

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Pemasaran

Konsep pasar membawa kita kembali pada konsep pemasaran. Pemasaran adalah kegiatan manusia dalam hubungannya dengan pasar. Pemasaran maksudnya bekerja dengan pasar untuk mewujudkan transaksi yang mungkin terjadi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Orang memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan barang dan jasa. Produk bisa didefinisikan sebagai sesuatu yang nyata secara fisik dan dapat langsung memenuhi kebutuhan dan keinginan. Sebenarnya pentingnya suatu produk fisik bukan terletak pada kepemilikannya saja, tetapi pada jasa yang diberikannya. Kita membeli mobil tidak hanya untuk dilihat saja, melainkan untuk dinikmati jasa transportasinya. Jadi produk fisik sebenarnya adalah sarana untuk memberikan jasa kepada kita. (Kotler, 2000)

Definisi pemasaran menurut Philip Kotler, yaitu :

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain.

Proses pertukaran ini memerlukan banyak tenaga dan ketrampilan. Manajemen pemasaran terjadi bila setidaknya satu pihak dalam pertukaran potensial memikirkan sasaran dan cara mendapatkan tanggapan yang dikehendaki dari pihak lain. Sehingga muncul definisi baru (manajemen) pemasaran yang dirumuskan tahun 1985 oleh Persatuan Pemasaran Amerika :

(Manajemen) Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang-barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi.

Definisi tersebut menyadari bahwa manajemen pemasaran adalah proses yang mencakup analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan juga mencakup barang, jasa dan gagasan berdasarkan pertukaran dan tujuannya adalah memberikan kepuasan bagi pihak yang terlibat.

2.2. Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan menurut persepsi konsumen sangat penting karena menentukan keputusan untuk penggunaan pelayanan tersebut. Persepsi seseorang sering berbeda dengan perilakunya, sikap puas atau tidak puas terhadap suatu produk atau jasa sering tidak berhubungan antara persepsinya dengan kenyataan sikapnya. (Kotler, 1987)

Persepsi seseorang sering dipengaruhi oleh motif, kepentingannya, pengalaman masa lalu, dan pengharapannya. Ada 3 faktor yang memegang peranan dalam persepsi yaitu:

- a) ciri-ciri obyek yang dipersepsikan,
- b) situasi sosial dimana obyek yang dipersepsikan berada,
- c) karakteristik yang mempersepsikan.

Selain itu, sikap positif maupun negatif terhadap suatu obyek juga mempengaruhi persepsi seseorang, kecenderungan untuk menggolong-golongkan sifat dan obyek persepsi juga mengurangi ketepatan persepsinya.

Sifat-sifat yang menentukan kualitas pelayanan menurut persepsi konsumen yang dapat memuaskannya adalah (Kotler, 1987) :

a. Ukuran SERVQUAL terdiri dari:

- 1) *Tangibles* : fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan perorangan.
- 2) *Reliability* : kemampuan melakukan pelayanan yang dapat dipercaya dan akurat.
- 3) *Responsiveness* : tanggap dan memberikan pelayanan dengan cepat.
- 4) *Assurance* : pengetahuan dan sopan santun petugas serta kemampuannya untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan.
- 5) *Emphaty* : perhatian, pengertian petugas terhadap pelanggan.

b. Ukuran Original terdiri dari:

- 1) *Assurance (jaminan)* meliputi hal-hal sebagai berikut:

- a) *Competence* (kompetensi) : memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk melaksanakan pelayanan.
- b) *Courtesy* (kesopanan) : sopan santun, rasa hormat, pertimbangan, sikap ramah, penampilan rapi dan bersih petugas yang berhubungan dengan publik.
- c) *Communication* : informasi dengan menggunakan bahasa yang dapat dimengerti meliputi: penjelasan tentang jasa pelayanan dan biaya.
- d) pelayanan, pertukaran antara jasa dan pelayanan, jaminan terhadap masalah yang akan diselesaikan.
- e) *Credibility* : dapat dipercaya dan jujur.
- f) *Security* : keamanan meliputi bebas dari bahaya, resiko kekhawatiran, (keamanan fisik, finansial, kerahasiaan).

2) *Emphaty (perhatian)* meliputi:

- a) *Acces* (akses) meliputi: kemudahan yang didapat, waktu tunggu untuk memperoleh pelayanan tidak terlalu lama, tepat waktu pelaksanaan, kenyamanan tempat fasilitas pelayanan.
- b) *Understanding/knowing* (Pemahaman/pengetahuan) : pemahaman terhadap kebutuhan konsumen meliputi., mempelajari tuntutan spesifik konsumen, memberikan perhatian yang bersifat individual, mengenal para konsumen tetap.

Persepsi kualitas pelayanan yang dapat memuaskan konsumen merupakan variabel penting yang dapat mempengaruhi kinerja secara finansial, dimana dimensi kemanusiannya lebih memegang peranan daripada teknik penyediaan layanan tersebut.

Ada tiga harapan atau tuntutan konsumen terhadap mutu pelayanan. Ketiga tuntutan tersebut adalah sebagai berikut (Kotler, 1987):

a. Terhadap personil pemberi pelayanan meliputi:

- 1) *Responsif*: petugas harus siap dan cepat melayani
- 2) *Kompeten*: petugas harus mengetahui apa tugasnya dan bagaimana melaksanakan
- 3) *Kesopanan*: sikap ramah tamah, hormat, beretika baik, sopan, dan fleksibel
- 4) *Kredibilitas*: dapat dipercaya dan jujur
- 5) *Sensitivitas*: mengerti akan kebutuhan konsumen, memberikan perhatian terhadap konsumen dan peka terhadap lingkungan.

b. Terhadap tempat pelayanan meliputi:

- 1) *Akses*: waktu yang sesuai dan tempat yang cocok
- 2) *Keamanan*: aman dan rahasia
- 3) *Penampilan*: fasilitas yang secara fisik menarik

c. Terhadap proses pelayanan lebih lanjut:

- 1) *Dapat dipercaya*: kemampuan untuk menyediakan apa yang telah dijanjikan.
- 2) *Komunikasi* : tanggung jawab sosial suatu pelayanan untuk menjaga mutunya harus memperhatikan kebutuhan dan hak-hak dasar dari konsumen yaitu:
 - a. hak akan keselamatan
 - b. hak untuk diberi informasi
 - c. hak untuk memilih
 - d. hak untuk didengar (diberi ganti rugi)

Tindakan yang bertanggung jawab diperlukan untuk kepentingan terbaik semua pihak. Dikenal banyak pengertian tentang mutu atau definisi mutu yaitu:

Mutu adalah pemenuhan terhadap standar, pengertian ini menunjukkan orientasi pada mutu dan produk atau hasil.

Mutu adalah pemenuhan terhadap keinginan konsumen, pengertian ini menunjukkan orientasi pada kepuasan konsumen.

Sebagai contoh, kedua aspek dari mutu serta pengertian konsumen menjadi titik tolak pengembangan system manajemen puskesmas dan upaya meningkatkan mutu pelayanan di Puskesmas, yang bertujuan untuk meningkatkan mutu pelayanan secara

berkesinambungan dan memberi kepuasan kepada pasien.

Penilaian terhadap dimensi mutu pelayanan yang tergantung dari sudut:

- a. pemakai jasa pelayanan meliputi: ketanggapan petugas, kelancaran komunikasi, keramahan, kesembuhan atas penyakit yang sedang diderita,
- b. penyelenggara pelayanan meliputi: kesesuaian dengan perkembangan ilmu teknologi, otonomi dan kebutuhan konsumen,
- c. penyandang dana meliputi efisiensi pemakaian dana, kewajaran pembiayaan dan pengurangan kerugian.

2.3. Kepuasan Konsumen

Supaya perusahaan dapat unggul dan bertahan hidup, perusahaan memerlukan suatu filosofi baru. Hanya perusahaan yang berwawasan pelanggan yang akan bertahan hidup, karena mereka bisa memberi nilai lebih baik daripada saingannya kepada pelanggan sasaran. Terlalu banyak perusahaan yang beranggapan bahwa menjaring pelanggan adalah tugas bagian pemasaran atau penjualan. Kalau mereka gagal, berarti bagian pemasaran yang menjadi alasan kegagalan. Namun dalam dasar pemikiran baru adalah bahwa bagian pemasaran tidak dapat melakukannya sendirian.

Untuk perusahaan yang berwawasan pelanggan, kepuasan pelanggan adalah sasaran sekaligus kiat pemasaran. Perusahaan yang mencapai tingkat kepuasan pelanggan tinggi, memastikan bahwa pasar sasaran mereka juga mengetahui hal tersebut. (Kotler, 2000)

Beberapa ide atau gagasan dipercaya dapat berkontribusi secara signifikan dalam pengelolaan pelanggan dan model perbaikan pelayanan. Dua hal penting yang mempengaruhi pengelolaan pelanggan dalam jangka panjang melibatkan kualitas pelayanan versus kepuasan konsumen.

Ada 5 *driver* penting yang menentukan tingkat kepuasan konsumen (Irawan, 2003). Kelima faktor penentu tersebut adalah :

a. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Beberapa dimensi yang berpengaruh dalam membentuk kualitas produk adalah *performance*, *reliability*, *conformance*, *durability*, *feature* dan lain-lain.

b. Kualitas Pelayanan

Komponen pembentuk kepuasan pelanggan ini terutama untuk industri jasa. Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Dalam banyak hal, kualitas pelayanan seringkali mempunyai daya diferensiasi yang lebih kuat dibandingkan dengan kualitas produk.

c. *Faktor Emosional*

Konsumen yang merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu akan cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasannya bukan karena kualitas dari produk tersebut tetapi *self-esteem* atau *social value* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek produk tertentu.

d. *Harga*

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan *value* yang lebih tinggi kepada pelanggannya. Disini terlihat bahwa faktor harga juga merupakan factor penting bagi pelanggan untuk mengevaluasi tingkat kepuasannya.

e. *Biaya dan Kemudahan untuk Mendapatkan Suatu Produk atau Jasa*

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa akan cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2.4. Industri Asuransi

2.4.1. Pengertian Asuransi

Kemungkinan bahwa manusia akan menghadapi suatu kerugian atau suatu kehilangan adalah sudah menjadi suatu masalah sejak dulu. Banyak orang

menderita kerugian akibat suatu peristiwa yang tidak terduga semula, misalnya rumah terbakar, barang-barangnya dicuri, tabrakan, mendapat kecelakaan dalam perjalanan darat, laut dan udara, juga banjir. Kalau kerugian tersebut kecil, dapat ditutup dengan uang simpanan, sehingga kerugian itu tidak begitu terasa. Lain halnya apabila uang simpanan tersebut tidak mencukupi untuk menutupi kerugian, orang akan betul-betul menderita. Jadi, setiap manusia yang menghadapi kemungkinan akan kehilangan miliknya karena berbagai sebab, ia disebut menghadapi suatu resiko.

Kalau seseorang menginginkan supaya resiko itu tidak terjadi maka seharusnya orang tersebut mengusahakan supaya kehilangan/kerugian itu tidak terjadi. Usaha tersebut dapat kita sebutkan sebagai tindakan mencegah kehilangan/kerugian. Tindakan-tindakan mencegah kehilangan/kerugian itu tentunya dipikirkan sedemikian rupa dengan banyak cara, sampai orang tersebut merasa aman bahwa kejadian atau peristiwa kehilangan/kerugian itu tidak akan pernah terjadi. Dengan cara berasuransi, maka orang yang menghadapi resiko atas harta kekayaannya bermaksud untuk mengalihkan resikonya itu atau setidaknya membagi resiko itu dengan pihak lain (perusahaan asuransi) yang bersedia menerima peralihan atau pembagian resiko tersebut.

Asuransi berasal dari kata dalam bahasa Inggris *insurance* atau *assurance* yang berarti jaminan. Pada awalnya asuransi dikenal di Eropa Barat

pada Abad Pertengahan berupa asuransi kebakaran. Lalu pada abad 13-14, seiring dengan meningkatnya lalu lintas perhubungan laut antar pulau, berkembanglah asuransi pengangkutan laut. Asuransi jiwa sendiri baru dikenal pada awal abad ke-19. Kodifikasi hukum yang dibuat oleh Napoleon Bonaparte memuat pasal-pasal tentang asuransi dalam KUHD (Kitab Undang-Undang Hukum Dagang). Kodifikasi ini kemudian mempengaruhi KUHD Belanda, yang sebagiannya hingga sekarang masih dipakai di Indonesia. (Prakoso, 2004)

Menurut Pasal 246 KUHD,

Asuransi/pertanggungan adalah suatu perjanjian mana seorang penanggung mengikatkan diri kepada orang tertanggung dengan menerima suatu premi untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tak tentu.

Berdasarkan definisi tersebut, maka dalam asuransi terkandung 4 unsur, yaitu :

- a. Pihak tertanggung (*insured*) yang berjanji untuk membayar uang premi kepada pihak penanggung, sekaligus atau secara berangsur-angsur.
- b. Pihak penanggung (*insurer*) yang berjanji akan membayar sejumlah uang (santunan) kepada pihak tertanggung, sekaligus atau secara

berangsur-angsur apabila terjadi sesuatu yang mengandung unsur tak tertentu.

- c. Suatu peristiwa (*accident*) yang tak tertentu (tidak diketahui sebelumnya).
- d. Kepentingan (*interest*) yang mungkin akan mengalami kerugian karena peristiwa yang tak tertentu.

Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1992,

Asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara 2 pihak atau lebih dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan atau tanggungjawab hukum kepada pihak ke-3 yang mungkin akan diderita tertanggung yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti atau untuk memberikansuatu pembayaran yang didasarkan pada meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungan.

2.4.2. Bentuk dan Jenis Asuransi

Perusahaan asuransi adalah salah satu lembaga keuangan bukan bank yang dapat mengerahkan dana-dana yang tersedia untuk investasi pada bidang lain di luar asuransi. (Darmawi, 2000) Bentuk asuransi sekarang sudah sangat beragam.

Disamping yang telah disebutkan diatas, juga ada asuransi kecelakaan,

asuransi kerusakan, asuransi kesehatan, asuransi pendidikan, asuransi kredit, bahkan juga asuransi organ tubuh (kaki pada pemain bola, suara pada penyanyi dan sebagainya).

Prof. Dr. Wirjono Projodikoro, SH dalam buku Hukum Asuransi di Indonesia, dan Ny. Emmy Pangaribu Simanjuntak, SH dalam Hukum Pertanggungan, menyebut ada beberapa bentuk asuransi.

Pertama, bila ditilik dari segi maksud dan tujuan yang hendak dicapai, asuransi dapat dibagi menjadi tiga, yakni :

- Asuransi Ganti Kerugian
- Asuransi Sejumlah Uang
- Asuransi Wajib

Asuransi ganti kerugian atau asuransi kerugian adalah suatu bentuk asuransi dimana terdapat suatu perjanjian berupa kesediaan pihak penanggung untuk mengganti kerugian yang diderita oleh pihak tertanggung. Ada kalanya penggantian kerugian yang diberikan oleh penanggung sebenarnya tidak dapat disebut ganti rugi yang sesungguhnya. Yang diterimanya itu sebenarnya adalah hasil penentuan sejumlah uang tertentu yang telah disepakati kedua belah pihak. Disebut kesepakatan, karena tidak ada seorang pun yang menginginkan nyawa diganti dengan sejumlah uang. Asuransi yang demikian ini disebut asuransi

sejumlah uang atau asuransi orang, yang merupakan lawan dari asuransi ganti kerugian yang dianggap sebagai asuransi yang sesungguhnya. Yang termasuk golongan asuransi ganti kerugian ialah asuransi kebakaran, asuransi laut, asuransi pengangkutan di darat dan sebagainya. Dan yang termasuk golongan asuransi sejumlah uang ialah asuransi jiwa dan asuransi kecelakaan. Di dunia internasional istilah *insurance* digunakan untuk asuransi ganti kerugian sedang *assurance* untuk asuransi sejumlah uang.

Sedang dalam asuransi wajib, dikatakan wajib karena ada salah satu pihak yang mewajibkan kepada pihak lain dalam mengadakan perjanjian. Pihak yang mewajibkan ini biasanya adalah pihak pemerintah. Pemerintah dalam hal ini bertindak sebagai penanggung. Yang mewajibkan asuransi ini berdasarkan atas pertimbangan untuk melindungi golongan lemah dan bahaya yang mungkin akan menimpanya. Disamping itu juga ada tujuan lain, yakni mengumpulkan sejumlah uang premi yang dapat digunakan oleh pemerintah untuk keperluan lain yang dianggap lebih penting.

Kedua, apabila ditilik dari sudut badan usaha yang menyelenggarakan asuransi, maka dapat dibagi menjadi dua, yakni :

- Asuransi Premi
- Asuransi Saling Menanggung

Asuransi premi adalah bentuk asuransi biasa. Dalam asuransi ini terdapat suatu perusahaan asuransi di satu pihak yang mengadakan persetujuan asuransi dengan masing-masing pihak tertanggung secara sendiri-sendiri, dimana diantara tertanggung tidak ada hubungan hukum satu sama lain. Kebalikannya, di dalam asuransi saling menanggung ada suatu persetujuan dari semua para pihak tertanggung selaku anggota. Mereka tidak membayar premi, melainkan membayar semacam iuran kepada pengurus dan perkumpulan. Dan juga selaku anggota perkumpulan, mereka akan menerima pembayaran apabila memenuhi syarat, yang tergantung pada peristiwa yang semula belum dapat ditentukan akan terjadi. (Hartono, 2001)

Dalam Pasal 247 KUHP disebutkan bahwa, *“pertanggungan itu antara lain dapat mengenai bahaya kebakaran, bahaya yang mengancam hasil-hasil pertanian yang belum dipanen, jiwa satu atau beberapa orang, bahaya laut dan bahaya perbudakan, yang mengancam pengangkutan di daratan, di sungai dan perairan darat”*.

Asuransi dapat digolongkan sebagai berikut (Hartono, 2001):

○ Asuransi Harta

- a. Asuransi kebakaran (*Fire Insurance*)
- b. Asuransi pengangkutan (*Marine Insurance*)
- c. Asuransi penerbangan

d. Asuransi kecelakaan (*Accident Insurance*)

(1) Pencurian

(2) Asuransi kredit

(3) Kendaraan bermotor

○ Asuransi Tanggung Gugat (*Liability Insurance*)

Dapat terjadi pada asuransi pengangkutan, asuransi kebakaran, kendaraan bermotor dan asuransi penerbangan

○ Asuransi Jiwa (*Life Insurance*)

a. Asuransi kecelakaan diri

b. Asuransi jiwa biasa yang meliputi asuransi berjangka (*Term Insurance*), asuransi seumur hidup (*Whole Life*), dan asuransi dana pensiun (*Endowment Annuity*).

c. Anuitas (*Annuity*)

d. Asuransi Industri (*Mutual Insurance*)

2.4.3. Fungsi dan Manfaat Asuransi

Tujuan asuransi pada pokoknya adalah mengalihkan resiko yang ditimbulkan oleh peristiwa-peristiwa yang tidak diharapkan kepada orang lain

yang bersedia mengambil risiko itu dengan mengganti kerugian yang dideritanya.

Pihak yang bersedia menerima risiko itu disebut penanggung (*insurer*).

Sebagai perusahaan, pihak penanggung bagaimanapun lebih dapat menilai besarnya risiko itu dan pada pihak tertanggung (*insured*). Berdasarkan besar kecilnya risiko yang dihadapi penanggung dan berapa besar persentase kemungkinan klaim yang akan diterimanya. Didukung oleh analisa statistik perusahaan asuransi dapat menghitung besarnya penggantian kerugian. Dan dari jumlah inilah perusahaan memintakan premi kepada pihak tertanggung.

Di luar itu, perusahaan asuransi masih memasukkan biaya operasional dan margin keuntungan untuk perusahaan. Bila biaya operasional dan margin keuntungan dari satu nasabah tertanggung sudah diperoleh, ditambah dengan perolehan bunga dan uang premi nasabah tiap bulan yang disimpan di bank, maka perusahaan asuransi tentu saja akan mendapatkan keuntungan.

Memang diakui masih ada kemungkinan dalam prakteknya perhitungan teliti itu meleset. Dalam arti, masih ada bahaya besar bagi perusahaan asuransi bila menanggung sendiri. Tapi kemungkirian itu sangat kecil, kalau tidak bisa disebut tidak ada sama sekali. Disamping itu, perusahaan bisa berupaya agar resiko itu ditanggung pula oleh pihak lain. Inilah yang dinamakan reasuransi.

Asuransi yaitu suatu alat sosial untuk mengurangi resiko dengan menggabungkan unit-unit *exposures* yang cukup jumlahnya untuk membuat kerugian-kerugian individual mereka secara bersama dapat dirasionalkan. Kerugian yang dapat diramalkan itu kemudian dibagi rata diantara semua mereka yang bergabung.

Ditinjau dari beberapa sudut, maka asuransi mempunyai tujuan dan teknik pemecahan yang bermacam-macam. Dari segi ekonomi, asuransi bertujuan untuk mengurangi ketidak pastian dari hasil usaha yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan atau mencapai tujuan dengan jalan mengalihkan risiko pada pihak lain dan pihak lain mengkombinasikan sejumlah risiko yang cukup besar, sehingga dapat diperkirakan dengan lebih tepat besarnya kemungkinan terjadinya kerugian.

Dari segi hukum asuransi memindahkan resiko yang dihadapi oleh suatu obyek atau suatu kegiatan bisnis kepada pihak lain. Tekniknya melalui pembayaran premi oleh tertanggung kepada penanggung dalam kontrak ganti rugi (polis asuransi), maka risiko beralih kepada penanggung.

Dari segi tata niaga, asuransi membagi resiko yang dihadapi kepada semua peserta program asuransi. Memindahkan resiko dari individu / perusahaan ke lembaga keuangan yang bergerak dalam pengelolaan resiko

(perusahaan asuransi), yang akan membagi resiko tersebut kepada seluruh peserta asuransi yang ditanganinya.

Sedangkan ditilik dari sudut kemasyarakatan, asuransi adalah program yang menanggung kerugian secara bersama-sama antar semua peserta program asuransi semua anggota kelompok (kelompok anggota) program asuransi memberikan kontribusinya (berupa premi) untuk menyantuni kerugian yang diderita oleh seorang / beberapa orang anggotanya.

Asuransi juga dapat ditinjau manfaatnya dari segi matematis, yaitu untuk meramalkan besarnya kemungkinan terjadinya resiko dan hasil ramalan itu dipakai sebagai dasar untuk membagi resiko kepada semua peserta (sekelompok peserta) program asuransi menghitung besarnya kemungkinan berdasarkan teori kemungkinan ("*Probability Theory*"), yang dilakukan oleh aktuaris maupun oleh *underwriter*.

Dari sudut pandang orang yang ditanggung, asuransi adalah suatu alat yang memungkinkannya untuk menukar (*subtitude*) biaya kecil tertentu (premi) dengan kerugian besar yang belum tentu terjadi di bawah suatu perjanjian dimana mereka (yang banyak) yang beruntung lolos dari kerugian akan membantu mereka (yang sedikit) yang tidak beruntung dengan mengganti kerugian yang mereka derita itu.

Dengan demikian secara garis besar asuransi bermanfaat untuk :

- a. Rasa aman dan perlindungan
- b. Pendistribusian biaya dan manfaat yang lebih adil
- c. Polis asuransi dapat dijadikan jaminan kredit
- d. Sebagai tabungan dan sumber pendapatan
- e. Alat penyebaran resiko
- f. Membantu meningkatkan kegiatan usaha

2.4.4. Prinsip-Prinsip Asuransi

Ada beberapa prinsip dalam asuransi, yaitu : (Prakoso, 2004)

1. Insurable Interest

Pada prinsipnya merupakan hak suatu hukum untuk mempertanggung jawabkan suatu resiko yang berkaitan dengan keuangan yang diakui sah secara hukum antara tertanggung dengan sesuatu yang dipertanggungkan.

Unsur-unsur :

- a. harus berupa suatu harta, hak, kepentingan, jiwa atau tanggung gugat
- b. keadaan diatas harus merupakan sesuatu yang dapat dipertanggungkan
- c. harus ada hubungan hukum antara

2. *Utmost good faith*

Terjemahan bebas dari *utmost good faith* adalah itikad baik, maksudnya, dalam penetapan suatu kontrak atau persetujuan harus dilakukan dengan itikad baik. Tertanggung dan penanggung harus melakukan dengan itikad baik. Tertanggung dan penanggung tidak boleh menyembunyikan sesuatu fakta yang dapat menyebabkan kerugian bagi pihak lain. Prinsip itikad baik ini sebenarnya berlaku umum pada setiap perjanjian atau persetujuan. Dengan adanya prinsip *utmost good faith* ini, maka masing-masing pihak diwajibkan memberikan informasi baik materiil maupun immateriil yang dapat mempengaruhi keputusan persetujuan suatu perjanjian atau kontrak asuransi. Seseorang berkewajiban memberitahukan sejelas-jelasnya dan teliti mengenai segala fakta-fakta penting yang berkaitan dengan obyek yang diasuransikan. Prinsip ini pun berlaku bagi perusahaan asuransi, yaitu menjelaskan resiko-resiko yang dijamin maupun yang dikecualikan, segala persyaratan dan kondisi pertanggungan secara jelas serta teliti. Prinsip ini menjadi sangat penting karena :

- a. Secara umum tertanggung mengetahui lebih lengkap objek yang akan diasuransikan dibandingkan dengan penanggung
- b. Perhitungan besarnya premi sangat dipengaruhi oleh beban resiko. Kewajiban memberikan informasi dan fakta oleh kedua belah pihak penanggung dan tertanggung di sebut *duty of disclosure*.

Unsur-unsur yang merupakan pelanggaran terhadap prinsip *utmost food faith* (itikad baik) :

- a. *Non Disclosure* : Unsur ini pada dasarnya mengemukakan bahwa itikad tidak diungkapkannya suatu informasi / fakta karena tidak mengetahui atau karena dianggapnya fakta tersebut tidak diperlukan atau penting merupakan pelanggaran atas prinsip *utmost good faith*.
- b. *Concealment* : Kesengajaan tidak mengungkapkan atau menginformasikan suatu fakta yang materiil dengan maksud untuk menyembunyikannya.
- c. *Fraudulent misrepresentation* : Kesengajaan memberi gambaran yang tidak sebenarnya atas suatu fakta yang materiil.
- d. *Innocent misrepresentation* : Ketidak sengaja memberi gambaran atau keterangan yang salah tentang fakta materiil

3. *Indemnity*

Indemnity berarti mengembalikan posisi finansial tertanggung setelah terjadi kerugian seperti pada posisi sebelum terjadi kerugian tersebut. Dengan demikian *indemnity* ini merupakan prinsip ganti rugi oleh penanggung terhadap tertanggung. Prinsip ini tidak berlaku bagi kontrak asuransi jiwa atau asuransi kecelakaan karena prinsip *indemnity* ini berkaitan dengan penggantian kerugian yang bersifat finansial yang dialami tertanggung oleh karena itu *indemnity* dapat diartikan sebagai suatu mekanisme dimana penanggung memberikan ganti rugi

atau kompensasi finansial kepada tertanggung yang dimaksudkan untuk mengembalikan posisi finansial tertanggung sama seperti sebelum terjadinya kerugian. Dalam pengertian prinsip ini tertanggung tidak dibenarkan memperoleh

ganti rugi melebihi kepentingan tertanggung terhadap obyek yang dipertanggungkan tersebut.

Cara pelaksanaan *indemnity* :

- a. Pembayaran tunai
- b. Penggantian
- c. Perbaikan
- d. Pembangunan kembali

4. Proximate Cause

Proximate Cause adalah suatu sebab aktif efisien yang mengakibatkan terjadinya suatu peristiwa secara berantai atau beraturan tanpa intervensi suatu kekuatan lain, diawali dan bekerja dengan aktif dari suatu sumber baru dan independen.

Seperti diketahui, kontrol asuransi yang dinyatakan dalam polis hanya menanggung resiko tertentu saja. Dan polis pada umumnya menyebutkan beberapa persyaratan yang mengandung pengecualian mengenai resiko yang tidak ditanggung. Dalam kaitan itulah asuransi harus memahami betul hubungan antara resiko yang merupakan bagian yang dijamin oleh polis dengan prinsip *Proximate Cause*.

5. Subrogasi dan Kontribusi

Subrogasi atau *subrogation* pada prinsipnya merupakan hak penanggung yang tidak memberikan ganti rugi kepada tertanggung untuk menuntut pihak lain yang mengakibatkan kepentingan asuransinya mengalami suatu peristiwa kerugian.

Prinsip subrogasi diatur dalam pasal 284 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD), yang berbunyi:

"Apabila seorang penanggung telah membayar ganti rugi sepenuhnya kepada tertanggung, maka penanggung akan menggantikan kedudukan tertanggung dalam segala hal untuk menuntut pihak ketiga yang telah menimbulkan kerugian pada tertanggung"

Dengan kata lain, apabila seseorang nasabah mengalami kerugian akibat kelalaian atau kesalahan pihak ketiga, maka perusahaan, setelah memberikan ganti rugi kepada seseorang tersebut, akan menggantikan kedudukan nasabah dalam mengajukan tuntutan kepada pihak ketiga tersebut.

Prinsip kontribusi merupakan salah satu akibat wajar dari prinsip *indemnity*. Prinsip kontribusi pada dasarnya adalah suatu prinsip dimana penanggung berhak mengajak penanggung lain yang memiliki kepentingan yang sama untuk ikut bersama membayar ganti rugi kepada seorang tertanggung meskipun jumlah tanggungan masing-masing penanggung belum tentu sama besar. Hal tersebut dapat terjadi apabila tertanggung dalam waktu bersamaan mempertanggungkan suatu benda atas suatu resiko yang sama kepada beberapa

penanggung. Dalam kondisi tersebut apabila terjadi klaim maka masing-masing pengganggu harus membayar ganti rugi secara proporsional dengan jumlah yang ditanggungnya.

