

**RINGKASAN MATERI SURAT EDARAN OTORITAS JASA KEUANGAN TENTANG
SALURAN PEMASARAN PRODUK ASURANSI
(SEOJK Saluran Pemasaran Asuransi)**

1. Latar belakang dan tujuan penyusunan SEOJK Saluran Pemasaran Asuransi:
 - a. ketentuan terkait saluran pemasaran produk asuransi dibutuhkan untuk mengimbangi banyaknya variasi saluran pemasaran;
 - b. dalam rangka memasarkan produk asuransi membutuhkan penerapan manajemen risiko untuk setiap saluran pemasaran; dan
 - c. persyaratan pemasaran produk asuransi untuk setiap saluran pemasaran dibutuhkan agar tercipta penerapan praktik asuransi yang sehat.
2. Pokok-pokok pengaturan dalam SEOJK Saluran Pemasaran Asuransi, antara lain:
 - a. persyaratan umum dalam memasarkan produk asuransi;
 - b. pengaturan penyampaian informasi produk asuransi;
 - c. persyaratan pemasaran secara langsung (*direct marketing*);
 - d. persyaratan pemasaran melalui agen asuransi;
 - e. persyaratan pemasaran melalui BUSB;
 - f. penerapan manajemen risiko dalam rangka pemasaran produk asuransi;
 - g. pemasaran yang menggunakan sistem elektronik;
 - h. aspek perlindungan konsumen;
 - i. permohonan persetujuan pemasaran produk asuransi; dan
 - j. ketentuan peralihan.
3. Persyaratan umum dalam memasarkan produk asuransi, antara lain:
 - a. hanya dapat melalui saluran pemasaran secara langsung (*direct marketing*), agen asuransi, *bancassurance*, BUSB, dan/atau tenaga pemasar;
 - b. perusahaan bertanggung jawab atas konsekuensi yang timbul atas polis asuransi yang diterbitkan dan semua tindakan pihak yang melakukan pemasaran;
 - c. memiliki perjanjian kerja sama tertulis antara perusahaan dan pihak yang melakukan pemasaran;
 - d. memenuhi ketentuan minimum isi perjanjian kerja sama; dan
 - e. mematuhi syarat dan ketentuan bagi perusahaan yang menggunakan pemasaran berjenjang.
 - f. menerapkan standar seleksi dan standar akuntabilitas dalam pelaksanaan kerja sama;
4. Pengaturan penyampaian informasi produk asuransi, antara lain:
 - a. hanya dapat menggunakan media pemasaran (*marketing kit*) dan ringkasan informasi produk asuransi yang telah ditetapkan atau disetujui oleh perusahaan;
 - b. memenuhi ketentuan isi minimum *marketing kit* dan ringkasan informasi produk asuransi; dan
 - c. melakukan evaluasi secara berkala atas kebenaran dan keakuratan informasi yang tercantum dalam *marketing kit* dan ringkasan informasi produk asuransi.
5. Persyaratan pemasaran secara langsung (*direct marketing*), antara lain:
 - a. perusahaan memberikan pelatihan kepada pegawai perusahaan yang bertugas memasarkan produk asuransi;
 - b. menginformasikan identitas pegawai sebagai wakil sah perusahaan;
 - c. menawarkan produk asuransi setelah mendapatkan pelatihan; dan
 - d. hanya menggunakan *marketing kit* yang ditetapkan perusahaan.
6. Persyaratan pemasaran melalui agen asuransi, antara lain:
 - a. memiliki sertifiakt keagenan, terdaftar di OJK, tidak memiliki perjanjian keagenan dengan perusahaan asuransi lain yang memiliki usaha sejenis;
 - b. dalam hal agen asuransi bekerja sama dengan badan usaha yang mempekerjakan Agen Asuransi, Agen Asuransi hanya dapat memiliki perjanjian keagenan dengan Perusahaan yang melakukan kerja sama dengan badan usaha tersebut;
 - c. mematuhi perjanjian keagenan;

- d. memenuhi ketentuan pemasaran produk asuransi bagi agen asuransi; dan
 - e. memenuhi ketentuan pemasaran yang menggunakan sistem elektronik.
7. Persyaratan pemasaran melalui BUSB, antara lain:
- a. hanya dapat dilakukan dalam bentuk referensi;
 - b. hanya dapat dilakukan dengan BUSB yang memiliki izin dari lembaga yang berwenang;
 - c. memenuhi ketentuan pemasaran produk asuransi bagi BUSB;
 - d. badan usaha yang berperan aktif memasarkan Produk Asuransi hanya dari satu Perusahaan yang memiliki usaha sejenis harus terdaftar sebagai badan usaha yang mempekerjakan Agen Asuransi; dan
 - e. badan usaha yang berperan aktif memasarkan Produk Asuransi dari dua atau lebih Perusahaan yang memiliki usaha sejenis, dinyatakan melakukan kegiatan usaha .keperantaraan yang harus memiliki izin usaha sebagai perusahaan pialang asuransi
8. Penerapan manajemen risiko dalam rangka pemasaran produk asuransi, antara lain:
- a. melakukan pengendalian risiko paling sedikit pada kategori risiko strategis, risiko operasional, risiko hukum, risiko kepatuhan, dan risiko reputasi dan pada proses pemilihan jenis saluran dan metode pemasaran;
 - b. menjaga kerahasiaan dan keamanan data dan/atau informasi pribadi konsumen;
 - c. menerapkan standar seleksi dan akuntabilitas terhadap agen asuransi dan badan usaha yang mempekerjakan agen asuransi;
 - d. menerapkan standar seleksi dan akuntabilitas terhadap BUSB.
9. Beberapa ketentuan terkait pemasaran yang menggunakan sistem elektronik, antara lain:
- a. memenuhi ketentuan memiliki tanda daftar penyelenggara sistem elektronik, memiliki dan menerapkan manajemen risiko teknologi informasi, memenuhi seluruh persyaratan yang diwajibkan OJK dan lembaga yang berwenang dalam rangka penyelenggaraan sistem elektronik; dan
 - b. dalam hal sistem elektronik menyediakan layanan proses permohonan asuransi, penutupan asuransi, dan/atau pembayaran premi atau kontribusi, pihak yang mengelola sistem elektronik harus memiliki pusat layanan yang menangani pertanyaan dan/atau pengaduan yang beroperasi selama 24 (dua puluh empat) jam dalam sehari dan diinformasikan dalam sistem elektronik yang digunakan.
10. Beberapa ketentuan terkait aspek perlindungan konsumen, antara lain:
- a. Perusahaan harus memiliki, menerapkan, dan mengembangkan kebijakan dan prosedur penilaian kesesuaian Produk Asuransi dengan kebutuhan dan profil calon pemegang polis, tertanggung, atau peserta yang menjadi target pemasaran (*customer need and risk profile assessment*);
 - b. Perusahaan bertanggung jawab untuk memastikan pihak yang memasarkan Produk Asuransi telah memperkenalkan diri sebagai wakil dari Perusahaan; dan
 - c. Perusahaan harus memiliki prosedur internal dalam rangka memastikan bahwa calon pemegang polis, tertanggung, atau peserta telah memperoleh penjelasan secara lengkap mengenai Produk Asuransi sebagaimana tercantum dalam ringkasan informasi Produk Asuransi, sebelum penutupan atas Produk Asuransi.
11. Perusahaan harus terlebih dahulu memperoleh surat persetujuan Otoritas Jasa Keuangan sebelum melakukan pemasaran Produk Asuransi melalui saluran pemasaran sebagai berikut:
- a. melalui *Bancassurance*;
 - b. melalui Tenaga Pemasar yang merupakan Agen Bank Penyelenggara Laku Pandai; dan/atau
 - c. melalui kerja sama dengan BUSB yang menggunakan sistem elektronik BUSB.
12. Pada saat SEOJK Saluran Pemasaran Asuransi berlaku:
- a. ketentuan mengenai pemasaran melalui kerja sama dengan bank (*Bancassurance*) tunduk dan mengacu pada ketentuan SEOJK Saluran Pemasaran Asuransi dan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan mengenai saluran pemasaran Produk Asuransi melalui kerja sama dengan bank (*Bancassurance*).

- b. ketentuan mengenai pemasaran Produk Asuransi Mikro tunduk dan mengacu pada ketentuan SEOJK Saluran Pemasaran Asuransi dan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan mengenai Produk Asuransi Mikro dan saluran pemasaran Produk Asuransi Mikro
13. Perusahaan harus menyesuaikan seluruh kegiatan dan/atau kerja sama pemasaran Produk Asuransi dengan ketentuan dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan ini dalam jangka waktu paling lama 1 (satu) tahun sejak Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan ini berlaku.
 14. Perusahaan dan/atau pihak lain harus memiliki tanda terdaftar penyelenggara sistem elektronik paling lama 6 (enam) bulan sejak Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan ini berlaku atau sesuai dengan ketentuan yang diatur kementerian yang membidangi urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informatika, digunakan yang terlebih dahulu
 15. SEOJK Saluran Pemasaran Asuransi mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.