

## BAB 4

### ANALISA PERMASALAHAN

#### 4.1. Analisa Kondisi Struktur Pasar Industri Asuransi Kendaraan Bermotor

Dengan jumlah perusahaan yang relatif besar yang terdiri dari perusahaan pemerintah, swasta nasional maupun perusahaan patungan maka struktur pasar asuransi kendaraan bermotor cenderung kearah *loose oligopoly*. Berdasarkan data Laporan Bapepam – LK per Desember 2008, terdapat 90 perusahaan asuransi kerugian yang memiliki lini usaha asuransi kendaraan bermotor.

Berdasarkan Tabel 4.1. menunjukkan bahwa jumlah perusahaan asuransi kerugian mengalami penurunan dan total perusahaan asuransi kerugian pada tahun 2008 merupakan jumlah terkecil selama 5 (lima) tahun terakhir dengan jumlah perusahaan asuransi kerugian 90 perusahaan. Perubahan struktur pasar dalam industri asuransi tersebut dipengaruhi oleh adanya warisan sejarah deregulasi sektor keuangan yaitu industri perbankan dan asuransi yaitu melalui kebijakan Paket Kebijakan Oktober 1988 (Pakto 88) dimana industri perbankan mulai mengalami perubahan yaitu ditandai dengan berkurangnya dominasi bank-bank pemerintah. Sedangkan industri asuransi, perkembangan mulai terjadi sejak dikeluarkannya Paket Desember 1988 (Pakdes 88) yang memperbolehkan perusahaan asuransi asing beroperasi di Indonesia dengan sistem *joint venture* dengan kepemilikan saham maksimal sebesar 80%.

Munculnya perusahaan – perusahaan asuransi kerugian patungan yang memiliki modal jauh lebih kuat dibandingkan pemain lokal turut menyemarakkan persaingan dalam industri perasuransian di Indonesia. Dukungan induk perusahaan yang sudah tentu berukuran raksasa baik dalam hal permodalan, cash flow, jumlah obyek pertanggungan serta pengalaman under-writing termasuk pemanfaatan teknologi informasi yang jauh lebih unggul menyebabkan posisi tawar menawar mereka lebih baik dibandingkan dengan perusahaan asuransi lokal.

Karena bisnis asuransi merupakan industri yang bersifat *capital intensive*. Dengan berbagai resiko yang mungkin muncul dalam kegiatannya mengelola dana masyarakat, perusahaan asuransi harus memiliki kapasitas dan kemampuan yang memadai untuk menanggung kerugian yang timbul. Perusahaan asuransi sebagai lembaga proteksi menerima transfer resiko dari tertanggung atau nasabah. Nilai ganti rugi atau uang pertanggungan maksimum jumlahnya berkali – kali lipat dari nilai premi yang diterima perusahaan asuransi. Oleh karena itu selain harus memiliki modal yang cukup, perusahaan asuransi harus selalu mampu dan selalu berada dalam posisi siap untuk membayar setiap pengajuan klaim dari tertanggung atau nasabahnya. Kemampuan perusahaan asuransi dalam pembayaran klaim dapat diketahui dari tingkat solvensi yang biasa diukur dengan *Risk Based Capital (RBC)*<sup>55</sup>.

Dalam rangka memperbaiki struktur permodalan perusahaan asuransi, pemerintah sudah berencana mewajibkan modal minimum kepada perusahaan asuransi sebesar Rp 100 miliar pada tahun 2009. Seperti diketahui, Pemerintah melalui PP No. 63 Tahun 1999 tentang Perubahan atas PP No. 37 Tahun 1992 tentang Penyelenggaraan Usaha Perasuransian menghendaki perusahaan asuransi memiliki modal minimum Rp 100 miliar. Bahkan dalam perkembangan regulasi, pemerintah juga mengeluarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 39 Tahun 2008 mengenai batas setoran modal minimum perusahaan asuransi yaitu Rp 100 miliar. Dimana ketatnya negosiasi antara regulator dan beberapa perusahaan asuransi umum yang modal minimalnya belum mencukupi ketentuan Peraturan Pemerintah (PP) No. 39 Tahun 2008. Dalam Pasal 6B dijelaskan pentahapan modal yang wajib dipenuhi oleh perusahaan asuransi yaitu :

- a. paling sedikit sebesar Rp 40 miliar paling lambat tanggal 31 Desember 2008;
- b. paling sedikit sebesar Rp 70 miliar paling lambat tanggal 31 Desember 2009;
- c. paling sedikit sebesar 100 miliar paling lambat tanggal 31 Desember 2010.

---

<sup>55</sup> *Risk Based Capital (RBC)* ini adalah rasio yang menggambarkan tingkat solvensi perusahaan asuransi, apakah perusahaan tersebut mampu menanggung resiko klaim atau tidak.

Selanjutnya pemberlakuan regulasi tersebut dilakukan secara bertahap, serta dampaknya belum menunjukkan menjadi penyebab perusahaan asuransi umum dan kerugian *collapse* karena keterbatasan modal, regulator masih memberikan waktu pemenuhan setoran modal tersebut.

#### **4.1.1. Total Penjualan (Perolehan Premi Netto)**

Tingkat pendapatan melalui perolehan Premi Netto menunjukkan data tingkat penjualan perolehan Premi Netto. Berdasarkan olahan data dari Laporan Bapepam - LK, maka dapat dilakukan analisa terhadap perkembangan premi netto dalam kurun waktu dari 1987 – 2007 maka dapat diperoleh gambaran bahwa secara agregat terjadi peningkatan perolehan premi netto dalam lini usaha asuransi kendaraan bermotor sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 4.1.

Meskipun dari data Premi Netto dan profit sedikit terjadi fluktuatif akan tetapi secara garis besar pasar industri asuransi kendaraan bermotor menunjukkan trend kenaikan. Indikator pendapatan perolehan Premi Netto tersebut, menunjukkan bahwa kondisi pasar industri asuransi kendaraan bermotor masih dalam kondisi yang menguntungkan. Kondisi pasar ditengah “perang tariff” tersebut tidak memberikan dampak yang memperburuk pasar yaitu dampak yang menyebabkan kerugian.

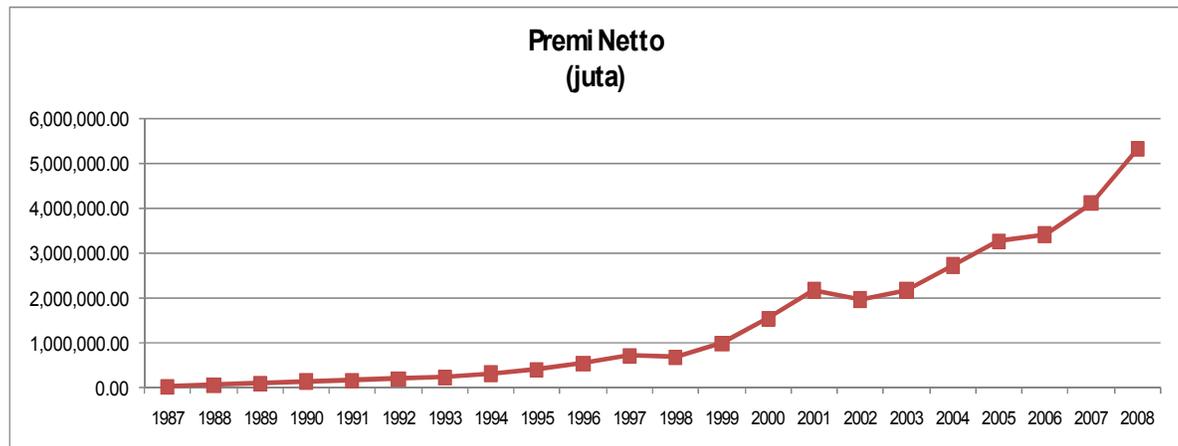
Untuk menganalisa apakah dengan adanya perang harga tersebut melalui “banting-bantingan” harga premi membuat perusahaan asuransi kendaraan bermotor mengalami penurunan profit karena mereka saling menurunkan harga premi dengan pemberian diskon yang cukup tinggi. Akan tetapi, berdasarkan pengolahan data perolehan Premi Netto, ternyata perolehan premi netto secara agregat pada perusahaan asuransi kendaraan bermotor, mengalami kenaikan ditengah-tengah terjadinya “perang harga” untuk tarif premi. Data tersebut sebagaimana ditunjukkan dalam Grafik 4.1

Tabel 4.1.  
Perkembangan Perolehan Premi Netto dan Profit dalam Lini Usaha  
Asuransi Kendaraan Bermotor Tahun 1987 s/d 2008

TAHUN	TOTAL PREMI Netto per Tahun (Juta)	TOTAL KLAIM Netto per Tahun (Juta)	JUMLAH PERUSAHAAN
1987	51,984.48	19,213.47	70
1988	72,788.26	27,073.87	73
1989	103,813.14	40,391.17	76
1990	164,160.78	60,958.12	81
1991	180,760.85	86,999.46	85
1992	213,069.14	113,941.33	89
1993	244,206.80	118,425.00	89
1994	334,584.70	127,341.30	93
1995	432,436.50	163,907.50	95
1996	565,114.20	209,806.90	98
1997	740,959.20	279,586.10	105
1998	690,236.30	382,042.10	107
1999	1,005,467.80	427,276.40	107
2000	1,557,217.90	547,344.70	107
2001	2,184,809.00	847,577.00	104
2002	1,975,590.00	1,116,989.00	104
2003	2,192,092.10	1,143,155.80	104
2004	2,732,712.00	1,488,977.80	104
2005	3,268,734.20	1,935,482.10	97
2006	3,425,677.00	2,329,174.10	97
2007	4,122,438.00	2,568,150.30	94
2008	5,315,737.60	3,113,082.30	90

Sumber : Olahan Data dari Laporan Tahunan Bapepam – LK

Grafik 4.1  
Perolehan Premi Netto Industri Asuransi Kendaraan Bermotor  
Tahun 1987 s/d 2008



Sumber : Bapepam - LK, data diolah

Sehingga pernyataan para pelaku pasar dalam industri asuransi kendaraan bermotor bahwa mereka mengalami kerugian secara industri tidak dapat dibuktikan, dan kenyataan dalam industri tersebut mengalami kecenderungan kenaikan dalam perolehan premi netto.

Sedangkan pertumbuhan kontribusi perolehan premi netto setiap tahun menunjukkan angka yang fluktuatif juga akan tetapi cenderung naik. Melalui pengolahan data Laporan Tahunan Bapepam-LK menunjukkan pertumbuhan perolehan premi netto perusahaan asuransi kendaraan bermotor periode dari tahun 1987 sampai dengan 2007, maka pengelompokan pertumbuhan perolehan premi netto perusahaan asuransi kendaraan bermotor periode dari tahun 1987 sampai dengan 2007 yaitu :

1. Kelompok perusahaan dengan *market share* 11 % s/d 25% (terdapat satu perusahaan yaitu PT. Astra Buana)  
Mengalami pertumbuhan premi netto antara 5%.
2. Kelompok perusahaan dengan *market share* 1% - 10% (terdapat 17 perusahaan) atau sekitar 18% dari total perusahaan.  
Mengalami pertumbuhan premi netto rata – rata 1% sampai dengan 3%, kecuali dalam periode :

- a. Tahun 1990 (PT Asuransi Jasa Indonesia mengalami pertumbuhan premi netto sebesar 6,6%)
  - b. Tahun 1996 (PT Asuransi Dharmala mengalami pertumbuhan premi netto sebesar 6,6%)
  - c. Tahun 1999 (PT Asuransi Sinar Mas mengalami pertumbuhan premi netto sebesar 3,9%)
  - d. Tahun 2001 (PT Asuransi Central Asia mengalami pertumbuhan premi netto sebesar 6,5%) dan tahun 2000 (PT Asuransi Central Asia mengalami pertumbuhan premi netto sebesar 5%)
  - e. Tahun 2005 (PT Asuransi Adira Dinamika mengalami pertumbuhan premi netto sebesar 3,8%)
3. Kelompok perusahaan dengan market share kurang dari 1%  
 Kelompok ini merupakan kelompok mayoritas perusahaan asuransi kendaraan bermotor, berdasarkan data tahun 2007, berjumlah 76 perusahaan atau sekitar 80% dari total perusahaan.  
 Mereka mengalami pertumbuhan pertumbuhan premi netto kurang dari 1%.

Berdasarkan data pengelompokan tersebut menunjukkan bahwa persaingan pertumbuhan premi netto perusahaan yang memiliki *market share* terbesar (11 % s/d 25%) mendapat pesaing dari perusahaan lainnya, baik yang masuk kelompok menengah (1% - 10%) serta kelompok mayoritas dengan *market share* terkecil (dibawah 1%) masih mengalami pertumbuhan positif. Sehingga secara agregat industri asuransi kendaraan bermotor mengalami pertumbuhan premi netto yang positif.

#### 4.1.2. Tingkat Konsentrasi (CR dan HHI)

Untuk menganalisa kondisi *market performance* industri asuransi kendaraan bermotor maka pengolahan data untuk mengkaji tingkat konsentrasi pasar tersebut dibuktikan dengan mengukur tingkat konsentrasi pasar melalui 2 (dua) metode yaitu *Concretation Ratio* (CR) dan *The Hirschman Harfindahl Index* (HHI) terhadap pendapatan Premi Netto. Adapun Premi Netto digunakan sebagai

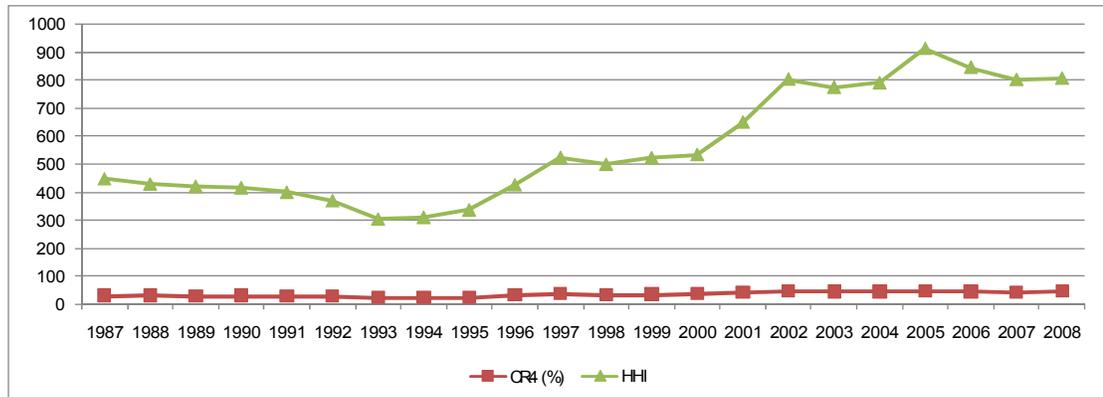
basis pengukuran *market share* karena Premi Netto dianggap mencerminkan *scope* pendapatan yang lebih khusus pada lini usaha perusahaan asuransi. Industri Asuransi Kendaraan Bermotor merupakan bagian/cabang lini usaha dari perusahaan asuransi kerugian yang biasanya memiliki lini usaha tidak hanya di Asuransi Kendaraan Bermotor.

Tabel 4.2.  
Perkembangan Tingkat Konsentrasi Industri Asuransi Kendaraan Bermotor di Indonesia Tahun 1987 s/d 2008

Tahun	% Konsentrasi Pasar	Perubahan (CR)	Konsentrasi Pasar (HHI)	Perubahan (HHI)	Tingkat Konsentrasi
1987	32		450		Low
1988	32	0	431	(19)	Low
1989	31	(1)	423	(8)	Low
1990	31	0	418	(5)	Low
1991	31	0	402	(16)	Low
1992	31	0	372	(30)	Low
1993	26	(5)	307	(65)	Low
1994	26	0	313	(6)	Low
1995	25	(1)	339	25	Low
1996	33	8	429	90	Low
1997	40	7	526	97	Low
1998	35	(5)	502	(24)	Low
1999	37	2	525	23	Low
2000	38	1	536	11	Low
2001	43	5	652	116	Low
2002	48	5	804	152	Low
2003	46	(2)	776	(28)	Low
2004	46	0	792	16	Low
2005	47	1	915	123	Low
2006	46	(1)	847	(68)	Low
2007	45	(1)	804	(43)	Low
2008	47	(2)	808	4	Low

Sumber : Olahan Data dari Laporan Tahunan Bapepam – LK

Grafik 4.2.  
Trend Nilai CR<sub>4</sub> dan HHI dalam Industri Asuransi Kendaraan Bermotor  
Tahun 1987 s/d 2008



Sumber : Olahan Data dari Laporan Tahunan Bapepam – LK

Melalui Tabel 4.2 dan Grafik 4.2 menunjukkan perkembangan tingkat konsentrasi industri kendaraan bermotor tahun 1987 s/d 2008 dengan tingkat konsentrasi pasar industri asuransi kerugian yang secara agregrat mengalami peningkatan akan tetapi masih dalam tataran tingkat *low concentration*. Nilai HHI tersebut, setiap tahunnya ada yang mengalami penurunan dan kenaikan.

Penurunan nilai HHI terbesar terjadi dari tahun 2005 ke 2006 sebesar 68 poin, sedangkan peningkatan nilai HHI terbesar terjadi dari tahun 2001 ke 2002 sebesar 152 poin, peningkatan terbesar kedua terjadi dari tahun 2004 ke 2005 sebesar 123 poin. Sedangkan secara industri, data tersebut dapat menunjukkan bahwa terjadinya peningkatan *market share* dalam industrsi asuransi kendaraan bermotor dengan rata – rata peningkatan nilai HHI sebesar 16 poin.

Walaupun peningkatan nilai HHI yang tergolong kecil tersebut tetap dapat menunjukkan bahwa terjadinya peningkatan tingkat konsentrasi dalam industri asuransi kendaraan bermotor, akan tetapi secara industri tidak ada pelaku usaha yang dominan yang dapat mengontrol pasar karena tingkat konsentrasi pasar masih dalam tingkat *low concentration*. Sehingga analisa kondisi persaingan antar pelaku pasar dalam industri asuransi kendaraan bermotor berjalan secara kompetitif dimana persaingan harga “perang tariff” yang terjadi tidak memperburuk pasar.

Lebih lanjut, berdasarkan data Laporan Tahunan Bapepam – LK terhadap perolehan Premi Netto pada perusahaan asuransi kerugian yang memiliki lini usaha Asuransi Kendaraan Bermotor dari tahun 1987 sampai dengan 2007 yaitu tingkat konsentrasi pasar industri Asuransi Kendaraan Bermotor tidak mengalami perubahan atau tetap berada pada tingkat *low concentration* (rata – rata nilai (CR) sebesar 39% dan nilai rata-rata HHI adalah 551 poin).

Apabila mempertimbangkan adanya pemberlakuan peraturan pemerintah mengenai aturan modal minimum (RBC), maka respon perusahaan asuransi kerugian terhadap peraturan tersebut tidak membuat pasar semakin terkonsentrasi. Hal ini ditunjukkan pada trend yang terjadi dalam lini usaha asuransi kendaraan bermotor yang menunjukkan kenaikan tingkat konsentrasi pasar akan tetapi masih dibawah 50%. Tingkat konsentrasi pasar asuransi kerugian memang sudah berada pada tingkat yang rendah, yang juga berdampak pada pasar dalam lini usahanya termasuk asuransi kendaraan bermotor yang tidak terpengaruh terhadap tingkat konsentrasi pasar yang masih berada pada tingkat *low concentration* sehingga ketika perusahaan *exit* atau melakukan merger dan akuisisi, pangsa perusahaan – perusahaan terbesar menjadi relatif sedikit naik.

#### **4.1.3. Penurunan Jumlah Perusahaan (Perusahaan Tutup)**

Indikator penurunan jumlah perusahaan tersebut berpengaruh pada struktur pasar industri asuransi kendaraan bermotor. Melalui Tabel 4.1. menunjukkan jumlah perusahaan asuransi yang bergerak dalam lini usaha asuransi kendaraan bermotor juga mengalami fluktuasi baik penurunan maupun peningkatan dalam jumlah perusahaan. Peningkatan jumlah perusahaan terjadi dari tahun 1996 ke 1997 yaitu meningkat 7 perusahaan dari 98 menjadi 105 perusahaan. Sedangkan penurunan jumlah perusahaan terbesar sejumlah 7 perusahaan terjadi dari tahun 2004 ke 2005 dari total 104 perusahaan turun menjadi 97 perusahaan atau terjadi penurunan jumlah perusahaan sebesar 6,7%. Hal ini menyebabkan adanya perubahan tingkat konsentrasi yaitu adanya kenaikan nilai HHI yang cukup signifikan terjadi tahun 2001 ke 2002 sebesar 152 poin walaupun dalam periode tidak ada pengurangan atau penutupan perusahaan oleh regulator, akan tetapi lebih disebabkan oleh terjadinya peningkatan *market*

*share* pelaku pasar. Peningkatan juga terjadi pada periode dari 2004 ke 2005 sebesar 123 karena terjadi pengurangan jumlah perusahaan asuransi kendaraan bermotor. Rincian perubahan jumlah perusahaan asuransi kendaraan bermotor yang fluktuatif ditunjukkan dalam Tabel 4.1.

Sedangkan dalam rentang waktu setelahnya tahun 2005 ke 2006 regulator tidak melakukan penutupan perusahaan asuransi, akan tetapi tahun 2006 ke 2007 menutup 2 (dua) perusahaan asuransi yang menyebabkan penurunan nilai HHI sebesar 43 poin. Untuk tingkat konsentrasi dalam periode setelah keluarnya PMK No. 74 Tahun 2007, yaitu periode dari 2007 ke 2008 juga mengalami peningkatan tapi sangat kecil yaitu 4 poin, karena setelah regulator melakukan penutupan 4 (empat) perusahaan asuransi kendaraan bermotor.

Penutupan perusahaan – perusahaan asuransi tersebut karena regulator menilai bahwa mereka tidak dapat memenuhi ketentuan mengenai kesehatan keuangan perusahaan asuransi. Tingkat *solvency* untuk membiayai klaim konsumen dan mengalami gagal bayar dan merugi dalam operasionalnya.

Penutupan perusahaan asuransi oleh regulator tersebut masih dalam jumlah kecil kurang yaitu penurunan terbesar terjadi dari tahun 2004 ke 2005 yaitu 7 perusahaan atau sebesar 6,7% (kurang dari 10% dari total perusahaan tahun 2004). Karena kondisi pasar yang kompetitif dengan perolehan premi yang masih menguntungkan tersebut, maka analisa penafsiran data menunjukkan bahwa penutupan perusahaan asuransi kendaraan bermotor disebabkan bukan semata-mata karena penurunan tarif premi melalui “perang tarif” yang terjadi selama ini, akan tetapi perusahaan tidak mampu bersaing dalam pengelolaan pengenaan biaya tinggi sehingga tidak bisa membayar klaim konsumen.

Perubahan nilai tingkat konsentrasi akibat dari adanya penutupan beberapa perusahaan asuransi kendaraan bermotor tersebut, menunjukkan bahwa tingkat konsentrasi masih dalam tingkat *low concentration* . Implikasinya bahwa persaingan antar pelaku usaha di industri asuransi kendaraan bermotor berjalan secara *competitive*.

#### 4.2. Analisa Elastisitas Permintaan dalam Industri Asuransi Kendaraan Bermotor

Ketatnya persaingan di industri asuransi kendaraan bermotor kelihatan dengan gencarnya penawaran yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan asuransi baik dari segi pelayanan maupun dari segi harga. Dari pelayanan mereka tidak saja memberikan perlindungan melainkan juga kenyamanan berkendara. Kemudian dari segi harga, mereka memberikan diskon premi yang terbilang cukup besar, bahkan terkesan banting harga. Kini kecepatan dan kemudahan bukan menjadi barang baru, apalagi banyak perusahaan asuransi kendaraan bermotor juga didukung oleh perusahaan asing. Oleh karena itu memberikan *benefit* tambahan kini menjadi diferensiasi antar satu perusahaan asuransi dengan perusahaan asuransi kendaraan bermotor lainnya. Pengembangan produk asuransi kendaraan bermotor, akan menggeser pasar yang semula dikendalikan persaingan harga semata-mata (*price driven competition*) ke arah pasar yang lebih didasari persaingan produk dan pelayanan (*service driven competition*).

Analisa lebih lanjut berdasarkan perolehan dan pengolahan data bahwa dengan adanya perilaku perusahaan asuransi kendaraan bermotor yang bersaing dalam harga premi asuransi yang oleh pemahaman umum mengalami kecenderungan terjadi perang tarif melalui pemberian diskon premi yang cukup besar, dan secara teori perubahan-perubahan tersebut akan berpengaruh. Jika harga jual barang naik, dua kemungkinan ekstrem reaksi para pelaku pasar yaitu kemungkinan pertama mereka akan panik, yang mengira kenaikan harga akan menurunkan permintaan sehingga penerimaan turun. Kemungkinan kedua, mereka akan senang, mengira kenaikan harga akan menyebabkan penerimaan meningkat. Akan tetapi sikap yang benar sangat ditentukan oleh elastisitas harga.

Analisa berikutnya dengan mengacu pada teori dasar yang diaplikasikan sebagai perangkat analisa dalam metode penelitian untuk tulisan ini yaitu teori oligopoly untuk industri asuransi kendaraan bermotor yang berbasis pada Model Bertrand yang berbasis *oligopoly price-setting* dimana Model Bertrand menjelaskan bahwa persaingan harga yang menjadi fokus analisa dapat terjadi pada jenis produk yaitu produk homogen atau produk yang terdiferensiasi. Dalam kasus asuransi terutama asuransi umum dan kerugian faktor harga premi asuransi

sangat berperan dalam mempengaruhi kondisi pasar permintaan terhadap industri asuransi tersebut.

Penjelasan produk yang homogen apabila produk tersebut merupakan substitusi sempurna dan pembeli melihat tidak ada perbedaan yang jelas dan nyata antara produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha lain. Sehingga harga merupakan dimensi tunggal yang sangat penting dimana pelaku usaha menghasilkan produk homogen yang bersaing. Sedangkan produk yang terdiferensiasi apabila terdapat perbedaan fisik atau tanda yang nyata atau terlihat oleh pembeli sehingga produk tersebut lebih disukai dari pada produk pesaingnya. Diferensiasi produk dapat dalam bentuk penampilan fisik, kualitas, ketahanan, layanan tambahan (misalnya jaminan, layanan purna jual, informasi), citra dan lokasi geografis. Oleh pelaku usaha, diferensiasi produk dilakukan sebagai upaya untuk mendapatkan harga yang lebih tinggi dan tentu saja diharapkan akan memberikan keuntungan yang lebih juga. Terkait dengan diferensiasi produk tersebut, perlu dicatat bahwa diferensiasi produk berbeda dengan produk yang heterogen. Produk yang heterogen mengacu pada produk yang berbeda dan tidak mudah disubstitusi sedangkan diantara produk yang terdiferensiasi terdapat kemungkinan adanya substitusi.

Dalam kasus industri asuransi kendaraan bermotor terdapat banyak perusahaan asuransi kerugian menawarkan produk asuransi kendaraan bermotor sehingga apabila menganalisa dari sisi menyeluruh perusahaan asuransi kerugian yang menawarkan berbagai produk dari lini usaha asuransi sebagaimana diketahui bahwa perusahaan asuransi kerugian mempunyai setidaknya 10 (sepuluh) lini usaha sehingga secara produk mereka memiliki produk yang bervariasi. Sedangkan oleh Bapapem – LK lini usaha/cabang usaha asuransi kerugian yang variatif tersebut terbagi dalam 13 (tiga belas) cabang (*produk/class of business*) yang meliputi asuransi harta benda (*property*), asuransi kendaraan bermotor (*motor vehicle*), asuransi pengangkutan laut (*marine cargo*), asuransi rangka kapal (*marine hull*), asuransi rangka pesawat (*aviation*), asuransi rekayasa (*engineering*), asuransi kecelakaan diri dan kesehatan (*personal accident & health*), asuransi kredit dan penjaminan (*credit & surety*), asuransi satelit, asuransi

energi (*energy-onshore*), asuransi energi (*energy-offshore*), serta aneka cabang asuransi lain yang dikategorikan dalam cabang asuransi aneka (*others*).

Jenis produk asuransi kendaraan bermotor sesuai dengan Polis Standar Asuransi Kendaraan Bermotor Indonesia (PSAKBI) terdapat 2 (dua) jenis perlindungan dasar (*coverage*) yaitu **pertama** *comprehensive (all risk)* yang meliputi jaminan ganti rugi/biaya perbaikan atas kehilangan/kerusakan sebagian maupun keseluruhan pada kendaraan akibat kejatuhan benda, kebakaran, perbuatan jahat, pencurian, perampasan, tabrakan, benturan atau kecelakaan lalu lintas lainnya dan yang **kedua** adalah *Total Loss Only (TLO)* yang meliputi jaminan ganti rugi atas kehilangan/kerusakan total pada kendaraan akibat dari kejatuhan benda, kebakaran, perbuatan jahat, pencurian, perampasan, tabrakan, benturan atau kecelakaan lalu lintas lainnya.

Dengan mengacu pada teori Bertrand, maka diantara kedua produk tersebut dapat saling mensubstitusi dimana konsumen bebas melakukan pilihan jenis produk perlindungan asuransi untuk kendaraan bermotor. Para pelaku pasar industri asuransi kendaraan bermotor terus melakukan inovasi untuk menjadi *market leader* dalam industri tersebut. Dalam industri asuransi kendaraan bermotor, inovasi yang dilakukan adalah melakukan diferensiasi produk dengan memberikan variasi layanan tambahan untuk dua jenis pertanggunggaran dasar tersebut, misalnya, penggantian kecelakaan diri, biaya ambulance (tidak terbatas), biaya perbaikan darurat (termasuk biaya derek, *service* dan *spare parts*), biaya perawatan akibat kecelakaan (*medical expenses*), penggantian uang transportasi sejak mobil di bengkel yang disepakati, informasi bengkel resmi/rekanan, biaya derek karena kecelakaan (tidak terbatas) serta pelayanan *24 hours claim assistance*.

Selain diferensiasi produk tersebut yang bertujuan untuk menarik konsumen untuk meningkatkan profit perusahaan, perusahaan asuransi kendaraan bermotor juga menawarkan diferensiasi produk berupa premi tambahan dimana konsumen harus membayar harga premi tambahan untuk mendapatkan manfaat layanan tambahan perlindungan. Premi tambahan tersebut untuk mendapatkan tambahan perlindungan berupa *coverage* untuk *Strike, Riot, Civil Commotion (SRCC), Flood, Earthquake*, dan *Third Party Liability (TPL)*. Akan tetapi premi

tambahan tersebut dalam penelitian ini tidak dimasukan sebagai indikator yang dapat diperhitungkan sebagai diferensiasi produk untuk pertanggung asuransi kendaraan bermotor. Karena konsumen pemegang polis dikenakan biaya tambahan, sehingga tidak menjadi *coverage* pertanggung dasar yang menjadi fokus penelitian.

Karena perusahaan asuransi yang sudah melakukan inovasi dengan melakukan diferensiasi produk melalui pemberian jasa layanan tambahan terhadap produk pertanggung dasar sebagai upaya untuk meningkatkan penguasaan pasar dengan harapan menjadi *market leader*. Sehingga mereka mendapatkan ceruk pasar yang lebih besar dan mendapatkan keuntungan lebih. Dalam praktek lapangan ternyata konsumen lebih mempertimbangkan harga untuk memilih atau membeli asuransi kendaraan bermotor. Harga premi tetap menjadi penentu utama bagi konsumen dalam industri asuransi terutama asuransi kerugian termasuk dalam lini usaha asuransi kendaraan bermotor. Upaya – upaya pengembangan produk asuransi kendaraan bermotor melalui pengembangan diferensiasi, akan menggeser pasar yang semula dikendalikan persaingan harga semata-mata (*price driven competition*) ke arah pasar yang lebih didasari persaingan produk dan pelayanan (*service driven competition*). Akan tetapi lagi- lagi *price driven competition* yang lebih mendominasi perkembangan industri asuransi kendaraan bermotor di Indonesia. Dalam kondisi harga yang kompetitif tersebut, pemerintah malah mengeluarkan regulasi tentang tarif referensi premi asuransi kendaraan bermotor melalui PMK No. 74 Tahun 2007. Sehingga kondisi pasar mendapat intervensi adanya regulasi tersebut.

Terkait dengan analisa elastisitas harga dengan mencermati hasil pengolahan data, maka dapat dijelaskan bahwa secara agregat industri harga produk asuransi kendaraan bermotor menunjukan indikasi ke arah harga yang elastis. Produk dengan sifat yang cenderung elastis, lebih disukai konsumen karena mereka memiliki banyak pilihan terhadap produk yang diperjualbelikan dengan harga murah. Sedangkan bagi produsen/perusahaan asuransi juga akan diuntungkan, sesuai dengan teori bahwa produk dengan kecenderungan harga yang lebih elastis, maka perolehan profit juga akan mengalami kenaikan.

Berdasarkan kondisi dan indikator data yang dijelaskan diatas, maka tarif referensi unsur premi murni seharusnya tidak wajib dikeluarkan oleh regulator karena kondisi pasar industri asuransi kendaraan masih memberikan keuntungan bagi pelaku pasar, dan bagi konsumen juga diuntungkan dengan perolehan harga premi yang murah. Dalam pasar yang kompetitif tersebut seharusnya regulator lebih berperan dalam tugas pengawasan dan penegakan hukum asuransi.

Sedangkan apabila dianalisa lebih lanjut terhadap penerapan tarif referensi unsur premi murni melalui PMK No. 74 Tahun 2007 tersebut merupakan bentuk penerapan tarif batas bawah. Dimana tarif batas bawah tidak selaras dengan prinsip persaingan usaha yang sehat. Penerapan batas bawah akan melindungi operator/pelaku usaha yang tidak efisien untuk tetap dapat berada dalam industri tersebut. Penerapan batas bawah juga dapat merugikan konsumen karena konsumen terpaksa harus membayar harga minimal sebesar tarif batas bawah, meskipun mungkin layanan yang diberikan kurang dari itu. Selain itu penetapan tarif batas bawah akan menyebabkan pelaku usaha yang beroperasi dengan efisien dan bisa melahirkan tarif yang besarnya berada dibawah tarif batas bawah, maka dia terhambat untuk mengimplementasikan keunggulan bersaingnya tersebut. Akibatnya masyarakat kehilangan pilihan tarif murah, secara jangka panjang hal ini akan menimbulkan inefisiensi yang sangat besar.

Menurut data laporan 2009 Bapepam – LK mengenai perkembangan implementasi PMK No. 74 Tahun 2007 serta surat edaran mengenai revisi tarif referensi tersebut yang dikeluarkan bulan September 2008 terdapat 48 perusahaan mengenakan tarif premi dibawah tarif premi referensi dan 101 perusahaan mengenakan tarif premi diatasnya.<sup>56</sup> Menurut pendapat Bapepam – LK bahwa ketidakpatuhan terhadap aturan premi itu pada umumnya bukan pelanggaran. Perusahaan asuransi yang mengenakan tarif premi di bawah tarif referensi biasanya memiliki hasil *underwriting* yang lebih baik dari rata-rata industri, populasi yang besar atau tingkat klaim yang rendah. Sedangkan, bagi perusahaan yang mengenakan tarif diatas tarif referensi, biasanya tidak memiliki pengalaman dibidang tersebut dan tidak menjadikan pasar asuransi kendaraan bermotor

---

<sup>56</sup> Investor Daily, *Bappepam segera Selidiki Asuransi tak patuh Tarif Referensi*, 12 Januari 2009

sebagai pasar utamanya. Mereka menjadikan pasar kendaraan bermotor sebagai pelengkap saja.<sup>57</sup>

Asuransi kendaraan bermotor merupakan produk industri asuransi kerugian yang memiliki indikasi harga yang elastis karena apabila dicermati, industri asuransi kendaraan bermotor terdapat 2 (dua) konsumen yaitu sisi konsumen akhir (individu pemilik kendaraan bermotor) dan para *dealer/distributor* kendaraan bermotor. Dengan penjelasan harga yang elastis tersebut yaitu apabila dianalisa berdasarkan faktor – faktor yang mempengaruhi tingkat elastistas harga maka dapat dijelaskan yaitu :

### 1. Tingkat substitusi

Bagi konsumen, produk – produk di pasaran yang mudah mendapatkan produk substitusinya sering menjadi pilihan. Semakin banyak produk substitusi maka semakin elastis, sedangkan semakin sulit mencari substitusi suatu produk, permintaan makin inelastis.

Dalam industri asuransi kendaraan bermotor apabila dilihat dari sisi konsumen, maka terdapat 2 (dua) kelompok konsumen yang terlibat dimana mereka dengan mudah mendapatkan substitusi terhadap produk asuransi kendaraan bermotor yaitu :

a. Para *dealer/distributor* kendaraan bermotor :

- Para *dealer* bebas memilih perusahaan asuransi kendaraan bermotor untuk menjadi mitra pemberi jasa produk asuransi kendaraan bermotor bagi para konsumen pembeli kendaraan bermotor;
- Para *dealer* bebas memilih perusahaan asuransi kendaraan bermotor berdasarkan *benefit* yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi kendaraan bermotor;

b. Para konsumen akhir (individu pemilik kendaraan bermotor) :

- Mereka bebas memilih serta bebas untuk menentukan apakah akan menggunakan / membeli produk asuransi kendaraan bermotor;
- Bebas memilih perusahaan penyedia asuransi kendaraan bermotor untuk kendaraan bermotornya (baik kendaraan baru maupun bekas);

---

<sup>57</sup> *Ibid.*

Apabila berbicara kendaraan baru, terdapat praktek transaksi jual beli dimana *dealer* kendaraan bermotor melakukan praktek *bundling* apabila konsumen menggunakan sistem pembelian dengan pembiayaan *leasing* yaitu asuransi kendaraan bermotor sudah menjadi satu paket dengan pembiayaan *leasing* menggunakan perusahaan asuransi kendaraan bermotor yang sudah ditunjuk menjadi mitra *dealer*. Akan tetapi praktek ini berbeda apabila konsumen membeli kendaraan bermotor dengan cara pembayaran tunai/kash, mereka bebas apakah akan menggunakan asuransi atau tidak dan memilih perusahaan asuransi yang akan menyediakan jasa produk asuransi tersebut.

## 2. Jumlah pemakai

Pelaku usaha dalam industri asuransi kendaraan bermotor yang termasuk dalam lini usaha asuransi kerugian memiliki konsumen pemakai yang masih besar. Baik dari sisi konsumen dealer yang terus berkembang seiring dengan berkembangnya industri otomotif di Indonesia. Dengan kecenderungan meningkatnya produksi dan penjualan kendaraan bermotor dan semakin mudahnya konsumen untuk memiliki kendaraan bermotor melalui fasilitas pembiayaan multifinance (*leasing*).

## 3. Proporsi kenaikan harga terhadap pendapatan konsumen

Apabila tariff premi asuransi kendaraan bermotor mengalami kenaikan, maka konsumen akan lebih berpikir dan mempertimbangkan untuk membeli produk asuransi tersebut. Karena dengan kenaikan tariff premi cukup menyebabkan pengaruh terhadap pendapatan konsumen. Hal ini juga terkait dengan sejumlah uang untuk dibayarkan untuk pertanggungan asuransi.

## 4. Jangka waktu

Produk asuransi dijual untuk masa tertentu biasanya lebih dari satu tahun. Produk asuransi kendaraan bermotor yang tergolong dalam barang tahan lama atau *durable goods*, permintaannya lebih elastis dalam jangka pendek dibanding jangka panjang. Konsumen akan mempertimbangkan untuk membeli asuransi kendaraan bermotor apabila tariff premi yang ditawarkan

mengalami kenaikan dengan *benefit* yang tidak berbeda untuk *benefit* yang diterima untuk layanan pertanggung jawaban dasar.

Dengan adanya indikasi yang menunjukkan elastisitas permintaan terhadap harga dalam industri asuransi kendaraan bermotor yaitu permintaan produk tersebut adalah elastis maka terdapat indikasi bahwa kondisi pasar dalam industri tersebut kompetitif dalam harga. Kondisi yang pasar yang sudah kompetitif seharusnya pemerintah sebagai regulator tidak mengeluarkan aturan atau regulasi yang mengatur harga. Harga yang berlaku sudah merupakan harga berdasarkan mekanisme pasar. Sebagaimana dijelaskan tugas regulator pada pokoknya adalah melakukan pengawasan dan penegakan hukum dibidang perasuransian.

Kondisi pasar menunjukkan *market performance* industri asuransi kendaraan bermotor dengan ditunjukan melalui perolehan premi netto yang cenderung mengalami kenaikan dalam kondisi pasar yang *competitive* serta tingkat konsentrasi yang terhitung dalam tingkat *low concentration*. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada perusahaan yang dominan yang menguasai pasar, persaingan yang kompetitif yang terjadi tidak memperburuk pasar walaupun dalam kondisi terjadinya “perang harga” maka dapat dijelaskan bahwa dalam industri asuransi kendaraan bermotor dengan perkembangan pasar yang dinamis masih tetap berjalan sesuai dengan mekanisme pasar yang kompetitif. Sesuai dengan referensi (Rahardja & Manurung;2006), pasar yang kompetitif dengan jenis produk yang elastis apabila terjadi penurunan harga maka *total revenue* juga akan mengalami kenaikan. Kondisi ini terjadi pada pasar industri asuransi kendaraan bermotor adalah pasar yang kompetitif dengan perolehan total penjualan melalui perolehan premi netto mengalami kenaikan. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa kondisi pasar sebelum dikeluarkan PMK No. 74 Tahun 2007 dalam kondisi yang kompetitif yang tidak memperburuk pasar.

Sehingga dari pengolahan dan interpretasi data maka regulasi yang mengatur harga sebagaimana diatur dalam PMK No. 74 Tahun 2007 tidak bersifat *urgent* dikeluarkan. Serta berdasarkan *best practice* dari negara lain regulasi terhadap harga tariff premi sudah mulai ditinggalkan. *Best practice*

negara lain menunjukkan bahwa regulator lebih fokus pada regulasi penegakan *solvency* perusahaan asuransi misalnya tidak lagi menerapkan “*heavy regulation*” yang tidak lagi secara detail mengatur pengaturan tariff harga premi.

