

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEADILAN DALAM PENYELESAIAN SENGKETA ASURANSI

Indri Tiya Safitri¹, Ahmad Ansyari Siregar²
fitri130220@gmail.com¹, ansyarisiregar@gmail.com²
Universitas Labuhanbatu

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi konsumen terhadap keadilan dalam menyelesaikan sengketa asuransi di Indonesia. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali pengalaman dan pandangan konsumen terhadap proses penyelesaian klaim asuransi, serta faktor-faktor yang mereka anggap penting dalam menentukan keadilan dalam konteks ini. Pengumpulan data dilakukan melalui kutipan-kutipan mendalam kepada konsumen yang pernah mengalami sengketa asuransi, serta analisis dokumen terkait proses penyelesaian klaim. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai tantangan yang dihadapi konsumen dalam mencapai keadilan dalam sengketa asuransi di Indonesia, serta implikasinya terhadap peraturan dan praktik di industri asuransi secara lebih luas. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting terhadap literatur hukum asuransi dan kajian kualitatif dalam konteks hukum di Indonesia.

Kata Kunci: Keadilan, Persepsi Konsumen, Asuransi

ABSTRACT

This research aims to explore consumer perceptions of fairness in resolving insurance disputes in Indonesia. A qualitative approach was used to explore consumers' experiences and views of the insurance claims settlement process, as well as the factors they consider important in determining fairness in this context. Data was collected through in-depth interviews with consumers who had experienced insurance disputes, as well as analysis of documents related to the claims settlement process. It is hoped that the findings of this research will provide in-depth insight into the challenges faced by consumers in achieving justice in insurance disputes in Indonesia, as well as the implications for regulations and practices in the insurance industry more broadly. This research is expected to provide an important contribution to the literature on insurance law and qualitative studies in the legal context in Indonesia.

Keywords: Fairness, Consumer Perception, Insurance.

PENDAHULUAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi konsumen terhadap keadilan dalam menyelesaikan sengketa asuransi di Indonesia. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali pengalaman dan pandangan konsumen terhadap proses penyelesaian klaim asuransi, serta faktor-faktor yang mereka anggap penting dalam menentukan keadilan dalam konteks ini. Pengumpulan data dilakukan melalui kutipan-kutipan mendalam kepada konsumen yang pernah mengalami sengketa asuransi, serta analisis dokumen terkait proses penyelesaian klaim. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai tantangan yang dihadapi konsumen dalam mencapai keadilan dalam sengketa asuransi di Indonesia, serta implikasinya terhadap peraturan dan praktik di industri asuransi secara lebih luas. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting terhadap literatur hukum asuransi dan kajian kualitatif dalam konteks hukum di Indonesia.

Setiap orang dalam kehidupannya selalu dihadapi dengan suatu hal ketidakpastian atas risiko yang mungkin akan terjadi, terjadinya risiko dapat menimbulkan kerugian yang

dapat secara langsung berkaitan dengan uang, maupun kerugian yang tidak secara langsung berkaitan dengan uang, yang dimaksud adalah kehilangan nilai ekonomi tertentu terhadap sesuatu yang tidak dapat dihitung secara pasti nilai uangnya yakni berkaitan dengan jiwa seseorang, karena jiwa seseorang tidak dapat digantikan dengan sejumlah uang secara pasti. Adanya risiko yang dihadapi oleh setiap orang tersebut salah satu solusi yang dapat membantu mengatasinya adalah dengan membagi dan mengalihkan risiko kepada pihak lain, yakni pada suatu usaha yang bergerak dalam penanganan risiko yang dikenal dengan istilah “asuransi”.

Pengelolaan atas risiko yang dihadapi ini tentunya sangat bergantung pada pengetahuan seseorang, apakah orang tersebut dapat mengukur segala kemungkinan yang dapat terjadi sampai batas tertentu, antara lain dengan cara: a) Mengadakan identifikasi kemungkinan-kemungkinan yang terjadi, b) Mencari peluang atau alternatif lain cara mengatasi risiko yang mungkin timbul berdasarkan identifikasi yang telah diadakan (Hartono, 1997). Berkaitan dengan risiko, sebagaimana telah dikemukakan di atas bahwa akan dihadapi oleh siapapun, dan dalam keadaan tak tentu (tidak pasti) mungkin akan terjadi suatu peristiwa yang dapat menimbulkan kerugian, termasuk dalam hal yang berkaitan dengan hubungan antar negara, hubungan internasional, yang saat ini merupakan era keterbukaan antar bangsa, karena semua negara menyadari bahwa kebutuhan akan negara maupun masyarakatnya mungkin saja tidak dapat dipenuhi oleh negara masing-masing, oleh karenanya memerlukan negara lain untuk membantu dalam pemenuhan kebutuhan tersebut secara timbal balik.

Pengertian Persepsi

Persepsi adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan. Perilaku individu sering kali didasarkan pada persepsi mereka tentang kenyataan bukan pada kenyataan itu sendiri.

Persepsi adalah proses yang menggabungkan dan mengorganisasikan data indra (penginderaan) untuk dikembangkan sedemikian rupa sehingga dapat menyadari di sekelilingnya, termasuk sadar akan diri sendiri. Definisi lain menyebutkan bahwa persepsi adalah kemampuan membedakan-bedakan, mengelompokkan, memfokuskan perhatian terhadap suatu objek rangsangan dalam proses pengelompokan dan membedakan ini persepsi melibatkan proses interpretasi berdasarkan pengalaman terhadap suatu peristiwa atau objek.

Persepsi merupakan proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga sesuatu yang berarti merupakan aktivitas yang integratif dalam diri individu.

Persepsi konsumen

Persepsi konsumen adalah cara individu atau kelompok menginterpretasikan informasi dan rangsangan dari lingkungan sekitarnya, terutama yang berkaitan dengan produk atau layanan yang mereka hadapi. Berikut adalah pengertian persepsi konsumen menurut beberapa ahli:

1. Philip Kotler: Menurut Kotler, persepsi konsumen adalah proses di mana individu memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membuat gambaran tentang dunia.
2. Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk: Dalam bukunya "Consumer Behavior", mereka menyatakan bahwa persepsi konsumen adalah proses di mana individu memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan informasi untuk membentuk gambaran tentang produk atau layanan.
3. Engel, Blackwell, dan Miniard: Dalam teori perilaku konsumen mereka, mereka

mendefinisikan persepsi konsumen sebagai proses di mana individu mengatur dan menafsirkan informasi yang diperoleh dari lingkungan mereka untuk membentuk persepsi tentang merek, produk, atau layanan.

4. Gordon Allport: Sebagai seorang psikolog, Allport mengemukakan bahwa persepsi adalah cara individu mengorganisir dan menginterpretasikan sensasi yang diperoleh dari lingkungan fisik mereka.

Pengertian persepsi konsumen dari berbagai ahli ini menunjukkan bahwa itu melibatkan proses mental kompleks di mana individu membuat pengertian tentang produk, merek, atau layanan berdasarkan informasi yang mereka terima dan interpretasinya terhadap lingkungan sekitar.

Pengertian Keadilan

Keadilan terhadap konsumen merujuk pada prinsip-prinsip atau norma-norma yang mengatur hubungan antara produsen, penjual, dan konsumen dengan tujuan untuk memastikan bahwa konsumen diperlakukan secara adil dalam transaksi jual beli barang atau jasa. Berikut adalah beberapa pengertian keadilan terhadap konsumen yang dapat dijelaskan:

1. **Perlindungan Hak Konsumen** : Keadilan terhadap konsumen mencakup perlindungan terhadap hak-hak konsumen, seperti hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan benar tentang produk atau layanan, hak untuk memilih secara bebas, dan hak untuk mendapatkan kompensasi jika terjadi kerugian atau penipuan.
2. **Keadilan Distributif** : Ini mengacu pada pembagian manfaat dan beban secara adil di antara semua pihak yang terlibat dalam transaksi ekonomi. Misalnya, harga yang adil dan keadilan dalam biaya untuk produk atau layanan yang dibeli.
3. **Keadilan Prosedural** : Ini berkaitan dengan prosedur-prosedur atau mekanisme yang adil dalam menangani keluhan konsumen, penyelesaian sengketa, dan pengambilan keputusan terkait dengan masalah-masalah konsumen. Hal ini juga termasuk transparansi dan keadilan dalam proses hukum yang melibatkan konsumen.
4. **Keadilan Interaksi** : Keadilan ini menekankan pentingnya hubungan yang adil dan saling menghargai antara penjual atau produsen dengan konsumen. Ini mencakup aspek-aspek seperti layanan pelanggan yang baik, komunikasi yang jelas, dan keterbukaan dalam praktik bisnis.

Pengertian keadilan terhadap konsumen ini penting karena menciptakan lingkungan ekonomi yang sehat dan berkelanjutan, di mana konsumen dapat merasa dilindungi dan dihargai dalam transaksi bisnis mereka. Peraturan perlindungan konsumen dan prinsip-prinsip etika bisnis sering kali menjadi dasar dari keadilan ini dalam praktik komersial modern.

Keadilan terhadap Konsumen

Keadilan adalah konsep moral dan sosial yang mengacu pada keseimbangan, kesetaraan, dan perlakuan yang adil terhadap semua individu atau kelompok dalam berbagai konteks kehidupan. Secara umum, keadilan melibatkan distribusi yang adil dari hak, sumber daya, kesempatan, dan tanggung jawab di antara individu atau kelompok dalam masyarakat. Hal ini mencakup prinsip kesetaraan dalam perlakuan terhadap semua orang tanpa memandang latar belakang, status sosial, atau karakteristik pribadi lainnya. Keadilan juga memastikan bahwa keputusan-keputusan yang diambil berdasarkan prinsip-prinsip objektif dan tidak diskriminatif, serta adanya mekanisme yang memungkinkan individu untuk mendapatkan keadilan dalam situasi konflik atau perselisihan. Dengan demikian, keadilan tidak hanya mencakup aspek hukum dan formal, tetapi juga mencakup dimensi moral dan etika yang penting dalam membangun masyarakat yang adil dan harmonis. Keadilan terhadap konsumen adalah prinsip yang mengatur hubungan antara

konsumen dengan produsen atau penjual, dengan tujuan memastikan bahwa konsumen diperlakukan secara adil dalam semua aspek transaksi ekonomi. Ini mencakup hak-hak konsumen untuk memperoleh informasi yang jelas dan benar tentang produk atau layanan yang mereka beli, hak untuk memilih secara bebas tanpa tekanan atau manipulasi, serta hak untuk mendapatkan kompensasi jika mereka mengalami kerugian atau penipuan. Keadilan terhadap konsumen juga melibatkan pembagian manfaat dan beban yang adil di antara semua pihak yang terlibat dalam transaksi, serta prosedur-prosedur yang adil dalam menangani keluhan atau sengketa yang melibatkan konsumen. Lebih dari sekadar perlindungan hukum, keadilan terhadap konsumen mencakup prinsip-prinsip etika dan transparansi dalam praktik bisnis, sehingga konsumen merasa aman, dihargai, dan dipertimbangkan dalam setiap aspek interaksi komersial.

Sengketa Asuransi

Sengketa asuransi merujuk pada ketidaksepakatan antara pemegang polis asuransi dan perusahaan asuransi terkait klaim yang diajukan oleh pemegang polis. Sengketa ini bisa muncul ketika pemegang polis merasa bahwa klaimnya tidak ditanggapi dengan baik atau tidak diproses secara adil oleh perusahaan asuransi. Hal-hal yang sering menjadi sumber sengketa meliputi penolakan klaim karena alasan tertentu, penilaian nilai kerugian yang berbeda, ketidaksepakatan terkait interpretasi polis asuransi, atau masalah terkait prosedur klaim yang dianggap tidak memadai. Penyelesaian sengketa asuransi biasanya melibatkan proses negosiasi antara kedua belah pihak, dan dalam beberapa kasus, bisa melibatkan mediator atau bahkan proses hukum apabila tidak ada kesepakatan yang dapat dicapai secara damai. Meningkatnya pemahaman tentang hak-hak konsumen dalam asuransi telah mendorong adopsi praktik yang lebih transparan dan adil dalam penyelesaian sengketa, dengan tujuan untuk memastikan bahwa pemegang polis mendapatkan perlakuan yang seadil mungkin sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam polis asuransi mereka.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian deskriptif dalam kajian pustaka mengacu pada pendekatan yang digunakan untuk menggambarkan, menganalisis, dan menginterpretasikan informasi yang ada dalam literatur terkait suatu topik atau masalah penelitian. Pendekatan ini tidak melibatkan pengumpulan data primer baru, tetapi lebih fokus pada sintesis dan analisis informasi yang telah ada dari berbagai sumber yang relevan.

Pertama, peneliti melakukan identifikasi dan seleksi terhadap literatur yang relevan dengan topik penelitian yang sedang dipelajari. Langkah ini melibatkan pencarian dan pengumpulan artikel jurnal, buku, laporan riset, dan sumber-sumber lain yang dapat memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena atau topik tertentu. Setelah itu, peneliti melakukan pembacaan dan analisis terhadap literatur yang telah dikumpulkan. Proses ini mencakup pemahaman terhadap teori-teori, konsep-konsep, temuan penelitian sebelumnya, dan argumen-argumen yang berkaitan dengan topik penelitian. Data yang diperoleh dari literatur ini kemudian disusun, digambarkan, dan diinterpretasikan secara sistematis. Selanjutnya, peneliti menyajikan temuan-temuan dari kajian pustaka tersebut dalam bentuk deskripsi yang jelas dan terstruktur. Ini mencakup pemetaan ulang teori-teori yang relevan, ringkasan dari hasil-hasil penelitian sebelumnya, dan analisis terhadap pendekatan atau metode yang digunakan dalam literatur yang diakses. Dalam konteks kajian pustaka dengan pendekatan deskriptif, tujuan utama adalah untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang perkembangan terkini dan pandangan yang beragam terhadap topik penelitian yang sedang diteliti. Pendekatan ini memberikan landasan yang kuat untuk membangun kerangka teoritis atau konseptual,

serta merumuskan pertanyaan penelitian yang lebih spesifik untuk penelitian lanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi mengenai persepsi konsumen terhadap keadilan dalam penyelesaian sengketa asuransi merupakan aspek penting dalam bidang perilaku konsumen dan hukum asuransi. Persepsi konsumen terhadap keadilan dalam konteks ini mencerminkan bagaimana konsumen menginterpretasikan dan mengevaluasi proses serta hasil dari penyelesaian sengketa yang mereka alami dengan perusahaan asuransi.

Pertama-tama, persepsi konsumen sering kali dipengaruhi oleh pengalaman pribadi mereka dalam mengajukan klaim asuransi. Ketika konsumen merasa bahwa klaim mereka ditanggapi dengan cepat, transparan, dan secara adil, mereka cenderung memiliki persepsi positif terhadap keadilan dalam penyelesaian sengketa. Di sisi lain, ketika proses penyelesaian klaim terasa lambat, kurang transparan, atau hasilnya tidak sesuai harapan, persepsi konsumen terhadap keadilan dapat menjadi negatif.

Selain pengalaman langsung, persepsi konsumen juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lain seperti informasi yang diberikan oleh perusahaan asuransi, komunikasi antara pihak-pihak terkait (seperti agen asuransi dan departemen klaim), serta kejelasan mengenai syarat dan ketentuan polis asuransi. Konsumen sering kali menilai keadilan berdasarkan sejauh mana mereka merasa didengar, dihormati, dan diperlakukan dengan baik dalam proses penyelesaian sengketa.

Selanjutnya, persepsi konsumen terhadap keadilan juga dapat dipengaruhi oleh pandangan mereka terhadap standar etika dan moral dalam industri asuransi secara keseluruhan. Misalnya, jika konsumen merasa bahwa praktik atau kebijakan perusahaan asuransi tidak adil atau tidak etis, ini dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap keadilan dalam penyelesaian sengketa.

Secara keseluruhan, studi mengenai persepsi konsumen terhadap keadilan dalam penyelesaian sengketa asuransi penting untuk memahami dinamika hubungan antara konsumen dan perusahaan asuransi. Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi industri asuransi untuk meningkatkan praktik penyelesaian sengketa mereka, memperkuat kepercayaan konsumen, dan memenuhi harapan akan pelayanan yang adil dan bertanggung jawab kepada para nasabah mereka

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian mengenai persepsi konsumen terhadap keadilan dalam penyelesaian sengketa asuransi, beberapa kesimpulan dan saran dapat diidentifikasi untuk memperbaiki hubungan antara konsumen dan perusahaan asuransi:

1. Konsumen cenderung menilai keadilan berdasarkan transparansi proses penyelesaian klaim. Proses yang jelas dan komunikasi yang terbuka dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap keadilan.
2. Pengalaman langsung konsumen dalam penyelesaian klaim secara signifikan mempengaruhi persepsi mereka terhadap keadilan. Respons cepat dan efisien terhadap klaim dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan asuransi.
3. Ketidakpastian dan ketidakjelasan mengenai syarat dan ketentuan polis asuransi dapat menyebabkan konsumen merasa tidak diperlakukan secara adil.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkadir Muhammad, 2006. Hukum Asuransi Indonesia. Bandung: PT Citra
- Aditya Bakti Abdul R. Saliman, 2011. Hukum Bisnis Untuk Perusahaan Teori dan Contoh Kasus, Edisi Keempat Jakarta: Kencana Prenamedia Group,.
- A. Junaidi Ganie, . 2011. Hukum Asuransi Indonesia. Jakarta: Sinar Grafika.
- Ade Maman Suherman. 2005. Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global, Edisi Revisi. Bogor: Ghalia Indonesia
- Adi Sulistiyono. 2008. Reformasi Hukum Ekonomi Indonesia. Surakarta: UNS Press. Surakarta
- Bernard L. Tanya, Yoan N. Simanjuntak, Markus Y. Hage. 2013. Teori Hukum Strategi Tertib Manusia Lintas Ruang dan Generasi. Yogyakarta: Genta Publishing Dossy Iskandar Prasetyo
- Bernard L. Tanya. 2011. Hukum Etika & Kekuasaan. Yogyakarta: Genta Publishing Ganie, A. Junaidi. Hukum Asuransi Indonesia. Jakarta: Sinar Grafika H. Salim HS
- Erlies Septianan Nurbaini. 2014. Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Disertasi dan Tesis. Buku Kedua. Jakarta: Rajawali Pers
- Jamal Wiwoho. 2007. Aspek Hukum Dalam Bisnis, Surakarta: UNS Press Jhon Rawls. 2011. Teori Keadilan. Dasar-Dasar Filsafat Politik Untuk Mewujudkan Kesejahteraan Sosial Dalam Negara.. Cetakan Ke-2. Diterjemahkan oleh Uzair Fauzan dan Heru Prasetyo. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mochtar Kusumatmadja. 1986. Fungsi dan Perkembangan Hukum Dalam Pembangunan Nasional, Lembaga Penelitian Hukum dan Krimonologi FH-UNPAD
- Moh. Machfud MD. 2014. Politik Hukum di Indonesia. Edisi Revisi, Cet. Ke-4. Jakarta: Rajawali Pers Prasetyo, Dossy Iskandar dan Tanya, Bernard L. 2011. Hukum Etika & Kekuasaan. Yogyakarta: Genta Publishing Salim, dan Septianan Nurbaini,
- Erlies. 2014. Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Disertasi dan Tesis. Buku Kedua. Jakarta: Rajawali Pers Sulistiyono, Adi. 2007. Pembangunan Hukum Ekonomi untuk Mendukung Pencapaian Visi Indonesia 2030. [Pidato Pengukuhan Guru Besar Hukum Ekonomi Pada Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta]. Universitas Sebelas Maret. Surakarta 98 Tanya,
- Bernard L., Simanjuntak, Yoan N, dan Hage, Y Markus. 2013. Teori Hukum Strategi Tertib Manusia Lintas Ruang dan Generasi. Yogyakarta: Genta Publishing