memantau penggunaan logo atau atribut Perusahaan hanya digunakan dalam rangka pemasaran Produk Asuransi.
  7. Perusahaan harus memiliki mekanisme atau standar operasional prosedur (SOP) untuk memenuhi ketentuan yang terdapat dalam SEOJK ini.
- B. Penerapan Manajemen Risiko Dalam Rangka Kerahasiaan Data Nasabah
1. Dalam menggunakan data pemegang polis, tertanggung, atau peserta, Perusahaan dan/atau pihak lain yang memasarkan Produk Asuransi harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- a. menjaga kerahasiaan, keutuhan, dan ketersediaan data pribadi, data transaksi, dan data keuangan yang dikelolanya sejak data diperoleh hingga data tersebut dimusnahkan;
  - b. menjamin bahwa perolehan, penggunaan, pemanfaatan, dan pengungkapan data pribadi, data transaksi, dan data keuangan yang diperoleh oleh Perusahaan dan/atau pihak lain yang memasarkan Produk Asuransi, dilakukan berdasarkan persetujuan pemilik data pribadi, data transaksi, dan data keuangan, kecuali ditentukan lain oleh ketentuan peraturan perundang-undangan; dan
  - c. memberitahukan secara tertulis kepada pemilik data pribadi, data transaksi, dan data keuangan tersebut jika terjadi kegagalan dalam perlindungan kerahasiaan data pribadi, data transaksi, dan data keuangan yang dikelolanya.
- C. Penerapan Manajemen Risiko Dalam Rangka Kerja Sama Dengan Agen Asuransi
1. Perusahaan harus mendaftarkan seluruh Agen Asuransi yang bekerja sama dengan Perusahaan kepada asosiasi usaha perasuransian terkait untuk dilaporkan asosiasi kepada Otoritas Jasa Keuangan secara berkala.
  2. Perusahaan hanya dapat melakukan perjanjian kerja sama dengan Agen Asuransi yang tidak terikat perjanjian keagenan dengan Perusahaan lain yang sejenis.
  3. Sebelum mengadakan perjanjian keagenan, Perusahaan harus menerapkan standar seleksi sebagaimana dimaksud dalam Romawi II angka 18 terhadap Agen Asuransi yang akan melaksanakan pemasaran Produk Asuransi, yang meliputi:
    - a. penilaian atas reputasi Agen Asuransi yang dibuktikan antara lain dengan Agen Asuransi tidak termasuk dalam daftar hitam yang dimiliki oleh asosiasi terkait;
    - b. penilaian atas kecakapan Agen Asuransi untuk bertindak mewakili Perusahaan yang dibuktikan antara lain dengan sertifikat keagenan yang masih berlaku; dan
    - c. penilaian atas pengetahuan yang cukup mengenai Produk Asuransi yang akan dipasarkan, yang dibuktikan antara lain

dengan bukti mengikuti pelatihan Produk Asuransi yang akan dipasarkan.

4. Perusahaan harus menyelenggarakan pelatihan sebagaimana dimaksud dalam Romawi II angka 20 huruf a terhadap Agen Asuransi yang akan melaksanakan pemasaran Produk Asuransi, dengan penjelasan materi paling sedikit meliputi:
  - a. modul mengenai pengetahuan Produk Asuransi (*product knowledge*) yang akan dipasarkan, termasuk tata cara pemasaran dan prosedur pengajuan klaim; dan
  - b. modul mengenai profil Perusahaan (*company profile*).
5. Perusahaan harus memiliki dokumen yang membuktikan bahwa Agen Asuransi yang memasarkan Produk Asuransinya telah memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Romawi IV angka 1, antara lain sebagai berikut:
  - a. fotokopi sertifikasi keagenan atas nama Agen Asuransi yang bersangkutan sesuai dengan bidang usahanya;
  - b. surat pernyataan atau keterangan yang membuktikan bahwa Agen Asuransi tidak termasuk dalam daftar hitam yang dimiliki oleh asosiasi terkait; dan
  - c. surat pernyataan atau keterangan yang membuktikan bahwa Agen Asuransi tidak sedang dikenai sanksi oleh Otoritas Jasa Keuangan dan/atau asosiasi terkait.
6. Perusahaan harus memiliki proses pengendalian internal sebagaimana dimaksud dalam Romawi VII huruf A angka 5, dalam rangka tindakan pencegahan dan identifikasi tindakan *Churning*, *Pooling*, dan *Twisting*, yang antara lain berupa:
  - a. memberikan penjelasan kepada pemegang polis tersebut mengenai kerugian yang dapat diderita oleh pemegang polis akibat perubahan/penggantian polis dengan polis yang baru pada Perusahaan lain yang sejenis;
  - b. mencantumkan beberapa pernyataan dan/atau pertanyaan kepada calon pemegang polis, tertanggung, atau peserta dalam formulir aplikasi permohonan penutupan asuransi (SPPA atau SPAJ), yang dapat membantu mengidentifikasi praktik *Churning*, *Pooling*, atau *Twisting*;



- c. melakukan kerja sama dan investigasi lebih lanjut bersama dengan Perusahaan lain dan/atau asosiasi terkait dalam hal diketahui telah terjadi praktik *Churning*, *Pooling* atau *Twisting* yang dilakukan oleh Agen Asuransi; dan
  - d. mengakhiri perjanjian keagenan dengan Agen Asuransi yang diketahui telah melakukan praktik *Churning*, *Pooling*, atau *Twisting*.
7. Perusahaan harus melakukan pengawasan secara berkala sebagaimana dimaksud dalam Romawi II angka 20 huruf b, atas pelaksanaan perjanjian oleh Agen Asuransi yang paling sedikit meliputi:
- a. kesesuaian penjelasan spesifikasi Produk Asuransi kepada pemegang polis, tertanggung, atau peserta;
  - b. kesesuaian jumlah premi atau kontribusi yang dibayarkan oleh pemegang polis, tertanggung, atau peserta dengan yang disetorkan Agen Asuransi kepada Perusahaan; dan
  - c. kesesuaian jangka waktu pembayaran premi atau kontribusi oleh Agen Asuransi kepada Perusahaan.
8. Perusahaan harus melakukan evaluasi secara berkala sebagaimana dimaksud dalam Romawi II angka 20 huruf c, atas pelaksanaan perjanjian oleh Agen Asuransi yang paling sedikit meliputi:
- a. kinerja Agen Asuransi dalam memasarkan Produk Asuransi antara lain jumlah penutupan asuransi yang dilakukan, total premi atau kontribusi yang dihasilkan, *loss ratio*, dan pengaduan konsumen dari penutupan Asuransi yang dilakukan oleh Agen Asuransi tersebut; dan
  - b. kepatuhan Agen Asuransi terhadap perjanjian keagenan.
- D. Penerapan Manajemen Risiko Dalam Rangka Kerja Sama Dengan BUSB
1. Perusahaan harus menerapkan standar seleksi sebagaimana dimaksud dalam Romawi II angka 18 terhadap BUSB yang akan melaksanakan pemasaran Produk Asuransi sebelum mengadakan perjanjian kerja sama yang meliputi:
- a. penilaian atas reputasi yang dibuktikan antara lain dengan BUSB tidak sedang dalam pengenaan sanksi pembekuan kegiatan usaha oleh instansi yang berwenang dan/atau tidak sedang dalam proses kepailitan;

- b. penilaian atas kecakapan BUSB untuk bertindak mewakili Perusahaan yang dibuktikan antara lain dengan:
    - 1) memiliki anggaran dasar yang menyatakan badan usaha dimaksud dapat melakukan kegiatan usaha berdasarkan *fee based income*;
    - 2) memiliki izin untuk menjalankan usahanya dari instansi yang berwenang; dan/atau
    - 3) memiliki sarana dan prasarana yang memadai dan mendukung pelaksanaan kegiatan promosi dan pemasaran Produk Asuransi;
  - c. penilaian atas pengetahuan yang cukup mengenai Produk Asuransi yang akan dipasarkan, yang dibuktikan antara lain dengan memiliki sumber daya manusia yang telah mengikuti pelatihan Produk Asuransi yang akan dipasarkan.
2. Perusahaan harus memastikan bahwa BUSB memiliki pegawai yang memenuhi persyaratan sebagaimana dimaksud pada Romawi V angka 4.
  3. Selain ketentuan sebagaimana dimaksud pada angka 1, dalam hal Perusahaan bekerja sama dengan BUSB yang merupakan badan usaha yang bergerak di sektor jasa keuangan, Perusahaan harus memastikan bahwa badan usaha tersebut telah memenuhi tingkat kesehatan keuangan sesuai dengan ketentuan terkait masing-masing lembaga jasa keuangan.

Contoh: untuk perusahaan pembiayaan memenuhi persyaratan tingkat kesehatan keuangan dengan kondisi minimum sehat sesuai dengan ketentuan mengenai penyelenggaraan usaha perusahaan pembiayaan dan peraturan pelaksanaannya.
  4. Perusahaan harus melakukan pelatihan sebagaimana dimaksud dalam Romawi II angka 20 huruf a terhadap pegawai/karyawan dari BUSB yang akan melaksanakan pemasaran Produk Asuransi dengan penjelasan materi yang disampaikan paling sedikit mencakup:
    - a. modul mengenai pengetahuan Produk Asuransi (*product knowledge*) yang akan dipasarkan, termasuk tata cara pemasaran, dan prosedur pengajuan klaim; dan
    - b. modul mengenai profil Perusahaan (*company profile*).

5. Perusahaan harus melakukan pengawasan secara berkala sebagaimana dimaksud dalam Romawi II angka 20 huruf b atas pelaksanaan perjanjian oleh BUSB yang paling sedikit meliputi:
  - a. kecukupan jumlah pegawai yang memiliki sertifikasi keagenan di setiap kantor yang melakukan fungsi pemasaran Produk Asuransi;
  - b. kesesuaian penjelasan spesifikasi Produk Asuransi kepada pemegang polis, tertanggung, atau peserta; dan
  - c. kecukupan sarana dan prasarana yang dimiliki BUSB dalam melaksanakan kegiatan promosi dan pemasaran Produk Asuransi.
6. Perusahaan harus melakukan evaluasi secara berkala sebagaimana dimaksud dalam Romawi II angka 20 huruf c atas pelaksanaan perjanjian oleh BUSB yang paling sedikit meliputi:
  - a. kinerja BUSB dalam memasarkan Produk Asuransi antara lain jumlah penutupan asuransi yang dilakukan, total premi atau kontribusi yang dihasilkan, *loss ratio*, dan pengaduan konsumen dari penutupan Asuransi yang dilakukan oleh BUSB tersebut;
  - b. kepatuhan BUSB terhadap perjanjian; dan
  - c. reputasi BUSB yang diketahui melalui berbagai sumber informasi.

#### VIII. ASPEK PERLINDUNGAN KONSUMEN

1. Perusahaan harus memastikan bahwa pihak yang memasarkan Produk Asuransi melakukan tindakan sebagai berikut:
  - a. menunjukkan identitas pribadi;
  - b. menggunakan dan menunjukkan identitas sebagai wakil sah dari Perusahaan, dimana:
    - i. untuk Agen Asuransi dapat berupa lisensi keagenan yang berlaku untuk Perusahaan yang diwakilinya ;
    - ii. untuk BUSB dapat berupa stiker, sertifikat, atau keterangan lainnya yang menyatakan bahwa pihak lain tersebut merupakan mitra kerja sama dari Perusahaan; dan
    - iii. untuk Tenaga Pemasar dapat berupa kartu identitas atau kartu nama dari Perusahaan;
  - c. menyampaikan informasi mengenai Produk Asuransi yang ditawarkan dan informasi penting yang terkait dengan syarat dan ketentuan dalam Polis Asuransi dengan memperhatikan ketentuan

- peraturan Otoritas Jasa Keuangan mengenai perlindungan konsumen sektor jasa keuangan;
- d. menyampaikan kepada calon pemegang polis, tertanggung, atau peserta atas penerimaan atau penolakan surat penutupan asuransi dari Perusahaan paling lama 5 (lima) hari kerja sejak ada keputusan penerimaan atau penolakan pertanggungan;
  - e. menyampaikan informasi dan meminta dokumen yang diperlukan untuk pengajuan formulir permohonan penutupan asuransi; dan
  - f. memastikan pemegang polis, tertanggung, atau peserta mengisi seluruh formulir surat permohonan pertanggungan asuransi secara lengkap sesuai dengan dokumen yang disampaikan.
2. Perusahaan harus transparan kepada calon pemegang polis, tertanggung, atau peserta mengenai biaya yang harus dibayar, termasuk jika dalam premi asuransi yang harus dibayar terdapat perhitungan komponen biaya lain seperti biaya provisi, biaya administrasi, dan/atau komisi yang diberikan Perusahaan kepada pihak lain dalam rangka pemasaran Produk Asuransi.
  3. Informasi mengenai transparansi biaya yang harus dibayar sebagaimana dimaksud pada angka 2, harus dituangkan dalam media pemasaran dan/atau surat permohonan asuransi.
  4. Perusahaan harus memiliki prosedur internal dalam rangka memastikan bahwa sebelum penutupan Produk Asuransi, calon pemegang polis, tertanggung, atau peserta telah memperoleh penjelasan secara lengkap mengenai manfaat dan biaya Produk Asuransi yang ditawarkan oleh Perusahaan atau pihak lain.
  5. Dalam hal Produk Asuransi yang dipasarkan merupakan PAYDI, Perusahaan harus memiliki prosedur internal dalam rangka memastikan bahwa sebelum penutupan atas Produk Asuransi calon pemegang polis, tertanggung, atau peserta telah memperoleh penjelasan secara lengkap mengenai manfaat, biaya, dan risiko PAYDI yang ditawarkan oleh Perusahaan atau pihak lain.
  6. Dalam hal pemasaran Produk Asuransi dilakukan secara tatap muka, kepastian bahwa calon pemegang polis, tertanggung, atau peserta telah memperoleh penjelasan sebagaimana dimaksud pada angka 3 dan angka 4, harus dituangkan dalam surat pernyataan bahwa calon pemegang polis, tertanggung, atau peserta telah memperoleh penjelasan dan

memahami manfaat, biaya, dan risiko Produk Asuransi yang ditawarkan oleh Perusahaan atau pihak lain.

7. Surat pernyataan sebagaimana dimaksud pada angka 6 harus dibuat dalam bahasa Indonesia atau dalam bahasa asing berdampingan dengan bahasa Indonesia dan ditandatangani oleh calon pemegang polis, tertanggung, atau peserta dengan menggunakan tanda tangan basah.
8. Dalam hal pemasaran Produk Asuransi dilakukan melalui sarana komunikasi jarak jauh (telepon, SMS, *e-mail*, dan yang dapat dipersamakan dengan itu), bentuk kepastian bahwa calon pemegang polis, tertanggung, atau peserta telah memperoleh penjelasan sebagaimana dimaksud pada angka 3 dan angka 4, harus berupa rekaman suara, dokumen, dan/atau bukti lain yang menyatakan bahwa calon pemegang polis, tertanggung, atau peserta telah memahami seluruh penjelasan tersebut.
9. Dalam hal Perusahaan memasarkan Produk Asuransi melalui sarana komunikasi jarak jauh sebagaimana dimaksud pada angka 8, atau kunjungan langsung, harus memenuhi hal sebagai berikut:
  - a. komunikasi hanya dapat dilakukan pada hari Senin sampai dengan Sabtu di luar hari libur nasional dari pukul 08.00 – 18.00 waktu setempat, kecuali atas persetujuan atau permintaan pemegang polis, tertanggung, atau peserta;
  - b. menginformasikan nama pihak yang memasarkan Produk Asuransi dan Perusahaan yang diwakilinya; dan
  - c. menjelaskan maksud dan tujuan terlebih dahulu sebelum memasarkan Produk Asuransi.
10. Perusahaan harus menerbitkan:
  - a. Polis Asuransi, ikhtisar polis, sertifikat Polis Asuransi, atau tanda bukti kepesertaan bagi masing-masing pemegang polis, tertanggung, atau peserta untuk Produk Asuransi yang bersifat individu; dan
  - b. Polis Asuransi, ikhtisar polis, sertifikat Polis Asuransi bagi pemegang polis dan tanda bukti kepesertaan bagi tertanggung atau peserta untuk Produk Asuransi yang bersifat kumpulan.
11. Dalam ikhtisar polis, sertifikat Polis Asuransi, atau tanda bukti kepesertaan sebagaimana dimaksud pada angka 10 harus dinyatakan secara jelas bahwa risiko asuransi menjadi tanggung jawab Perusahaan.

12. Ikhtisar polis, sertifikat Polis Asuransi, atau tanda bukti kepesertaan sebagaimana dimaksud pada angka 10 dan angka 11 harus disampaikan kepada calon pemegang polis, tertanggung, atau peserta.
13. Perusahaan harus memastikan bahwa ikhtisar polis, sertifikat Polis Asuransi, atau tanda bukti kepesertaan telah diterima oleh calon pemegang polis, tertanggung, atau peserta dalam jangka waktu paling lama 10 (sepuluh) hari kerja setelah pembayaran premi atau kontribusi dan pertanggungan dinyatakan diterima.
14. Perusahaan harus bertanggung jawab atas seluruh pengaduan konsumen dari pemasaran Produk Asuransi yang dipasarkan melalui saluran pemasaran sebagaimana dimaksud dalam Romawi I bagian B angka 1 dan 2.

IX. KETENTUAN PEMASARAN PRODUK ASURANSI YANG MENGGUNAKAN SISTEM ELEKTRONIK DAN/ATAU TRANSAKSI ELEKTRONIK

1. Perusahaan dapat memasarkan Produk Asuransi dengan menggunakan Sistem Elektronik baik secara sendiri atau bekerja sama dengan pihak lain yang didasarkan pada suatu perjanjian kerja sama.
2. Dalam hal Perusahaan memasarkan Produk Asuransi dengan menggunakan Sistem Elektronik, Perusahaan dan/atau pihak lain sebagaimana dimaksud pada angka 1 harus terdaftar di kementerian yang membidangi urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informatika.
3. Dalam hal Perusahaan memasarkan Produk Asuransi dengan menggunakan Sistem Elektronik, Perusahaan dan/atau pihak lain sebagaimana dimaksud pada angka 1 harus melampirkan dokumen perizinan atau pendaftaran sebagai bukti bahwa Perusahaan dan/atau pihak lain dimaksud telah memenuhi seluruh persyaratan yang ditetapkan oleh kementerian yang membidangi urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informatika, sebagai penyelenggara Sistem Elektronik dan/atau agen penyelenggara Sistem Elektronik.
4. Dalam hal Perusahaan memasarkan Produk Asuransi dengan menggunakan Sistem Elektronik, Perusahaan dan/atau pihak lain sebagaimana dimaksud pada angka 1 harus paling sedikit:
  - a. menyediakan dokumen elektronik yang berisi informasi elektronik yang dibuat, diteruskan, dikirimkan, diterima, atau disimpan

- dalam bentuk analog, digital, elektromagnetik, optikal, atau sejenisnya dan/atau didengar melalui komputer atau Sistem Elektronik tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, kode akses, simbol atau perforasi yang memiliki makna atau arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya;
- b. memiliki dan menyimpan dokumen elektronik yang akan menjadi alat bukti elektronik sebagai bukti adanya perbuatan hukum yang dilakukan oleh pemegang polis, tertanggung, atau peserta dan Perusahaan di pengadilan dan/atau diperlukan oleh Otoritas Jasa Keuangan;
  - c. memastikan tersedianya proses autentikasi, verifikasi, dan validasi yang mendukung kenirsangkalan dalam mengakses, memproses, dan mengeksekusi data pribadi, data transaksi, dan data keuangan yang dikelolanya.
5. Dalam hal Perusahaan dan/atau pihak lain sebagaimana dimaksud pada angka 1 menggunakan Sistem Elektronik, Perusahaan atau pihak yang bekerja sama dengan Perusahaan harus memiliki dokumen paling sedikit sebagai berikut:
- a. sertifikasi kelaikan Sistem Elektronik;
  - b. tanda terdaftar Sistem Elektronik; dan
  - c. sertifikasi keandalan,
- yang diterbitkan oleh instansi yang berwenang sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang informasi dan transaksi elektronik.
6. Dalam hal Perusahaan dan/atau pihak lain sebagaimana dimaksud pada angka 1 menggunakan Sistem Elektronik, Perusahaan dan/atau pihak lain dimaksud harus menyediakan media komunikasi lain selain Sistem Elektronik yang digunakan, untuk memastikan kelangsungan layanan nasabah. Media komunikasi dimaksud dapat berupa surat elektronik, *call center*, atau media komunikasi lainnya.
7. Dalam hal Perusahaan atau pihak yang bekerja sama dengan Perusahaan dalam rangka pemasaran Produk Asuransi menggunakan media elektronik, Perusahaan atau pihak lain dimaksud harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- a. memiliki dan menerapkan tata kelola, prosedur kerja pengoperasian, dan mekanisme audit yang dilakukan berkala terhadap Sistem Elektronik;
  - b. memiliki dan menerapkan prinsip pengendalian pengamanan data konsumen dan transaksi elektronik;
  - c. memiliki kebijakan, standar, dan prosedur atas proses manajemen risiko teknologi informasi;
  - d. menerapkan evaluasi dan pengkinian kebijakan, standar, dan prosedur secara berkala; dan
  - e. menyediakan jaringan komunikasi yang memenuhi prinsip kerahasiaan, integritas, dan ketersediaan.
8. Selain ketentuan sebagaimana dimaksud pada angka 7, Perusahaan dan/atau pihak lain sebagaimana dimaksud pada angka 1 yang menggunakan media elektronik dalam rangka pemasaran Produk Asuransi harus menerapkan pedoman tata kelola Sistem Elektronik, yang antara lain meliputi:
- a. memiliki pusat data dan pusat pemulihan bencana;
  - b. menempatkan pusat data dan pusat pemulihan bencana sebagaimana dimaksud pada huruf a di wilayah Republik Indonesia untuk kepentingan penegakan hukum dan perlindungan;
  - c. memenuhi standar minimum teknologi informasi, pengelolaan risiko teknologi informasi, pengamanan teknologi informasi, ketahanan terhadap gangguan dan kegagalan sistem, serta alih kelola Sistem Elektronik;
  - d. menyediakan rekam jejak audit terhadap seluruh kegiatan yang berbasis teknologi informasi;
  - e. memastikan bahwa perangkat Sistem Elektronik yang dipergunakan mendukung penyediaan rekam jejak audit;
  - f. rekam jejak audit sebagaimana dimaksud pada huruf d digunakan untuk keperluan pengawasan, penegakan hukum, penyelesaian sengketa, verifikasi, pengujian, dan pemeriksaan lainnya;
  - g. memiliki dan menjalankan prosedur dan sarana untuk pengamanan kegiatan pemasaran Produk Asuransi berbasis Teknologi informasi dalam menghindari gangguan, kegagalan, dan kerugian; dan



- h. menyediakan sistem pengamanan yang mencakup prosedur, sistem pencegahan, dan penanggulangan terhadap ancaman dan serangan yang menimbulkan gangguan, kegagalan, dan kerugian.
9. Perusahaan harus memiliki tenaga ahli yang memenuhi persyaratan paling sedikit sebagai berikut:
    - a. memiliki kompetensi di bidang teknologi informasi;
    - b. memiliki sertifikat keahlian di bidang teknologi informasi; dan
    - c. berkewarganegaraan Indonesia.
  10. Dalam hal tenaga ahli berkewarganegaraan Indonesia sebagaimana dimaksud pada angka 5 huruf c belum tersedia, Perusahaan dapat menggunakan tenaga ahli asing.
  11. Dalam hal Perusahaan melakukan aktivitas pembaruan dalam memasarkan produk asuransi yang memberikan nilai tambah dengan melibatkan ekosistem digital, Perusahaan harus mengikuti ketentuan dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan mengenai inovasi keuangan digital.
  12. Perusahaan yang melakukan kegiatan sebagaimana dimaksud angka 11 harus mengajukan permohonan pendaftaran kepada Otoritas Jasa Keuangan yang mengacu pada ketentuan dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan mengenai inovasi keuangan digital dan secara berkala melakukan koordinasi dengan satuan kerja terkait di Otoritas Jasa Keuangan.
- X. TATA CARA PELAPORAN DAN PERMOHONAN PERSETUJUAN SALURAN PEMASARAN PRODUK ASURANSI
- A. Umum
    1. Pelaporan saluran pemasaran sebagaimana dimaksud dalam Romawi I bagian B angka 1 dan angka 2, dilaporkan pertama kali bersamaan dengan pelaporan pencatatan atau persetujuan Produk Asuransi yang akan dipasarkan.
    2. Dalam hal terdapat perubahan saluran pemasaran yang digunakan oleh Perusahaan atas Produk Asuransi yang telah mendapatkan surat pencatatan atau persetujuan dari Otoritas Jasa Keuangan, Perusahaan harus mencantumkan perubahan dan/atau penambahan saluran pemasaran yang digunakan atas Produk

Asuransi dimaksud dalam rencana bisnis periode tahun yang bersangkutan.

3. Pelaporan dan permohonan persetujuan atas saluran pemasaran melalui *bancassurance* bagi Perusahaan sebagaimana dimaksud pada Romawi I bagian B angka 1 huruf c, tunduk dan mengacu pada ketentuan dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan mengenai saluran pemasaran Produk Asuransi melalui kerja sama dengan bank (*Bancassurance*).
  4. Pelaporan dan permohonan persetujuan atas saluran pemasaran Produk Asuransi Mikro melalui Tenaga Pemasar sebagaimana dimaksud dalam Romawi I bagian B angka 2 yang merupakan Agen Bank Penyelenggara Laku Pandai, tunduk dan mengacu pada ketentuan dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan mengenai Produk Asuransi Mikro dan saluran pemasaran Produk Asuransi Mikro.
  5. Pelaporan atas saluran pemasaran Produk Asuransi Mikro melalui Tenaga Pemasar sebagaimana dimaksud dalam Romawi I bagian B angka 2 yang bukan merupakan Agen Bank Penyelenggara Laku Pandai, dilaporkan bersamaan dengan pelaporan pencatatan atau persetujuan Produk Asuransi Mikro yang akan dipasarkan.
  6. Dalam hal terdapat perubahan, penambahan dan/atau pengurangan Tenaga Pemasar yang bekerja sama dengan Perusahaan dalam rangka pemasaran Produk Asuransi Mikro yang telah mendapatkan surat pencatatan atau persetujuan dari Otoritas Jasa Keuangan, Perusahaan harus mencantumkan perubahan, penambahan dan/atau pengurangan Tenaga Pemasar yang bekerja sama dengan Perusahaan dimaksud dalam rencana bisnis periode tahun yang bersangkutan.
- B. Tata Cara Pelaporan Pencatatan Saluran Pemasaran Produk Asuransi Melalui Kerja Sama Dengan BUSB
1. Permohonan untuk memperoleh surat pencatatan perjanjian kerja sama dengan BUSB sebagaimana dimaksud dalam Romawi V angka 1, disampaikan kepada Otoritas Jasa Keuangan dengan melampirkan dokumen sebagai berikut:
    - a. formulir permohonan pencatatan pemasaran Produk Asuransi sebagaimana dimaksud dalam lampiran yang merupakan

bagian yang tidak terpisahkan dari Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan ini;

- b. *draft* perjanjian yang telah diparaf para pihak;
  - c. *copy* surat pencatatan Produk Asuransi;
  - d. ringkasan informasi Produk Asuransi;
  - e. dokumen terkait penilaian Perusahaan atas BUSB yang meliputi aspek reputasi, kecakapan, dan pengetahuan sebagaimana dimaksud dalam Romawi VII bagian D angka 1; dan
  - f. contoh brosur, media pemasaran, atau surat pemasaran asuransi yang mencantumkan informasi mengenai komisi yang diberikan kepada pihak yang memasarkan Produk Asuransi.
2. Selain kelengkapan dokumen sebagaimana dimaksud pada angka 1 Perusahaan harus menyampaikan dokumen yang membuktikan bahwa pegawai BUSB telah:
    - a. memiliki sertifikat keagenan dari asosiasi terkait dan sesuai dengan spesifikasi/jenis Produk Asuransi yang dipasarkan; dan
    - b. telah memperoleh pelatihan mengenai Produk Asuransi yang akan dipasarkan.
  3. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada angka 2 huruf a tidak berlaku untuk pemasaran Produk Asuransi Mikro.
  4. Perusahaan dapat memasarkan Produk Asuransi melalui kerja sama dengan BUSB setelah mendapatkan tanda terima dari Otoritas Jasa Keuangan atas penyampaian surat permintaan pencatatan kerja sama dengan BUSB kepada Otoritas Jasa Keuangan.
  5. Permohonan untuk memperoleh surat pencatatan kerja sama dengan BUSB sebagaimana dimaksud pada angka 1, disampaikan kepada Otoritas Jasa Keuangan secara *online* melalui sistem jaringan komunikasi data Otoritas Jasa Keuangan.
  6. Otoritas Jasa Keuangan menyampaikan pemberitahuan pencatatan atau penolakan permohonan pencatatan kerja sama dengan BUSB sebagaimana dimaksud pada angka 5, dalam jangka waktu paling lama 20 (dua puluh) hari kerja sejak Perusahaan menerima tanda terima penyampaian permohonan pencatatan dari Otoritas Jasa Keuangan.

7. Dalam hal sistem jaringan komunikasi data Otoritas Jasa Keuangan sebagaimana dimaksud pada angka 4 belum tersedia atau terjadi gangguan teknis pada saat penyampaian permohonan untuk memperoleh surat pencatatan, Perusahaan menyampaikan permohonan secara *offline*.
8. Permohonan untuk memperoleh surat pencatatan secara *offline* disampaikan oleh Perusahaan melalui surat yang ditandatangani oleh direksi atau yang setara dalam bentuk data elektronik melalui *compact disc* (CD) atau media penyimpanan data elektronik lainnya.
9. Apabila gangguan teknis sebagaimana dimaksud pada angka 7 dialami oleh Otoritas Jasa Keuangan, Otoritas Jasa Keuangan mengumumkan melalui situs *web* Otoritas Jasa Keuangan pada hari yang sama saat terjadinya gangguan teknis.
10. Perusahaan menyampaikan permohonan pencatatan saluran pemasaran Produk Asuransi melalui kerja sama dengan BUSB secara *offline* ditujukan kepada:
  - a. untuk pemasaran Produk Asuransi konvensional:  
Otoritas Jasa Keuangan  
u.p. Direktur Kelembagaan dan Produk IKNB  
Gedung Wisma Mulia 2-*Mailing Room* Lantai 19  
Jl. Gatot Subroto No.42  
Jakarta Selatan
  - b. untuk pemasaran Produk Asuransi dengan prinsip syariah:  
Otoritas Jasa Keuangan  
u.p. Direktur IKNB Syariah  
Gedung Wisma Mulia 2-*Mailing Room* Lantai 19  
Jl. Gatot Subroto No.42  
Jakarta Selatan
11. Penyampaian permohonan pencatatan kerja sama dengan BUSB secara *offline* dapat dilakukan dengan salah satu cara sebagai berikut:
  - a. diserahkan langsung ke kantor Otoritas Jasa Keuangan; atau
  - b. dikirim melalui perusahaan jasa pengiriman,  
sesuai dengan alamat kantor Otoritas Jasa Keuangan sebagaimana dimaksud pada angka 10.

12. Perusahaan dinyatakan telah menyampaikan permohonan pencatatan dengan ketentuan sebagai berikut:
  - a. untuk penyampaian secara *online* melalui sistem jaringan komunikasi data Otoritas Jasa Keuangan, dibuktikan dengan tanda terima dari Otoritas Jasa Keuangan; atau
  - b. untuk penyampaian secara *offline*, dibuktikan dengan:
    - i. surat tanda terima dari Otoritas Jasa Keuangan, apabila permohonan disertakan langsung ke kantor Otoritas Jasa Keuangan sebagaimana dimaksud pada angka 11 huruf a; atau
    - ii. tanda terima pengiriman dari perusahaan jasa pengiriman, apabila permohonan dikirim melalui perusahaan jasa pengiriman sebagaimana dimaksud pada angka 11 huruf b.
13. Dalam hal terdapat perubahan alamat kantor Otoritas Jasa Keuangan untuk penyampaian permohonan pencatatan sebagaimana dimaksud pada angka 1, Otoritas Jasa Keuangan akan menyampaikan pemberitahuan mengenai perubahan alamat melalui surat atau pengumuman.
14. Perusahaan harus menyimpan seluruh berkas permohonan pencatatan untuk jangka waktu sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan dapat menunjukkan berkas permohonan dimaksud apabila dibutuhkan sewaktu-waktu.

#### XI. KETENTUAN LAIN-LAIN

1. Ketentuan mengenai saluran pemasaran khusus untuk Produk Asuransi Mikro sepanjang tidak diatur dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan mengenai Produk Asuransi Mikro dan saluran pemasaran Produk Asuransi Mikro, tunduk dan mengacu pada ketentuan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan ini.
2. Perusahaan harus menyampaikan laporan realisasi pelaksanaan saluran pemasaran untuk masing-masing Produk Asuransi yang paling sedikit berisi rencana kegiatan dan laporan kegiatan pelaksanaan saluran pemasaran untuk masing-masing Produk Asuransi.
3. Laporan realisasi pelaksanaan saluran pemasaran sebagaimana dimaksud pada angka 1 dilaporkan bersamaan dengan laporan berkala

sebagaimana diatur dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Mengenai laporan berkala bagi Perusahaan asuransi.

4. Otoritas Jasa Keuangan dapat memerintahkan Perusahaan untuk menghentikan seluruh kegiatan dan/atau kerja sama pemasaran Produk Asuransi, dalam hal kegiatan dan/atau kerja sama pemasaran Produk Asuransi berbeda dengan yang telah dilaporkan kepada Otoritas Jasa Keuangan.
5. Perusahaan harus segera menghentikan kegiatan pemasaran Produk Asuransi paling lambat 10 (sepuluh) hari kerja sejak tanggal perintah penghentian kegiatan dan/atau kerja sama pemasaran Produk Asuransi dari Otoritas Jasa Keuangan sebagaimana dimaksud pada angka 4.
6. Untuk kegiatan dan/atau kerja sama pemasaran Produk Asuransi yang dihentikan oleh Otoritas Jasa Keuangan sebagaimana dimaksud pada angka 4, berlaku ketentuan sebagai berikut:
  - a. pertanggungans atas Polis Asuransi yang dipasarkan melalui sistem pemasaran tersebut tetap berlangsung sampai masa pertanggungans berakhir; dan
  - b. perpanjangan Polis Asuransi yang sebelumnya dipasarkan melalui kegiatan dan/atau kerja sama pemasaran Produk Asuransi tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan dan/atau kerja sama pemasaran Produk Asuransi yang diperkenankan berdasarkan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan ini.

Seluruh penutupan asuransi yang terjadi melalui kegiatan tersebut tetap berlangsung sampai masa pertanggungans berakhir dan tidak dapat diperpanjang (*renewal*).

## XII. KETENTUAN PERALIHAN

1. Perusahaan harus menyesuaikan seluruh kegiatan dan/atau kerja sama pemasaran Produk Asuransi dengan ketentuan dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan ini dalam jangka waktu 3 (tiga) bulan sejak Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan ini ditetapkan.
2. Dalam hal Perusahaan tidak atau belum dapat menyesuaikan seluruh kegiatan pemasaran Produk Asuransi dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud pada angka 1, Perusahaan harus segera menghentikan kegiatan dan/atau kerja sama pemasaran Produk Asuransi tersebut.

3. Bagi penutupan asuransi yang baru mengikuti ketentuan sejak Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan ini mulai berlaku.

### XIII. PENUTUP

Ketentuan dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Jakarta

pada tanggal

KEPALA EKSEKUTIF PENGAWAS  
PERASURANSIAN, DANA PENSIUN,  
LEMBAGA PEMBIAYAAN, DAN  
LEMBAGA JASA KEUANGAN LAINNYA  
OTORITAS JASA KEUANGAN,

RISWINANDI