

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Peran premi dalam setiap perusahaan asuransi, baik asuransi umum maupun asuransi syariah sangat penting, karena premi merupakan suatu kebutuhan perusahaan dalam meningkatkan keuntungan perusahaan. Perkembangan premi per jenis asuransi terutama pada asuransi umum menunjukkan perkembangan yang sangat baik dari tahun ke tahun, Hal tersebut diharapkan dapat memberikan pengaruh yang sangat positif dalam Industri Asuransi secara keseluruhan. Perkembangan di sektor asuransi yang baik di harapkan pula akan mempengaruhi sektor-sektor perekonomian lainnya, sehingga dapat mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Premi merupakan suatu kewajiban tertanggung, dimana hasil dari kewajiban tertanggung akan digunakan oleh penanggung untuk mengganti kerugian yang diderita oleh pihak tertanggung. Dalam setiap produk pihak tertanggung harus membayar premi sesuai produk asuransi yang diambil. Karena dalam satu produk asuransi jumlah premi yang dibayarkan pihak tertanggung pasti berbeda-beda, sesuai dengan produk asuransi yang diambil oleh pihak tertanggung.

Menurut Soeisno Djojosoedarso (2003:127), premi asuransi adalah pembayaran dari tertanggung kepada penanggung, sebagai imbalan jasa

atas pengalihan risiko kepada penanggung. Penerimaan premi adalah jumlah pendapatan premi dari penjualan polis asuransi yang biasanya diukur dalam periode satu tahun. Aktuaris perusahaan asuransi mempertimbangkan banyak faktor ketika melakukan perhitungan-perhitungan yang diperlukan untuk menetapkan tarif premi yang memadai dan wajar. Tarif premi harus memadai agar perusahaan asuransi mempunyai cukup dana untuk membayar manfaat polis.

Promosi merupakan salah satu variabel dari bauran pemasaran yang sangat penting yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya. Tanpa promosi keberadaan produk kurang mendapat perhatian dari konsumen atau bahkan konsumen tidak tahu sama sekali mengenai produk tersebut. Agar tujuan perusahaan dapat tercapai diperlukan strategi promosi yang efektif, kegiatan promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan tentu saja memerlukan anggaran yang cukup memadai agar tujuan yang ingin dicapai yaitu meningkatkan penjualan dapat tercapai.

Menurut Philip Kotler (2009:94) "*Promotion includes all the activities the company undertakes to communicate and promote its product the target market*". Promosi adalah semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan pada dasarnya diharapkan dapat membuat penjualan menjadi meningkat. Jumlah dana yang tersedia merupakan faktor penting yang

mempengaruhi keberhasilan suatu promosi. Perusahaan yang memiliki dana lebih besar, kegiatan promosinya akan lebih efektif dibandingkan dengan perusahaan yang hanya mempunyai sumber dana yang lebih terbatas. Maka dari itu dapat disimpulkan biaya promosi sangat berperan penting terhadap pendapatan premi. Semakin tinggi biaya promosi yang didapatkan perusahaan maka pendapatan premi akan meningkat.

Berikut ini gambaran dari efektivitas pendapatan premi pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Gorontalo periode 2005-2014 dapat dilihat dari grafik dibawah ini:

### **Gambar 1.1**

Sumber: Data Diolah Penulis

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat dengan jelas pertumbuhan premi perusahaan dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi. Dalam dua terakhir pada tahun 2005-2006 premi menurun, di tahun 2005 premi turun 0,38% dan di tahun 2006 premi turun 0,37 hal ini terjadi karena dalam dua tahun terakhir portofolio polis tidak mencapai target yang ditentukan,

sedangkan biaya operasional perusahaan meningkat dari tahun sebelumnya. Di tahun 2007-2008 premi mengalami peningkatan secara bersamaan sebesar 0,53% hal ini dikarenakan biaya operasional yang dikeluarkan perusahaan tidak terlalu banyak dengan kata lain masih bisa ditekan semaksimal mungkin. Pada tahun 2009-2012 premi menurun secara bertahap karena portofolio polis tidak mencapai 50% dari target. Dan di tahun 2014 premi mengalami peningkatan secara signifikan sebesar 0,70% sebab biaya operasional yang dikeluarkan perusahaan lebih kecil dibanding portofolio polis yang diterima oleh perusahaan.

Berdasarkan fenomena dan data diatas, menjadi dasar pemikiran bagi penulis untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Pendapatan Premi Pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Gorontalo Periode 2005-2014”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Adapun identifikasi dari masalah yang diatas adalah:

1. Adanya fluktuasi dari tahun 2005-2014
2. Premi menurun pada tahun 2005 hingga 2006 karena portofolio polis yang dihasilkan tidak mencapai target dan biaya operasional meningkat dari tahun sebelumnya
3. Pada tahun 2009-2012 premi menurun
4. Premi meningkat secara bertahap dari 2013-2014

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan premi pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Gorontalo periode 2005-2014?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan premi pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Gorontalo periode 2005-2014.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

#### **1. Bagi Peneliti Yang Lain**

Penelitian ini diharapkan agar dapat bermanfaat bagi pembaca sebagai sarana untuk menambah wawasan intelektual akademis, mulai dari dasar teori hingga penerapannya. Dan memberikan tambahan pengetahuan tentang biaya promosi dan pendapatan premi.

#### **2. Bagi Perguruan Tinggi (UNG)**

Dapat menjalin kerjasama dengan berbagai pihak asuransi dan lebih mengenal jauh tentang produk-produk asuransi.

### **3. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan untuk mengembangkan Asuransi Umum Bumiputera Muda Cabang Gorontalo dalam menentukan bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan premi.