

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah :

Asuransi kerugian mempunyai sejarah yang cukup panjang di Indonesia. Riwayat perjalanan sejarah berdirinya asuransi kerugian di Indonesia sama tuanya dengan sejarah republik ini. Menurut Darmawi (2004:232) sejarah asuransi kerugian di Indonesia diawali dengan berdirinya sebuah perusahaan asuransi kerugian di Semarang pada permulaan abad 20. Perusahaan yang bernama *Indische Lloyd* itu berafiliasi pada *De Nederlandsche Lloyd* yang berada di Belanda, kemudian berubah menjadi PT Lloyd Indonesia sekitar tahun 1948.

Selanjutnya asuransi kerugian atau asuransi umum ini berkembang dari yang jumlahnya sekitar 87 perusahaan pada tahun 1991 hingga mencapai 97 pada tahun 1995 menunjukkan bahwa bisnis asuransi kerugian di Indonesia cukup diminati (Laporan Dewan Asuransi Indonesia, 1995). Kemudian pada tahun 1995 berdirilah asuransi kerugian berbasis syariah yaitu PT Asuransi Takaful Umum yang menjadi pelopor perkembangan asuransi kerugian syariah. Terbentuknya Asuransi Takaful saat itu memperkuat keberadaan lembaga perbankan syariah yang sudah ada terlebih dahulu, yakni Bank Muamalat karena asumsinya Bank Muamalat juga membutuhkan lembaga asuransi yang dijalankan dengan prinsip yang sama.

Perkembangan asuransi berbasis syariah di Indonesia tidak terlepas dari pertumbuhan bank-bank syariah, di mana sejak dikeluarkannya Undang-Undang No.10/1998 yang mengatur secara tegas mengenai sistem perbankan syariah dunia perbankan di Indonesia diwarnai dengan munculnya bank-bank syariah atau bank-bank dengan unit syariahnya. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan asuransi konvensional yang memiliki keterkaitan bisnis dengan bank dituntut untuk masuk ke dalam bisnis syariah khususnya asuransi kerugian, baik

dengan mendirikan perusahaan asuransi kerugian secara terpisah atau mendirikan divisi syariah.

Asuransi syariah didirikan bukan semata-mata berlandaskan filosofi *profit oriented*, tetapi juga mengandung *social oriented*, sehingga terdapat keseimbangan antara duniawi (*al hayat*) dan akhirat (*al akhirat*), menjadi perpaduan dua aspek yang menjadi pijakan yang harus dibangun oleh asuransi syariah dalam menjalankan roda bisnisnya, karena di sini letak perbedaan prinsipil secara filosofi usaha, yang menyebabkan perusahaan asuransi syariah perlu hati-hati dan para pemilik serta pengurusnya mesti orang-orang yang memahami karakteristik ini sehingga prinsip syariah tidak digadaikan demi kepentingan sesaat ataupun tujuan mencari laba belaka.

Asuransi syariah atau *Tadhamun, at-ta'min, takaful*, pengertian umumnya adalah saling menanggung, saling menolong, memberi nafkah dan mendidik. Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 21/DSN-MUI/X/2001 Tanggal 17 Oktober 2001 tentang pedoman Umum Asuransi Syariah menyatakan bahwa Asuransi Syariah adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong diantara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan atau *tabarru'* yang memberikan pola pengambilan untuk menghadapi risiko tertentu melalui *aqad* yang sesuai dengan syariah. *Aqad* sesuai dengan syariah adalah tidak mengandung *gharar* (penipuan), *maysir* (perjudian), *riba* (bunga), barang haram dan maksiat, di mana dalam pelaksanaannya diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah guna memastikan tidak adanya pelanggaran terhadap hal-hal tersebut.

Dalam mewujudkan asuransi syariah sehat, kuat, dan kompetitif ke depan, beberapa tantangan mendasar yang dihadapi asuransi syariah sebagaimana yang dijelaskan oleh Sula (2006:18) yaitu :

1. Pemahaman konsep asuransi syariah yang masih kurang

Hal ini disebabkan karena kondisi asuransi syariah selama hampir 10 tahun beroperasi tanpa ada pijakan hukum yang pasti, dan hanya mengacu pada ketentuan dan perundang-undangan konvensional.

2. Citra asuransi di masyarakat yang masih kurang baik.
Adanya permasalahan seperti trauma pelayanan yang kurang baik, klaim yang terkesan dipersulit, premi yang dibawa lari agen, menjadi hambatan dalam membangun citra asuransi secara keseluruhan.
3. Belum adanya keberpihakan pemerintah secara konkrit
Proyek-proyek yang berasal dari APBN/APBD penyalurannya masih dialokasikan melalui perbankan dan asuransi konvensional.
4. Pemanfaatan teknologi informasi yang masih kurang
Teknologi yang digunakan pada industri asuransi secara umum tertinggal dibandingkan industri perbankan
5. Sinergi bank dan asuransi belum optimal
Belum optimalnya sinergi bank dan asuransi ditandai dengan belum berkembangnya produk-produk inovatif melalui produk *bancassurance*.

Dalam laporan utama pada Media Asuransi disebutkan bahwa pertumbuhan perusahaan asuransi dan reasuransi syariah pada tahun 2002 hanya lima perusahaan saja (tiga asuransi jiwa, dua asuransi kerugian) yang terlihat menginjakkan kaki di bisnis asuransi syariah. Tetapi hingga Juli 2007, jumlah asuransi yang menjajaknya sudah mencapai 36 perusahaan yang terdiri atas 14 asuransi jiwa, 19 asuransi umum, 3 reasuransi. Di sektor asuransi kerugian, total premi asuransi kerugian syariah yang diperoleh perusahaan secara nasional mengalami peningkatan yang cukup signifikan khususnya perolehan premi yang bersumber dari individu yaitu mencapai 26.49%, sementara pangsa pasar asuransi kerugian syariah terhadap asuransi kerugian konvensional sepanjang tahun 2005 hingga 2006 juga mengalami peningkatan (tahun 2005 sebesar 0,79% dan tahun 2006 1,44%). Berkaitan dengan tumbuhnya pangsa pasar asuransi kerugian syariah, terlebih sejak dikeluarkannya Keputusan Menteri Keuangan tahun 2003 yang mengatur regulasi asuransi syariah, banyak perusahaan yang selama ini telah berpengalaman mengelola proteksi kerugian secara konvensional tertarik untuk terjun ke dalam bisnis ini, di mana dari tahun 1995 hingga tahun 2003 cenderung dikuasai satu perusahaan yang bergerak di bidang asuransi syariah yaitu PT Asuransi Takaful Umum yang bergerak di sektor kerugian.

Tabel 1. Pertumbuhan Asuransi dan Reasuransi Syariah

No	Keterangan	2002	2003	2004	2005	2006	2007
1	Perusahaan As. Jiwa Syariah	2	2	2	2	2	2
2	Perusahaan As. Kerugian Syariah	1	1	1	1	1	1
3	Perusahaan As. Jiwa Yang Memiliki Kantor Cabang Syariah	1	2	3	8	9	12
4	Perusahaan As. Kerugian Yang Memiliki Kantor Cabang Syariah	1	6	11	13	15	18
5	Perusahaan Reasuransi Yang Memiliki Kantor Cabang Syariah	-	-	1	2	3	3
	TOTAL	5	11	18	26	30	30

Sumber : Majalah Media Asuransi, September 2007

Mencermati angka-angka pencapaian dan pertumbuhan asuransi kerugian syariah, terdapat hal yang menarik jika membandingkan dengan pencapaian yang diperoleh oleh perusahaan asuransi kerugian konvensional. Pada medio 2006 skema asuransi syariah di industri asuransi umum (kerugian) membukukan premi sebesar Rp192,38 miliar sedangkan skema asuransi konvensional berhasil mengumpulkan premi sebesar Rp.15,497 triliun menunjukkan adanya disparitas yang cukup lebar antara asuransi syariah dengan asuransi konvensional. Hal ini yang menjadi permasalahan umumnya perusahaan asuransi syariah, pertama dari sisi pertumbuhan menunjukkan potensi syariah yang besar, kedua dari sisi besaran, angka-angka yang ada menggambarkan bahwa pertumbuhan tidak cukup besar untuk menggarap potensi pasar yang ada. Dengan kondisi semacam ini, cukup beralasan memilih Jasindo Takaful sebagai objek penelitian mengingat posisi PT Asuransi Jasindo sebagai perusahaan BUMN yang merupakan perusahaan asuransi konvensional yang bergerak di sektor kerugian yang sekaligus mengembangkan divisi syariah.

Berdasarkan data yang diperoleh dari *Sharia Biz Review* seperti yang disajikan dalam *Business Plan* Jasindo Syariah PT Asuransi Jasa Indonesia, di sektor asuransi kerugian syariah (*General Takaful*), tahun 2005 posisi pasar asuransi masih dipimpin oleh PT. Asuransi Takaful Umum, yang diikuti oleh Jasindo Takaful yang beroperasi pada tahun 2003 dan telah menempati urutan kedua dalam perolehan premi secara nasional, dan beberapa operator takaful

lainnya PT. BSAM, PT. Tripakarta, PT. Staco Jasa Pratama. Secara lebih jelas posisi 16 perusahaan asuransi kerugian dalam hal perolehan premi dan klaim digambarkan pada Tabel 2 :

Tabel 2. Produksi dan Klaim Perusahaan Asuransi Kerugian Syariah

DALAM JUTAAN

No	Nama Perusahaan	2003		2004		2005	
		A	B	A	B	A	B
1	Asuransi Takaful Umum (Fully)	-	-	68,000	-	80,000	-
2	Asuransi Tripakarta Cabang Syariah	2,670	43	4,351	1,728	6,164	-
3	Asuransi Bringin Sejahtera AM Cabang Syariah	-	-	800	-	2,061	-
4	MAA General Assurance Cabang Syariah	-	-	300	-	1,271	-
5	Asuransi Jasindo Takaful	-	-	6,530	2,008	10,249	1,999
6	Asuransi Central Asia (ACA) Cabang Syariah	-	-	-	-	2,250	-
7	Asuransi Binagriya Upakara (Cabang)	-	-	3,800	-	4,800	-
8	Adira Dinamika Insurance Cabang Syariah	-	-	-	-	1,500	-
9	Asuransi Umum Bumiputeramuda 1967 (Cabang)	-	-	410	13	3,551	142
10	Staco Jasa Pratama General Insurance (Cabang)	-	-	-	-	5,544	-
11	Asuransi Sinar Mas Cabang Syariah	-	-	400	-	2,600	-
12	Asuransi Tokio Marine Indonesia (Cabang)	-	-	-	-	2,500	-
13	Asuransi Astra Buana Syariah (Cabang)	-	-	-	-	2,700	-
14	Asuransi Tugu Pratama Indonesia (Cabang)	-	-	-	-	-	-
15	Asuransi Ramayana Tbk (Cabang)	-	-	-	-	-	-
16	Allianz Utama Indonesia (Cabang)	-	-	-	-	-	-

Ket :

A = Premi

B = Klaim

Sumber Syariah Biz Review

Dari Tabel 2 terlihat bahwa pendapatan premi Jasindo Takaful mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun 2003 sampai 2005 sehingga berhasil menempatkan Jasindo Takaful berada pada peringkat kedua nasional setelah Takaful dengan perolehan premi sebesar Rp10,2 milyar. Hal ini merupakan suatu prestasi yang tidak mudah untuk dipertahankan. Banyaknya perusahaan asuransi kerugian yang beroperasi di Indonesia menimbulkan persaingan yang sangat ketat sehingga akan memungkinkan timbulnya persaingan yang tidak sehat seperti bajak membajak Sumber Daya Manusia (SDM) yang unggul sampai melakukan perang tarif.

Pada dasarnya persaingan sangat diperlukan dalam arena bisnis, karena persaingan akan memaksa pelaku bisnis untuk selalu mengembangkan dirinya. Menurut Porter (1994:1) persaingan adalah inti dari keberhasilan atau kegagalan

perusahaan. Dalam hal ini persaingan menentukan ketepatan aktivitas perusahaan yang dapat menyokong kinerjanya seperti : inovasi, budaya kohesif atau pelaksanaan yang baik.

Grant (1999:15) menjelaskan bahwa persaingan memberikan suatu alasan diperlukannya suatu strategi. Tanpa adanya suatu persaingan , strategi akan dianggap sebagai sesuatu yang kurang penting, dan terutama hanya berkaitan dengan masalah penentuan tujuan, peramalan lingkungan eksternal, dan perencanaan pembagian sumber daya. Unsur Inti dalam suatu strategi adalah hubungan yang saling bergantung dengan pesaing, karena tindakan satu peserta pasar dapat mempengaruhi hasil yang diperoleh peserta lain.

Ketatnya persaingan di industri asuransi kerugian berbasis syariah ini membuat setiap perusahaan asuransi kerugian akan berusaha meraih pangsa pasar yang seluas-luasnya dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat mengingat untuk pemasaran produk yang tidak berwujud (*intangible product*) seperti jasa asuransi tidaklah mudah dibandingkan dengan produk yang berwujud (*tangible product*) karena produk jasa asuransi tersebut tidak dapat diperagakan, diraba dan dilihat secara jelas. Penerapan strategi pemasaran suatu perusahaan asuransi kerugian akan berbeda satu dengan yang lainnya tergantung pada visi dan misi perusahaan serta strategi bisnisnya. Menurut Robbin (1999:222) perencanaan strategis memiliki arti penting karena dalam perencanaan strategis terkait keputusan yang dibuat oleh para manajer. Bahkan sebagian peristiwa bisnis penting yang pernah terjadi yang dilaporkan berbagai macam publikasi bisnis menyangkut perencanaan strategis.

Data pada Tabel 2 juga menunjukkan bahwa pencapaian premi oleh Jasindo Takaful selama 3 tahun menggambarkan strategi pemasaran yang diterapkan memberikan hasil yang cukup menggembirakan. Namun bila melihat data pencapaian premi per Juni 2006 yang dilansir oleh Media Asuransi, premi yang berhasil dikumpulkan oleh Jasindo Takaful sebesar 8,5 milyar menempatkan posisi Jasindo Takaful menjadi peringkat 3, turun dari posisi sebelumnya setelah Takaful Umum (80,4 milyar) dan Tri Pakarta (8,7 milyar) dengan jumlah perusahaan asuransi kerugian syariah sebanyak 21 perusahaan.

Hal ini patut menjadi perhatian perusahaan karena dapat menjadi ancaman di masa mendatang.

1.2. Perumusan masalah :

Seiring bertambahnya perolehan premi bruto Jasindo Takaful serta pangsa pasar yang menunjukkan peningkatan, memungkinkan banyak perusahaan asuransi kerugian terjun ke dalam bisnis ini, sehingga mengakibatkan persaingan yang semakin meningkat. Akibat persaingan tersebut, setiap perusahaan harus mampu menetapkan strategi bersaing yang handal dalam memasarkan hasil produksinya.

Untuk dapat menetapkan strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kompetensi perusahaan dan kondisi pasar, maka perlu dipahami beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana daya tarik pasar asuransi kerugian berbasis syariah di Indonesia?
2. Bagaimana daya saing Jasindo Takaful dalam persaingan asuransi kerugian syariah?
3. Bagaimana formulasi strategi bisnis Jasindo Takaful dalam menghadapi persaingan pasar asuransi syariah dengan kondisi daya saing yang dimiliki?

1.3. Tujuan dan Signifikansi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk dapat memberikan gambaran mengenai kondisi perusahaan saat ini, sehingga dapat diidentifikasi kemampuan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan dalam menghadapi persaingan. Secara khusus tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui daya tarik pasar asuransi kerugian berbasis syariah di Indonesia;
2. Mengetahui daya saing Jasindo Takaful dalam persaingan asuransi kerugian syariah;

3. Memformulasi strategi bisnis Jasindo Takaful dalam menghadapi persaingan pasar asuransi syariah dengan kondisi daya saing yang dimiliki.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat diperoleh signifikansi sebagai berikut :

Akademis :

- Menambah khasanah ilmu pemasaran dalam bisnis asuransi syariah sehingga dapat dijadikan acuan bagi penelitian yang lebih luas lagi di masa mendatang.

Praktis

- Penelitian ini diharapkan dapat bernilai dalam mengidentifikasi potensi pasar asuransi kerugian berbasis syariah sehingga dapat dilakukan evaluasi atas daya saing perusahaan dan memformulasikan strategi pemasaran yang sesuai dengan potensi pasar dan daya saing perusahaan
- Memberikan alternatif usaha peningkatan daya saing dalam pemasaran kepada perusahaan.

1.4. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dan dalam rangka memelihara pembahasan tesis yang bersifat padu, utuh dan holistik, penulisan tesis ini dilakukan dengan menggunakan sistem bab per bab. Secara umum sistematika penulisan dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini secara umum menggambarkan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan signifikansi penelitian, dan sistematika penelitian

BAB II: TINJAUAN LITERATUR DAN METODE PENELITIAN

Bab ini memuat uraian mengenai teori-teori, definisi-definisi dan pengertiannya serta landasan teori yang menunjang topik serta metode penelitian yang digunakan

BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab yang menggambarkan secara umum mengenai perusahaan yang meliputi visi dan misi perusahaan, sejarah singkat perusahaan, kegiatan operasional, struktur organisasi, kondisi sumber daya manusia, produk-produk yang ada pada asuransi Jasindo secara umum dan Jasindo Takaful pada khususnya serta fungsi perusahaan

BAB IV : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian dari berbagai data primer dan sekunder yang berisi kondisi lingkungan usaha internal dan eksternal Jasindo Takaful dalam bisnis asuransi kerugian berbasis syariah, rumusan formulasi strategi yang harus dilakukan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisa dan pembahasan yang telah dilakukan, sehingga mendasari saran-saran yang dapat memberikan masukan bagi manajemen dalam perumusan strategi perusahaan.