

STANDAR PRAKTIK DAN KODE ETIK TENAGA PEMASAR ASURANSI JIWA

BAB I KETENTUAN UMUM

1. DEFINISI

Dalam Kode Etik Tenaga Pemasar ini, yang dimaksud dengan:

- a. "AAJI" adalah Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia.
- b. "Agen" adalah seseorang atau badan hukum yang kegiatannya memberikan jasa pemasaran produk asuransi jiwa untuk dan atas nama Perusahaan Asuransi Jiwa.
- c. "Kode Etik Tenaga Pemasar" adalah Standar Praktik dan Kode Etik Tenaga Pemasar Asuransi Jiwa.
- d. "*Churning*" adalah tindakan membujuk dan mempengaruhi pemegang polis untuk merubah spesifikasi polis yang ada atau mengganti polis yang ada dengan polis yang baru pada Perusahaan Asuransi Jiwa yang sama, dan/atau membeli polis baru dengan menggunakan dana yang berasal dari polis yang masih aktif dari Perusahaan Asuransi Jiwa yang sama tanpa penjelasan terlebih dahulu kepada pemegang polis mengenai kerugian yang dapat diderita oleh pemegang polis akibat perubahan/penggantian tersebut.
- e. "Nasabah" adalah pemegang polis, tertanggung dan/atau penerima manfaat dalam polis asuransi jiwa.
- f. "Perusahaan Asuransi Jiwa" adalah perusahaan yang memberikan jasa dalam penanggulangan resiko yang dikaitkan dengan hidup atau meninggalnya seseorang yang dipertanggungkan.
- g. "Perjanjian Keagenan" adalah perjanjian untuk memasarkan produk asuransi jiwa untuk dan atas nama Perusahaan Asuransi Jiwa yang dibuat dan ditandatangani oleh dan antara Agen dan Perusahaan Asuransi Jiwa.
- h. "Tenaga Pemasar" adalah Agen dan Tenaga Pemasar Non Agen.
- i. "Tenaga Pemasar Non Agen" adalah seseorang selain Agen yang bekerja untuk suatu pihak yang memiliki kerjasama pemasaran produk asuransi jiwa dengan Perusahaan Asuransi Jiwa dan bertugas untuk memasarkan produk asuransi jiwa.
- j. "*Twisting*" adalah tindakan Tenaga Pemasar yang membujuk dan/atau mempengaruhi pemegang polis untuk merubah spesifikasi polis yang ada atau mengganti polis yang ada dengan polis yang baru pada Perusahaan Asuransi Jiwa lainnya, dan/atau membeli polis baru dengan menggunakan dana yang berasal dari polis yang masih aktif pada suatu Perusahaan Asuransi Jiwa lainnya dalam waktu 6

(enam) bulan sebelum dan sesudah tanggal polis baru di Perusahaan Asuransi Jiwa lain diterbitkan.

2. LATAR BELAKANG

Setiap kegiatan pemasaran dan/atau penjualan produk-produk asuransi jiwa harus dilakukan secara jujur dan adil dengan integritas dan profesionalisme tinggi untuk menjaga kepercayaan masyarakat terhadap Perusahaan Asuransi Jiwa, Tenaga Pemasar dan industri asuransi jiwa pada umumnya.

AAJI memiliki komitmen untuk selalu menjaga standar profesionalitas dan etika yang tinggi dalam kegiatan pemasaran dan penjualan produk-produk asuransi jiwa di Indonesia. Kode Etik Tenaga Pemasar ini disusun oleh AAJI untuk menjadi dasar, aturan tingkah laku dan etika bagi setiap pelaku kegiatan pemasaran dan/atau penjualan produk-produk asuransi jiwa di Indonesia.

Kode Etik Tenaga Pemasar ini telah disahkan oleh perusahaan asuransi jiwa anggota AAJI berdasarkan ketentuan dalam Anggaran Dasar AAJI.

Setiap Tenaga Pemasar wajib memahami dan memberlakukan ketentuan-ketentuan dalam Kode Etik Tenaga Pemasar ini. Kode Etik Tenaga Pemasar ini juga berlaku bagi Tenaga Pemasar Non Agen, kecuali ditetapkan lain dalam Kode Etik Tenaga Pemasar.

Apabila terdapat ketentuan dalam Kode Etik Tenaga Pemasar ini yang bertentangan dengan peraturan yang berlaku, maka ketentuan dalam Kode Etik Tenaga Pemasar yang bertentangan tersebut menjadi tidak berlaku.

BAB II

KEWAJIBAN TENAGA PEMASAR

1. Kepatuhan Terhadap Peraturan Yang Berlaku

Tenaga Pemasar wajib mematuhi dan tunduk pada ketentuan peraturan yang berlaku, Kode Etik Tenaga Pemasar, peraturan AAJI dan peraturan Perusahaan Asuransi Jiwa yang diwakili, termasuk segala perubahannya.

2. Kepatuhan Terhadap Perjanjian Keagenan

Agen wajib mematuhi dan tunduk pada ketentuan sebagaimana diatur dalam Perjanjian Keagenan, termasuk dalam melaksanakan seluruh hak dan kewajibannya.

3. Kewajiban Terhadap Profesi

a. Perjanjian Keagenan

Agen wajib memiliki dan menandatangani Perjanjian Keagenan hanya dengan satu Perusahaan Asuransi Jiwa, kecuali ditentukan lain oleh peraturan perasuransian yang berlaku. Ketentuan ini tidak berlaku bagi Tenaga Pemasar Non Agen.

b. Sertifikasi Keagenan

Tenaga Pemasar wajib memiliki sertifikasi keagenan yang dikeluarkan oleh AAJI sebelum melakukan pemasaran dan/atau penjualan produk asuransi jiwa.

c. Pelatihan dan Pengembangan

Tenaga Pemasar wajib mengikuti pelatihan dan pengembangan dasar dan lanjutan untuk meningkatkan profesionalisme pekerjaannya sebagaimana disyaratkan oleh peraturan perundang-undangan, peraturan AAJI dan Perusahaan Asuransi Jiwa.

4. Kewajiban Terhadap Perusahaan Asuransi Jiwa

a. Dokumen Pemasaran

Tenaga Pemasar wajib menggunakan dokumen pemasaran resmi dan terkini yang dikeluarkan oleh Perusahaan Asuransi Jiwa yang diwakilinya.

b. Kegiatan Pemasaran

Tenaga Pemasar wajib melakukan kegiatan pemasaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Perusahaan Asuransi Jiwa yang diwakilinya.

c. Premi

- 1) Tenaga Pemasar wajib memberitahukan jumlah premi yang telah dibayarkan oleh calon Nasabah atau Nasabah sesuai dengan yang ditetapkan oleh Perusahaan Asuransi Jiwa.
- 2) Tenaga Pemasar wajib segera menyetor premi kepada Perusahaan Asuransi Jiwa, dalam hal Tenaga Pemasar diberikan kewenangan oleh Perusahaan Asuransi Jiwa yang diwakilinya untuk menerima titipan pembayaran premi dari Nasabah.

- 3) Tenaga Pemasar wajib menjelaskan ketentuan dari tanda terima/kuitansi sementara kepada calon Nasabah atau Nasabah sebelum menerima titipan premi dari calon Nasabah atau Nasabah.

d. Hak Milik Intelektual

Tenaga Pemasar wajib mendapatkan persetujuan dari Perusahaan Asuransi Jiwa yang diwakilinya dalam hal Tenaga Pemasar bermaksud menggunakan karya cipta, paten, merek dan/atau logo, termasuk namun tidak terbatas pada piranti lunak komputer (*software*) dari Perusahaan Asuransi Jiwa yang diwakilinya.

e. Kepemilikan dan Kerahasiaan Atas Data Nasabah

Setiap data Nasabah adalah milik dari Perusahaan Asuransi Jiwa. Tenaga Pemasar dilarang untuk memberitahukan kepada pihak ketiga dan/atau menggunakan data Nasabah dan informasi lainnya yang didapatkan dalam rangka menjalankan kewajibannya sebagai Tenaga Pemasar termasuk informasi mengenai Perusahaan Asuransi Jiwa kepada pihak ketiga selain untuk kepentingan Perusahaan Asuransi Jiwa, kecuali:

- 1) setelah mendapat persetujuan dari Perusahaan Asuransi Jiwa dalam hal informasi yang berkaitan dengan Perusahaan Asuransi Jiwa, atau dari Perusahaan Asuransi Jiwa dan Nasabah dalam hal berkaitan dengan data Nasabah, atau
- 2) untuk melaksanakan perintah dari pejabat pemerintah dan AAJI berdasarkan peraturan yang berlaku.

f. Surat Permintaan Asuransi Jiwa (SPAJ) dan Kelengkapannya

Tenaga Pemasar wajib selalu memastikan bahwa Nasabah memberikan informasi yang jelas, benar dan lengkap dalam pengisian SPAJ maupun semua dokumen kelengkapan lainnya. Tenaga Pemasar dilarang memanipulasi dan merubah data-data yang diberikan oleh Nasabah (kecuali dengan persetujuan tertulis terlebih dahulu dari Nasabah dan Perusahaan Asuransi Jiwa dalam hal polis telah diterbitkan).

g. Laporan Tenaga Pemasar

Dalam setiap permohonan asuransi jiwa dari calon Nasabah, Tenaga Pemasar wajib senantiasa memberikan informasi yang jelas, benar dan lengkap tentang Nasabah dalam laporan tenaga pemasar sebagaimana ditetapkan oleh Perusahaan Asuransi Jiwa.

h. Tindak Pidana Pencucian Uang (*Anti Money Laundering*)

Tenaga Pemasar wajib senantiasa mematuhi segala aturan dan ketentuan tentang tindak pidana pencucian uang dan mengikuti pelatihan-pelatihan mengenai anti pencucian uang yang diselenggarakan oleh Perusahaan Asuransi Jiwa sebagaimana ditetapkan oleh perundang-undangan dan aturan pemerintah yang berlaku.

i. Pooling

Tenaga Pemasar dilarang untuk mengalihkan penjualan produk yang telah dilakukannya kepada Tenaga Pemasar lainnya. Tenaga Pemasar yang tercatat dalam dokumen SPAJ merupakan Tenaga Pemasar yang melakukan prospek, presentasi dan penjualan kepada calon Nasabah atau Nasabah hingga pada saat calon Nasabah atau Nasabah melakukan penandatanganan SPAJ tersebut. Tenaga Pemasar wajib menolak namanya dicantumkan dalam dokumen SPAJ apabila dirinya tidak melakukan prospek atau penjualan produk asuransi jiwa kepada calon Nasabah atau Nasabah.

j. Rekrutmen Agen

Dengan tetap mengindahkan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku, setiap Agen yang melakukan perekrutan Agen bagi Perusahaan Asuransi Jiwa wajib memastikan bahwa Agen yang akan direkrut menyerahkan:

- 1) Salinan surat pengunduran diri Agen dari Perusahaan Asuransi Jiwa terdahulu (apabila pengakhiran Perjanjian Keagenan terjadi karena Agen mengundurkan diri) dan salinan surat persetujuan Perusahaan Asuransi Jiwa atas pengunduran diri Agen tersebut. Salinan surat persetujuan Perusahaan Asuransi Jiwa atas pengunduran diri Agen tidak diperlukan apabila Perusahaan Asuransi Jiwa terdahulu tidak mengeluarkan surat persetujuan dalam jangka waktu 30 (tiga puluh) hari sejak surat pengunduran diri tersebut diterima oleh Perusahaan Asuransi Jiwa terdahulu; atau salinan surat pengakhiran Perjanjian Keagenan (apabila pengakhiran Perjanjian Keagenan terjadi karena pemutusan perjanjian oleh Perusahaan Asuransi Jiwa terdahulu).
- 2) Salinan surat pernyataan Agen yang berpindah dari suatu Perusahaan Asuransi Jiwa ke Perusahaan Asuransi Jiwa lainnya untuk tidak melakukan *Twisting*.

k. Perpindahan Tenaga Pemasar

1) Perpindahan Agen

Apabila Agen bermaksud untuk pindah dari suatu Perusahaan Asuransi Jiwa ke Perusahaan Asuransi Jiwa lainnya, maka Agen wajib melakukan perpindahan sesuai dengan ketentuan dalam peraturan dan perundang-undangan yang berlaku dan wajib menyerahkan kepada Perusahaan Asuransi Jiwa terdahulu:

- a. Asli surat pengunduran diri.
- b. Asli surat pernyataan Agen yang berpindah untuk tidak melakukan *Twisting*.

Dan selanjutnya wajib menyerahkan kepada Perusahaan Asuransi Jiwa yang baru :

- a. Salinan surat pengunduran diri (apabila pengakhiran Perjanjian Keagenan terjadi karena Agen mengundurkan diri) dan salinan surat persetujuan

Perusahaan Asuransi Jiwa atas pengunduran diri Agen tersebut. Salinan surat persetujuan Perusahaan Asuransi Jiwa atas pengunduran diri Agen tidak diperlukan apabila Perusahaan Asuransi Jiwa terdahulu tidak mengeluarkan surat persetujuan dalam jangka waktu 30 (tiga puluh) hari sejak surat pengunduran diri tersebut diterima oleh Perusahaan Asuransi Jiwa terdahulu; atau salinan surat pengakhiran Perjanjian Keagenan (apabila pengakhiran Perjanjian Keagenan terjadi karena pemutusan perjanjian oleh Perusahaan Asuransi Jiwa terdahulu).

- b. Salinan surat pernyataan Agen yang akan berpindah untuk tidak melakukan *Twisting*.

2) **Perpindahan Tenaga Pemasar Non Agen**

Tenaga Pemasar Non Agen yang pindah dari suatu perusahaan yang memiliki kerjasama pemasaran produk asuransi dengan suatu Perusahaan Asuransi Jiwa ke perusahaan lainnya yang memiliki kerjasama pemasaran produk asuransi dengan suatu Perusahaan Asuransi Jiwa wajib memberitahukan kepada AAJI mengenai perpindahan tersebut dalam jangka waktu selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari setelah perpindahan terjadi.

I. Keterbukaan

Tenaga Pemasar wajib setiap saat memberikan informasi yang jelas, benar, dan lengkap kepada Perusahaan Asuransi Jiwa yang diwakili, calon Nasabah dan Nasabah. Tenaga Pemasar dilarang menyampaikan informasi yang bersifat keliru dan menyesatkan kepada Perusahaan Asuransi Jiwa yang diwakili, calon Nasabah dan Nasabah.

m. Bantuan Investigasi, Pemeriksaan dan Audit

Tenaga Pemasar wajib senantiasa memberikan bantuan yang wajar kepada Perusahaan Asuransi Jiwa yang diwakili dalam hal terjadi investigasi atau pemeriksaan terkait usaha perasuransian, baik dari tim pemeriksa Perusahaan Asuransi Jiwa sendiri, pihak ketiga maupun dari pihak yang berwenang dari pemerintah. Bantuan tersebut termasuk tapi tidak terbatas pada memberikan kesempatan, akses terhadap data-data terkait yang ada pada Tenaga Pemasar.

n. Presentasi Penjualan

Tenaga Pemasar dalam melakukan pemasaran dan/atau penjualan wajib memastikan, termasuk tapi tidak terbatas atas hal-hal sebagai berikut :

- 1) Calon Nasabah atau Nasabah telah memahami produk asuransi yang hendak dibeli termasuk dan tidak terbatas pada ketentuan mengenai resiko, premi dan manfaat asuransi.
- 2) Tenaga Pemasar wajib meminta calon Nasabah atau Nasabah untuk mengisi formulir SPAJ sendiri. Jika calon Nasabah atau Nasabah tidak dapat melakukannya, Tenaga Pemasar wajib menjelaskan formulir SPAJ tersebut kepada calon Nasabah atau Nasabah dan membacakan pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab calon Nasabah atau Nasabah sehingga calon Nasabah atau Nasabah mengerti dan bisa mendiktekan jawaban-jawabannya.

- 3) Calon Nasabah atau Nasabah telah memahami bahwa calon Nasabah atau Nasabah wajib mengungkapkan dengan jujur segala informasi yang berkaitan dengan riwayat kesehatan, usia, pekerjaan dan hal-hal lain yang dapat mempengaruhi keputusan Perusahaan Asuransi Jiwa dalam hal penjualan produk asuransi atau besarnya premi kepada calon Nasabah atau Nasabah.

o. Manipulasi Penjualan

Tenaga Pemasar dilarang untuk memanipulasi penjualan untuk tujuan mendapatkan insentif atau memenangkan kontes atau *award*. Termasuk contoh dalam kegiatan memanipulasi penjualan adalah melakukan bujukan untuk mengakhiri polis segera setelah mendapatkan insentif atau memenangkan kontes atau *award*.

p. Pencemaran Nama Baik

Tenaga Pemasar dilarang mencemarkan nama baik dan reputasi Perusahaan Asuransi Jiwa dan lembaga asuransi lainnya.

q. Pelaporan Pelanggaran

Tenaga Pemasar wajib melaporkan kepada Perusahaan Asuransi Jiwa jika ia mengetahui adanya Agen lain atau Tenaga Pemasar Non Agen lain yang melakukan pelanggaran atas Kode Etik Tenaga Pemasar ini dan atau peraturan perasuransian yang berlaku.

5. Kewajiban Tenaga Pemasar Kepada Nasabah

a. Penggantian dengan *Churning*

Tenaga Pemasar dilarang melakukan *Churning* dan segala variasi dari *Churning*.

b. Penggantian dengan *Twisting*

Tenaga Pemasar dilarang melakukan *Twisting* dan segala variasi dari *Twisting*.

c. Pengisian Formulir

Tenaga Pemasar dilarang untuk :

- 1) Meminta atau membiarkan calon Nasabah dan/atau Nasabah untuk menandatangani SPAJ kosong atau formulir asuransi kosong lainnya.
- 2) Menandatangani atau membubuhkan paraf pada tempat yang memerlukan tanda-tangan atau paraf calon Nasabah dan/atau Nasabah untuk dan atas nama calon Nasabah dan/atau Nasabah, walaupun calon Nasabah dan/atau Nasabah tersebut meminta Tenaga Pemasar untuk melakukan hal tersebut.
- 3) Tenaga Pemasar dilarang membuat laporan Tenaga Pemasar apabila Agen atau Tenaga Pemasar Non Agen tidak bertemu/berhadapan langsung dengan calon Nasabah dan/atau Nasabah dan menyaksikan sendiri calon Nasabah dan/atau Nasabah mengisi dan menandatangani SPAJ dan formulir asuransi lainnya.

d. **Penyalahgunaan Dana Nasabah (*Misappropriation of Funds*)**

Tenaga Pemasar dilarang untuk mengambil atau menggunakan pembayaran premi, uang atau harta benda lain milik Perusahaan Asuransi Jiwa yang diterima dari calon Nasabah dan/atau Nasabah. Penundaan penyetoran premi yang diterima dari Nasabah atau calon Nasabah kepada Perusahaan Asuransi Jiwa dalam batas waktu yang telah ditetapkan oleh Perusahaan Asuransi Jiwa termasuk juga dalam kategori penyalahgunaan dana.

e. **Penyerahan Dokumen Kepada Nasabah**

Perusahaan Asuransi Jiwa dapat sewaktu-waktu mempercayakan dokumen-dokumen Nasabah seperti polis atau dokumen lainnya kepada Tenaga Pemasar untuk diserahkan dengan segera kepada Nasabah. Tenaga Pemasar wajib menyerahkan polis atau dokumen dari Perusahaan Asuransi Jiwa kepada Nasabah serta mendapatkan tanda terima. Selanjutnya Tenaga Pemasar wajib menyerahkan tanda terima dokumen tersebut kepada Perusahaan Asuransi Jiwa. Tenaga Pemasar wajib segera memberitahukan kepada Perusahaan Asuransi Jiwa apabila ia gagal mengirimkan dokumen-dokumen tersebut kepada Nasabah beserta alasannya dan segera mengembalikan dokumen-dokumen tersebut kepada Perusahaan Asuransi Jiwa.

f. **Pendanaan dan Pembayaran Atas Premi**

Tenaga Pemasar dilarang untuk melakukan pendanaan kewajiban pembayaran premi Nasabah terhadap Perusahaan Asuransi Jiwa dengan dananya sendiri, baik hal yang merupakan pembayaran dimuka (premi pertama) atau pembayaran premi lanjutan kecuali Tenaga Pemasar tersebut memiliki hubungan suami istri atau keluarga sedarah dalam satu garis ke atas dan ke bawah dengan Nasabah.

g. **Diskon, *Rebate* dan *Inducement***

- 1) Tenaga Pemasar dilarang baik secara langsung maupun tidak langsung menawarkan dan/atau menjanjikan dan/atau memberikan potongan/diskon bagi calon Nasabah atau Nasabah sehubungan dengan pembayaran premi sehingga jumlah premi yang dibayar untuk suatu polis lebih rendah dari jumlah premi yang tertera dalam polis atau menawarkan potongan komisi kepada Nasabah atau calon Nasabah sebagai alat untuk membujuk/mendorong agar calon Nasabah atau Nasabah membeli polis dari Tenaga Pemasar.
- 2) Tenaga Pemasar dilarang baik secara langsung maupun tidak langsung menjanjikan untuk memberikan dan/atau memberikan benda lain yang berharga yang dimaksudkan untuk memberikan potongan premi kepada calon Nasabah atau Nasabah.
- 3) Tenaga Pemasar dilarang baik secara langsung maupun tidak langsung meminta atau menerima hadiah, manfaat atau pemberian dari Nasabah sebagai balasan untuk setiap jasa yang dilakukan Tenaga Pemasar.

h. Penerima Manfaat

Tenaga Pemasar dilarang menjadi penerima manfaat dari tertanggung, kecuali terdapat hubungan *insurable interest* antara tertanggung dan Tenaga Pemasar tersebut.

i. Pemasaran dan Presentasi

Tenaga Pemasar melakukan penjualan produk asuransi berdasarkan kebutuhan calon Nasabah atau Nasabah. Dengan demikian Tenaga Pemasar wajib :

- 1) Memperlihatkan sertifikasi keagenannya kepada calon Nasabah atau Nasabah sebelum memulai proses pemasaran dan penjualan.
- 2) Mengenali kebutuhan calon Nasabah atau Nasabah.
- 3) Pada saat wawancara pertama dengan calon Nasabah atau Nasabah, Tenaga Pemasar wajib meluangkan cukup waktu untuk membicarakan konsep asuransi, rencana keuangan dan melakukan analisa kebutuhan calon Nasabah atau Nasabah akan produk asuransi.
- 4) Mengaplikasikan prinsip/aturan “KENALI NASABAH ANDA” sebagaimana diatur dalam peraturan yang berlaku.
- 5) Mengajukan pertanyaan yang tepat untuk menentukan jika satu produk cocok untuk calon Nasabah atau Nasabah. Tenaga Pemasar wajib mendengarkan tujuan dan kebutuhan calon Nasabah atau Nasabah yang diungkapkan untuk dapat menilai produk asuransi yang cocok untuk calon Nasabah atau Nasabah.
- 6) Menilai secara tepat apakah satu produk asuransi yang disarankan cocok untuk calon Nasabah atau Nasabah, informasi atas pertanyaan berikut dapat diajukan acuan, antara lain:
 - Apa pekerjaan, usaha dan posisi dari calon Nasabah atau Nasabah?
 - Berapa usia calon Nasabah atau nasabah?
 - Dimana dia tinggal? Apakah lingkungan tempat tinggalnya di kalangan atas?
 - Apakah menikah, siapa suami/istri dari calon Nasabah atau Nasabah dan bagaimana status pernikahannya?
 - Apa hobi calon Nasabah atau Nasabah? Apakah hobi tersebut umum?
 - Berapa penghasilan calon Nasabah atau Nasabah?
 - Siapa saja dan berapa banyak jumlah tanggungannya?
- 7) Menjelaskan secara lengkap mengenai produk asuransi yang akan dipasarkan termasuk mengenai:
 - Fitur produk asuransi.
 - Manfaat produk asuransi.
 - Persyaratan-persyaratan yang berkaitan dengan produk asuransi.

j. **Benturan Kepentingan**

Tenaga Pemasar tidak boleh merugikan kepentingan calon Nasabah atau Nasabah atau Perusahaan Asuransi Jiwa untuk suatu tujuan untuk mendapatkan keuntungan pribadi. Tenaga Pemasar wajib memberitahukan kepada calon Nasabah atau Nasabah hal-hal yang dimiliki oleh Tenaga Pemasar yang memiliki benturan kepentingan dengan kepentingan kebutuhan calon Nasabah atau Nasabah dan/atau dapat mempengaruhi obyektivitas dan independensi Tenaga Pemasar dalam memberikan nasihat keuangan kepada calon Nasabah atau Nasabah. Tenaga Pemasar juga tidak dapat memberikan nasihat keuangan di luar kapasitas dan pengetahuannya selaku pemasar produk asuransi jiwa.

k. **Misrepresentasi**

1) **Ilustrasi**

Tenaga Pemasar wajib menyediakan/menyampaikan informasi mengenai produk secara benar, tepat, lengkap dan dalam bahasa yang sederhana dengan mengacu pada ketentuan dari Perusahaan Asuransi Jiwa melalui materi atau alat yang telah disediakan oleh Perusahaan Asuransi Jiwa yang diwakili. Tenaga Pemasar dilarang membuat perubahan terhadap ilustrasi yang disediakan Perusahaan Asuransi Jiwa tanpa seijin dari Perusahaan Asuransi Jiwa.

2) **Pernyataan yang menyesatkan**

Tenaga Pemasar dilarang membuat pernyataan yang menyesatkan dalam proses kegiatan penjualan atau pemasaran mereka. Informasi yang penting sebagai dasar pengambilan keputusan harus secara penuh dan akurat diungkapkan sebelum penjualan dilakukan.

3) **Perbandingan yang tidak lengkap**

Tenaga Pemasar dilarang memberikan perbandingan yang tidak lengkap atau tidak benar dari setiap polis dari suatu Perusahaan Asuransi Jiwa dengan yang lainnya dengan niat untuk meyakinkan Nasabah dalam membeli produk asuransi, atau untuk mengakhiri atau menebus polis.

l. **Pelayanan**

Tenaga Pemasar wajib memberikan pelayanan secara profesional, menyeluruh, efisien, konsisten dan berkelanjutan kepada Nasabah dan Perusahaan Asuransi Jiwa. Untuk itu, Tenaga Pemasar wajib memiliki pengetahuan yang memadai tentang produk asuransi Perusahaan Asuransi Jiwa dan prinsip-prinsip asuransi.

BAB III

SANKSI PELANGGARAN KODE ETIK

1. Perusahaan Asuransi Jiwa dapat mengenakan sanksi kepada setiap Tenaga Pemasar yang melakukan pelanggaran atas ketentuan dalam Kode Etik Tenaga Pemasar, antara lain, berupa:
 - a. Peringatan tertulis;
 - b. Pelaporan pelanggaran Tenaga Pemasar kepada AAJI untuk dimasukkan ke dalam Daftar Tenaga Pemasar Bermasalah dan/atau untuk dilakukan pencabutan sertifikasi keagenan;
 - c. Penonaktifan Tenaga Pemasar sementara (skorsing); dan/atau
 - d. Pengakhiran Perjanjian Keagenan.

Pengenaan sanksi dapat dilakukan secara sekaligus bergantung kepada jenis pelanggaran ketentuan Kode Etik Tenaga Pemasar.

2. AAJI dapat mengenakan sanksi kepada setiap Tenaga Pemasar yang melakukan pelanggaran Kode Etik Tenaga Pemasar berdasarkan pelaporan tertulis dari Perusahaan Asuransi Jiwa yang antara lain berupa:
 - a. Pencabutan sertifikasi keagenan; dan/atau
 - b. Pencantuman pada Daftar Tenaga Pemasar Bermasalah.
3. Pencabutan sertifikasi keagenan dan/atau pencantuman dalam Daftar Tenaga Pemasar Bermasalah dapat dilakukan oleh AAJI dalam hal Tenaga Pemasar terbukti:
 - a. Melakukan kegiatan pemasaran produk asuransi jiwa tanpa memiliki sertifikasi yang sah dan masih berlaku dari AAJI;
 - b. Melakukan tindak pidana yang terkait dengan usaha perasuransian;
 - c. Membantu dan/atau memfasilitasi tindak pidana pencucian uang;
 - d. Melakukan *Twisting*; atau
 - e. Melakukan pelanggaran berat lainnya.
4. Sanksi pencabutan sertifikasi Tenaga Pemasar dan sanksi pencantuman dalam Daftar Tenaga Pemasar Bermasalah berlaku untuk jangka waktu paling sedikit 5 (lima) tahun.

----- akhir tulisan -----