

**ABSTRAK**

Seringkali, dalam memenuhi target penjualan yang diminta perusahaan, para tenaga pemasar akan melakukan segala cara untuk memenuhi target penjualan. Berbagai macam strategipun dapat dilakukan oleh tenaga pemasar dalam mendapatkan nasabah. Kondisi ini akan menjadi semakin parah jika seorang tenaga pemasar dalam menjalankan tugasnya terpengaruh dengan kepentingan-kepentingan pribadi yang bertentangan dengan tujuan perusahaan, sehingga melahirkan perbuatan-perbuatan nakal yang bertentangan dengan standar operasional kerja perusahaan. Jika seorang tenaga pemasar asuransi jiwa melakukan perbuatan nakal yang bertentangan dengan SOP maka akan menjadi masalah etika yang memerlukan perhatian karena telah menyalahi aturan-aturan yang ditetapkan perusahaan, Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) dan Negara. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui lebih lanjut hal-hal tidak etis apa sajakah yang dilakukan oleh tenaga pemasar, dan juga faktor pertimbangan apa yang membuat tenaga pemasar melakukan tindakan tidak etis tersebut, serta sejauh mana *supervisor* mengetahui tindakan tidak etis yang dilakukan oleh tenaga pemasar.

Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif dengan teknik bola salju. Analisis tematik digunakan sebagai dasar analisis penelitian kualitatif. Peneliti juga menggunakan teknik triangulasi sebagai teknik untuk mengecek keabsahan data.

Hasil temuan berdasarkan 8 informan tenaga pemasar dan 1 informan *supervisor* adalah tindakan tidak etis yang dilakukan oleh tenaga pemasar yaitu *Misrepresentation*, Pembayaran Atas Premi, *Churning*, *Pooling*, Menjelek-jelekkan pesaing, Diskon / Rebate / Indocument, Penundaan Penyetoran Premi, Pembukaan Rekening dan Polis Asuransi tanpa Sepengetahuan Nasabah, Memalsukan Informasi Data Nasabah, Penyalahgunaan dana nasabah, "Bunuh Diri", Asusila, Tanda tangan Formulir kosong, dan Memalsukan Tanda Tangan Nasabah. Tindakan tidak etis yang dilakukan oleh tenaga pemasar tersebut dapat digolongkan kedalam beberapa indikator yaitu indikator peraturan khusus yang berlaku, indikator hukum, indikator budaya dan indikator etik dari masing-masing pelaku bisnis. Selain itu tindakan tidak etis yang dilakukan oleh tenaga pemasar juga bertentangan dengan prinsip-prinsip bisnis yang tidak sesuai dengan prinsip etika pada umumnya. Sedangkan tindakan tidak etis yang dilakukan oleh tenaga pemasar diketahui oleh *supervisor* dan *supervisor* menutup mata terhadap cara mencapai target penjualan yang dilakukan oleh tenaga pemasar. Selain itu faktor yang mempengaruhi tenaga pemasar melakukan tindakan tidak etis tersebut adalah karena faktor kebutuhan akan uang, kewajiban memenuhi target penjualan dan budaya lingkungan kerja.

Kata Kunci : *Tenaga pemasar, Tindakan tidak etis, Nasabah, Asuransi Jiwa, Target Penjualan*