

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan apa yang telah diuraikan di atas, maka dapat diambil kesimpulan diantaranya:

- 5.1.1. *Telemarketing* adalah pusat dari Axa Mandiri dalam menawarkan produk asuransi, karena melalui *telemarketing* semua akan mudah dan menghemat waktu. Strategi yang dilakukan Axa Mandiri hanya menggunakan media telepon tanpa adanya pertemuan langsung atau bertatap muka dengan calon konsumen.
- 5.1.2. Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan, dalam pasal 4 butir "a" dijelaskan bahwa hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Sedangkan dalam etika bisnis Islam Strategi *telemarketing* Axa Mandiri apabila ditinjau dari Prinsip-prinsip etika bisnis harus memperhatikan nilai-nilai moral dan etika dalam menjalankan pemasaran produknya. *telemarketing* pada saat menyampaikan informasi kepada konsumen harus jelas. Telemarketing harus memberikan ruang bagi konsumen apakah menerima atau menolak produk tersebut. Apabila konsumen menerima seharusnya konsumen diminta untuk memenuhi persyaratan administrasi dengan mendatangi langsung kantor AXA Mandiri sehingga dalam hal ini konsumen akan memperoleh informasi yang benar dan jelas terhadap produk tersebut. hal ini perlu untuk menghindari terjadinya perselisihan dikemudian hari terutama yang menyangkut hak-hak konsumen yang terabaikan.

5.2. SARAN

- 5.2.1. Telemarketing dalam memasarkan produknya harus merujuk kepada Undang-undang no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, karena dalam Undang-undang tersebut telah ada perbuatan pelaku

usaha. Peraturan dari OJK No.1/POJK.07/2013 tentang perlindungan konsumen sector jasa keuangan. Agar tidak timbul suatu permasalahan bahkan complain dari pihak konsumen. Dengan adanya peraturan tersebut yang dibuat oleh pemerintah untuk menetapkan aturan yang jelas mengenai transaksi telemarketing agar pelaku usaha dalam menjalankan usaha harus sesuai dengan peraturan yang ada.

- 5.2.2. Kepada masyarakat atau calon konsumen agar lebih teliti, kritis dan lebih cerdas dalam memperhatikan produk asuransi yang ditawarkan oleh pelaku usaha atau telemarketing , serta mengetahui hak-hak dan kewajibanya sebagai konsumen dalam mengkonsumsi suatu prosuk, sehingga hak-hak konsumen tidak terabaikan.

