

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 1.1 Tinjauan Asuransi Syariah

##### 2.1.1 Pengertian Asuransi Syariah

Secara umum asuransi berarti jaminan sedangkan dalam Kamus Bahasa Indonesia kata asuransi disamakan dengan kata pertanggunggaan. Dalam Undang-Undang No 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian adalah perjanjian antara kedua belah pihak atau lebih dengan pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi untuk mendapatkan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti atau pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungggikan<sup>1</sup>.

Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Nomor 21/DSN-MUI/X/2001 tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah dinyatakan bahwa asuransi syariah (*ta'min*, *takaful* atau *tadhamun*) adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong di antara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan atau *tabarru'* yang

---

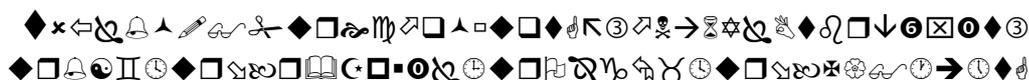
<sup>1</sup>Didin Hafinudin, Djamil Fathurrahman, dkk. *Solusi Berasuransi Bandung*: PT Karya Kita, 2009 h. 5-6

memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah (tidak mengandung unsur *gharar*/penipuan, *maysir*/perjudian, *riba*, *zulm*/penganiayaan, *risywah*/suap, barang haram dan maksiat)<sup>2</sup>.

Sedangkan Praja mengatakan bahwa *takaful* adalah saling memikul resiko di antara sesama orang sehingga antara satu dengan lainnya menjadi penanggung atas resiko yang lainnya. Saling pikul resiko itu dilakukan atas dasar saling tolong-menolong dalam kebaikan dengan cara masing-masing mengeluarkan dana ibadah (*tabarru'*) yang ditujukan untuk menanggung resiko tersebut<sup>3</sup>.

Proses hubungan dan perusahaan dalam mekanisme pertanggung jawaban pada asuransi syariah adalah *sharing of risk* atau saling menanggung resiko". Apabila terjadi musibah maka semua peserta asuransi saling menanggung resiko dari peserta ke perusahaan dengan demikian tidak terjadi transfer resiko (*transfer of risk*) atau memindahkan resiko dana peserta ke perusahaan seperti pada asuransi konvensional. Sehingga peranan perusahaan asuransi sebagai pemegang amanah dalam mengelola dan menginvestasikan dana dari kontribusi peserta.<sup>4</sup>.

Dalam Al-Quran dasar hukum yang dijadikan landasan adanya asuransi syariah terdapat dalam surat Al-Baqoroh ayat 240



<sup>2</sup>Fatwa DSN Nomor 21/DSN-MUI/X/2001 Tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah

<sup>3</sup>Muhamad, *Kebijakan Moneter dan Fiskal Dalam Ekonomi Islam*, Jakarta : Selemba Empat, 2002 h. 201.

<sup>4</sup>Ibid PRUfast Strat h. 101.



*Artinya :*

*Dan orang-orang yang meninggal dunia diantara kamu dan meninggalkan istri-istri, hendaklah membuat wasiat untuk istri-istrinya (yaitu) nafkah sampai setahun tanpa mengelurakannya (dari rumah). Tetapi jika mereka keluar sendiri maka tidak ada dosa bagimu (mengenai apa) yang mereka lakukan terhadap diri mereka sendiri dalam hal-hal yang baik. Allah Maha Perkasa dan Maha Bijaksana.*

Usaha asuransi syariah adalah usaha yang saling melindungi dan saling menolong diantara sejumlah orang /pihak melalui investasi dalam bentuk aset atau *tabarru* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad perikatan yang sesuai dengan syariah. Yaitu tidak mengandung *gharar* (ketidakjelasan) *maisir* (perjudian) *riba* (bunga) *zhulum* (penganiayaan) *riswah* (suap), barang haram dan perbuatan maksiat<sup>5</sup>

### 2.1.2 Jenis-Jenis Asuransi Syariah

Secara umum asuransi syariah dibagi kedalam tiga jenis yaitu:

1. Asuransi jiwa syariah. yaitu asuransi syariah yang khusus mengelola resiko berkaitan dengan hidup atau meninggalnya

---

<sup>5</sup>*Ibid* Didin Hafinudin, Djamil Fathurrohman dkk h. 9

seseorang. Termasuk pemberian santunan apabila ada peserta yang mengalami musibah dan perencanaan keuangan peserta pada masa mendatang.

2. Asuransi umum syariah yaitu jenis asuransi syariah yang khusus mengelola resiko yang berkaitan dengan aset, kepentingan dan tanggung-gugat seseorang atau kelompok orang.
3. Reasuransi syariah adalah perusahaan yang menjamin apabila terjadi resiko finansial pada asuransi jiwa syariah maupun asuransi umum syariah.

### **2.1.3 Akad Asuransi Syariah**

1. Kontrak akad *tabarru* adalah semua akad yang dilakukan dengan tujuan kebaikan dan tolong-menolong dan bukan semata untuk tujuan komersial (mencari keuntungan). Pada asuransi syariah akad ini terdapat pada dana kebajikan (*tabarru*) kontrak atau akad ini bersifat saling menguntungkan antara kedua belah pihak dan tidak dipergunakan untuk transaksi yang bersifat komersial atau mencari keuntungan. Secara sederhana akad *tabarru* digunakan untuk kepentingan nasabah seperti klaim, cadangan *tabarru*, dan reasuransi syariah<sup>6</sup>.
2. Kontrak akad *tijarah* atau *tijari* adalah semua bentuk kontrak atau akad yang dilakukan untuk tujuan komersial (mencari keuntungan). Akad ini digunakan oleh peserta asuransi syariah

---

<sup>6</sup> *Ibid* Didin Hafinudin h. 77

dengan pihak perusahaan asuransi digunakan untuk biaya operasional perusahaan asuransi syariah.

#### 2.1.4 Prinsip Dasar Asuransi Syariah Sebagai Berikut<sup>7</sup> :

1. Tauhid (*unity*).
2. Keadilan (*justice*).
3. Tolong-menolong (*ta'awun*).
4. Kerjasama (*cooperation*).
5. Amanah (*trustworthy/al-amanah*).
6. Kerelaan (*ar-ridha*).
7. Larangan riba.
8. Larangan judi (*maisir*).
9. Larangan penipuan (*gharar*).
10. Larangan haram dan maksiat.
11. Saling bertanggung jawab.
12. Saling bekerja sama atau saling membantu.
13. Saling melindungi penderitaan satu sama lain.

#### 2.1.5 Syarat-Syarat Utama Dalam Asuransi Syariah

Asuransi syariah harus memiliki persyaratan utama agar bisa beroperasi secara Islam<sup>8</sup> :

- a. Syarat-syarat produk yang sesuai dengan syariah.
- b. Syarat-syarat bermitra yang sesuai dengan syariah.

---

216 <sup>7</sup>Khahlil Jafri, *Asuransi Syariah (Konsep dan Aplikasi)*, Jakarta : Prenhalindo 2001, h. 215-

<sup>8</sup>*Ibid* khahlil Jafri h. 216

- c. Syarat-syarat investasi yang sesuai dengan syariah.
- d. Syarat-syarat manajemen yang sesuai dengan syariah.

### **2.1.6 Kelebihan Asuransi Syariah**

Asuransi syariah memiliki kelebihan dengan asuransi konvensional. Kelebihan tersebut dapat dilihat dalam hal sebagai berikut<sup>9</sup> :

#### **1. Asas Dasar Asuransi Syariah.**

Asuransi syariah didasari atas prinsip saling menolong dan berbagi resiko.

#### **2. Dasar Hukum.**

Dasar hukum asuransi syariah bersumber dari hukum syariah yaitu, *Al-Quran, As-Sunah, Ijma, Qiyas*, Fatwa Ulama seperti DSN dan MUI.

#### **3. Akad.**

Akad merupakan hal paling mendasar dalam pengelolaan asuransi syariah hal ini dikarenakan keabsahan suatu transaksi bergantung pada akad yang digunakan pertama akad sesama peserta yaitu *akad tabarru* pada akad ini peserta saling tolong-menolong apabila peserta mengalami musibah kedua *akad tijari* yaitu akad antara peserta dan perusahaan untuk mengelola dananya pada perusahaan serta

---

<sup>9</sup>*Ibid* Didin Hafinudin dkk, h. 57-58

digunakan untuk biaya operasional perusahaan (seperti akad *mudhorobah*, *musytarokah*, *wakalah bil ujroh*).

#### 4. Tata Kelola.

Dari sisi hubungan dengan nasabah perusahaan asuransi syariah memiliki tata kelola yang bersifat keterbukaan dan kejujuran selain itu perusahaan asuransi syariah memiliki struktur Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang mengawasi sistem operasional perusahaan dari sisi syariahnya. Dengan demikian perusahaan beroperasi sesuai dengan nilai-nilai syariah dari perangkat hukum (akad kebijaksanaan perusahaan, ketentuan kepegawaian dan sebagainya) dari pelaksanaan implementasi serta dari sisi orang yang melaksanakan (sumber daya insan) aktifitas syariah ini dibingkai dalam bentuk *Syariah Corporate Governmance* yang meliputi rapat rutin DPS, Audit Syariah (*self assesment* atau audit lapangan).

#### 5. Tangung Jawab Terhadap Umat.

Selain berorientasi pada kemaslahatan peserta asuransi syariah juga memiliki tanggung jawab terhadap kemaslahatan umat mulai dari penyadaran tentang pentingnya pengelolaan resiko sesuai dengan syariah sampai dengan pembelajaran praktik ekonomi syariah

dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu asuransi syariah selayaknya menyediakan produk yang berorientasi pada kepentingan masyarakat secara luas diantaranya produk *mikro takaful*. Perusahaan asuransi syariah juga harus memperhatikan pemberdayaan masyarakat yang kurang mampu dengan pemberdayaan zakat, infak, sadakah, wakaf dan aktifitas sosial lainnya.

### **2.1.7 Perbedaan Asuransi Syariah dan Konvensional**

- ❖ Keberadaan Dewan Pengawas Syariah (DPS) dalam perusahaan asuransi syariah merupakan suatu keharusan. Dewan ini berperan mengawasi manajemen, produk serta kebijakan investasi supaya senantiasa sejalan dengan syariat Islam.
- ❖ Prinsip asuransi syariah adalah *takafuli* (tolong menolong), sedangkan prinsip asuransi konvensional adalah *mu'awadhah* (jual beli antara nasabah dengan perusahaan).
- ❖ Dana yang terkumpul dari nasabah, akan diinvestasikan berdasarkan syariah dengan sistem bagi hasil (*mudharabah*). Sedangkan pada asuransi konvensional investasi dana dilakukan pada sembarang sektor dengan sistem bunga.
- ❖ Premi yang terkumpul diperlakukan tetap sebagai dana milik nasabah (*shahib al-mal*). Perusahaan hanya sebagai

pemegang amanah untuk mengelolanya (*mudharib*). Sedangkan pada asuransi konvensional, premi menjadi milik perusahaan dan perusahaan memiliki otoritas penuh untuk menetapkan kebijakan pengelolaan dana tersebut.

- ❖ Untuk kepentingan pembayaran klaim nasabah, dana diambil dari rekening *tabarru'*. Seluruh peserta yang sudah diikhlasakan untuk keperluan tolong menolong jika ada peserta yang terkena musibah. Sedangkan dalam asuransi konvensional dana pembayaran klaim diambil dari rekening milik perusahaan.
- ❖ Keuntungan investasi dibagi dua antara nasabah selaku pemilik dana dengan perusahaan selaku pengelola dengan prinsip bagi hasil. Sedangkan dalam asuransi konvensional keuntungan sepenuhnya menjadi milik perusahaan. Jika tidak ada klaim maka nasabah tidak mendapatkan apa-apa.<sup>10</sup>
- ❖ Prinsip produk. Produk asuransi syariah bisa dimulai dengan *mudharabah*, *wadiah*, *tabarru'* dan *ta'awun*. Jadi, jika seseorang masuk asuransi perorangan berunsur *saving* dengan prinsip *mudharabah*. Nasabah dikenakan iuran *tabarru'*, dalam jumlah yang kecil dari uang premi yang disetorkan maka sebagian besar uangnya adalah untuk investasi. Jadi, jika ia berhenti di tengah jalan, maka

---

<sup>10</sup>Heri Sudarsono, *Bank dan lembaga keuangan syariah*. Jakarta : Prenhalindo.2006.h.. 118-119.

seungguhnya uang tersebut akan dikembalikan oleh perusahaan kecuali sebagian kecil yang diikhlasakan menjadi dana *tabarru'*.

## 1.2 Tinjauan *Market Share*

### 2.2.1 Pengertian *Market Share* (Pangsa Pasar)

Dalam Kamus Besar Ekonomi Sigit Munaryo dan Sujana Ismaya menyatakan bahwa *market share* atau pangsa pasar merupakan proporsi total *output* atau penjualan pasar yang dimiliki oleh suatu perusahaan<sup>11</sup>.

Menurut Philip Kotler pangsa pasar adalah pasar yang dikuasai oleh perusahaan. Peningkatan pangsa pasar perusahaan berarti perusahaan dapat mengungguli pesaingnya dan jika pangsa pasar menurun berarti perusahaan kalah dengan pesaingnya<sup>12</sup>. Berikut rumus untuk mengetahui besarnya pangsa pasar yang dimiliki oleh perusahaan.

$$\text{Pangsa pasar} = \frac{\text{premi bruto perusahaan}}{\text{total premi bruto asuransi}}$$

Suwarsono Muhamad menyebutkan Seluruh aktifitas perusahaan lebih banyak pengeluaran. Sedangkan penjualan merupakan penerimaan. Dalam asuransi penjualan tercermin pada premi bruto yang dihasilkan oleh perusahaan. Jadi semakin besar pangsa pasar atau semakin tinggi penjualan relative (premi bruto)

---

<sup>11</sup>Sigit Winaryo, Sujana Ismaya, *Kamus Besar Ekonomi*, Bandung : CV Pustaka Grafika. 2000 h. 305.

<sup>12</sup> Philip Kotler dan AB Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta : Selemba Empat, 2001 h. 970.

perusahaan dalam industri berarti semakin tinggi penerimaan perusahaan yang merupakan komponen penting dalam perhitungan laba perusahaan. Perusahaan dikuasai sebagian indikator terpenting dari *profit* perusahaan<sup>13</sup>.

Philip Kotler dan AB Susanto dalam mendefinisikan dan mengukur pangsa pasar terdapat ukuran yang berbeda<sup>14</sup>.

Ukuran tersebut sebagai berikut :

1. Pangsa pasar secara keseluruhan yaitu penjualan yang dinyatakan sebagai persentase penjualan pasar total. Digunakan dua keputusan untuk menggunakan ukuran ini yaitu penjualan unit dan penjualan dolar dalam menyatakan pangsa pasar.
2. Pangsa pasar yang dilayani. Penjualan yang dinyatakan sebagai persentase total penjualan terhadap pasar yang dilayani. Pasar yang dilayani adalah semua pembeli yang dapat membeli dan ingin membeli produk.
3. Pangsa pasar relative (untuk tiga pesaing puncak) yaitu penjualan perusahaan sebagai persentase dari tiga penjualan gabungan dan tiga pesaing terbesar.
4. Pangsa pasar relative (terhadap pesaing pemimpin). Beberapa perusahaan melihat pangsa mereka sebagai

---

<sup>13</sup>Muhamad Suwarsono, *Manajemen Strategi*, Jakarta : Grafindo, 2003 h. 63.

<sup>14</sup>*Ibid* Philip Kotler dan AB Susanto h. 97.1

penjualan pesaing pemimpin persentase relative lebih besar dari 100 % yang berarti pemimpin pasar.

Menurut Philip Kotler dan Gery Amstrong, berdasarkan rata-rata perusahaan yang meningkatkan *market share*nya diberbagai pasar akan meningkatkan pada laba perusahaan. Dengan penemuan ini banyak perusahaan yang meningkatkan pangsa pasar untuk meraih peningkatan laba yang maksimum akan tetapi dalam beberapa industri yang memiliki pangsa pasar kecil (*market share*) memiliki laba yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang memiliki *market share* yang lebih besar. Hal ini dikarenakan biaya untuk membeli pangsa pasar lebih besar dibanding hasilnya. Pangsa pasar yang lebih tinggi hanya kalau biaya per unit turun dengan naiknya pangsa pasar atau kalau perusahaan menawarkan produk bermutu tinggi dan menetapkan harga premium yang lebih besar<sup>15</sup>.

Analisis pangsa pasar mencerminkan kinerja pemasaran yang dikaitkan dengan posisi persaingan perusahaan dalam suatu industri. Pangsa pasar diukur oleh kemampuan suatu perusahaan untuk menguasai sebagian dari pasar riil suatu jenis industri tertentu. Pangsa pasar menunjukkan tingkat penjualan yang relatif perusahaan yaitu rasio penjualan perusahaan dengan dengan total

---

<sup>15</sup>Philip Kotler dan Gery Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, jilid 2, Jakarta : Prenhalido, 1997 h. 226.

penjualan total industri<sup>16</sup>. Semakin tinggi pangsa pasar meunjukkan tingkat dalam persaingan pasar berpengaruh positif terhadap profitabilitas didasarkan atas skala ekonomi ( *economic of scale* ) yang menyatakan pangsa pasar berpengaruh pada profitabilitas<sup>17</sup>. Semakin tinggi pangsa pasar atau semakin tinggi penjualan relatif perusahaan dalam industri berarti semakin tinggi penerimaan perusahaan yang merupakan perhitungan penting dalam perhitungan laba<sup>18</sup>.

Dalam banyak industri ada pemimpin pasar yang jelas. Perusahaan ini memiliki pangsa pasar terbesar dan biasanya memimpin dalam perubahan harga, peluncuran produk baru, cakupan distribusi dan intensitas promosi. Baik dihormati atau tidak, dominasi perusahaan ini diakui oleh pesaingnya dan menjadi acuan pesaing untuk ditantang, ditiru, atau dihindari. Perusahaan harus selalu waspada karena perusahaan lain selalu menantang dan mencari kelemahannya. Pemimpin pasar bisa jatuh ke nomor dua atau tiga. Inovasi produk dapat menyulitkan pemimpin.

---

<sup>16</sup>*Ibid* Muhamad Suwarsono h. 73.

<sup>17</sup>Sylus Martono, *Analisis Pengaruh Profitabilitas Industri Rasio Leverage Keuangan Tertimbang dan Intensitas Modal Sendiri Serta Pangsa Pasar Terhadap ROA dan ROE Perusahaan Manufaktur yang Go Publik di Indonesia*, Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol 4 No 2 November 2002 h. 135.

<sup>18</sup>Umi Murtini dan Dwi Setiani Anggini. *Pengaruh Pangsa Pasar Rasio Leverage dan Rasio Intensitas Modal Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur yang Go Publik di Indonesia*, Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan vol 2 No 1 Februari 2006 h. 129.

Pemimpin pasar ingin tetap nomor satu, sehingga perlu tindakan di tiga sisi pertama<sup>19</sup>, diantaranya :

1. Meningkatkan pasar keseluruhan

Pemimpin pasar biasanya paling diuntungkan jika pasar berkembang. Umumnya pemimpin pasar akan meningkatkan pasar dengan cara sebagai berikut:

- a. Pemakai baru. Setiap kelas produk punya potensi menarik pembeli yang tidak tahu tentang produk itu atau yang keberatan dengan harga atau ciri-cirinya.
- b. Penggunaan baru. Pasar bisa dikembangkan dengan menemukan dan mempromosikan penggunaan baru suatu produk.
- c. Penambahan penggunaan produknya. Strategi pengembangan pasar ketiga adalah meyakinkan orang untuk memakai lebih banyak produk setiap kali penggunaan.
- d. Mempertahankan pangsa pasar. Selain berusaha memperluas pasar keseluruhan, perusahaan yang dominan harus terus mempertahankan diri terhadap serangan pesaingnya. Pemimpin pasar meskipun tidak sedang menyerang harus berjaga-jaga. Dia harus menekan biaya dan harganya yang sesuai

---

<sup>19</sup>*Ibid* Philip Kotler dan AB Susanto, h. 497.

dengan nilai yang dilihat pelanggan pada merek itu. Pemimpin harus menutup lubang supaya tidak dimasuki pesaing. Biaya menutup lubang mungkin tinggi, namun biaya meninggalkan segmen produk/pasar yang tidak menguntungkan mungkin lebih tinggi.

e. Memperluas pangsa pasar. Pemimpin pasar dapat meningkatkan labanya dengan meningkatkan pangsa pasarnya. Dalam banyak pasar, satu angka pangsa pasar bernilai puluhan juta dolar. Perusahaan tak boleh beranggapan bahwa menaikkan pangsa dalam pasar yang mereka layani pasti menaikkan tingkat laba mereka. Semua masih tergantung pada strategi mereka dalam menaikkan pangsa pasar. Perusahaan harus memperhitungkan tiga faktor sebelum mengejar pangsa pasar. Diantaranya adalah:

1. kemungkinan menghadapi tuntutan anti-monopoli.
2. biaya ekonomi. Kemungkinan bahwa tingkat laba dapat turun jika pangsa pasar naik terus melebihi tingkat tertentu.

3. perusahaan dapat melakukan strategi bauran pemasaran yang keliru dalam mengejar pangsa pasar yang lebih tinggi sehingga tidak menaikkan laba.

Menurut data PMIS mereka yang menemukan bahwa perusahaan yang menambah pangsa pasarnya umumnya meningkatkan pesaingnya dalam tiga aspek<sup>20</sup> yaitu :

- aktifitas produk baru.

perusahaan yang pangsa pasarnya meningkat biasanya mengembangkan dan menambah lebih dari produk baru.

- peningkatan mutu produk.

perusahaan akan meningkatkan mutu produknya lebih dari pesaingnya sehingga akan memperoleh meningkatkan pangsa pasar lebih besar dari pada yang mutunya tetap atau menurun.

- pengeluaran pemasaran.

perusahaan yang menambah pengeluaran pemasaran lebih dari tingkat pertumbuhan pasar umumnya menambah pangsa pasar.

### 1.3 Tinjauan Profitabilitas

Profitabilitas merupakan hal yang paling penting dalam usaha<sup>21</sup>. Untuk mengukur tingkat profitabilitas yang diperoleh

---

<sup>20</sup> Robert D Buzzel dan Fredrick D Wiersema, *Successesful Share Building Strategies*, Harvard : Business Review, January-February 1981 hal 144.

perusahaan dapat menggunakan rasio keuangan. Rasio profitabilitas adalah salah satu bentuk rasio keuangan yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan pada tingkat penjualan<sup>22</sup>. Sedangkan AAJI (*Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia*) menyebutkan penjualan dalam asuransi didapat dari pendapatan premi bruto yang dihasilkan oleh perusahaan<sup>23</sup>.

Laba atau profitabilitas mengidentifikasi untuk meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan kekayaan perusahaan atau bahkan keluar meninggalkan industri dan masuk ke industri lain. Laba perusahaan satu dengan laba perusahaan lain tidaklah sama dengan industri yang sama apalagi pada industri yang berbeda. Untuk melihat tingkat profitabilitas perusahaan diperlukan analisa laporan keuangan<sup>24</sup>.

Menurut Saad Husnan, analisis laporan keuangan adalah analisis yang dilakukan dalam daftar laporan keuangan seperti neraca, laporan laba rugi dan *cass flow*. Hasil analisis ini akan digunakan manajemen dalam pengambilan keputusan, adapun metode yang sering digunakan dalam perusahaan adalah metode *trend*, perbandingan, sumber penggunaan dana, *leverange* dan rasio<sup>25</sup>.

---

<sup>21</sup>James Giil O dan Moiro Chanton, *Memahami Laporan Keuangan*, Alih Bahasa Dwi Prabaning Tyas, Jakarta : PPM, 2003 h. 43.

<sup>22</sup>Muhamad Hanafi dan Abdul Halim, *Analisa Laporan Keuangan*, Edisi Kedua, Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2005 h. 85.

<sup>23</sup>[www.asosiasionasuransiindonesia.co.id](http://www.asosiasionasuransiindonesia.co.id) diunduh tgl 15 mei 2012 pukul 10 .15

<sup>24</sup>Tedy Herlambang, *Ekonomi Managerial dan Strategi Bersaing*, Jakarta : Raja Grafindo Persada. 2002 h. 340.

<sup>25</sup>Saad Husnan, *Mangemen Keuangan Teory dan Terapan*, Jilid 1, Jakarta : Rhineka Cipta.1984. h. 10.

Gibson menggunakan analisis keuangan untuk melihat perubahan-perubahan besar (*major change or turning point*) yang terjadi pada suatu kurun waktu tertentu, menghitung perubahan tersebut, menganalisis analisa perubahan tersebut serta mengidentifikasi alasan terjadinya perubahan tersebut<sup>26</sup>. Sehingga dalam penelitian ini lebih menekankan pada analisis rasio untuk mengidentifikasi profitabilita perusahaan asuransi syariah.

Industri asuransi mempunyai karakteristik tersendiri dibanding dengan industri lainya sehingga dalam menganalisis laporan keuangan diperlukan rasio keuangan yang relevan dan dapat terprentasikan dengan tepat. Menurut Salustra Satria, *Early Warning Sisytem* adalah salah satu alat yang dapat digunakan untuk menganalisis laporan keuangan dan mengolahnya menjadi suatu informasi yang berguna untuk dijadikan suatu sistem pengawasan bagi kinerja keuangan perusahaan asuransi yang bersangkutan<sup>27</sup>. *Early Warning Sisytem* (EWS) yaitu modifikasi dari *EWS* yang dibuat oleh NAIC (*Nasional Association of Insurance Commissioners*) dan IRIS (*Insurance Regulator Informasi Sistem*) yaitu lembaga yang membantu pemerintah Amerika Serikat dalam mengevaluasi lembaga perasuransian<sup>28</sup>.

---

<sup>26</sup>*Ibid* Jurnal Penelitian STIM Makasar h. 126.

<sup>27</sup>Salustra Satria, *Pengukuran Kinerja Keuangan Asuransi Kerugian di Indonesia*, Jakarta : UI 1994 h. 12.

<sup>28</sup>*Ibid* Salustra Satria h. 12.

*EWS* ini muncul pada awal dekade 1970 dan mulai digunakan untuk menganalisis keuangan untuk periode yang berakhir pada bulan desember tahun 1977 dan berdasarkan analisis yang dihasilkan dan disempurnakan terus menerus setiap tahunnya. Berdasarkan *NAIC* yang melaporkan *EWS* telah merasakan manfaat Penggunaan sistem ini.penggunaan *EWS* terasa lebih efektif dalam mengidentifikasi kesehatan asuransi sehat dan tidak sehat<sup>29</sup>.

Sistem ini memberikan rasio-rasio dari perusahaan asuransi kerugian yang dibuat berdasarkan analisis rasio keuangan perusahaan yang dikirimkan oleh dewan pengawas asuransi, tujuan dari pembuatan rasio ini adalah untuk memudahkan lembaga perusahaan asuransi untuk mengasakan identifikasi terhadap pembinaan dan pengawasan perusahaan asuransi. Rasio-rasio tersebut dijadikan suatu sistem pengawasan yang dinamakan *Early Warning Sistem (EWS)*<sup>30</sup>.

Munawir menambahkan *EWS* merupakan suatu sistem yang menghasilkan rasio keuangan dari perusahaan asuransi yang dibuat berdasarkan informasi dari laporan keuangan perusahaan yang bertujuan untuk memudahkan melakukan identifikasi terhadap hal-hal penting berkaitan dengan kinerja keuangan perusahaan<sup>31</sup>. Adapun rasio yang digunakan *EW* terdiri dari empat belas kelompok. Namun

---

<sup>29</sup>*Ibid* Salusta Satria hal 13.

<sup>30</sup>Siswandaru Kurniawan, *Analisis Pengaruh Early Warning Sistem dan Suku Bunga Terhadap Harga Saham*, Semarang : UNDIP, 2006 h. 35.

<sup>31</sup>Munawir, *Analisa Laporan Keuangan Perusahaan Asuransi*, Cetakan Kedua. Yogyakarta : Liberty, 2007 h. 82.

dalam penelitian ini akan menggunakan rasio profitabilitas terdirisebagai berikut :

- ❖ Rasio Perubahan Surplus. Memberikan indikasi atas perkembangan atau penurunan kondisi keuangan dalam tahun berjalan interpretasinya jika terjadi penurunan yang tajam pada rasio perubahan surplus perlu dianalisis perubahan pada modal disetor, cadangan khusus, dan laba ditahan sebaliknya bila terjadi kenaikan yang drastis pada surplus dapat berarti adanya ketidakstabilan dan kemungkinan perubahan dalam komposisi pemegang saham. Secara umum faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan surplus antara lain adalah perubahan cadangan teknis, hasil *underwriting*, pendapatan investasi, penilaian kembali aktifa, laba, kerugian usaha, pembagian deviden dan perubahan modal disetor. Rasio ini dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\frac{\text{kenaikan atau penurunan modal sendiri}}{\text{modal sendiri tahun lalu}}$$

- ❖ Rasio *underwriting* adalah rasio yang menunjukkan tingkat hasil *underwriting* yang dapat diperoleh perusahaan serta mengukur tingkat keuntungan dari usaha murni asuransi. Interpretasinya hasil *underwriting* merupakan selisih antara pendapatan premi dengan beban klaim biaya komisi dan

biaya *adjuster*. Rasio *underwriting* yang negatif memberikan indikasi adanya kemungkinan penempatan tarif premi yang lebih rendah dari semestinya. Rasio ini dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\frac{\text{hasil undreweting}}{\text{pendapatan premi}}$$

- ❖ Rasio klaim adalah rasio yang mencerminkan pengalaman klaim yang pernah terjadi serta usaha atas penutupannya. Interpretasinya semakin tinggi nilai akan mencerminkan buruknya proses *underwriting* dan penerimaan resiko. Namun analisis untuk setiap klaim perlu dilakukan misalnya apakah terjadi klaim tertentu yang relatif besar. Rasio ini di hitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\frac{\text{beban klaim}}{\text{pendapatan premi}}$$

- ❖ Rasio Komisi adalah rasio yang menunjukkan biaya perolehan (*acquisition cost*) atas bisnis yang didapat. Interpretasinya tingginya rasio ini mencerminkan perolehan lain atas biaya yang dibebankan atau biaya yang ditetapkan tidak mencukupi atas beban semestinya. Perubahan pada rasio ini dapat disebabkan oleh tiga faktor. *Pertama*, adanya perubahan tarif komisi atau biaya-biaya perolehan. *Kedua*, adanya perubahan pada premi netto dan *ketiga* adanya

perubahan dalam cara perhitungan teknis. Rasio ini di hitung dengan rumus :

$$\frac{\text{ratio komisi}}{\text{pendapatan premi}}$$

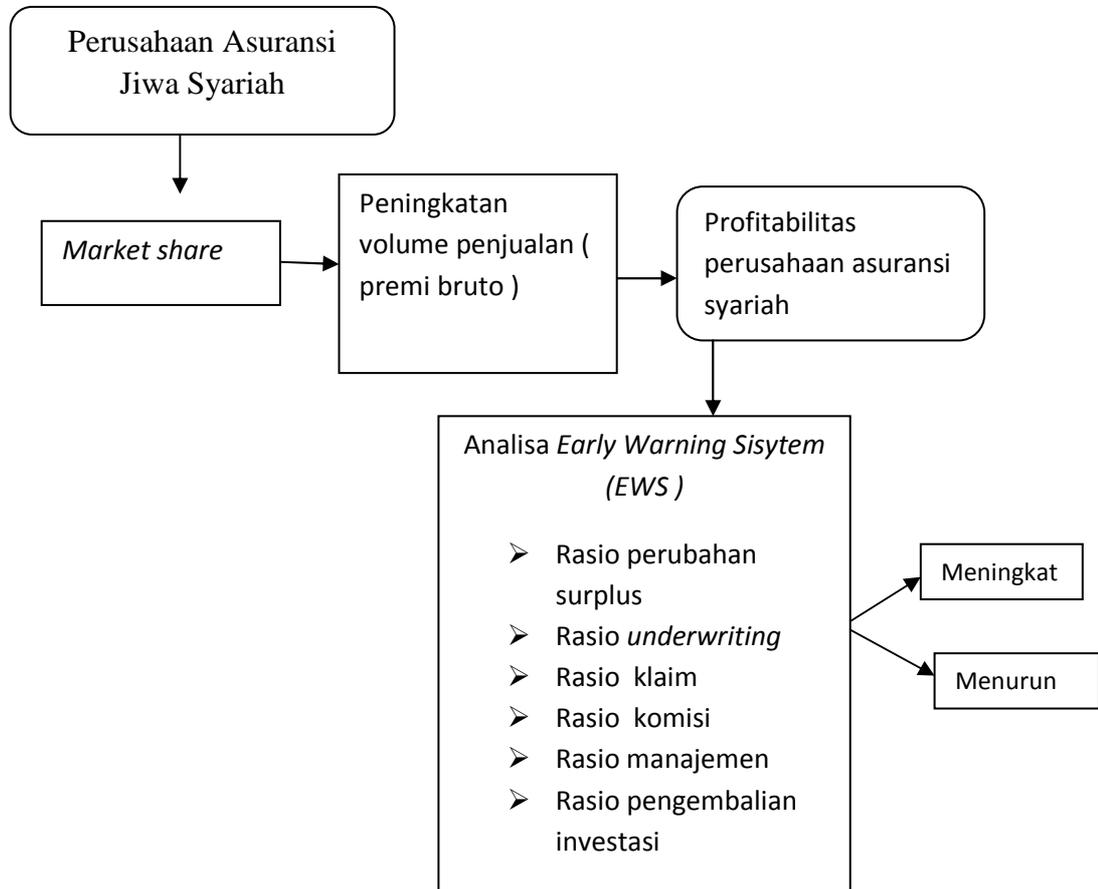
- ❖ Rasio manajemen adalah rasio yang mencerminkan biaya administrasi/umum/manajemen yang terjadi selama operasional perusahaan serta memberikan indikasi tentang tingkat efisiensi operasi perusahaan. Interpretasinya biaya manajemen yang dimaksud misalnya biaya gaji, penunjang operasi dan lain sebagainya. Analisis dilakukan terutama terhadap biaya manajemen yang memberikan kontribusi terbesar. Rasio ini dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\frac{\text{beban manajemen}}{\text{pendapatan premi}}$$

- ❖ Pengembalian Investasi. Rasio ini mengembalikan investasi (*investment yield rasio*). Memberikan kontribusi secara umum mengenai kualitas setiap jenis investasi serta mengukur hasil (*return*) investasi. Interpretasinya adalah investasi yang didapat adalah investasi yang berjalan dan investasi tahun lalu dibagi dua, rendahnya rasio ini mencerminkan bahwa penempatan investasi yang dilakukan kurang tepat seperti investasi spekulatif atau investasi lain. Rasio ini dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\frac{\text{pengembalian bersih investasi}}{\text{rata - rata investasi 2 tahun}}$$

#### 1.4 Karangka Fikir



## 1.5 PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian yang dilakukan Nasrudin Alghiffani Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2009 dengan judul “*Pengaruh Profitabilitas Industri, Rasio Leverage Keuangan Tertimbang dan Pangsa Pasar Terhadap ROA perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index*” menyebutkan bahwa *profitabilitas* industri rasio *leverage* keuangan tertimbang tidak berpengaruh terhadap ROA perusahaan sedangkan pangsa pasar berpengaruh secara signifikan 0,003 dibawah 0,05. Hasil uji F disimpulkan profitabilitas industri, rasio *leverage* keuangan tertimbang dan pangsa pasar berpengaruh secara simultan berpengaruh secara terhadap ROA perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index tahun 2000-2007 dengan tingkat signifikansi 0,005 dibawah 0,05

Penelitian yang dilakukan oleh Martini Anggerani UIN Yogyakarta tahun 2010 yang berjudul : “*Pengaruh pangsa pasar, rasio leverage dan rasio intensitas terhadap profitabilitas perusahaan*” penelitian ini menggunakan sampel perusahaan yang go publik di Indonesia. Dari hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pangsa pasar terhadap profitabilitas perusahaan yang diproaksikan terhadap ROA sedangkan rasio leverage di proaksikan dengan dua rasio yaitu *Debt Total Asset Ratio* (DTA) dan *Debet to Equity Ratio* (DER) menunjukkan bahwa DTA berpengaruh negative dan signifikan terhadap rasio perusahaan sedangkan DER tidak berpengaruh terhadap ROA perusahaan sedangkan rasio intensitas berpengaruh signifikan terhadap ROA perusahaan.

Dari penelitian diatas penelitian yang mengukur pengaruh pangsa pasar terhadap profitabilitas perusahaan dengan menggunakan membandingkan rasio *leverangerasio* rasio *intentitas* dan menggunakan analisa statistic untuk menguji hipotesa. Sedangkan pada penelitian yang saya lakukan berjudul “ *Analisis Pengaruh Market Share Terhadap Ratio Profitabilitas Early Warning Sistem (EWS) Asuransi Syariah di Indonesia ( Study Kasus Asuransi Jiwa Syariah Periode 2009-2012 Periode 2009-2012 )* “ lebih menekankan pada pengaruh *market share* yang dimiliki perusahaan asuransi dengan hasil perolehan rasio profitabilitas *EWS* perusahaan asuransi jiwa syariah seperti rasio perubahan surplus, rasio *underwriting*, rasio klaim, rasio komisi, rasio manajemen, dan rasio pengembalian investasi dengan analisis deskripsi kuantitatif, serta uji multifariat manova untuk memperlihatkan pengaruh atau tidaknya variabel penelitian. Sehingga dalam penelitian yang saya lakukan masih ada peluang untuk diadakan penelitian.

## 1.6 HIPOTESIS

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu maka penulis merumuskan hipotesa bahwa ada pengaruh antara *market share* dan rasio profitabilitas *EWS* perusahaan asuransi jiwa di Indonesia.