

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan di dalam dunia bisnis berkembang begitu pesat. Persaingan tersebut menuntut setiap perusahaan menyiapkan diri beroperasi secara lebih efisien dan efektif untuk memperoleh laba semaksimal mungkin. Munculnya perusahaan-perusahaan baru membuat persaingan semakin ketat. Hal tersebut membuat perusahaan lama melakukan berbagai inovasi dan mengusahakan berbagai cara untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya.

Perubahan yang sangat cepat dan mendasar dalam perekonomian dunia dan dipertajam dengan semakin ketatnya persaingan pasar, menuntut perusahaan untuk meningkatkan strategi dan langkah-langkah operasional dengan baik. Salah satu strategi yang dapat dilakukan perusahaan adalah melalui cara mempertahankan bahkan jika memungkinkan untuk meningkatkan pemasaran hasil produksi. Strategi ini dapat terlaksana dengan baik jika dijalankan bersama-sama dengan menekankan segi efektivitas dan efisiensi biaya serta pengelolaan perusahaan. Hal tersebut merupakan usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan agar dapat berkembang dan memperoleh pendapatan guna meningkatkan laba.

Hal serupa pun terjadi dalam industri asuransi jiwa. Seiring dengan peningkatan taraf hidup seseorang, pemenuhan kebutuhan hidup tak lagi terbatas pada kebutuhan fisiologis saja, namun kebutuhan keselamatan akan rasa aman dan perlindungan kini juga makin dirasakan. Sesuai dengan hierarki kebutuhan menurut Abraham Maslow (1943) ada 5 yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan keselamatan, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan dan kebutuhan akan aktualisasi diri.

Mengingat bahwa kehidupan manusia tidak terlepas dari berbagai risiko yang dapat menimbulkan kerugian, dengan memiliki asuransi jiwa merupakan salah satu cara pemenuhan kebutuhan akan rasa aman atas faktor ketidakpastian yang mungkin terjadi pada hidup seseorang.

Tingkat kesadaran manusia mengenai pentingnya ikut dalam asuransi jiwa meningkat setiap tahunnya. Persentase pemegang polis asuransi jiwa pada jumlah penduduk Indonesia tahun 2008 sebesar 3,23%, tahun 2009 sebesar 3,52%, tahun 2010 sebesar 3,79%, tahun 2011 sebesar 3,93%, dan tahun 2012 sebesar 4,51% (Majalah Investor edisi XV/241, Juli 2013). Hal tersebut dapat terjadi karena secara khusus tujuan dari asuransi jiwa adalah untuk mengganti kerugian *financial* dari individu, keluarga, dan perusahaan yang timbul pada waktu sumber daya manusia sakit, cacat atau meninggal. Ini adalah sesuatu yang sangat penting dan merupakan tanggung jawab mulia dalam masyarakat.

Dewasa ini industri asuransi jiwa di Indonesia mengalami pertumbuhan jika dibandingkan antara tahun 2012 dengan tahun 2011. Pertumbuhan industri asuransi jiwa dapat dilihat dari persentase peningkatan jumlah aset sebesar 18,09%, jumlah investasi sebesar 17,99%, pendapatan premi sebesar 11,47%, premi neto sebesar 11,31%, dan laba bersih sebesar 12,51% (Majalah Investor edisi XV/241, Juli 2013). Meningkatnya jumlah masyarakat kelas menengah di Indonesia dan mulai adanya kesadaran masyarakat akan pentingnya memiliki asuransi membuat industri asuransi jiwa mulai tumbuh. Kategori masyarakat kelas menengah menurut Bank Dunia adalah mereka yang membelanjakan uangnya 2 *dollar* AS (sekitar Rp 20.000,00) sampai 20 *dollar* AS (sekitar Rp 200.000,00) per hari (Sigit, Business Review Edisi 11, Februari 2012).

Menurut data AAJI (Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia) pada tahun 2012, jumlah perusahaan asuransi jiwa di Indonesia berjumlah 45 perusahaan dan 4 perusahaan reasuransi yang terdiri dari 28 swasta nasional, 1 BUMN, dan 16 *joint venture*. Jumlah perusahaan asuransi jiwa yang cukup banyak, membuat perusahaan-perusahaan tersebut bersaing mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk berkembang dan memperoleh pendapatan guna meningkatkan laba.

Untuk tercapainya laba sebanyak-banyaknya, perusahaan asuransi jiwa harus dapat mengalokasikan secara optimal biaya pemasaran. Pada dasarnya pemasaran merupakan suatu fungsi bisnis yang mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Akan tetapi untuk menjaga agar kegiatan pemasaran berjalan dengan efektif dan efisien, maka harus ditunjang dengan biaya pemasaran yang memadai. Adanya biaya pemasaran yang dikeluarkan sangatlah penting mengingat pemasaran merupakan denyut jantung dari berbagai usaha, karena maju mundurnya perusahaan tergantung dari baik atau tidaknya kegiatan pemasaran yang dilakukan. Biaya pemasaran juga membantu perusahaan dalam menghadapi persaingan yang ketat guna mencapai tingkat laba yang diinginkan.

Laba perusahaan asuransi jiwa juga berkaitan dengan pendapatan premi yang diperolehnya. Perkembangan suatu perusahaan asuransi jiwa dapat dilihat dari pendapatan premi, karena dari total pendapatan asuransi jiwa, porsi pendapatan premi menjadi yang terbesar. Kemudian perusahaan akan membagi sejumlah dana dari pendapatan premi tersebut untuk berinvestasi. Hasil dari investasi yang dilakukan dapat menambah jumlah laba yang diperoleh perusahaan. Investasi yang dilakukan perusahaan asuransi jiwa, antara lain:

- Deposito berjangka dan sertifikat deposito

BAB I Pendahuluan

- Saham
- Obligasi dan MTN
- Surat berharga yang diterbitkan atau dijamin oleh pemerintah
- Surat berharga yang diterbitkan atau dijamin oleh BI
- Unit penyertaan reksadana
- Bangunan dengan hak strata atau tanah dengan bangunan untuk investasi
- Pinjaman hipotik
- Pinjaman polis
- Pembiayaan murabahah
- Pembiayaan mudharabah
- Investasi lain

Menurut beberapa penelitian terdahulu, terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi laba perusahaan adalah sebagai berikut:

- Menurut Angga Cakra Noviyya R (tahun 2012), laba operasional yang dipengaruhi oleh biaya pemasaran pada perusahaan makanan lintang Tasikmalaya sebesar 97,5%, sedangkan sisanya sebesar 2,5% merupakan pengaruh faktor lain.
- Menurut Enda Suhenda (tahun 2001), efektivitas pencapaian laba yang dipengaruhi oleh biaya pemasaran pada PT Pos Indonesia KAMILPOS V Bandung sebesar 38,95%, sedangkan sisanya sebesar 61,05% merupakan pengaruh faktor lain.
- Menurut Dian Astria (tahun 2009), faktor-faktor yang memengaruhi laba PT Asuransi Takafil Keluarga adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

- Pendapatan premi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap laba sebesar 78,66%.
 - Hasil investasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap laba sebesar 1,56%.
 - Beban klaim berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba sebesar -81,63%.
 - Beban operasional berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba sebesar -99,13%.
 - Krisis ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba sebesar -35,49%.
- Menurut M. Agung Ali Fikri (tahun 2009), pengaruh premi, klaim, hasil investasi dan underwriting terhadap laba asuransi jiwa (studi kasus PT Asuransi Syarian Mubarakah) sebesar 84,07%, sedangkan sisanya sebesar 15,3% dipengaruhi oleh faktor lain.
 - Menurut Imam Sulthani (tahun 2012), pengaruh beban penyisihan piutang tidak tertagih terhadap laba operasional perusahaan (studi kasus pada Pd. Putra Madani Ciamis) sebesar 89,5%, sedangkan sisanya sebesar 10,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

PT Prudential Life Assurance merupakan perusahaan asuransi jiwa di Indonesia yang dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya serta dapat memperoleh laba bersih tertinggi pada tahun 2012 (Majalah Investor edisi XV/241, Juli 2013). Laba bersih yang diperoleh PT Prudential Life Assurance pada tahun 2012 lebih tinggi jika dibandingkan dengan perusahaan asuransi jiwa lainnya di Indonesia. Perolehan laba tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor. Peneliti ingin

meneliti beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perolehan laba tersebut, antara lain biaya pemasaran, pendapatan premi, dan investasi.

1.2 Identifikasi Masalah

Asuransi jiwa sebagai sebuah mekanisme perlindungan merupakan langkah yang tepat bagi seseorang dalam membagi atau mengalihkan risiko karena asuransi jiwa menjawab kebutuhan rasa aman bagi setiap orang. Meningkatnya kesadaran individu akan peranan asuransi menyebabkan bisnis dalam bidang ini menjadi semakin cerah. Banyaknya perusahaan asuransi yang hadir di Indonesia dengan tawaran produk yang hamper sejenis mengakibatkan persaingan dalam bidang ini semakin ketat.

Salah satu penentu kelangsungan hidup perusahaan adalah pengelolaan laba. PT Prudential Life Assurance merupakan asuransi jiwa di Indonesia yang memperoleh laba tertinggi pada tahun 2012. Banyak faktor yang dapat memperoleh perolehan laba tersebut, seperti biaya pemasaran, pendapatan premi, dan investasi.

Berdasarkan pembahasan di atas, maka identifikasi masalah yang ada yaitu:

1. Apakah biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba yang diperoleh PT Prudential Life Assurance?
2. Apakah pendapatan premi berpengaruh terhadap laba yang diperoleh PT Prudential Life Assurance?
3. Apakah investasi berpengaruh terhadap laba yang diperoleh PT Prudential Life Assurance?
4. Apakah biaya pemasaran, pendapatan premi, dan investasi berpengaruh secara simultan terhadap laba yang diperoleh PT Prudential Life Assurance?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada identifikasi masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh biaya pemasaran terhadap laba yang diperoleh PT Prudential Life Assurance.
2. Untuk menganalisis pengaruh pendapatan premi terhadap laba yang diperoleh PT Prudential Life Assurance.
3. Untuk menganalisis pengaruh investasi terhadap laba yang diperoleh PT Prudential Life Assurance.
4. Untuk menganalisis pengaruh biaya pemasaran, pendapatan premi, dan investasi berpengaruh secara simultan terhadap laba yang diperoleh PT Prudential Life Assurance.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dan berguna sebagai:

1. Bagi perusahaan
 - Bahan info untuk perusahaan dalam meningkatkan laba yang diperoleh.
 - Untuk mencapai keunggulan dalam persaingan di bidang asuransi jiwa.
2. Bagi pihak lain
 - Untuk mengembangkan ilmu-ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan upaya meningkatkan laba.
 - Menjadi sumber informasi yang dapat dijadikan sebagai dasar masukan bagi peneliti selanjutnya.

3. Bagi peneliti

- Digunakan sebagai langkah awal untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh di bangku perkuliahan, khususnya yang berkaitan dengan masalah yang menjadi objek penelitian dan penerapannya di lapangan.