

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki prospek baik dalam perkembangan ekonomi, hal ini dapat terlihat dengan semakin banyaknya lembaga keuangan bank dan bukan bank yang berkembang dengan baik. Lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan bidang keuangan. Kegiatan usaha lembaga keuangan dapat berupa menghimpun dana dengan menawarkan berbagai skema, menyalurkan dana dengan berbagai skema atau melakukan kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana sekaligus, di mana kegiatan usaha lembaga keuangan diperuntukan bagi investasi perusahaan, kegiatan konsumsi, dan kegiatan distribusi barang dan jasa.¹ Kegiatan usaha lembaga keuangan di Indonesia menjadikan banyak perusahaan yang bersaing, oleh sebab itu lembaga tersebut harus lebih mempersiapkan, merencanakan dan mengendalikan perusahaan untuk dapat bersaing secara kompetitif di pasaran dan memerlukan sejumlah biaya yang menjadi beban perusahaan untuk memenuhi berbagai kebutuhan agar mencapai tujuan perusahaan.

Pada umumnya lembaga keuangan ini di bagi ke dalam 2 kelompok yaitu lembaga keuangan bukan bank atau sering juga digunakan istilah lembaga keuangan non bank adalah semua badan yang melakukan kegiatan usaha di bidang keuangan, yang secara langsung atau tidak langsung menghimpun dana. Lembaga

¹ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah, Edisi Kedua* (Jakarta: Kencana, 2009), hlm.26.

keuangan non bank ini berkembang sejak tahun 1972, dengan tujuan untuk mendorong perkembangan pasar modal serta membantu permodalan perusahaan-perusahaan. Salah satu lembaga keuangan non bank adalah perusahaan asuransi yang merupakan perusahaan bergerak dalam usaha pertanggungan.² Perkembangan asuransi di Indonesia pun semakin meningkat.

Asuransi merupakan suatu persetujuan di mana penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan mendapat premi, untuk mengganti kerugian, atau tidak diperolehnya keuntungan yang diharapkan, yang dapat diderita karena peristiwa yang tidak diketahui lebih dahulu. Semakin mampu masyarakat memiliki harta kekayaan dan semakin membutuhkan pula akan perlindungan keselamatan dari ancaman bahaya maka dari itu muncul kesadaran masyarakat akan manfaat asuransi.³ Secara umum asuransi adalah perjanjian antara penanggung (perusahaan asuransi) dengan tertanggung (peserta asuransi) yang dengan menerima premi dari tertanggung, penanggung berjanji akan membayar sejumlah pertanggungan manakala tertanggung.

Secara operasional terdapat dua jenis asuransi yaitu asuransi konvensional dan asuransi syariah. Pada asuransi syariah setiap peserta sejak awal bermaksud saling menolong dan melindungi satu dengan yang lain dengan menyisihkan dananya sebagai iuran kebajikan yang disebut tabarru'. Jadi sistem ini tidak menggunakan pengalihan risiko (risk transfer) di mana tertanggung harus membayar premi, tetapi lebih merupakan pembagian risiko (risk sharing) di mana

² Jamal Wihoho, "Peran Lembaga Keuangan dan Lembaga Keuangan Bukan Bank Dalam Memberikan Distribusi Keadilan Bagi Masyarakat", dalam *Jurnal Masalah-Masalah Hukum* Vol.48 No.2, 2019, hlm.91.

³ Radiks Purba, *Memahami Asuransi di Indonesia*, (Jakarta: PPM, 1992), hlm.40.

para peserta saling menanggung. Kemudian akad yang digunakan dalam asuransi syariah sesuai dengan prinsip islam (syaria'h), artinya akad tersebut terhidar dari *gharar* (penipuan), *maysir* (perjudian), *riba*, *zhulm* (penganiayaan), *risywah* (suap), di samping itu investasi dana pada objek yang halal-thoyyibah bukan barang haram dan maksiat.⁴

Setiap perusahaan dalam kegiatan usahanya, memerlukan dana atau biaya untuk membayar pengeluarannya yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan⁵. Asuransi syariah merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang keuangan non bank, di mana setiap perusahaan pasti memiliki tujuan yang sama yaitu mendapatkan keuntungan terlepas dari apakah itu perusahaan yang bergerak di bidang umum maupun di bidang keuangan bank atau non bank, baik perusahaan yang berbasis syariah maupun yang berbasis konvensional.

Sama halnya dengan kuantitas perusahaan asuransi syariah yang terus mengalami kenaikan, aset asuransi syariah juga mengalami kenaikan. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), aset asuransi syariah mencapai Rp 41,96 triliun pada tahun 2018. Aset tersebut berasal dari asuransi jiwa syariah senilai Rp 34,47 triliun, asuransi umum syariah Rp 5,62 triliun, dan reasuransi syariah Rp 1,86 triliun. Deputi Komisioner Pengawas IKNB II OJK Mochammad Ihsanuddin mengatakan bahwa pertumbuhan asset perasuransian syariah sejatinya tumbuh sebesar 3,55 persen pada tahun 2018 dari 2017 yang sekitar Rp 40,52

⁴ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, hlm.251.

⁵ Sofyan Syafri Harahap, *Akuntansi Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm.51.

triliun dan asset asuransi syariah pada akhir maret 2019 telah mencapai Rp 43,43 triliun yang sudah tumbuh 3,52 persen dari tahun 2018.⁶

Semua perusahaan dalam kegiatan usahanya, memerlukan sejumlah dana atau biaya untuk membayar berbagai pengeluaran demi mendapatkan keuntungan, termasuk juga perusahaan asuransi syariah. Pada umumnya, biaya sering dipersamakan dengan beban. Beban (*expenses*) dalam arti luas termasuk semua biaya yang sudah habis masa berlaku dan dapat dikurangkan dari pendapatan. Beban terjadi karena dua sebab. *Pertama*, beban berasal dari biaya yang sudah melampaui masanya (*expired*). *Kedua*, beban terjadi karena penggunaan, dimana beban hadir apabila sudah melakukan pemakaian tertentu atau utilitas. Beban adalah nilai sesuatu yang secara langsung dikorbankan dan diukur dalam satuan uang untuk memperoleh hasil. Dengan kata lain, beban adalah harga pokok (*cost*) yang telah memberikan manfaat dan sekarang telah habis. Beban merupakan pengurangan dapatan (*revenue*) untuk memperoleh hasil atau laba.⁷

Berdasarkan laporan keuangan perusahaan PT. Asuransi Sinar Mas Unit Syariah, beberapa beban yang termasuk ke dalam beban usaha atau beban operasional perusahaan adalah beban pemasaran dan beban administrasi dan umum.⁸ Beban pemasaran dalam arti sempit merupakan biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk atau barang dagangan sampai ke tangan konsumen. Biaya pemasaran dalam arti luas merupakan semua biaya yang terjadi sejak saat produk

⁶ Editor, "Industri Asuransi Syariah Optimistis Aset Tumbuh 14,76 persen", dalam <https://m.cnnindonesia.com/ekonomi/20190517200737-78-395891/industri-asuransi-syariah-optimistis-aset-tumbuh-1476-persen>. diakses pada tanggal 11 Juli 2019.

⁷ M Nafarin, *Akuntansi Pendekatan Siklus dan Pajak untuk Perusahaan Industri dan Dagang*, (Jakarta: Ghalia Indonesia), hlm.451.

⁸ Asuransi Sinar Mas, "Laporan Keuangan", dalam <https://www.sinarmas.co.id/tentang-kami/laporan-keuangan>, diakses tanggal 25 Maret 2019.

selesai di produksi dan di simpan dalam gudang sampai produk tersebut diubah kembali dalam bentuk uang tunai. Biaya pemasaran meliputi semua rangkaian biaya dalam pemasaran atau kegiatan untuk menjual barang atau jasa perusahaan kepada pembeli sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas.

Beban administrasi dan umum merupakan salah satu dalam klasifikasi atau penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan. Adapun pengertian beban administrasi dan umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan dan biaya fotocopy⁹. Aktivitas ini dapat bermanfaat dalam bidang pemasaran, namun manfaatnya tidak bias atau dirasakan secara langsung.

Beban usaha atau beban operasional merupakan beban yang tidak bisa dihindari oleh perusahaan guna menjaga roda perekonomian perusahaan untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Laba adalah selisih lebih dari pendapatan dikurangi biaya-biaya yang terjadi sehubungan dengan kegiatan perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan memperoleh pendapatan selama periode tertentu. Pada umumnya laba yang diperoleh digunakan untuk mengukur keberhasilan manajemen suatu perusahaan. Salah satu unsur yang mempengaruhi laba adalah beban, beban adalah aliran keluar (penggunaan aktiva) atau kenaikan kewajiban dalam aktivitas operasi. Penghasilan yang didapat adalah hasil akhir

⁹ Djodi Setiawan dan Nova Setia Wisasa, "Pengaruh Biaya Penjualan dan Biaya Administrasi dan Umum Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Adhikarya.Tbk. Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2008 –2014", dalam *Jurnal Ilmiah Akuntansi* Vol.8 No.2 Mei – Agustus, 2017, hlm 31-41.

penghitungan dari pendapatan dan keuntungan dikurangi beban dan kerugian dalam periode tersebut¹⁰

Dalam setiap pengeluaran atas beban ini akan berpengaruh negatif terhadap laba perusahaan, sebab laba perusahaan merupakan selisih dari pendapatan yang dikurangi dengan beban. Adapun laba adalah pendapatan antara realisasi penghasilan yang berasal dari transaksi perusahaan pada periode tertentu dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan penghasilan itu pada periode tertentu¹¹. Laba (rugi) usaha adalah selisih antara pendapatan dan total beban usaha pada periode tersebut. Jika selisihnya positif, akan menghasilkan laba usaha. Jika selisihnya negatif, akan menghasilkan rugi usaha pada periode tertentu¹². Kerangka pemikiran setiap biaya yang dikeluarkan perusahaan akan mengurangi laba yang diperolehnya.

Berdasarkan asumsi yang diperkuat oleh teori di atas, dapat dirumuskan bahwa semakin tinggi beban atau biaya operasional, semakin kecil jumlah laba yang akan didapat oleh suatu perusahaan. Sebaliknya, semakin rendah beban atau biaya operasional, maka semakin besar jumlah laba yang akan didapat oleh perusahaan. Sehingga dapat dirumuskan bahwa hubungan antara beban dengan laba adalah berbanding terbalik atau negatif. Pengaruh beban terhadap laba dalam perhitungan laba rugi, besarnya biaya ini akan mengurangi laba atau menambah rugi perusahaan.

¹⁰ Wina Oktapiana, "Pengaruh Beban Pemasaran dan Beban Umum dan Administrasi Terhadap Laba Tahun Berjalan di PT Adira Dinamika Multi Finance Unit Syariah", (*Skripsi*: UIN Bandung, 2019), hlm. 6.

¹¹ Sofyan Syafri Harahap, *Akuntansi Islam*, hlm. 298.

¹² Rudianto, *Pengantar Akuntansi Konsep & Teknik Penyusunan Laporan Keuangan* (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 18.

Dalam penelitian kali ini, perusahaan yang akan dijadikan objek penelitian adalah PT. Asuransi Sinar Mas yang didirikan pada tanggal 27 Mei 1985 dengan nama PT. Asuransi Kerugian Sinar Mas Dipta. Kemudian pada tahun 1991 berubah nama menjadi PT. Asuransi Sinarmas yang merupakan salah satu perusahaan asuransi umum terbesar di Indonesia .

Berikut data beban pemasaran, beban administrasi dan umum dan laba neto perusahaan PT. Asuransi Sinar Mas Unit Syariah periode 2016-2018.

Tabel 1.1
Data Beban Pemasaran, Beban Administrasi dan Umum dan Laba Neto
Perusahaan PT. Asuransi Sinar Mas Unit Syariah Tahun 2016-2018
(dalam jutaan rupiah)

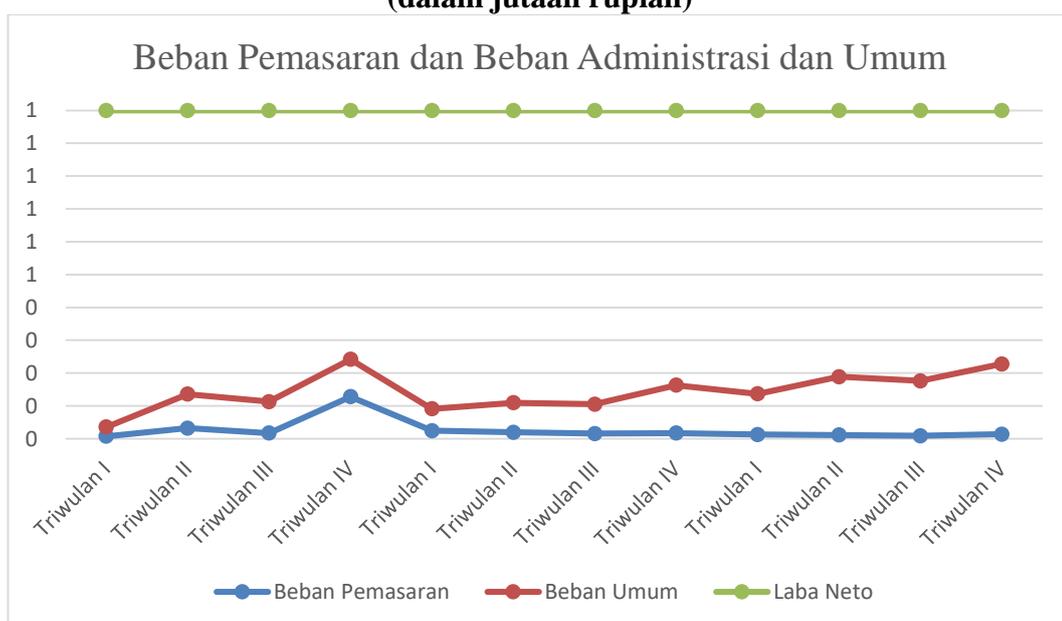
Tahun	Triwulan	Beban Pemasaran		Beban Administrasi dan Umum		Laba Neto	
2016	I	196,52		711,18		24.471,15	
	II	276,34	↑	887,08	↑	7.386,19	↓
	III	205	↓	1.149	↑	10.646	↑
	IV	965,91	↑	864,27	↓	5.743,05	↓
2017	I	530,41	↓	1.449,85	↑	19.697,48	↑
	II	668,70	↑	3.026,29	↑	29.954,45	↑
	III	837,81	↑	4.781,53	↑	47.854,17	↑
	IV	916,58	↑	7.721,77	↑	44.266,26	↓
2018	I	177,21	↓	1.717,01	↓	11.937,27	↓
	II	250,70	↑	3.968,66	↑	18.142,12	↑
	III	313,71	↑	5.842,30	↑	28.794,95	↑
	IV	464,16	↑	7.290,57	↑	26.299,07	↓

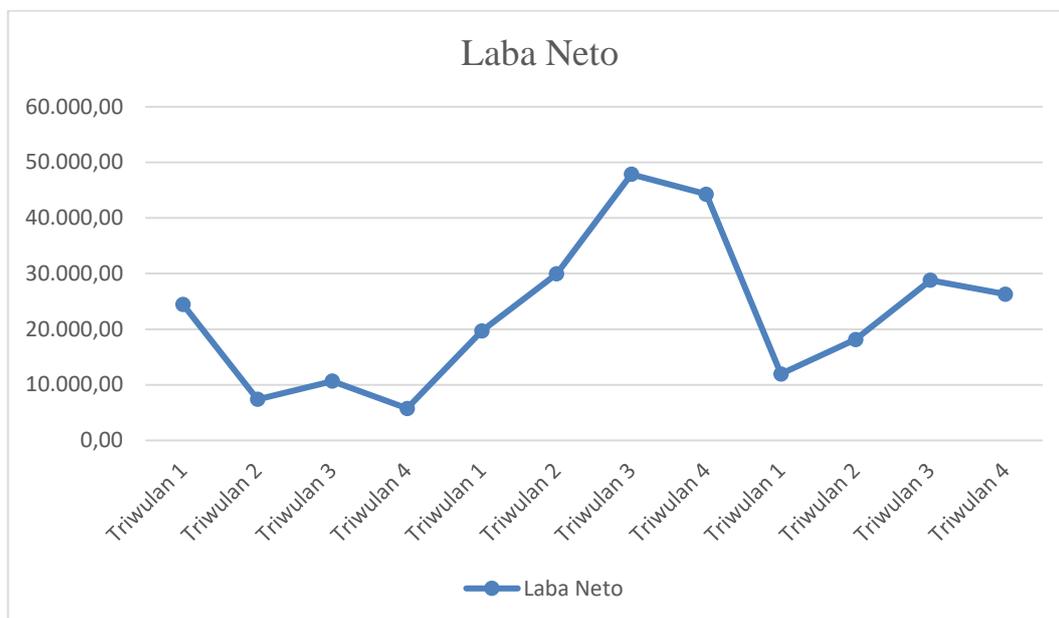
Sumber: Laporan Keuangan PT Asuransi Sinar Mas Syariah¹³

¹³ Asuransi Sinar Mas, "Laporan Keuangan", dalam <https://www.sinarmas.co.id/tentang-kami/laporan-keuangan> diakses tanggal 23 Maret 2019.

Berdasarkan data di atas, beban pemasaran, beban administrasi dan umum dan laba neto perusahaan PT. Asuransi Sinar Mas Unit Syariah mengalami peningkatan dan penurunan setiap triwulannya. Teori dan asumsi yang sudah dipaparkan menyatakan bahwa ketika beban pemasaran dan beban administrasi dan umum naik, maka laba neto pada PT. Asuransi Sinar Mas Unit Syariah akan mengalami penurunan. Begitupun sebaliknya, ketika beban pemasaran dan beban administrasi dan umum turun, maka laba neto pada PT. Asuransi Sinar Mas Unit Syariah seharusnya mengalami kenaikan. Akan tetapi, terlihat beberapa masalah pada laporan keuangan tersebut dimana tidak semua kenaikan pada beban pemasaran dan beban administrasi dan umum menyebabkan penurunan pada laba dan tidak semua penurunan pada beban pemasaran dan beban administrasi dan umum menyebabkan kenaikan pada laba PT. Asuransi Sinar Mas Unit Syariah.

Gambar 1.1
Data Beban Pemasaran, Beban Administrasi dan Umum dan Laba Neto
Perusahaan PT. Asuransi Sinar Mas Unit Syariah Tahun 2016-2018
(dalam jutaan rupiah)





Pada tahun 2016 triwulan kedua, beban pemasaran mengalami kenaikan dari triwulan pertama sebesar Rp79.820.000 beban administrasi dan umum mengalami kenaikan sebesar Rp176.000.000 sedangkan laba neto perusahaan mengalami penurunan sebesar Rp17.084.960.000. Pada triwulan ketiga, beban pemasaran mengalami penurunan sebesar Rp71.340.000 beban administrasi dan umum mengalami kenaikan sebesar Rp261.920.000 diikuti laba neto perusahaan juga yang sama mengalami kenaikan sebesar Rp3.259.810.000. Pada triwulan keempat, beban pemasaran mengalami kenaikan sebesar Rp760.910.000 beban administrasi dan umum mengalami penurunan sebesar Rp284.730.000 diikuti laba neto perusahaan juga yang sama mengalami penurunan sebesar Rp4.902.950.000.

Pada tahun 2017 triwulan pertama, beban pemasaran mengalami penurunan sebesar Rp435.500.000 beban administrasi dan umum mengalami kenaikan sebesar Rp585.580.000 diikuti laba neto perusahaan juga yang sama mengalami kenaikan sebesar Rp 13.954.430.000. Pada triwulan kedua, beban

pemasaran mengalami kenaikan sebesar Rp138.290.000 beban administrasi dan umum mengalami kenaikan sebesar Rp1.576.440.000 laba netto perusahaan juga sama-sama mengalami kenaikan sebesar Rp10.256.970.000. Pada triwulan ketiga, beban pemasaran mengalami kenaikan sebesar Rp169.110.000 beban administrasi dan umum mengalami kenaikan sebesar Rp1.755.240.000 laba netto perusahaan juga sama-sama mengalami kenaikan sebesar Rp17.899.720.000. Pada triwulan keempat, beban pemasaran mengalami kenaikan sebesar Rp78.770.000 beban administrasi dan umum mengalami kenaikan sebesar Rp2.940.240.000 sedangkan laba netto perusahaan mengalami penurunan sebesar Rp3.587.910.000.

Pada tahun 2018 triwulan pertama, beban pemasaran mengalami penurunan sebesar Rp739.370.000 beban administrasi dan umum mengalami penurunan sebesar Rp6.004.760.000 laba netto perusahaan juga sama-sama mengalami penurunan sebesar Rp32.328.990.000. Pada triwulan kedua, beban pemasaran mengalami kenaikan sebesar Rp73.490.000 beban administrasi dan umum mengalami kenaikan sebesar Rp2.251.650.000 laba netto perusahaan juga sama-sama mengalami kenaikan sebesar Rp6.204.850.000. Pada triwulan ketiga, beban pemasaran mengalami kenaikan sebesar Rp63.010.000 beban administrasi dan umum mengalami kenaikan sebesar Rp1.873.640.000 laba netto perusahaan juga sama-sama mengalami kenaikan sebesar Rp10.652.830.000. Pada triwulan keempat, beban pemasaran mengalami kenaikan sebesar Rp150.450.000 beban administrasi dan umum mengalami kenaikan sebesar Rp1.448.270.000 sedangkan laba netto perusahaan mengalami penurunan sebesar Rp2.495.880.000.

Berdasarkan tabel dan grafik di atas, terdapat beberapa masalah yang muncul. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Beban Pemasaran dan Beban Administrasi dan Umum Terhadap Laba Neto pada PT. Asuransi Sinar Mas Unit Syariah Tahun 2016-2018.**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas dapat diidentifikasi masalah yang muncul pada PT. Asuransi Sinar Mas Syariah diantaranya yaitu apa saja yang menjadi faktor perusahaan asuransi memiliki laba usaha yang tinggi atau rendah., maka peneliti merumuskan masalah kedalam beberapa pertanyaan, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh beban pemasaran terhadap laba neto pada PT. Asuransi Sinar Mas Syariah?
2. Bagaimana pengaruh beban administrasi dan umum terhadap laba neto pada PT. Asuransi Sinar Mas Syariah?
3. Bagaimana pengaruh beban pemasaran dan beban administrasi dan umum terhadap neto pada PT. Asuransi Sinar Mas Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya di atas, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh beban pemasaran terhadap laba neto pada PT. Asuransi Sinar Mas Syariah secara parsial;