

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Manusia tidak dapat meramalkan apa yang akan terjadi diwaktu yang akan datang secara sempurna meskipun dengan menggunakan beberapa alat analisis. Hal itu pula yang terjadi pada perusahaan maupun individu. Risiko dimasa datang dapat terjadi terhadap kehidupan seseorang misalnya saja: kematian, sakit, kecelakaan atau risiko dipecat dari pekerjaan. Dalam dunia bisnis, risiko yang dihadapi dapat berupa kerugian akibat kebakaran, kerusakan atau kehilangan. Oleh karena itu, setiap risiko yang akan dihadapi harus ditanggulangi sehingga tidak menimbulkan kerugian yang lebih besar lagi. Adalah perusahaan asuransi yang mau dan sanggup menanggung setiap risiko yang akan dihadapi nasabahnya baik perorangan maupun badan usaha.

Asuransi itu sendiri dalam Undang – Undang No 40 Tahun 2014 adalah perjanjian antara dua pihak yaitu perusahaan asuransi dan pemegang polis, yang menjadi dasar bagi penerimaan premi oleh perusahaan asuransi sebagai imbalan untuk memberikan penggantian kepada tertanggung atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita tertanggung atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti atau memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya tertanggung atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya tertanggung dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.

Perkembangan asuransi di Indonesia sendiri menurut artikel “Pertumbuhan Industri Asuransi 2015 Diperkirakan Meningkat “ yang dimuat pada tanggal 09 Maret dalam situs resmi Republika ( [www.republika.co.id](http://www.republika.co.id) ) menyatakan bahwa :

“ Asosiasi Asuransi Umum Indonesia (AAUI) menilai pertumbuhan industri asuransi di Indonesia pada 2015 diperkirakan akan meningkat, seiring dengan tingginya laju pertumbuhan ekonomi. Asuransi umum sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi karena sebagian besar produk asuransi memberikan jaminan terhadap risiko pembangunan ekonomi.”

Selain itu menurut artikel lain yaitu “ Perkembangan Asuransi Meningkatkan Signifikan “ yang dimuat pada tanggal 08 November 2015 dalam situs resmi Pikiran Rakyat ( [www.pikiran-rakyat.com](http://www.pikiran-rakyat.com)) menyatakan bahwa :

“ Dalam triwulan III tahun 2015 ini, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat peningkatan perkembangan industri asuransi di tanah air. Hal ini semakin menjelaskan bahwa masyarakat mulai memahami asuransi merupakan bagian dari manajemen risiko yang harus dipersiapkan dalam kehidupan baik sebagai proteksi diri, usaha dan lain-lain.”

Dapat disimpulkan bahwa perkembangan asuransi di Indonesia mengalami kenaikan yang cukup signifikan karena adanya kesadaran diri dari masyarakat akan pentingnya perlindungan terhadap jiwa atau harta mereka .

Asuransi sebagai suatu perusahaan atau entitas ekonomi juga membuat laporan keuangan untuk menunjukkan informasi dan posisi keuangan yang disajikan untuk pihak-pihak yang berkepentingan. Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Tahun 2004 No 1, tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja dan arus kas perusahaan yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan keuangan dalam

rangka membuat keputusan ekonomi serta menunjukkan pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber-sumber daya yang dipercayakan kepada mereka. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis menggunakan laporan keuangan untuk mengukur *profitabilitas* perusahaan yang mungkin dapat dipengaruhi oleh *market share*.

Pangsa pasar (*market share*) menurut artikel “Based Marketing & Pengukuran Kinerja” menyatakan bahwa :

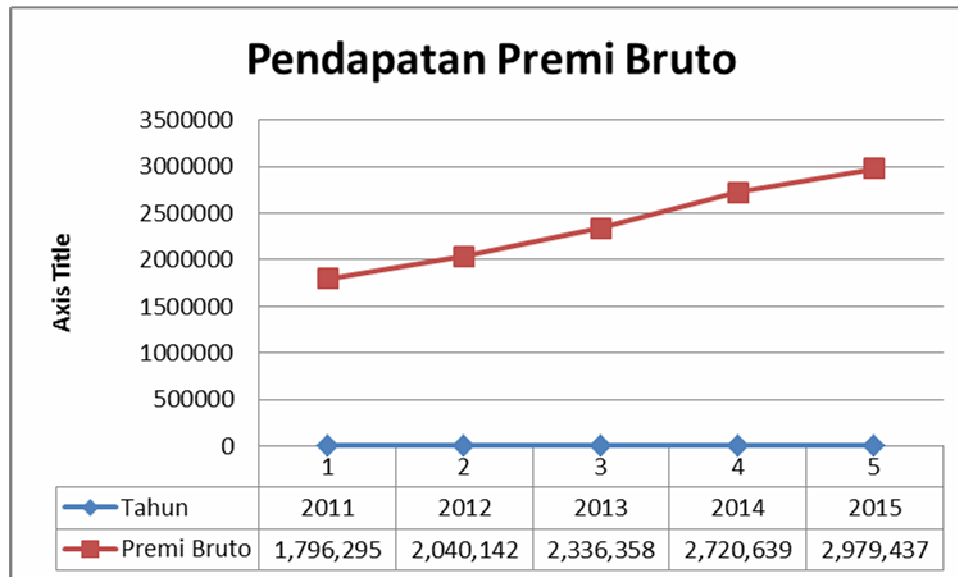
“Pangsa pasar merupakan bagian dari pasar yang dapat diraih oleh perusahaan. Pangsa pasar adalah presentase pasar yang ditentukan dalam ukuran unit maupun *revenue* dan dihitung berdasarkan presentase volume total penjualan dalam industri.”

Penjualan pada perusahaan asuransi tercermin pada premi bruto yang dihasilkan oleh perusahaan. Semakin besar pangsa pasar (*market share*) atau semakin tinggi penjualan (premi bruto) perusahaan, maka semakin tinggi penerimaan perusahaan yang merupakan komponen penting dalam perhitungan laba (*profitabilitas*) perusahaan .

**Tabel 1.1**  
**Data Pendapatan Premi Bruto PT.Asuransi Central Asia**  
**Tahun 2011 – 2015**  
(dalam jutaan rupiah)

Tahun	Premi
2011	1.796.295
2012	2.040.142
2013	2.336.358
2014	2.720.639
2015	2.979.427

Sumber:Laporan Tahunan PT.Asuransi Central Asia tahun 2011 - 2015



Sumber: Laporan Tahunan PT. Asuransi Central Asia tahun 2011 - 2015

**Gambar 1.1**  
**Data Pendapatan Premi PT. Asuransi Central Asia**  
 (dalam jutaan rupiah)

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan premi bruto PT. Asuransi Central Asia mengalami kenaikan pada setiap tahunnya selama lima tahun terakhir ini. Pendapatan premi pada tahun 2012 mengalami peningkatan dari Rp.1.796.295.000.000,00 menjadi Rp.2.040.142.000.000,00 yaitu sebesar 13.57% . Tahun 2013 mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 14.52% dari tahun sebelumnya dan pada tahun 2014 juga mengalami kenaikan signifikan sebesar 16,44% dan untuk tahun 2015 mengalami kenaikan sebesar 9.51% dari tahun sebelumnya.

Menurut Wihana Kirana Jaya (2001:213)

“ Pangsa pasar (*market share*) berhubungan sangat erat terhadap tingkat keuntungan (*profitabilitas*) perusahaan”

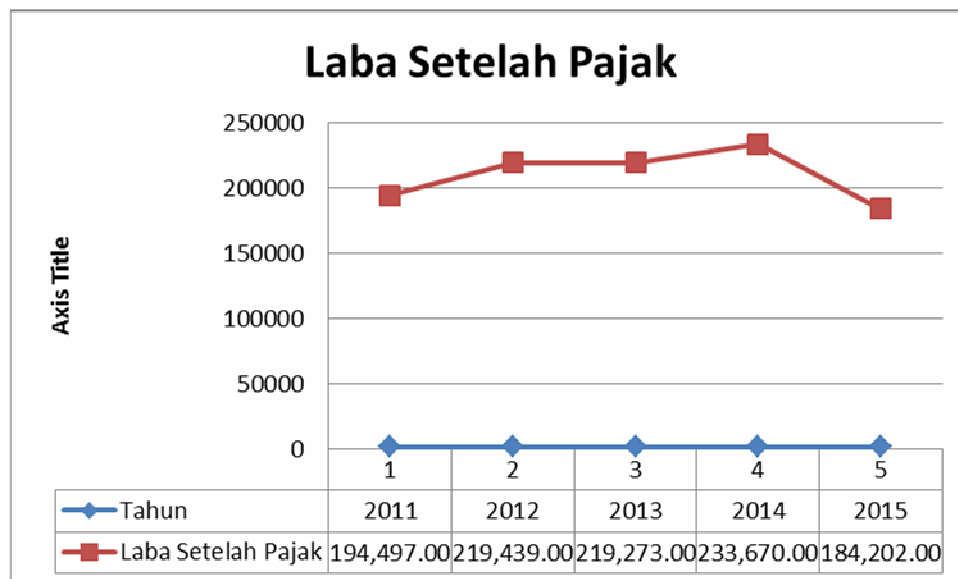
Dengan tingkat *profitabilitas* kinerja keuangan perusahaan dapat diketahui apakah perusahaan dapat mengelola sumber daya yang baik atau tidak

karena tujuan perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan pemilik saham dan mensejahterakan karyawan. Keuntungan akan meningkat karena biaya untuk membeli pangsa pasar bisa jadi lebih besar dibanding pendapatan yang diterimanya. Perusahaan harus memperhatikan faktor sebelum mengejar pangsa pasar (*market share*)

**Tabel 1.2**  
**Data Laba Setelah Pajak PT.Asuransi Central Asia**  
**Tahun 2011 – 2015**  
 (dalam jutaan rupiah)

Tahun	Labas Setelah Pajak
2011	194.497
2012	219.439
2013	219.273
2014	233.670
2015	184.202

Sumber:Laporan Tahunan PT.Asuransi Central Asia tahun 2011 – 2015



Sumber:Laporan Tahunan PT.Asuransi Central Asia tahun 2011 - 2015

**Gambar 1.2**  
**Data Labas Setelah Pajak PT.Asuransi Central Asia**

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa laba setelah pajak PT.Asuransi Central Asia mengalami kenaikan dan penurunan pada setiap tahunnya selama lima tahun terakhir ini. Laba pada tahun 2012 mengalami peningkatan sebesar 12.82% . Tahun 2013 mengalami penurunan sebesar 0,07% dari tahun sebelumnya sedangkan pada tahun 2014 pengalami kenaikan sebesar 6,56% dan untuk tahun 2015 pengalami penurunan yang cukup signifikan sebesar 21.17%

Menurut Philip Kotler (2001:235)

“perusahaan yang agresif berupaya terus meningkatkan pangsa pasarnya (*market share*) untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam hal ini adalah rasio keuangannya, tujuannya adalah mencapai keuntungan yang maksimal”

Namun tidak semua perusahaan akan meningkatkan pangsa pasar (*market share*). Keuntungannya akan meningkat karena biaya membeli pangsa pasar (*market share*) bisa menjadi lebih besar dibanding pendapatan yang diterimanya.

Dari Latar Belakang inilah maka penulis mengambil judul “**Analisis Pengaruh *Market Share* terhadap *Profitabilitas*”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang tersebut, rumusan masalah yang diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *market share* pada PT Asuransi Central Asia
2. Bagaimana *profitabilitas* pada PT Asuransi Central Asia
3. Bagaimana pengaruh *market share* terhadap *profitabilitas* pada PT Asuransi Central Asia

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana *market share* pada PT Asuransi Central Asia
2. Untuk mengetahui bagaimana *profitabilitas* pada PT Asuransi Central Asia
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *market share* terhadap *profitabilitas* pada PT Asuransi Central Asia

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang terkait:

1. Kegunaan Teoritis

Untuk memberikan sumbangan pemikiran guna mendukung pengembangan teori yang sudah ada dan dapat memperluas ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan disiplin ilmu ekonomi akuntansi khususnya mengenai *market share* dan pengaruhnya terhadap *profitabilitas*

2. Kegunaan Praktis

Menambah wawasan untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi *profitabilitas* perusahaan juga sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian sidang sarjana ekonomi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan.

### **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Dalam rangka penelitian ini penulis melakukan penelitian pada PT Asuransi Central Asia Cabang Bandung yang beralamat di Wisma HSBC Lantai 5 Jalan Asia Afrika No 116 Bandung . Telp (022) 4236766 / Fax (022) 4215566