

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP *AUTODEBET* REKENING  
TANPA PERSETUJUAN NASABAH AKIBAT DARI PEMASARAN  
ASURANSI MELALUI SARANA *TELEMARKETING***

***LEGAL PROTECTION TOWARD AUTODEBT ACCOUNT WITHOUT  
CUSTOMER'S APPROVAL DUE TO THE INSURANCE MARKETING  
THROUGH TELEMARKETING***

**Nurul Iman**

Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala  
Jl. Putroe Phang No.1, Darussalam, Banda Aceh – 23111  
e-mail : nuruliman20pm@gmail.com

**Ilyas Yunus**

Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala  
Jl. Putroe Phang No.1, Darussalam, Banda Aceh – 23111  
e-mail : ilyas\_risa@unsyiah.ac.id

**Abstrak** – Setiap perusahaan asuransi dalam memasarkan produknya melalui *telemarketing* wajib menyampaikan informasi secara jujur. Namun kenyataannya ada pihak *telemarketing* yang tidak menjelaskan dengan jujur mengenai produk tawarannya sehingga konsumen dirugikan karena rekeningnya terpotong secara otomatis tanpa persetujuan. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan perlindungan terhadap nasabah yang terkena *autodebet* rekening tanpa persetujuan, tanggung jawab perusahaan asuransi terhadap kerugian nasabah serta upaya yang dapat ditempuh oleh nasabah terhadap kerugian yang ditimbulkan.

Kata kunci: *telemarketing* asuransi mengautodebetkan rekening nasabah

**Abstract** - Every insurance company in marketing its products through *telemarketing* must submit information honestly. But the fact is there are *telemarketing* parties who do not explain honestly about the products they offer so that consumers are disadvantaged because their accounts are cut off automatically without approval. This study aims to explain the protection of customers affected by *autodebet* accounts without approval, the liability of insurance companies for customer losses and the efforts that can be taken by customers for losses incurred.

Keywords: *Insurance telemarketing autodebit customer's accounts*

## **PENDAHULUAN**

Persaingan usaha terus meningkat pada abad ini yang membuat pelaku usaha harus jeli dalam melihat peluang. Dalam meningkatkan pendapatan, mengurangi biaya penjualan, dan meningkatkan kepuasan, strategi yang digunakan oleh suatu perusahaan adalah strategi marketing karena strategi marketing merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Metode telemarketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang berkembang dengan sangat pesat karena didukung dengan ikut berkembangnya teknologi yang ada.

Dalam perkembangannya, semakin banyak kita temui konsumen yang menerima pemasaran yang dipasarkan oleh para *telemarketer*. Dalam menjalankan tugasnya seorang *telemarketer* menggunakan alat bantu komunikasi yaitu telepon,

yang digunakan untuk menghubungi calon konsumen. Dalam kenyataannya terdapat keluhan dari konsumen yang merasa tidak nyaman terhadap pemasaran produk melalui *telemarketing*.<sup>1</sup>

Dalam Pasal 7 huruf a dan b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) mengatur tentang pelaku usaha harus bere'tikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya dan memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.

Contohnya pihak konsumen tiba-tiba mendapatkan telepon dari perusahaan asuransi yang semula konsumen tidak ada keinginan untuk mengikuti asuransi tersebut, tiba-tiba tanpa disadarnya konsumen tersebut sudah menjadi anggota asuransi dan tabungannya langsung terkena *auto debit* setiap bulan<sup>2</sup>. Permasalahan seperti ini lah yang banyak dikeluhkan oleh kebanyakan nasabah. Mereka merasa kecewa karena rekeningnya dipotong untuk perusahaan asuransi tanpa ada persetujuan nasabah itu sendiri seolah-olah terjadi perjanjian sepihak. Padahal dalam Pasal 4 ayat (1) Peraturan OJK Nomor: 1/Pojk.07/2013 Tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan, berbunyi: Pelaku Usaha Jasa Keuangan wajib menyediakan dan/atau menyampaikan informasi mengenai produk dan/atau layanan yang akurat, jujur, jelas, dan tidak menyesatkan.

Adapun yang menjadi tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui dan menjelaskan perlindungan hukum yang didapatkan nasabah terhadap rekeningnya yang di-*auto debit*-kan oleh bank untuk perusahaan asuransi tanpa persetujuan akibat dari pemasaran asuransi melalui *Telemarketing*.
- 2) Untuk mengetahui dan menjelaskan sejauh mana Tanggung jawab perusahaan asuransi terhadap kerugian yang ditimbulkan akibat dari peng-*auto debit*-an rekening nasabah tanpa persetujuan akibat dari pemasaran asuransi melalui sarana *Telemarketing*.

---

<sup>1</sup> Robby Yanuareksa, Suradi, Rinitami, "Penerapan UU ITE dan UUPK Bagi Transaksi Telemarketing", *Jurnal Hukum Diponegoro*, Semarang: Universitas Diponegoro. Vol 5. No. 3, hlm. 5, 2016.

<sup>2</sup> Dhipo Achmad Hartono: Nasabah Asuransi AXA Mandiri, dikutip dari jurnal Robby Yanuareksa, Suradi, Rinitami, "Penerapan UU ITE dan UUPK Bagi Transaksi Telemarketing" *Jurnal Hukum Diponegoro*, Semarang: Universitas Diponegoro. Vol 5. No. 3, 2016, hlm. 5.

- 3) Untuk mengetahui dan menjelaskan upaya yang dapat ditempuh oleh nasabah terhadap kerugian yang ditimbulkan akibat dari peng-*auto debit*-an rekening nasabah untuk perusahaan asuransi tanpa persetujuan akibat dari pemasaran asuransi melalui sarana *Telemarketing*.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif. Penelitian ini difokuskan untuk mengkaji kaidah atau norma yang ada dalam hukum positif.<sup>3</sup> Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis (*analytical approach*) yaitu menganalisis pengertian hukum, asas hukum, kaidah hukum, sistem hukum dan berbagai konsep yuridis. Pendekatan peraturan perundang-undangan adalah menelaah semua peraturan perundang-undangan dan regulasi yang bersangkutan paut dengan permasalahan (isu hukum) yang sedang dihadapi.<sup>4</sup>

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaannya, pelaku usaha dalam memasarkan produk asuransi Axa Mandiri melalui sarana *Telemarketing* tidak menjelaskan dengan jujur mengenai produk asuransi yang ditawarkan, pelaku usaha hanya mengatakan bahwa yang ditawarkannya merupakan investasi tabungan, dengan uang masuk sekian dan setelah beberapa tahun tabungannya akan bertambah lebih besar dari yang ia tabung semula. Mendengar pernyataan tersebut, setiap nasabah tentu tertarik dan memutuskan untuk ikut serta dalam investasi yang ditawarkan oleh pelaku usaha AXA Mandiri. Ternyata, yang disebutnya investasi tabungan adalah asuransi. Pelaku Usaha AXA Mandiri seolah menyembunyikan akan produk yang ditawarkannya kepada nasabah, karena jika *telemarketernya* jujur dan berterus terang bahwa yang ditawarkan adalah asuransi tentu banyak nasabah akan menolak begitu saja.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Soerjono dan Andurrahman, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rineka Cipta, 2003, hlm. 45.

<sup>4</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2008, hlm 93.

<sup>5</sup> Anonim, *Blog Entie.Info:Berhati-hatilah dengan Telemarketing AXA Mandiri Secure Plane*, < <https://antie.info/14/12/2012/berhati-hatilah-dengan-telemarketing-asuransi-axa-mandiri-secure-plan.html> > [diakses pada 07 September 2019, pukul 08:02]

Pelaku usaha AXA Mandiri tidak menyebutkan dengan jujur mengenai produk yang ditawarkan. Pelaku Usaha AXA Mandiri menyebutkan bahwa produk yang ditawarkan adalah sama seperti menabung biasa dan tidak menyebutkan bahwa yang ditawarkan adalah asuransi<sup>6</sup>.

Ketidakjujuran *telemarketing* AXA Mandiri dalam memasarkan produknya membuat banyak nasabah yang terjebak dalam penawaran tersebut. Salah satu nasabah yang pernah mengalami hal ini mengatakan bahwa ketika dirinya mendapat telepon dari *Telemarketing* AXA Mandiri dan diberikan informasi bahwa ada program *secure plan* yang sama seperti menabung biasa yang mendapatkan banyak keuntungan. *Telemarketing* tidak menyebutkan bahwa program yang ditawarkannya adalah asuransi, Ini lah yang membuatnya merasa terjebak. Andaikata dari awal disebutkan bahwa program tersebut adalah asuransi maka dari awal ia sudah memutuskan dan menutup telepon tersebut. Karena dirinya berasumsi bahwa jika program yang disebutkan sama seperti menabung maka tabungan bisa diambil sewaktu-waktu dan tanpa ada kehilangan uang apabila program dibatalkan kapan saja. Ternyata itu adalah asuransi dimana uang akan hilang begitu saja jika nasabah berhenti menabung.<sup>7</sup>

Pada kenyataannya, nasabah yang terkena *auto debet* rekening tanpa persetujuan akibat dari pemasaran asuransi melalui *telemarketing* sebagian besar tidak memiliki polis asuransi, padahal berdasarkan ketentuan, 14 hari setelah menjadi tertanggung harus sudah memegang polis. Kenyataannya, salah satu nasabah mengaku sampai dua bulan dirinya belum menerima polis, menurutnya itu hanya alasan pihak asuransi semata dia menganggap lamanya penyerahan polis supaya tidak ada komplain nasabah.<sup>8</sup>

Perjanjian *telemarketing* disebut sah dengan kata “setuju” atau “iya” meski tanpa ada tanda tangan pihak walaupun harus mengkonfirmasi secara langsung

---

<sup>6</sup>Brillie, Nasabah, *Komentar Blog Entie.info:Berhati-hatilah dengan Telemarketing AXA Mandiri Secure Plane*, < <https://antie.info/14/12/2012/berhati-hatilah-dengan-telemarketing-asuransi-axa-mandiri-secure-plan.html>> [diakses pada 07 September 2019, pukul 08:02]

<sup>7</sup> Brillie, Nasabah Korban Penawaran Melalui Telemarketing AXA Mandiri, *Entie.info*, (2012) < <https://antie.info/14/12/2012/berhati-hatilah-dengan-telemarketing-asuransi-axa-mandiri-secure-plan.html>> [diakses pada 07 September 2019, pukul 08:42]

<sup>8</sup> Muhammad Wahyu Eka Sakti, Nasabah, *Komentar Blog:Entie.info*, (2013)<<https://antie.info/14/12/2012/berhati-hatilah-dengan-telemarketing-asuransi-axa-mandiri-secure-plan.html>> [diakses pada 07 September 2019, pukul 10:07]

kebenarannya<sup>9</sup>. Namun pada prakteknya ada pihak yang seolah memanfaatkan kata setuju tersebut, dimana *telemarketer* dalam menyampaikan kalimat-kalimat penawaran seringkali diakhiri dengan kalimat setuju dimana nasabah seolah tidak ada pilihan kata lain untuk menjawab kalimat *telemarketer* tersebut.

Metode pemasaran produk asuransi melalui sarana *telemarketing* yang dilakukan oleh AXA Mandiri sering membuat konsumen terjebak. Konsumen dihubungi lalu ditawarkan produk yang terkadang konsumen tidak paham apa yang sedang ditawarkan karena kurangnya informasi mengenai produk tersebut, terkadang terdapat pernyataan yang diikuti dengan statment “setuju” sebagian nasabah langsung mengiyakan statment tersebut. Salah satu nasabah mengaku bahwa dirinya pernah di telepon oleh asuransi AXA Mandiri dan mengatakan bahwa dirinya sudah termasuk nasabah mandiri yang tergabung di *Hospitalife* dan di debit Rp. 254.000 per bulan dan diikuti statment setuju, tentu saja dirinya bingung maksud dari pernyataan tersebut dan mengiyakan pernyataan *telemarketer*.<sup>10</sup>

Pada kenyataannya dalam pemasaran asuransi melalui *telemarketing* tidak disebutkan objek yang diperjanjikan hanya menyebutkan keuntungan-keuntungan yang belum tentu kebenarannya, karena beberapa nasabah mengaku diiming-imingi dengan bonus dan keuntungan yang membuatnya merasa tertarik, tanpa menyebutkan bahwa yang ditawarkan adalah asuransi, hal yang semacam ini tentu sudah tidak memenuhi unsur perjanjian karena tidak jelas objek yang diperjanjikan.

Kenyataan yang kita temui dalam prakteknya adalah perjanjian terjadi tanpa ada persetujuan dari nasabah, seolah-olah perjanjian terjadi sepihak. Pasal di atas disebutkan perjanjian itu terjadi antara perusahaan asuransi dan pemegang polis. Buktinya, nasabah tidak memegang polis namun dana nasabah sudah terdebit. Berdasarkan penjelasan salah satu nasabah yang pernah dihubungi oleh *telemarketing* AXA Mandiri menyebutkan bahwa pihak asuransi tersebut akan

---

<sup>9</sup>Rahmad Hidayat, Staff Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen pada Kantor Otorita Jasa Keuangan Provinsi Aceh, *Wawancara*, pada 10 September 2019 pukul 10.15 WIB

<sup>10</sup> Farina, Nasabah, *Komentar Blog* (2015) < <https://antie.info/14/12/2012/behati-hatilah-dengan-telemarketing-asuransi-axa-mandiri-secure-plan.html> > [diakses pada 07 September 2019, pukul 10:51]

mendebet dana dari rekening dirinya setelah nasabah memegang polis, namun buktinya dana untuk premi terdebit setelah 5 hari kemudian sejak dirinya ditelepon sedangkan polis baru diterimanya sebulan kemudian. Jika kita berfikir yang terburuk nasabah mengalami peristiwa yang tak terduga sebelum premi diterima misalnya, siapa yang akan bertanggung jawab? Menuntut perusahaan asuransi? Sedangkan polis belum dipegang meski premi sudah terbayar. Tentu lagi-lagi nasabah yang menjadi korban disini.<sup>11</sup>

Kemudian kita bandingkan dengan isi pasal 28 ayat (3) Undang-Undang Perasuransian Nomor 40 tahun 2014 dijelaskan bahwa “Pertanggungjanaan dinyatakan mulai berlaku dan mengikat para pihak terhitung sejak premi atau kontribusi diterima oleh Agen Asuransi”. Inilah sebabnya nasabah tanpa sadar sudah tergabung menjadi anggota asuransi, karena ketika premi sudah didebet, maka *telemarketer* merasa sudah berhasil menjual produknya meski dengan cara yang kurang tepat dan merugikan nasabah karena mendebet saldo nasabah tanpa adanya persetujuan dari nasabah yang bersangkutan terlebih dahulu.

Menurut keterangan salah satu nasabah yang sudah berpengalaman menjadi anggota asuransi AXA Mandiri, bahwa untuk pembatalan polis harus sudah memegang polis asuransi artinya nasabah harus mengetahui berapa nomor polisnya baru bisa mengajukan pembatalan. Namun, yang menjadi permasalahannya adalah ketika nasabah ingin mengajukan pembatalan polis namun polis belum diterima oleh nasabah padahal premi sudah di *auto debet*, sebulan kemudian atau bahkan 3 bulan kemudian baru akan diserahkan.<sup>12</sup>

Pada waktu yang berbeda ada nasabah yang mengaku tidak pernah berkomunikasi sekalipun dengan pihak *telemarketer* AXA Mandiri, namun tiba-tiba mendapat SMS bahwa dirinya sudah terdaftar sebagai anggota asuransi AXA Mandiri berikut dengan nomor polis yang sudah terdaftar dan meminta dirinya untuk menyediakan dana. Ia mengaku bahwa pernah ada nomor asal jakarta yang menghubungi namun ia tak pernah menjawab telepon tersebut, ia mengaku tak

---

<sup>11</sup> Eka, Nasabah, *Komentar Blog* (2013) < <https://antie.info/14/12/2012/behati-hatilah-dengan-telemarketing-asuransi-axa-mandiri-secure-plan.html> > [diakses pada 08 September 2019, pukul 11:53]

<sup>12</sup> Ikantapa, Nasabah, *Komentar Blog* (2013) < <https://antie.info/14/12/2012/behati-hatilah-dengan-telemarketing-asuransi-axa-mandiri-secure-plan.html> > [diakses pada 08 September 2019, pukul 12:16]

mengerti sama sekali terkait asuransi tersebut dan merasa seperti dirampok karna tiba-tiba mendapat SMS yang demikian.<sup>13</sup>

Penawaran melalui sarana *telemarketing* merupakan salah satu penawaran melalui elektronik, dalam pelaksanaannya *Telemarketer* asuransi AXA Mandiri sudah banyak merugikan nasabah dengan cara *auto debet* saldo rekening tanpa sepengetahuan. *Telemarketer* dalam menjalankan tugasnya tentu berdasarkan perintah yang diberikan oleh perusahaan dalam hal ini yaitu asuransi AXA Mandiri. Maka terhadap kerugian nasabah yang diakibatkan oleh pemasaran produk asuransi AXA Mandiri melalui sarana *telemarketing* yang bertanggung jawab adalah penyelenggara yaitu perusahaan asuransi AXA Mandiri itu sendiri bukan *telemarketernya*.

Kerugian nasabah dari peng *auto debet*-an saldo rekening akibat dari pemasaran asuransi secara *telemarketing* tidak jujur yang harus bertanggung jawab penuh adalah pihak asuransi bukan bank terkait, dalam hal ini bank tidak bisa dipersalahkan karena bank tidak ada sangkut pautnya dalam perjanjian asuransi hanya sebagai jalur karena nasabah itu hanya ada di bank. Bank dalam melakukan pengebetsan tentu berpatokan pada isi klausul awal pada saat pembukaan rekening yaitu klausul terkait persetujuan nasabah terhadap pemasaran produk lain selain produk bank, karena dalam perjanjian asuransi yang terikat hanyalah perusahaan asuransi dengan nasabah tidak dengan bank.<sup>14</sup>

Data, nomor telepon dan segala macam dalam undang-undang perbankan termasuk rahasia nasabah, jika terjadi kebocoran maka ada pidananya maka dari itu tidak bisa sembarangan menginformasikan, namun di lapangan kita tidak tahu darimana oknum (rata-rata oknum adalah petugas) mendapatkan nomor telepon untuk menghubungi calon nasabahnya.<sup>15</sup>

Konsumen dikatakan memang selalu dalam posisi yang lemah, terkadang tanpa ada transaksi apapun, tanpa dihubungi sekalipun namun ternyata saldo

---

<sup>13</sup> Iman, Nasabah, *Komentar Blog* (2013) < <https://antie.info/14/12/2012/behati-hatilah-dengan-telemarketing-asuransi-axa-mandiri-secure-plan.html> > [diakses pada 08 September 2019, pukul 12:16]

<sup>14</sup>Rahmad Hidayat, Staff Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen pada Kantor Otorita Jasa Keuangan Provinsi Aceh, *Wawancara*, pada 10 September 2019 pukul 10.15 WIB

<sup>15</sup> Rahmad hidayat, Staff Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen pada Kantor Otorita Jasa Keuangan Provinsi Aceh, *wawancara*, pada 10 September 2019 pukul 10.15 WIB

rekening bisa terdubit tanpa sepengetahuan, dalam kondisi yang seperti ini ada dua kemungkinan konsekuensi yang harus diterima PUJK yang pertama secara perdata akan ada ganti kerugian, yang kedua secara pidana akan dikenakan sanksi pidana karena ada pencurian disana. Namun, OJK hanya terkait hukum perdata saja sedangkan mengenai pelanggaran pidana diluar pengawasan OJK karena ranah pidana merupakan tugas kepolisian, pengadilan dan lain sebagainya.<sup>16</sup>

*Telemarketer* adalah pihak yang bekerja untuk kepentingan PUJK, apabila dalam bekerja baik sengaja maupun tidak sengaja menyebabkan kerugian pada nasabah maka yang harus bertanggung jawab adalah PUJK itu sendiri dalam hal ini adalah perusahaan asuransi. Sebagaimana tercantum dalam pasal 30 ayat (3) berbunyi: “Pelaku Usaha Jasa Keuangan wajib bertanggung jawab kepada Konsumen atas tindakan yang dilakukan oleh pihak ketiga yang bertindak untuk kepentingan Pelaku Usaha Jasa Keuangan”.

Otoritas jasa keuangan mengadakan fasilitas konsultasi, jika nasabah merasa di rugikan oleh pelaku usaha maka nasabah berhak mengajukan pengaduan terhadap PUJK melalui OJK, kemudian OJK akan melakukan pengecekan kepada lembaga jasa keuangan apakah benar yang di adukan nasabah atau tidak, jika memang benar ada pelanggaran maka OJK akan menindaki namun tindakan yang dilakukan kepada lembaga jasa keuangan tidak akan dipublikasikan kepada masyarakat demi menjaga nama baik pelaku usaha. Namun, jika mengakibatkan kerugian terhadap nasabah maka PUJK harus mengganti kerugian tersebut sejumlah sama dengan yang telah dirugikan.<sup>17</sup>

Jadi upaya yang dapat ditempuh oleh nasabah adalah mengadukan kepada Otoritas Jasa Keuangan, karena dalam Pasal 2 ayat (1) peraturan OJK tentang Alternatif Penyelesaian Sengketa Sektor Jasa Keuangan dikatakan bahwa: “Pengaduan wajib diselesaikan terlebih dahulu oleh Lembaga Jasa Keuangan”, apabila tidak tercapai kesepakatan maka Konsumen dan Lembaga Jasa Keuangan dapat melakukan penyelesaian Sengketa di luar pengadilan atau melalui pengadilan.

---

<sup>16</sup>Rahmad Hidayat, Staff Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen pada Kantor Otorita Jasa Keuangan Provinsi Aceh, *Wawancara*, pada 10 September 2019 pukul 10.15 WIB

<sup>17</sup>Rahmad Hidayat, Staff Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen pada Kantor Otorita Jasa Keuangan Provinsi Aceh, *Wawancara*, pada 10 September 2019 pukul 10.15 WIB



## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Pelaksanaan perlindungan hukum yang didapatkan oleh nasabah terhadap rekening yang di *auto debit* oleh bank untuk perusahaan asuransi tanpa persetujuan akibat dari pemasaran asuransi melalui sarana telemarketing masih belum berjalan dengan maksimal, padahal kasusnya sudah cukup banyak terjadi di masyarakat.
2. Tanggung jawab perusahaan asuransi terhadap kerugian dari *auto debit* rekening nasabah tanpa persetujuan akibat dari pemasaran asuransi melalui *telemarketing* adalah peringatan tertulis, denda yaitu kewajiban untuk membayar sejumlah uang tertentu, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha; dan/atau, pencabutan izin kegiatan usaha.
3. Upaya yang dapat ditempuh oleh nasabah atas kerugian yang ditimbulkan akibat dari *auto debit* rekening nasabah tanpa persetujuan akibat dari pemasaran asuransi melalui *telemarketing* adalah mengajukan pengaduan terhadap pelaku usaha sektor jasa keuangan melalui otoritas jasa keuangan. Kemudian sengketa akan di proses melalui Proses penyelesaian sengketa nonlitigasi (luar pengadilan) yaitu Arbitrase yang terbagai menjadi 5 macam yakni konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan penilaian ahli. Namun, apabila dengan cara non litigasi tidak membuahkan hasil barulah bisa menempuh cara litigasi (pengadilan) yang mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku.

## DAFTAR PUSTAKA

Robby Yanuareksa, Suradi, Rinitami, "Penerapan UU ITE dan UUPK Bagi Transaksi Telemarketing", *Jurnal Hukum Diponegoro*, Semarang: Universitas Diponegoro. Vol 5. No. 3, 2016.

Soerjono dan Andurrahman, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rineka Cipta, 2003.

Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2008.

Anonim, *Blog Entie.Info:Berhati-hatilah dengan Telemarketing AXA Mandiri Secure Plane*, < <https://antie.info/14/12/2012/berhati-hatilah-dengan-telemarketing-asuransi-axa-mandiri-secure-plan.html>>

Brillie, Nasabah, *Komentar Blog Entie.Info:Berhati-hatilah dengan Telemarketing AXA Mandiri Secure Plane*, < <https://antie.info/14/12/2012/berhati-hatilah-dengan-telemarketing-asuransi-axa-mandiri-secure-plan.html>>

Muhammad Wahyu Eka Sakti, Nasabah, *Komentar Blog:Entie.info*, (2013)< <<https://antie.info/14/12/2012/berhati-hatilah-dengan-telemarketing-asuransi-axa-mandiri-secure-plan.html>>

Farina, Nasabah, *Komentar Blog* (2015) < <https://antie.info/14/12/2012/berhati-hatilah-dengan-telemarketing-asuransi-axa-mandiri-secure-plan.html>> [diakses pada 07 September 2019, pukul 10:51]

Eka, Nasabah, *Komentar Blog* (2013) < <https://antie.info/14/12/2012/berhati-hatilah-dengan-telemarketing-asuransi-axa-mandiri-secure-plan.html>> [diakses pada 08 September 2019, pukul 11:53]

Ikantapa, Nasabah, *Komentar Blog* (2013) < <https://antie.info/14/12/2012/berhati-hatilah-dengan-telemarketing-asuransi-axa-mandiri-secure-plan.html>> [diakses pada 08 September 2019, pukul 12:16]

Iman, Nasabah, *Komentar Blog* (2013) < <https://antie.info/14/12/2012/berhati-hatilah-dengan-telemarketing-asuransi-axa-mandiri-secure-plan.html>> [diakses pada 08 September 2019, pukul 12:16]

Rahmad Hidayat, Staff Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen pada Kantor Otorita Jasa Keuangan Provinsi Aceh, *Wawancara*, pada 10 September 2019 pukul 10.15 WIB