

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri asuransi Indonesia masih menunjukkan pertumbuhan meski tak bisa lepas dari imbas krisis global. Hal ini ditandai dengan tumbuhnya premi reasuransi sebesar 26,48 persen, premi asuransi umum tumbuh 21,88 persen dan premi asuransi jiwa tumbuh 4,49 persen. Dari sisi laba, meskipun asuransi jiwa dan reasuransi mencatatkan penurunan dibandingkan tahun 2007, namun seluruh sektor asuransi masih mencatatkan laba. Reasuransi mencatatkan laba Rp 75,19 miliar atau turun 15,47 persen dibandingkan tahun 2007, asuransi jiwa membukukan laba Rp 1,14 triliun atau turun 60,36 persen dibandingkan dengan tahun 2007 dan asuransi umum labanya meningkat 8,42 persen dibanding tahun 2007 menjadi Rp 2,13 triliun. Berdasarkan kinerja keuangan tahun 2008 menurut Lembaga Riset Media Asuransi (LRMA)

http://www.facebook.com/pages/Himpunan-Ahli-Pialang-Asuransi-Reasuransi-Indonesia-HAPSI/77471147498?v=app_2347471856

Belum banyak memang yang mengetahui tentang profesi *broker* asuransi saat ini. Bahkan tak jarang banyak pula yang salah persepsi bahwa tertanggunglah yang harus membayar biaya *broker*. Atau kekhawatiran bahwa premi yang harus dibayar tertanggung nanti akan jauh lebih tinggi jika berasuransi lewat *broker* asuransi. "Padahal masyarakat pengguna jasa asuransi tidak perlu memberikan *fee* (bayaran) kepada jasa *broker* asuransi," ujar Ketua Umum Asosiasi *Broker* Asuransi dan Reasuransi Indonesia, Kapler Arifin Marpaung kepada SH, Minggu (12/1). *Broker* asuransi bukan hanya menjadi penghubung antara tertanggung dengan perusahaan asuransi, tetapi sekaligus memberi jasa konsultasi bagi calon tertanggung. Sebab bisa saja calon tertanggung masih kebingungan memilih

perusahaan asuransi yang tepat sesuai profil resikonya, apalagi industri asuransi kini makin kompetitif dengan jumlah perusahaan asuransi yang kian bertambah banyak.

Broker asuransi inilah yang akan memilhkan perusahaan asuransi yang aman bagi tertanggung. Tertanggung akan mendapatkan konsultasi perasuransian, produk asuransi yang kompetitif dan premi yang wajar," kata Kapler Arifin. Bukan hanya itu saja, *broker* asuransi jugalah yang akan mengurus penyelesaian ganti rugi (klaim) apabila di kemudian hari terjadi klaim pembayaran ganti rugi. Jadi tertanggung tidak perlu repot mengurus sendiri. Lagi-lagi, mereka tidak akan memungut biaya sepeser pun kepada tertanggung. Jelas ini sangat membantu, karena acapkali tertanggung kesulitan mengurus klaim asuransi. Lantas dari mana perusahaan *broker* asuransi mendapatkan bayaran?

Menurut Kapler, pendapatan *broker* berasal dari perusahaan asuransi yang telah dipilih tertanggung, tentu saja atas nasihat *broker*. Fungsi *broker* tak ubahnya sebagai tenaga pemasaran bagi perusahaan asuransi, sehingga komponen biaya pemasaran, survei dan administrasi yang terdapat dalam premi menjadi bagian *broker*.

Perusahaan asuransi jiwa maupun umum dikelompokkan ke dalam empat kelas berdasarkan ekuitasnya (modal sendiri) yakni perusahaan dengan modal sendiri Rp 250 miliar ke atas, modal sendiri Rp 100 miliar sampau Rp 250 miliar, modal sendiri Rp 50 miliar sampai Rp 100 miliar dan perusahaan asuransi dengan modal sendiri kurang dari Rp 50 miliar. Hasilnya ada 26 perusahaan yang masuk ketagori *Best Insurance* 2009 yakni 11 perusahaan asuransi jiwa, 12 perusahaan asuransi umum dan 3 perusahaan reasuransi. Sedangkan yang masuk kategori *Good Insurance* 2009 ada 20 perusahaan yakni 7 perusahaan asuransi jiwa, 9 perusahaan asuransi umum dan 1 perusahaan reasuransi. <http://detiker.com/financial-news/insurance/broker-asuransi-menawarkan-kemudahan-bagi-tertanggung.html>

Menghadapi kondisi perekonomian yang terus menerus berubah dan perkembangan teknologi yang pesat, maka setiap perusahaan akan lebih dituntut untuk mampu

meningkatkan kinerja perusahaannya dengan baik supaya dapat terus bersaing dengan kompetitif di pasar internasional. Selain itu perusahaan juga harus dapat memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini bertujuan untuk mengenal karakter konsumen yang berbeda-beda sehingga perusahaan dapat menghadirkan produk yang tepat dan dapat diterima oleh konsumennya. Dengan melakukan langkah-langkah tersebut perusahaan akan memperoleh reputasi yang baik dari *stakeholders* sehingga mempermudah akses untuk proyek-proyek selanjutnya. Perusahaan juga harus mempertimbangkan perbedaan budaya, *regulasi*, dan peraturan, seperti perpajakan, hak kepemilikan, tata cara periklanan, tanggung jawab sosial kepada publik, hingga aturan *local content*. Untuk memenangkan persaingan ini, kinerja perusahaan haruslah mencerminkan peningkatan dari periode yang satu, ke periode yang selanjutnya. Kinerja perusahaan dapat diukur dalam 2 aspek, yaitu aspek keuangan dan aspek non keuangan. Aspek keuangan dapat diukur melalui besar *ROI*, tingkat penjualan, dan pendapatan. Sedangkan aspek non keuangan dapat diukur dari perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal, dan perspektif pertumbuhan dan pembelajaran.

Pada kenyataannya, sebagian besar perusahaan ini lebih memfokuskan pada aspek keuangan saja yang di ukur secara berkala dimana indikator-indikator yang terpenting adalah biaya-biaya yang dikeluarkan. Tapi di tengah persaingan yang semakin kompetitif ini, pengukuran kinerja secara *financial* saja tidaklah cukup untuk mencerminkan kinerja perusahaan sesungguhnya. Dikarenakan pengukuran secara *financial* lebih berorientasi kepada manajemen operasional dan kurang mengarah kepada manajemen strategis. Bisa dikatakan juga bahwa kebanyakan perusahaan hanya berfokus pada *asset* yang bisa di ukur saja untuk mengukur kinerja perusahaan dan kurang memperhatikan *asset* yang tidak dapat diukur seperti sumber daya manusianya. Mayoritas perusahaan tidak percaya bahwa sumber daya manusia dapat memberi kontribusi sebagai *strategic asset* untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Sekarang sudah banyak para professional sumber daya manusia menciptakan alat ukur baru yang dapat digunakan untuk membuktikan kontribusi sumber daya manusia. *Human Resource Scorecard* menjadi alternatif yang akan mencoba mengukur kontribusi departemen sumber daya manusia dengan mengkaitkan antara orang – strategi – kinerja untuk menghasilkan perusahaan yang baik, dan juga menjabarkan misi, visi, dan strategi, menjadi aksi *HR* yang dapat diukur kontribusinya. Keduanya menggambarkan hubungan sebab dan akibat, yang intinya adalah ingin menggambarkan manusia dengan segala potensinya, dan disisi lain ada kontribusi yang bisa diberikan dalam pencapaian sasaran perusahaan. Alat ukur ini akan dimulai dengan membuat proses 7 langkah tentang pengaruh *HR Strategic* dan *Strategy Map*, yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja perusahaan secara keseluruhan.

PT. Mitra Dhana Athmaraksa bergerak dibidang *broker* asuransi dimana PT. Mitra Dhana Athmaraksa saat ini sudah memiliki 35 daftar nasabah, termasuk departemen luar negeri di dalamnya. Selain itu pula PT. Mitra Dhana Athmaraksa juga memiliki daftar rekanan asuransi sebnayak 37 asuransi. PT. Mitra Dhana Athmaraksa memiliki *core* bisnis yaitu pada asuransi *general*. Tetapi kenyataanya justru asuransi TKI lah yang menjadi *profit centre* dari PT. Mitra Dhana Athmaraksa dan *general* asuransi mengalami stagnasi karena ketatnya persaingan dalam industri ini, sedangkan proyek TKI ini bisa bersifat temporer tergantung dari kebijakan pemerintah. Bila tidak ditopang oleh *holding company* kemungkinan PT. Mitra Dhana Athmaraksa akan mengalami *collapse*. Mengingat kondisi persaingan semakin ketat dalam industri ini, maka setiap industri *broker* asuransi dituntut untuk selalu kreatif dan yang terpenting adalah mampu mengelola sumber daya manusia disegala bidang dengan baik supaya dapat terus bersaing dengan kompetitif diantara para pelaku bisnis. Tetapi perusahaan selama ini tidak memperhatikan seberapa besar kontribusi departemen sumber daya manusia yang memiliki fungsi strategis bagi perusahaan oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian dengan menggunakan metode *Human Resource Scorecard* sebagai

tolak ukur untuk mengetahui seberapa besar kontribusi departemen sumber daya manusia dalam perusahaan. Penelitian ini diharapkan akan membantu PT. Mitra Dhana Athmaraksa untuk mengetahui kontribusi departemen sumber daya manusia dan dapat meningkatkan kontribusinya dalam pencapaian tujuan strategis perusahaan.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Bagaimanakah Kontribusi Departemen Sumber Daya Manusia pada PT. Mitra Dhana Athmaraksa dengan Metode *Human Resource Scorecard*?

1.3 Tujuan penelitian

1. Mengetahui Kontribusi Departemen Sumber Daya Manusia pada PT. Mitra Dhana Athmaraksa dengan Metode *Human Resource Scorecard*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat – manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi PT. Mitra Dhana Athmaraksa

Agar PT. Mitra Dhana Athmaraksa dapat mengetahui bagaimana kontribusi departemen sumber daya manusianya sebagai dasar pengelolaan sumber daya manusia. Hal ini dapat menjadi masukan yang positif guna membantu dalam menyusun strategi untuk mencapai tujuan perusahaan.

2. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini akan semakin menambah wawasan penulis dalam hal mengelola sumber daya manusia yang potensial berdasarkan hasil dari metode *Human Resource Scorecard*.

3. Bagi Mahasiswa Universitas Bina Nusantara

Hasil karya ilmiah ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi mahasiswa Universitas Bina Nusantara pada umumnya dan bidang manajemen entrepreneurship pada khususnya untuk menambah pengetahuan mengenai *Human Resource Scorecard*.