

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan akan jaminan dan perlindungan berkaitan dengan semakin tingginya resiko yang harus dihadapi. Resiko semakin dekat dengan hidup manusia, baik resiko dalam tata kehidupan ekonomi rumah tangga seperti resiko finansial sebagai akibat dari resiko yang paling mendasar yakni resiko alamiah datangnya kematian dan berbagai resiko atas harta benda yang dimiliki, maupun resiko yang harus dihadapi oleh para pelaku bisnis/dunia usaha yang secara sadar dan rasional dirasakan dapat mengganggu kesinambungan usahanya.

Untuk menghindarinya, maka resiko diantisipasi dengan cara mengalihkannya kepada pihak lain, yakni perusahaan asuransi. Perusahaan asuransilah yang secara profesional siap menerima transfer resiko itu serta memberikan perlindungan dan jaminan terhadap kerugian dari objek yang diasuransikan.

Menurut pasal 246 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) Republik Indonesia :

Asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian, di mana penanggung mengikat diri terhadap tertanggung dengan memperoleh premi, untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tidak pasti.

Asuransi akan memberikan rasa aman, sehingga kita dapat menjalani kehidupan yang telah direncanakan tanpa diliputi oleh rasa ketidakpastian. Dengan memiliki asuransi, kita memiliki jaminan berupa perlindungan atas resiko dan

tersedianya sejumlah dana untuk menjamin kehidupan yang lebih baik di masa yang akan datang.

Menurut Undang-Undang No. 2 tahun 1992 usaha asuransi dibedakan atas tiga jenis, yaitu asuransi jiwa, asuransi kerugian dan reasuransi. Dari ketiga jenis usaha asuransi tersebut, penulis ingin lebih menekankan pada asuransi jiwa. Asuransi jiwa itu sendiri merupakan asuransi yang memberikan jasa dalam penanggulangan resiko yang dikaitkan dengan hidup atau meninggalnya seseorang yang dipertanggungjawabkan.

Produk dari perusahaan asuransi jiwa adalah proteksi keuangan berupa janji penggantian kerugian kepada pihak tertanggung yang dituangkan dalam surat perjanjian yang lazim disebut dengan polis. Sedangkan pihak yang membayar polis disebut dengan pemegang polis.

Dalam menjual produknya guna memperoleh pendapatan, kegiatan pemasaran menjadi bagian yang penting bagi perusahaan jiwa. Salah satu hal yang menyebabkan pentingnya kegiatan pemasaran pada perusahaan asuransi jiwa adalah karena sampai saat ini masyarakat Indonesia masih banyak yang belum menyadari kebutuhan akan produk-produk asuransi. Bahkan mereka yang sadar akan kebutuhannya pun kadang-kadang harus didorong/dimotivasi untuk menutup asuransi. Hal ini disebabkan karena pembeli asuransi kurang memiliki informasi yang jelas akan produk asuransi, sehingga meskipun sudah ada keinginan untuk berasuransi tetapi seringkali mereka menangguh-nangguhkannya. Berdasarkan kenyataan ini, maka produk-produk asuransi jiwa harus secara aktif diinformasikan kepada masyarakat umum salah satunya melalui kegiatan pemasaran.

Pemasaran adalah kegiatan yang sangat penting dalam suatu kegiatan usaha yang menghasilkan barang maupun jasa. Karena tanpa kegiatan pemasaran barang ataupun jasa yang dihasilkan akan sulit bahkan bisa tidak mungkin terjual karena tidak memiliki pasar maupun konsumen. Dalam kegiatan suatu usaha pastilah tidak lepas dari yang namanya biaya. Begitu juga kegiatan pemasaran membutuhkan biaya-biaya untuk pelaksanaannya. Biaya-biaya inilah yang disebut biaya pemasaran. Biaya pemasaran mungkin dapat mempengaruhi volume penjualan baik kenaikannya ataupun penurunannya dalam setiap penambahan biaya pemasaran. Biaya pemasaran pada perusahaan asuransi jiwa merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan pemasaran mulai dari mencari calon pembeli sampai pelayanan purna jual.

Pada perusahaan yang bergerak dalam bidang asuransi jiwa, tingkat pendapatan ditentukan oleh besarnya polis asuransi yang terjual dan selanjutnya akan menentukan besarnya pendapatan premi yang diterima oleh perusahaan. Pendapatan premi merupakan sumber utama pendapatan bagi perusahaan asuransi jiwa yang diartikan sebagai sejumlah uang yang tercantum dalam polis yang telah disetujui oleh pemegang polis (tertanggung) untuk dibayarkan kepada penanggung pada setiap awal periode pembayaran yang telah disepakati atau sejumlah iuran yang menjadi kewajiban pemegang polis (tertanggung). Besarnya premi yang diterima dari polis lama ataupun polis baru merupakan pendapatan premi bagi perusahaan asuransi jiwa.

Melalui kegiatan pemasaran diharapkan polis asuransi terjual secara maksimal dan akan meningkatkan pendapatan premi yang diterima oleh perusahaan asuransi jiwa. Tetapi apakah dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap pendapatan premi yang diperoleh.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti sejauhmana biaya pemasaran berpengaruh terhadap tingkat pendapatan premi, dengan skripsi yang berjudul “Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Tingkat Pendapatan Premi Pada ILUFA EDU Agency PT Commonwealth Life.”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis akan membahas masalah-masalah sebagai berikut :

1. Berapa besar biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh ILUFA EDU Agency PT Commonwealth Life?
2. Bagaimana tingkat pendapatan premi di ILUFA EDU Agency PT Commonwealth Life?
3. Bagaimana hasil pengaruh biaya pemasaran terhadap tingkat pendapatan premi pada ILUFA EDU Agency PT Commonwealth Life?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh ILUFA EDU Agency PT Commonwealth Life.
2. Untuk mengetahui bagaimana tingkat pendapatan premi di ILUFA EDU Agency PT Commonwealth Life.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh biaya pemasaran terhadap tingkat pendapatan premi pada ILUFA EDU Agency PT Commonwealth Life.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan dan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya mengenai usaha perasuransian, dan penelitian ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh Ujian Sidang Sarjana di Fakultas Ekonomi, Jurusan Akuntansi, Universitas Kristen Maranatha.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan informasi untuk dijadikan dasar pertimbangan dalam rangka mengambil kebijakan di masa yang akan datang.
3. Bagi pihak lain, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai sumbangan pemikiran dan sebagai bahan kajian lebih lanjut dalam disiplin ilmu ekonomi akuntansi.