

2-11-2011

Penetapan Target Premi Asuransi Jiwa Syariah untuk Mencapai Titik Impas dengan Pendekatan Model Profit Testing

SUGENG SOEDIBJO

Teknik Asuransi BRIngin Life

RACHMA FITRIATI

Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Follow this and additional works at: <https://scholarhub.ui.ac.id/jbb>

Recommended Citation

SOEDIBJO, SUGENG and FITRIATI, RACHMA (2011) "Penetapan Target Premi Asuransi Jiwa Syariah untuk Mencapai Titik Impas dengan Pendekatan Model Profit Testing," *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*: Vol. 16 : No. 2 , Article 1.

DOI: 10.20476/jbb.v16i2.605

Available at: <https://scholarhub.ui.ac.id/jbb/vol16/iss2/1>

This Article is brought to you for free and open access by the Faculty of Administrative Science at UI Scholars Hub. It has been accepted for inclusion in *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi* by an authorized editor of UI Scholars Hub.

Penetapan Target Premi Asuransi Jiwa Syariah untuk Mencapai Titik Impas dengan Pendekatan Model *Profit Testing*

SUGENG SOEDIBJO^{1*} & RACHMA FITRIATI^{2**}

¹Teknik Asuransi BRIngin Life

²Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Abstract. This research aimed to give illustration of profit achievement through determination of premium income based on technical assumptions that could be controlled by the company. This model could generally be used as a management tool to take the decision and to arrange the company work planning through allocation of company's resources. The research was carried out at BRIngin Life Syariah (BLS) company. The results of this study showed that premium income achievement to reach the break even point depended on the kind of insurance products marketed, the operational cost, the investment yield and the risk level of clients. Based on the analyses of profit testing and sensitivity, the product of *Tabarru'* produced a better break even point and profit indicator than the insurance products that had the savings element. The results showed that the product of *Tabarru'* with the operational cost between IDR 247,500.0 – IDR302,500.00 per year would reach the break even point between 3.60–5.26 a year. The savings products that had the same operational costs could reach the break even point at 3.91–5.47 a year.

Keywords: *premium income, operational cost, tabarru', profit testing*

PENDAHULUAN

Perkembangan perolehan premi asuransi syariah di Indonesia sampai tahun 2006 menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan yaitu sebesar rata-rata 45,17% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Sampai dengan bulan Juni 2006 total perolehan premi asuransi syariah sebesar Rp 231,524 miliar. Namun secara makro, kontribusi premi asuransi syariah hanya menyumbangkan sebesar 1,5% dari target premi asuransi nasional. Dibandingkan dengan negara lain yang penduduknya mayoritas muslim, diperkirakan bahwa peranan asuransi syariah di Indonesia, seharusnya dapat memberikan sumbangan terhadap target perolehan premi nasional sekurang-kurangnya sebesar 10% (Majalah Proteksi, 2006).

Dalam rangka mendorong pengembangan bisnis asuransi jiwa syariah, diperlukan sejumlah indikator untuk meyakinkan para investor bahwa bisnis asuransi jiwa syariah di Indonesia mempunyai prospek yang sangat baik. Di samping masih terbukanya peluang pasar asuransi jiwa syariah di Indonesia yang penduduknya mayoritas muslim, juga beberapa indikator keuangan lainnya yang menjadi acuan kegiatan operasional perusahaan memberikan daya tarik untuk dibukanya industri asuransi jiwa syariah. Menurut data makro ekonomi yang telah diolah, bahwa potensi pasar asuransi jiwa di Indonesia (lihat tabel 1).

Sampai dengan tahun 2004, jumlah pemegang polis asuransi jiwa di Indonesia baru berjumlah 33,6 juta orang atau sekitar 15,29% dari total populasi. Hal ini berarti bahwa setiap enam orang penduduk Indonesia hanya memiliki satu polis asuransi jiwa. Artinya terdapat potensi pasar asuransi jiwa yang demikian besar kurang lebih sekitar 85% dari populasi Indonesia atau sekitar 190 juta jiwa penduduk Indonesia yang belum memiliki polis asuransi jiwa. Sedangkan, sumbangan sektor asuransi jiwa terhadap PDB kurang dari 1%, yaitu baru sekitar 0,77% terhadap PDB tahun 2004. Ini berarti masih terbuka peluang untuk meningkatkan pendapatan premi asuransi jiwa di masa datang. Peningkatan pendapatan premi asuransi jiwa ini sangat tergantung pada iklim perekonomian nasional yang memungkinkan peningkatan pendapatan per kapita penduduk dan peranan industri asuransi dalam memobilisasi dana masyarakat untuk bersaing dengan industri keuangan lainnya.

Disamping potensi pasar asuransi, tumbuhnya perusahaan asuransi dipengaruhi pula pada peranan yang saling ketergantungan dari berbagai bidang. *Pertama*, pada bidang pemasaran, mobilisasi aparat pemasaran dan pembuatan strategi pemasaran yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan. *Kedua*, pada bidang teknism perusahaan asuransi harus melakukan valuasi-valuasi kekayaan dan kewajiban perusahaan terhadap nasabahnya, pembuatan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, dan penetapan standar operasional teknis dan seleksi terhadap risiko calon peserta asuransi. *Ketiga*, pada bidang keuangan,

*Korespondensi: +6221 5261260, +6221 5261261;
sugeng_sudibjo@yahoo.co.id

** Korespondensi: +62812 969323; rachma.fitriati@ui.ac.id

Tabel 1. Indikator Ekonomi Makro tentang Potensi Pasar Asuransi di Indonesia Berdasarkan Produk Domestik Bruto (PDB), Premi dan Polis Asuransi Jiwa Tahun 2001–2004

Keterangan	2001	2002	2003	2004
PDB pada harga berlaku (miliar Rp.)	1.449.398,10	.610.016,00	.786.691,00	.303.030,00
Pendapatan per Kapita (Rp.)	6.938.000,00	7.594.000,00	9.572.480,00	10.641.730,00
Total Premi Asuransi Jiwa (miliar Rp.)	3.815,73	0.872,72	3.311,60	7.795,61
% Premi Asuransi Jiwa terhadap PDB	0,61	0,68	0,74	0,77
Pemegang Polis Asuransi Jiwa	25.293.099,00	4.246.485,00	0.867.931,00	3.600.000,00
Jumlah Penduduk (juta)	208,90	11,10	15,00	20,00
% Pemegang Polis Asuransi Jiwa terhadap Jumlah Penduduk	12,11	11,49	11,51	15,29

Sumber: Bank Indonesia, BPS, Dewan Asuransi Indonesia (DAI), 2005

perusahaan asuransi harus dapat melakukan pengelolaan dana masyarakat agar memberikan hasil yang optimal, pengendalian terhadap alokasi biaya-biaya perusahaan, dan penyusunan terhadap rencana anggaran perusahaan agar sedini mungkin ditetapkan rencana target perolehan keuntungan perusahaan. Pada perusahaan dengan prinsip syariah peranan ketiga bidang ini, harus senantiasa memenuhi karakteristik yang selaras dengan etika dan bisnis perusahaan yang berlandaskan pada etika bisnis Islam (Gillian, 1999; Alma, 2003). Selain itu, misi yang harus diemban asuransi syariah adalah misi akidah, ibadah (*ta'awun*), ekonomi (*iqtisadl*), dan pemberdayaan umat (sosial) (Anshori, 2007).

Pada perusahaan asuransi syariah (*ta'min*, *takaful*, atau *tadhamum*), hubungan kerjasama antar kedua belah pihak akan terjadi jika transaksi dilakukan berdasarkan prinsip *mudharabah*, yang bertujuan untuk melindungi tertanggung dari risiko keuangan masa depan yang tidak terduga (Billah, 1998). Peranan perusahaan hanya berstatus sebagai pengelola dana atau *mudharib*, sedangkan pemegang polis atau peserta asuransi atau *shahibul maal* merupakan pemilik dana sepenuhnya (Billah, 1998). Hubungan muamalah keduanya disebut hubungan *mudharabah* (lihat gambar 1 & 2).

Prinsip asuransi syariah harus mampu menciptakan keadilan, membangun moral, menetapkan bahwa uang bukan merupakan komoditas transaksi, diberlakukannya kebebasan dalam bertransaksi, menghindari adanya kekayaan beku dan kegiatan yang bersifat monopoli dan tidak menganut *'economic value of time* (Roy, 1991; Billah, 1999). Selain itu, asuransi syariah juga tidak boleh mengandung unsur *gharar* (penipuan), *maysir* (perjudian), *riba*, *dzulm* (penganiayaan), *risywah* (suap), barang haram dan maksiat (Anshory, 2007). Penempatan dana investasi pada asuransi syariah juga harus memperhatikan kaidah yang berlaku dalam sistem syariah, misalnya tidak menempatkan dana pada lembaga keuangan yang berbasis bunga, atau pembelian saham perusahaan yang memperjualbelikan komoditi haram secara syariah (Antonio, 2004 dan Sula, 2004). Selain itu, pembagian keuntungan investasi dana didasarkan pada akad asuransi yang disepakati dengan peserta yaitu dasar akad bagi hasil investasi (*al-mudharabah*) (Yusof, 1996; Karim, 2001).

Sumber-sumber pendapatan perusahaan secara umum

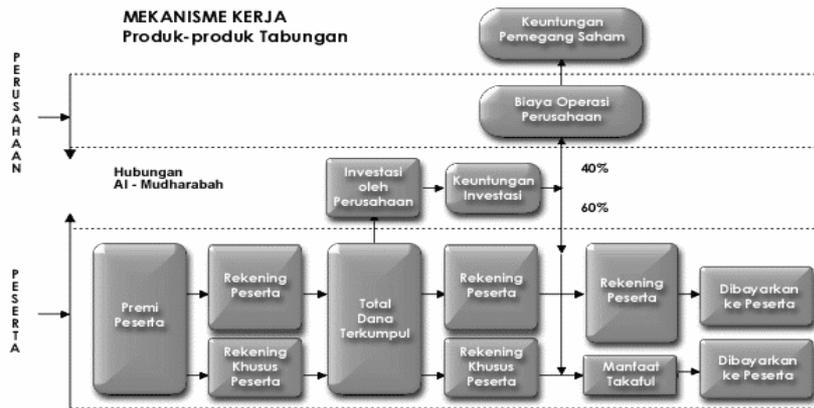
bersumber dari *ujrah* atau *fee* (*fee* pengelolaan penjualan produk asuransi, nisbah bagi hasil investasi dan atau dari surplus operasional dari pengelolaan risiko) yang sebagian besar bersifat variabel, tergantung dari volume penjualan dan jumlah dana kelolaan oleh perusahaan, sedangkan sumber-sumber pengeluaran perusahaan dikelompokkan pada pengeluaran biaya variabel (*variable cost*)-biaya-biaya yang dikeluarkan tergantung pada besarnya volume penjualan; dan biaya tetap (*fix cost*) - yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mendukung kegiatan operasional yang tidak tergantung langsung pada volume penjualan. Biaya tetap ini menjadi indikator langsung terhadap tingkat efisiensi suatu perusahaan.

Kegiatan operasional perusahaan asuransi syariah ini dibiayai dari hasil perolehan *ujrah* (*fee*) atas seberapa besar *fee* yang diperoleh perusahaan untuk menutup seluruh biaya operasional yang telah dikeluarkan dalam kurun waktu tertentu. Selain itu, indikator pembagian keuntungan perusahaan ditentukan oleh besarnya dana yang dikelola baik yang bersumber dari dana tabungan (*tabarru'*) atau dana tabungan peserta sesuai dengan jenis produk dan akad asuransi yang diterapkan.

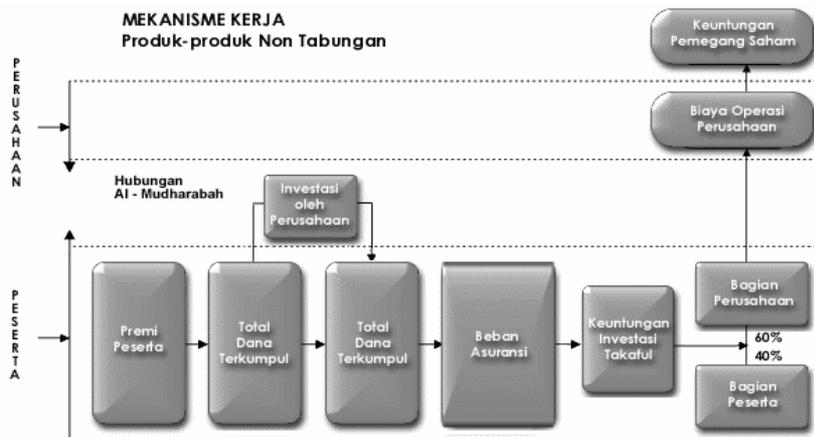
Pada perusahaan asuransi jiwa syariah, sumber dana dikaitkan dengan akad asuransi yang akan diterapkan dan, daya saing terhadap tingkat persaingan pasar yang dihadapi, salah satunya melalui inovasi. Inovasi-inovasi dalam bisnis berorientasi pada upaya pemenuhan keinginan dan kebutuhan konsumen melalui penciptaan manfaat atau nilai (Soeling, 2005), termasuk pada produk asuransi syariah.

Inovasi terhadap produk asuransi syariah mengacu pada kebutuhan pasar. Inovasi pada produk asuransi syariah sangat bergantung pada penerapan akad yang menjadi acuan pembagian hak dan kewajiban antara perusahaan dan calon peserta asuransi. Namun, hal ini tidak berlaku bagi perusahaan asuransi jiwa syariah yang baru, mengingat biaya awal operasional perusahaan yang telah dikeluarkan belum mampu ditutup dari pendapatan perusahaan yang bersumber dari beberapa *fee* tersebut di atas.

Pada kenyataannya biaya awal perusahaan yang tinggi digunakan untuk membiayai awal operasi perusahaan dalam bentuk pembangunan infrastruktur kantor dan pembukaan kantor-kantor cabang baru untuk mendukung pemasaran produk-produk perusahaan.



Gambar 1. Mekanisme Kerja Produk Asuransi Jiwa Syariah dengan Unsur Tabungan
 Sumber: PT. AJ BRIngin Jiwa Sejahtera Divisi Syariah, 2007



Gambar 2. Mekanisme Kerja Produk Asuransi Jiwa Syariah tanpa Unsur Tabungan
 Sumber: PT. AJ BRIngin Jiwa Sejahtera Divisi Syariah, 2007

Biaya-biaya awal operasional perusahaan tersebut bersifat biaya tetap atau *fix cost* sebagai *Initial Investment* perusahaan yang diharapkan akan ditutup dari perolehan *fees* di tahun-tahun mendatang. Sedangkan sumber-sumber pendapatan perusahaan, sebagian besar bersumber dari *fee* penjualan produk yang meningkat berdasarkan omset penjualan dari waktu ke waktu, *fee* bagi hasil *mudharabah* dari hasil investasi yang tergantung pada jumlah dana kelolaan dan kondisi eksternal iklim investasi maupun dari *fee* surplus operasional pengelolaan risiko oleh manajer risiko perusahaan yang tergantung pada besarnya pembayaran klaim dan manfaat asuransi jiwa pada peserta.

Terjadinya *gap* di awal operasi perusahaan diharapkan dapat dicapai dengan bertambahnya jumlah peserta asuransi dari tahun ke tahun. Penetapan waktu titik impas (*break even point*) yaitu terjadinya keseimbangan antara total biaya operasional perusahaan dan sumber pendapatan menjadi indikator penting bagi para investor untuk mengkaji kelayakan bisnis perusahaan.

Masalah lain yang terjadi dalam pengelolaan perusahaan asuransi jiwa syariah adalah, penetapan pengembalian hasil investasi dari dana kelolaan peserta. Dengan akad asuransi syariah, perolehan hasil investasi yang maksimal akan mempercepat tercapainya titik impas dan mempercepat perolehan keuntungan perusahaan

dan sebaliknya. Hal ini tergantung akad asuransi dan penetapan nisbah bagian perusahaan yang memungkinkan untuk mampu bersaing dalam lingkungan pemasaran. Semakin kecil nisbah bagi perusahaan memberi indikasi semakin efisiennya biaya-biaya operasi perusahaan dan sebaliknya.

Korelasi lainnya adalah semakin tingginya tingkat pengembalian hasil investasi menunjukkan perusahaan memiliki kemampuan dalam mengelola dana peserta. Hal ini memberikan dampak terhadap meningkatnya kepercayaan peserta terhadap kemampuan perusahaan, dan mendorong tumbuhnya perusahaan dalam menjaring peserta-peserta asuransi lainnya. Pada sisi lain, secara *agregat* masalah yang dihadapi perusahaan adalah menetapkan target premi total peserta yang harus dikelola agar mencapai titik impas dan keuntungan perusahaan (Emms, Haberman, Savoulli, 2007). Pencapaian target premi ini dipengaruhi oleh jenis produk yang akan dipasarkan, jaringan pemasaran, penerapan akad asuransi, dan kualitas pelayanan perusahaan.

Pada PT AJ BRIngin Jiwa Sejahtera Divisi Bisnis Syariah, analisa tentang penetapan target premi peserta adalah merupakan penjumlahan dari setiap unit bisnis pemasaran yang telah dibuka, baik yang bersumber dari bisnis asuransi jiwa individu maupun asuransi jiwa kumpulan. Keragaman perusahaan berasal dari

Tabel 2. Tarif Premi Resiko (Tabarru') per Rp. 1.000,00 Dana Kebajikan

Usia	Tarif	Usia	Tarif	Usia	Tarif	Usia	Tarif
20	1.97	40	3.06	60	20.28	80	131.17
21	1.98	41	3.26	61	22.30	81	143.60
22	1.95	42	3.49	62	24.51	82	157.12
23	1.93	43	3.77	63	26.94	83	171.82
24	1.87	44	4.11	64	29.61	84	187.79
25	7.85	45	4.56	65	32.55	85	205.11
26	7.83	46	5.11	66	35.78	86	223.85
27	1.82	47	5.78	67	39.29	87	244.14
28	1.83	48	6.54	68	43.17	88	266.02
29	1.85	49	7.36	69	47.41	89	289.61
30	1.85	50	8.21	70	52.06	90	314.97
31	1.87	51	9.06	71	57.17	91	342.17
32	1.91	52	9.84	72	62.76	92	371.27
33	1.98	53	10.57	73	68.89	93	402.30
34	2.09	54	11.33	74	75.59	94	435.32
35	2.21	55	12.24	75	82.94	95	470.31
36	2.36	56	13.38	76	90.96	96	507.26
37	2.53	57	14.82	77	99.73	97	546.13
38	2.71	58	16.56	78	109.31	98	586.82
39	2.88	59	18.45	79	119.77	99	629.20

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, 2007

akumulatif keragaan bisnis-bisnis yang dibangunnya. Untuk memberikan penilaian terhadap kinerja perusahaan, senantiasa dibutuhkan alat ukur dalam menggambarkan keragaan tersebut secara kuantitatif melalui indikator yang ditetapkan. Indikator-indikator ini antara lain penetapan target perolehan premi, penetapan waktu tercapainya titik impas, analisa profitabilitas perusahaan, dan analisa kepekaan (*sensitivity analysis*) sesuai dengan asumsi-asumsi yang ditetapkan.

Berdasarkan pemikiran di atas, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis cara menetapkan target premi agar tercapai titik impas (*break even point*) yang mengacu pada produk-produk asuransi yang dipasarkan dari akad-akad asuransi yang diterapkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian dengan pendekatan kuantitatif ini menggunakan model *Profit Testing* (Hare dan McCutcheon, 1996; Mungall, 1993), yaitu model matematis yang berupa proses iterasi dari keseimbangan *cash flow* antara sumber pendapatan dengan sumber pengeluaran perusahaan pada setiap tahun produksi. Dalam model ini dilakukan identifikasi secara akurat besaran sumber-sumber pendapatan perusahaan melalui dimensi waktu yang ditetapkan dan mampu mengidentifikasi sumber-sumber pengeluaran perusahaan dari periode waktu pengamatan.

Beberapa asumsi yang digunakan sebagai dasar penetapan perhitungan *profit testing* dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut. *Pertama*, asumsi teknis yang meliputi tabel mortalita yang digunakan, asumsi hasil investasi yang akan dicapai dalam tahun-tahun mendatang, penetapan bagi hasil investasi, besarnya *profit sharing* yang ditetapkan dalam mengelola risiko, penetapan biaya aktuarial (*actuarial load*) yaitu biaya yang dibebankan pada calon peserta untuk mengikuti

program asuransi yang dipilih, biaya mortalitas (*mortality load*) yaitu penetapan tingkat kematian berdasarkan tabel mortalita yang dipilih sebagai dasar menghitung tarif premi *Tabarru'*, dan asumsi tingkat hasil investasi per tahun yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mengelola dana peserta.

Kedua, asumsi data pertanggung jawaban yang meliputi rata-rata usia peserta yang akan menjadi nasabah perusahaan yang bersangkutan, rata-rata dana kebajikan yang akan dikelola perusahaan yang mencerminkan segmen pasar yang akan dituju oleh perusahaan, rata-rata masa asuransi yang akan masuk sebagai pilihan calon peserta, jumlah polis peserta baru (*New Business = NB*) yang diharapkan oleh perusahaan pada setiap tahunnya, dan asumsi kenaikan produksi baru per tahun yang mencerminkan target pertumbuhan usaha perusahaan pada setiap tahunnya.

Ketiga, asumsi biaya dan beban perusahaan yang meliputi asumsi biaya pemasaran yaitu biaya-biaya yang digunakan untuk memasarkan produk-produk perusahaan, investasi awal perusahaan (*Initial Investment*) yaitu dana awal yang dibutuhkan perusahaan pada awal beroperasi, biaya *over head* yaitu biaya yang digunakan untuk membiayai kegiatan kantor-kantor, dan asumsi kenaikan biaya *over head* per tahun untuk mengantisipasi pertumbuhan biaya akibat koreksi faktor inflasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Cost of Insurance (Premi Tabarru')

Berdasarkan Tabel Mortalita Indonesia II 1993 (TMI II 1993), dengan asumsi hasil investasi 8% per tahun dan ditetapkan biaya sebesar 30% dari Premi *Tabarru'*, diperoleh tarif premi *Tabarru'* untuk setiap Rp 1.000,00 dana kebajikan (lihat tabel 2).

Hal ini memberikan beberapa gambaran bahwa (a) dengan semakin meningkatnya usia calon peserta maka risiko yang dihadapi perusahaan semakin tinggi sehingga peserta yang berusia lebih tinggi akan membayar secara adil lebih mahal dibandingkan dengan calon peserta yang berusia lebih muda; (b) Dengan asumsi hasil investasi 6% ini menunjukkan bahwa apabila perusahaan dalam mengelola dana *Tabarru'* tersebut memperoleh hasil investasi lebih dari 6%, margin yang diperoleh dari hasil investasi ini menjadi penambah *pooling fund* dana *Tabarru'* yang dikelola perusahaan. Sebaliknya, apabila hasil investasi kurang dari asumsi yang ditetapkan maka defisit ini menyebabkan berkurangnya *Pooling Fund* dana *Tabarru'*; (c) Penetapan asumsi biaya sebesar 30% menunjukkan bahwa dari setiap premi *Tabarru'* yang dihimpun perusahaan mempunyai alokasi biaya yang digunakan untuk operasional sebesar 30%. Apabila realisasi biaya operasional kurang dari 30% memberikan gambaran selisih tersebut merupakan keuntungan perusahaan atas efisiensi biaya yang dilakukan. Sebaliknya apabila

realisasi biaya operasional melebihi asumsi yang telah ditetapkan, maka kerugian ini harus ditutupi dari premi-premi lanjutan dimasa yang akan datang.

B. Analisis Biaya

Berdasarkan data yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan tahun 2003-2005, diperoleh sejumlah hasil. Pada awal berdirinya perusahaan tahun 2003 biaya umum dan administrasi masih relatif rendah, yaitu sebesar Rp 256.845.793,71. Hal ini dikarenakan oleh masih terbatasnya jumlah sumber daya manusia, baik aparat penjualan maupun pegawai organik. Sarana kantor masih sangat terbatas dan jumlah kantor cabang yang dibuka baru satu kantor cabang. Pada tahun 2004 biaya umum dan administrasi mengalami kenaikan sebesar Rp 1.269.274.728,60 atau kenaikan 394,17% dari tahun sebelumnya. Hal ini dikarenakan kebijakan perusahaan untuk menambah sarana dan sumber daya manusia dengan dukungan lima kantor cabang di beberapa kota besar. Pada tahun 2005 terjadi perluasan jaringan distribusi dengan membentuk tujuh departemen pemasaran korporasi yang dikhususkan untuk memasarkan produk-produk asuransi kumpulan secara korporasi. Hal ini mengakibatkan peningkatan jumlah biaya umum dan administrasi menjadi Rp 3.144.030.197,23 atau terjadi peningkatan sebesar 147,75% dari tahun 2004.

Hasil yang kedua, berdasarkan data pada hasil pertama di atas, terlihat bahwa setiap pembukaan satu kantor cabang atau satu departemen pemasaran perusahaan harus mengalokasikan biaya per tahunnya berkisar antara Rp 250 juta-Rp 275 juta. Biaya ini dalam analisis perhitungan profitabilitas diperlakukan biaya modal kerja atau *overhead cost* kantor pemasaran.

Hasil yang ketiga, dengan memperhatikan faktor inflasi, tanpa adanya penambahan jumlah kantor pemasaran, diperkirakan biaya modal kerja tahunan (diasumsikan) akan meningkat sebesar 10% pada tahun-tahun berikutnya dari tahun sebelumnya.

Hasil keempat, merujuk pada biaya *underwriting* dan biaya produksi/penjualan yang sangat tergantung pada besaran portofolio premi yang diperoleh selama periode berjalan. Biaya-biaya ini bersifat variabel dari premi yang dihimpun. Dengan demikian, keuntungan perusahaan sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya portofolio premi yang akan dihimpun. Jika portofolio yang dikelola sangat rendah mengakibatkan sumber pendapatan perusahaan tidak akan cukup untuk menutup biaya umum dan administrasi yang telah dikeluarkan. Sebaliknya, jika portofolio premi yang dikelola sangat besar maka keuntungan perusahaan menjadi sangat besar pula karena sumber-sumber pendapatan perusahaan mampu menutup biaya umum dan administrasi.

Hasil kelima besaran biaya *underwriting* dan biaya produksi/penjualan ditentukan berdasarkan pada jenis produk dan sesuai kebijakan perusahaan dalam menetapkan prosentase biaya. Selanjutnya biaya-biaya

ini dijadikan sebagai dasar dalam menetapkan target portofolio premi yang harus dicapai, agar pencapaian target tersebut mampu menutup semua biaya dalam masa tertentu serta menghasilkan keuntungan dan pencapaian titik impas sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

C. Analisis Portofolio Premi dan Profitabilitas

Analisis premi dan portofolio yang pertama adalah produk tabungan. Dalam menganalisa portofolio premi dan profitabilitas dari jenis produk non tabungan (*Tabarru'*) ini, terdapat beberapa asumsi teknis yang harus ditetapkan untuk menyusun perencanaan produksi setiap tahunnya.

1) Asumsi Tekn

a	Tabel Mortalita:	TMI II 1999
b	Hasil Investasi (Gross):	12,00%
	Hasil Investasi (Netto)	60%
c	Mudharabah:	
	a. Pesert	80,00%
	b. Perusahaa	20,00%
d	<i>Profit Shari</i>	30,00%
e	Loading Aktua	30,00%
f	Mortality Lo	90,00%
g	Hasil Investasi Tekn	6,00%

2) Data Pertanggung

a	Usia Masuk (Tahun):	40
b	JUP (Rupiah)	15.000.000,00
c	Masa Asuransi (Tahun):	10
d	Jumlah Polis NB:	20.000
	Kenaikan Produksi Polis NB/ Tahun:	10%

3) Biaya dan Beban

a	Biaya Pemasaran	20,00%
b	Initial Investment:	500.000.000,00
c	OHC:	275.000.000,00
d	+/- OHC/ Thn	10,00%

Berdasarkan asumsi teknis, data kepesertaan dan rencana anggaran biaya sebagaimana tersebut di atas dapat diperoleh proyeksi kepesertaan dan pendapatan premi tahun 2006 sampai dengan tahun 2015 seperti dalam tabel 3. Berdasarkan analisis portofolio premi dan profitabilitas, maka diperoleh grafik premi, klaim, dan laba (rugi) *term insurance (yearly renewable term)* Syariah Produk Non Tabungan (*tabarru'*), seperti pada gambar 3.

Jika Kantor Cabang memenuhi pencapaian pendapatan premi dan jumlah kepesertaan setiap tahunnya selama 10 tahun produksi kedepan sesuai dengan target yang telah ditetapkan dan asumsi teknis dan rencana anggaran terpenuhi, maka profitabilitas yang dicapai oleh kantor cabang adalah seperti dalam poin nomor 4.

Analisis produk premi dan portofolio yang berikutnya adalah produk tabungan. Dalam menganalisa portofolio premi dan profitabilitas dari jenis produk dengan unsur tabungan, terdapat beberapa asumsi teknis yang harus ditetapkan untuk menyusun perencanaan produksi setiap tahunnya.

Tabel 3. Pencapaian Target Portofolio Jumlah Peserta dan Premi Produk Asuransi Jiwa Syariah Non Tabungan (Tabarru')

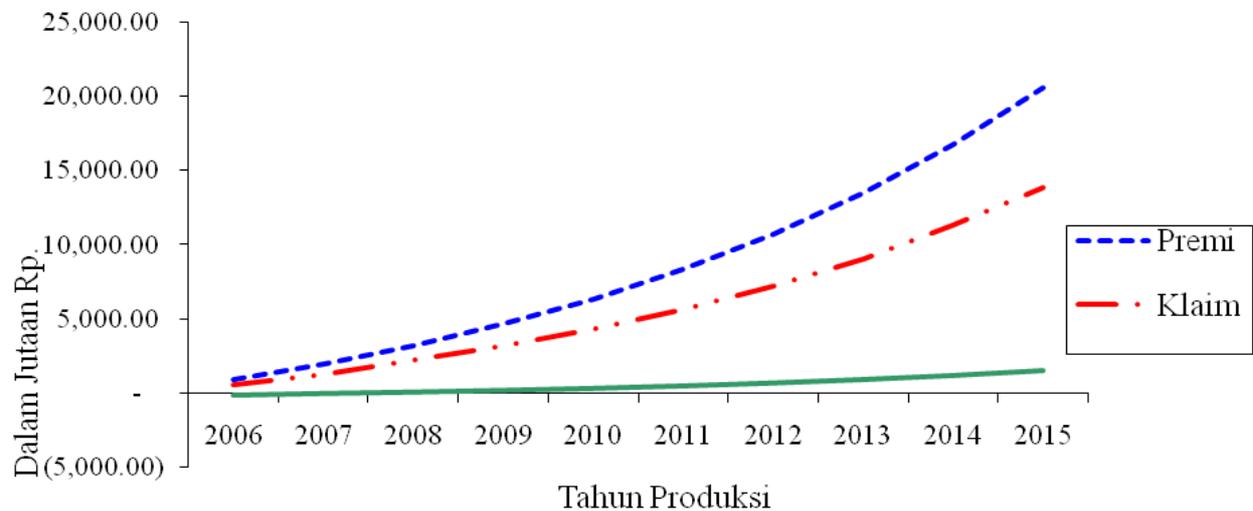
Tahun	Jumlah Peserta	Premi
2006	20,0000.00	917,789,757.41
2007	41,959.14	1,986,006,444.74
2008	66,070.72	3,227,361,456.31
2009	92,547.04	4,674,771,879.41
2010	121,620.92	6,364,253,460.13
2011	153,547.78	8,351,182,730.29
2012	188,607.21	10,696,016,881.93
2013	227,105.36	13,468,676,395.96
2014	269,377.51	16,733,478,592.64
2015	315,791.49	20,556,561,037.31

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, 2007

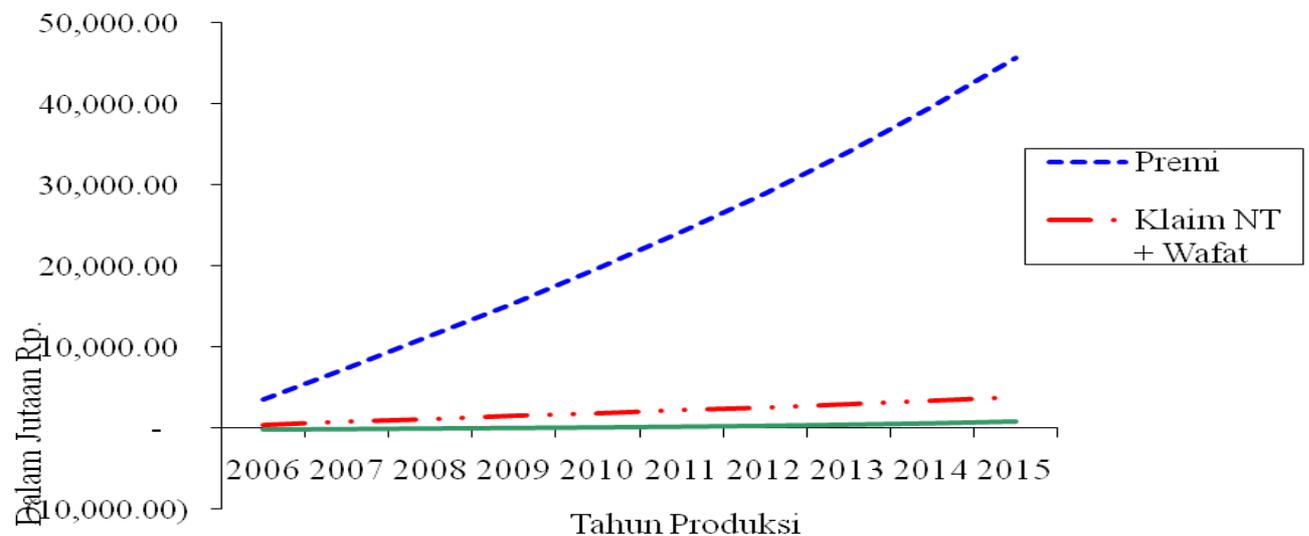
Tabel 4. Pencapaian Target Portofolio Jumlah Peserta dan Premi Produk Asuransi Jiwa Syariah Tabungan (Mudharabah)

Tahun	Jumlah Peserta	Premi Tahunan	
		GROSS	NETTO
2006	400.00	4.000.000.000,00	3.600.000.000,00
2007	799,18	7.991.828.000,00	7.479.991.440,00
2008	1.205,18	12.051.751.278,62	11.423.516.253,04
2009	1.624,59	16.245.946.120,27	15.495.107.197,86
2010	2.063,41	20.634.128.579,28	19.752.934.007,69
2011	2.527,22	25.272.224.236,90	24.251.416.552,16
2012	3.021,43	30.214.264.830,57	29.043.080.013,96
2013	3.551,39	35.513.939.200,53	34.180.070.944,52
2014	4.122,58	41.225.816.802,21	39.715.352.046,97
2015	4.740,64	47.406.449.914,53	45.703.777.655,12

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, 2007

**Gambar 3. Grafik Premi, Klaim, dan Laba (Rugi) Term Insurance (Yearly Renewable Term) Syariah Produk Non Tabungan (Tabarru')**

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, 2007

**Gambar 4. Grafik Premi, Klaim, dan Laba (Rugi) Term Insurance (Yearly Renewable Term) Syariah Produk Tabungan**

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, 2007

4) Profitability:

a	<i>PVF Premium:</i>	4,676,695,967.51
b	<i>PVF Profit</i>	2,445,750,376.43
c	<i>Profit Margi</i>	5.47%
d	<i>Internal Rate of Return (IRR):</i>	19.75%
e	<i>Return on Investment (ROI):</i>	98%
f	<i>Payback Period (th</i>	3.60

Berdasarkan asumsi teknis, data kepesertaan, dan rencana anggaran biaya, dapat diperoleh proyeksi kepesertaan dan pendapatan premi tahun 2006 sampai dengan tahun 2015 pada tabel 4.

1) Asumsi Teknis

a	Tabel Mortalita:	TMI II 1999
b	Hasil Investasi (Gross):	12,00%
	Hasil Investasi (Netto):	9,60%
c	Mudharabah:	
	a. Peserta:	80,00%
	b. Perusahaan:	20,00%
d	<i>Profit Sharing:</i>	30,00%
e	Loading Aktuarial Thn-1:	10,00%
	Loading Aktuarial Thn-2, dst:	2,00%
f	Mortality Load:	90,00%
g	Tingkat hasil Investasi Teknis:	6,00%

2) Data Pertanggung

a	Usia Masuk (Tahun):	40
b	Jumlah Uang Pertanggung:	10.000.000,00
c	Premi per Tahun (Rupiah):	10.000.000,00
d	Masa Asuransi (Tahun):	10
e	Jumlah Polis NB:	400
f	Kenaikan Produksi Polis NB/Tahun:	10%

3) Biaya dan Beban

a	Biaya Pemasaran Thn-1:	8,0%
b	Biaya Pemasaran Thn-2, dst	2,0%
c	Initial Investment:	500.000.000,00
d	OHC:	275.000.000,00
e	+/- OHC/ Thn:	10,0%

Berdasarkan analisis portofolio premi dan profitabilitas diperoleh grafik premi, klaim, dan laba (rugi) *term insurance (yearly renewable term)* Syariah Produk Tabungan sebagai gambar 4.

Seandainya kantor cabang memenuhi pencapaian pendapatan premi dan jumlah kepesertaan setiap tahunnya selama sepuluh tahun produksi kedepan sesuai dengan target yang telah ditetapkan dan asumsi teknis dan rencana anggaran terpenuhi, profitabilitas yang dicapai oleh kantor cabang adalah sebagai berikut.

Analisa portofolio premi dan profitabilitas yang ketiga adalah analisis produk. Berdasarkan hasil perhitungan *profit testing* dari kedua produk di atas diperoleh gambaran sebagai berikut:

Pertama, pencapaian titik impas kantor cabang dalam memasarkan produk asuransi *Tabarru'* lebih cepat

4) Profitability:

a	<i>PVF Premium:</i>	122,794,211,151.36
b	<i>PVF Profit:</i>	1,157,869,601.78
c	<i>Profit Margin:</i>	0.94%
d	<i>Internal Rate of Return (IRR):</i>	20.13%
e	<i>Return on Investment (ROI):</i>	54.94%
f	<i>Payback Period (year):</i>	4.66

dibandingkan dengan produk tabungan. Hal ini disebabkan porsi keuntungan perusahaan yang bersumber dari biaya dan hasil investasi produk *Tabarru'* lebih besar dibandingkan dengan produk tabungan.

Kedua, ROI, IRR dan *profit margin* produk *Tabarru'* lebih besar dari produk tabungan. Hal ini dikarenakan produk *Tabarru'* tidak memberikan nilai tunai kepada peserta dalam masa kontrak asuransi sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan lebih besar dibandingkan dengan produk tabungan.

Ketiga, Produk *Tabarru'* memberikan potensi keuntungan dan pencapaian titik impas lebih baik dari produk tabungan. Namun demikian, pencapaian target portofolio premi harus dicapai dalam jumlah peserta yang jauh lebih besar dibandingkan dengan produk tabungan mengingat premi yang dipasarkan sangat murah.

Keempat, Tingkat kesulitan memasarkan produk *Tabarru'* lebih tinggi dibandingkan dengan produk tabungan. Hal ini dikarenakan karena rancangan produk ini sangat sederhana - hanya memiliki satu manfaat asuransi. Sedangkan untuk produk tabungan dapat dirancang berbagai kombinasi produk sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Analisis portofolio premi dan profitabilitas yang keempat adalah analisis kepekaan. Dalam menganalisis kepekaan produk *Tabarru'* dan Tabungan akan diuji sensitivitas *profit margin*, ROI, IRR, dan *payback period* terhadap perubahan hasil investasi, *overhead cost* (OHC), dan *mortality*. Asumsi-asumsi teknis lainnya dianggap tetap (*ceteris paribus*). Berdasarkan perhitungan profit testing, dapat diketahui masing-masing kepekaan terhadap perubahan variabel tersebut diatas sebagai berikut.

Kepekaan terhadap perubahan variabel tersebut yang pertama adalah produk non tabungan (*Tabarru'*). Untuk sensitivitas hasil investasi, peningkatan dan penurunan hasil investasi sebesar 1% akan menyebabkan perubahan terhadap indikator profitabilitas sebagaimana terdapat pada tabel 5.

Peningkatan hasil investasi sebesar 1% dari asumsi semula menjadi akan menyebabkan peningkatan PM, ROI, dan IRR masing-masing sebesar 3,87%, 4,08%, dan 3,55%. Sedangkan *payback period* akan dicapai lebih cepat 0,10 tahun.

Penurunan hasil investasi sebesar 1%, dari asumsi semula menjadi 11% akan menyebabkan penurunan PM, ROI, dan IRR masing-masing sebesar 3,85%, 4,01% dan

Tabel 5. Sensitivitas Perubahan Asumsi Hasil Investasi Produk *Tabarru'* terhadap Indikator Keuangan Perusahaan

Skenario	Hasil Investasi	PM	ROI	IRR	Pay Back (Tahun)
1	12,0%	4,10%	60,67%	26,69%	4,33
2	13,0%	4,26%	63,14%	27,64%	4,23
3	11,0%	3,95%	58,24%	25,73%	4,44

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, 2007

Tabel 7. Sensitivitas Perubahan Asumsi Mortality Load Produk *Tabarru'* terhadap Indikator Keuangan Perusahaan

Scenario	Mortality Load	PM	ROI	IRR	Pay Back (year)
1	100,0%	4,10%	60,67%	26,69%	4,33
2	110,0%	2,73%	43,98%	19,75%	5,26
3	90,0%	5,47%	79,87%	32,78%	3,60

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, 2007

Tabel 9. Sensitivitas Perubahan Asumsi *Overhead Cost* Produk Tabungan terhadap Indikator Keuangan Perusahaan

Scenario	Overhead Cost	PM	ROI	IRR	Pay Back (year)
1	275,000,000.0	0,93%	54,53%	19,97%	4,68
2	302,500,000.0	0,77%	42,47%	16,77%	5,47
3	247,500,000.0	1,09%	71,58%	23,15%	3,91

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, 2007

3,60%. Sedangkan *payback period* akan dicapai lebih lama 0,11 tahun.

Sementara pada sensitivitas *overhead cost* (OHC) 10% akan menyebabkan perubahan terhadap indikator profitabilitas sebagaimana terdapat dalam tabel 6.

Peningkatan OHC sebesar 10%, dari asumsi semula menjadi Rp 302.500.000,00 akan menyebabkan penurunan PM, ROI, dan IRR masing-masing sebesar 10,69%, 15,71%, dan 9,88%. Sedangkan *payback period* akan dicapai lebih lama 0,55 tahun. Penurunan OHC sebesar 10%, dari asumsi semula menjadi Rp 247.500.000,00 akan menyebabkan peningkatan PM, ROI dan IRR masing-masing sebesar 10,71%, 20,73% dan 10,14%. Sedangkan *payback period* akan dicapai lebih cepat 0,51 tahun.

Untuk sensitivitas *mortality load*, peningkatan dan penurunan sebesar 10% akan menyebabkan perubahan terhadap indikator profitabilitas sebagaimana terdapat dalam tabel 7.

Peningkatan *mortality load* sebesar 10%, dari asumsi semula akan menyebabkan penurunan PM, ROI, dan IRR masing-masing sebesar 33,42%, 27,51% dan 26,00%. Sedangkan *payback period* akan dicapai lebih lama 0,93 tahun. Penurunan *mortality load* sebesar 10%, dari asumsi semula akan menyebabkan peningkatan PM, ROI, dan IRR masing-masing sebesar 33,42%, 31,65% dan 22,82%, sedangkan *payback period* akan dicapai lebih cepat 0,73 tahun.

Kepekaan terhadap perubahan variabel tersebut yang kedua adalah produk tabungan. Untuk sensitivitas hasil investasi, peningkatan dan penurunan hasil investasi sebesar 1% akan menyebabkan perubahan terhadap indikator profitabilitas sebagaimana terdapat dalam tabel

Tabel 6. Sensitivitas Perubahan Asumsi *Overhead Cost* Produk *Tabarru'* terhadap Indikator Keuangan Perusahaan

Scenario	Overhead Cost	PM	ROI	IRR	Pay Back (year)
1	275,000,000.0	4,10%	60,67%	26,69%	4,33
2	302,500,000.0	3,66%	51,14%	24,05%	4,88
3	247,500,000.0	4,54%	73,25%	29,40%	3,82

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, 2007

Tabel 8. Sensitivitas Perubahan Asumsi Hasil Investasi Produk Tabungan terhadap Indikator Keuangan Perusahaan

Skenario	Hasil Investasi	PM	ROI	IRR	Pay Back (Tahun)
1	12,0%	0,93%	54,53%	19,97%	4,68
2	13,0%	1,04%	61,44%	22,09%	4,30
3	11,0%	0,83%	48,10%	17,77%	5,12

Sumber : Hasil pengolahan data penelitian, 2007

Tabel 10. Sensitivitas Perubahan Asumsi *Mortality Load* Produk Tabungan terhadap Indikator Keuangan Perusahaan

Scenario	Mortality Load	PM	ROI	IRR	Pay Back (year)
1	100,0%	0,93%	54,53%	19,97%	4,68
2	110,0%	0,92%	54,11%	19,81%	4,71
3	90,0%	0,94%	54,94%	20,13%	4,66

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, 2007

8.

Peningkatan hasil investasi sebesar 1%, dari asumsi semula menjadi 13% akan menyebabkan peningkatan PM, ROI dan IRR masing-masing sebesar 11,46%, 12,67%, dan 10,63%. Sedangkan *payback period* akan dicapai lebih cepat 0,38 tahun.

Penurunan hasil investasi sebesar 1%, dari asumsi semula menjadi 11% akan menyebabkan penurunan PM, ROI dan IRR masing-masing sebesar 11,33%, 11,79%, dan 10,99%, sedangkan *payback period* akan dicapai lebih lama 0,44 tahun.

Sementara pada sensitivitas *overhead cost*, peningkatan dan penurunan OHC sebesar 10% akan menyebabkan perubahan terhadap indikator profitabilitas (lihat tabel 9).

Peningkatan *overhead cost* sebesar 10%, dari asumsi semula menjadi Rp 302.500.000,00 akan menyebabkan penurunan PM, ROI dan IRR masing-masing sebesar 17,25%, 22,11%, dan 16,03%. Sedangkan *payback period* akan dicapai lebih lama 0,79 tahun. Penurunan *overhead cost* sebesar 10%, dari asumsi semula menjadi Rp 247.500.000,00 akan menyebabkan peningkatan PM dan ROI 15,94%. Sedangkan *payback period* akan dicapai lebih cepat 0,77 tahun.

Untuk sensitivitas *mortality load*, peningkatan dan penurunan *mortality load* sebesar 10% akan menyebabkan perubahan terhadap indikator profitabilitas (lihat tabel 10).

Peningkatan *mortality load* sebesar 10%, dari asumsi semula akan menyebabkan penurunan PM, ROI, dan IRR masing-masing sebesar 0,98%, 0,76%, dan 0,8%. Sedangkan *payback period* akan dicapai lebih lama 0,03 tahun.

Penurunan *mortality load* sebesar 10%, dari asumsi semula akan menyebabkan peningkatan PM, ROI, dan IRR masing-masing sebesar 0,98%, 0,76%, dan 0,80%. Sedangkan *payback period* akan dicapai lebih cepat 0,02 tahun.

KESIMPULAN

Dari penjabaran sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal. *Pertama*, pencapaian portofolio premi dalam mencapai titik impas sangat tergantung pada jenis produk yang dipasarkan, biaya operasional, hasil investasi, dan tingkat resiko calon peserta asuransi. *Kedua*, berdasarkan analisa profit testing dan sensitivitas, produk asuransi jenis *Tabarru'* menghasilkan titik impas dan indikator profitabilitas lebih baik dari pada produk yang mempunyai unsur tabungan. Namun demikian jumlah portofolio peserta produk *Tabarru'* harus besar agar dapat menutup segala biaya. *Ketiga*, pencapaian target portofolio peserta dari produk tabungan membutuhkan jumlah populasi yang lebih kecil mengingat premi untuk produk tabungan ini jauh lebih mahal dibandingkan dengan produk *Tabarru'*. *Keempat*, setiap unit pemasaran membutuhkan biaya operasional per tahun antara Rp 247.500.000 hingga Rp 302.500.000. Untuk produk *Tabarru'*, unit pemasaran akan mencapai titik impas pada selang 3,60 tahun sampai 5,26 tahun. Sementara produk Tabungan akan mencapai titik impas pada selang 3,91 tahun sampai 5,47 tahun. *Kelima*, faktor mortalita untuk produk *Tabarru'* memiliki tingkat kepekaan yang kuat dibandingkan dengan faktor-faktor lainnya yaitu hasil investasi dan biaya, sedangkan untuk produk Tabungan faktor yang paling sensitif adalah perubahan hasil investasi. *Keenam*, tingkat pengembalian dan profit margin produk *Tabarru'* lebih baik dibandingkan dengan produk tabungan.

Sehingga sebelum melakukan aktivitas pemasaran, manajemen menetapkan sasaran yang akan dicapai berdasarkan portofolio premi, kepesertaan, dan indikator-indikator profitabilitas yang telah dirumuskan. Manajemen perlu melakukan kajian terhadap beberapa asumsi dan indikator profitabilitas setiap tahunnya untuk mengukur penyimpangan terhadap asumsi dan indikator profitabilitas agar sesuai dengan sasaran perusahaan.

Kantor pemasaran perlu melakukan pemasaran

produk secara kombinasi yaitu produk *Tabarru'* dan atau tabungan agar tercapai target yang optimum. Serta, diperlukan kajian analisa investasi yang lebih mendalam dan seleksi risiko yang ketat mengingat kedua faktor ini memberikan kontribusi keuntungan yang signifikan bagi perusahaan. Manajemen perlu menganalisis biaya-biaya yang lebih dalam mengingat perubahan-perubahan indikator ekonomi secara makro yang berdampak pada target perusahaan yang diluar kemampuan perusahaan untuk mengendalikannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2003. *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*. Cetakan ke 3. Bandung: CV Alfabeta
- Anshori, H.Abdul Ghofur. 2007. *Asuransi Syariah di Indonesia: Regulasi dan Operasionalisasinya di dalam Kerangka Hukum Positif di Indonesia*. Yogyakarta: UII Press.
- Antonio, M. Syafi'i. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Billah, Mohd. Masum. 1998. *Islamic Insurance: Its Origins and Development*, Arab Law Quarterly, Vol. 13, No. 4 (1998).
- _____. 1999. Quantum of Damages in Takaful (Islamic Insurance): A Reappraisal of the Possibility of Adopting the Doctrines of Al-Diyah and Al-Daman Arab Law Quarterly, Vol. 14, No. 4 (1999).
- Emms, I. Haberman, dan I.S. Savoulli, I. 2007. *Optimal Strategies for Pricing General Insurance*, Insurance: Mathematics and Economics 40 (2007).
- Hare, D.J.P. dan J.J. McCutcheon. 1996. *Some Remarks on Profit-Testing*, NMG. Singapore: TRAINING COURSE.
- Karim, Rifaat Ahmed Abdel. 2001. *International Accounting Harmonization, Banking Regulation, and Islamic Banks. Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* 36 (2001).
- Majalah Proteksi. 2006. No. 189, Tahun XXVII (Oktober).
- Mungall, John, R, FFA, 1993. *Profit Testing*. Konferensi Aktuaris Indonesia II, Cimacan, Jawa Barat.
- Rice, Gillian. 1999. *Islamic Ethics and the Implications for Business*, Journal of Business Ethics, Vol. 18, No. 4 (Februari).
- Roy, Delwin A. 1991. *Islamic Banking*, Middle Eastern Studies, Vol. 27, No. 3 (Juli).
- Soeling, Pantius D. 2005. Mendorong Munculnya Gagasan-Gagasan Inovatif bagi Eksistensi dan Daya Saing Bisnis. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Bisnis & Birokrasi*. Vol.3, No. 1 (Januari).
- Sula, Muhammad Syakir. 2004. *Asuransi Syariah (Life and General): Konsep dan Sistem Operasional*, Cetakan 1 Jakarta : Gema Insani Press
- Yusof, Mohd Fadzli. 1996. *Takaful: Sistem Asuransi Islam*, Kuala Lumpur: Utusan Publications & Distributors Sdn Bhd.