

**ANALISIS PENGUKURAN KINERJA KEUANGAN DAN NON
KEUANGAN PADA PERUSAHAAN AXA FINANCIAL**

SKRIPSI



Oleh

Nailur Rahmah

NIM: 15520106

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2019**

**ANALISIS PENGUKURAN KINERJA KEUANGAN DAN NON
KEUANGAN PADA PERUSAHAAN AXA FINANCIAL**

SKRIPSI

Diajukan Kepada :
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)



Oleh

Nailur Rahmah

NIM: 15520106

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGUKURAN KINERJA KEUANGAN DAN NON
KEUANGAN PADA PERUSAHAAN AXA FINANCIAL**

SKRIPSI

Oleh

**NAILUR RAHMAH
NIM : 15520106**

Telah disetujui pada tanggal 20 Mei 2019
Dosen Pembimbing,



Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA.
NIP. 19770702 200604 2 001

Mengetahui :
Ketua Jurusan,



Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., MSi., Ak., CA.
NIP. 19720322 200801 2 005

LEMBAR PENGESAHAN
ANALISIS PENGUKURAN KINERJA KEUANGAN DAN NON KEUANGAN
PADA PERUSAHAAN AXA FINANCIAL

SKRIPSI

Oleh

NAILUR RAHMAH

NIM: 15520106

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Dan Dinyatakan Sebagai Salah Satu
Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun)

Pada 17 Juni 2019

Susunan Dewan Penguji

1. Ketua
Hj. Yuliati, S.sos., MSA.
NIDT.19730703 20180201 2 184

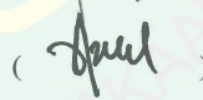
Tanda Tangan

()

2. Dosen Pembimbing/Sekretaris
Hj. Meldona, SE., MM., AK., CA.
NIP. 19770702 200604 2 001

()

3. Penguji Utama
Hj. Ulfi Kartika Oktaviana
NIP. 19761019 200801 2 011

()

Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,



Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., Msi., Ak., CA.

NIP. 19720322 200802 2 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nailur Rahmah
NIM : 15520106
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

**ANALISIS PENGUKURAN KINERJA KEUANGAN DAN NON KEUANGAN
PADA PERUSAHAAN AXA FINANCIAL**

adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 20 Juni 2019

Hormat saya,



Nailur Rahmah
Nailur Rahmah

NIM: 15520106

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Segala puji bagi Allah yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya
serta sholawat yang terus saya lantunkan
selama berlangsungnya kegiatan pengerjaan skripsi ini.*

*Skripsi ini saya persembahkan teruntuk keluarga saya, khususnya kedua orang tua saya
yang telah memberikan banyak dukungan materi serta doa, yaitu
bapak Akhmad Abdul Hadi serta ibu Durrotun Nafiah.
Serta dapat menjadi contoh tauladan bagi tiga adik saya, yaitu
Isnayniyatun Nurul Hidayah, Imroatus Solihah, dan Hoirun Nisa.*

MOTTO

Bukan semua manusia itu tidak mampu, tapi terkadang apa yang menjadi pijakan hidupnya berbeda dari yang lain. Sehingga, apa yang ia pelajari juga berbeda.

(PENULIS)

Walau terasa berat, tapi hidup harus tetap berjalan. Melangkah dengan keberanian tanpa memandang siapa yang berada disampingmu. Hanya pandanglah Ia (Allah) yang tak pernah meninggalkanmu.

(PENULIS)

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ ۖ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا ۚ فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ لِيَسُوءُوا وُجُوهَكُمْ وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيُتَبِّرُوا مَا عَلَوْا تَتَبِيرًا

“Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri dan anahila datang saat hukuman bagi (kejahatan) yang kedua (Kami datangkan orang-orang lain) untuk menyuramkan muka-muka kamu dan mereka masuk ke dalam mesjid sebagaimana musuh-musuhmu memasukinya pada kali pertama dan untuk membinasakan sehabis-habisnya apa saja yang mereka kuasai.” (Al-Isra’ ayat 7)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh Total Aset, Klasifikasi Industri, Laba Rugi Operasi, Opini Audit, Ukuran Kantor Akuntan, Dan Besarnya *Audit Fee* Terhadap Audit Delay”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr.Abd Haris, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Nanik Wahyuni, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Hj. Meldona, SE.,MM., Ak., CA. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi

5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Kedua orang tua saya, bapak Akhmad Abdul Hadi dan ibu Durrotun nafiah.
7. Ketiga adik saya, Isnayni yatun Nurul Hidayah, Imroatus Solihah, dan Hoirun Nisa.
8. Seluruh keluarga yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan secara moril dan spirituil.
9. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Robbal 'Alamin...

Malang, 20 Juni 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis	15
2.2.1 Pengertian asuransi	15
2.2.2 Manfaat asuransi	15
2.2.3 Produk asuransi	16
2.2.4 Pro dan kontra asuransi	17
2.2.5 Pengertian kinerja	18
2.2.6 Pengertian kinerja keuangan	18
2.2.7 Manfaat penilaian kinerja keuangan	19
2.2.8 Kriteria kinerja	19
2.2.9 Pengertian analisis laporan keuangan	20
2.2.10 Metode analisis laporan keuangan	21
2.2.11 Pengukuran kinerja keuangan	21
2.2.12 Analisis rasio keuangan	22
2.2.13 Pengertian kinerja non keuangan	24
2.2.14 Pengukuran kinerja non keuangan	25
2.2.15 Pengertian analisis SWOT	26
2.2.16 Faktor-faktor strategi dalam SWOT	26
2.2.17 Strategi Analisis SWOT	27
2.2.18 Fungsi analisis SWOT	30
2.2.19 Manfaat analisis SWOT	30

2.2.20 Tujuan analisis SWOT	30
2.2.21 Persepektif Islam	31
2.3 Kerangka Pemikiran	41
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan penelitian	44
3.2 Lokasi penelitian	45
3.3 Populasi dan sample	45
3.4 Data dan jenis data	45
3.5 Teknik pengumpulan data	46
3.6 Teknik analisis data	47
BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN	
4.1 Latar Belakang Perusahaan	49
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	50
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	51
4.1.3 Strategi Perusahaan AXA Financial	54
4.1.4 Ruang Lingkup Kegiatan	55
4.2 Paparan Data	56
4.2.1 Kinerja Keuangan AXA Financial	56
4.2.2 Kinerja Non Keuangan AXA Financial	63
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	70
4.3.1 Analisis Rasio	71
4.3.2 Strategi SWOT.....	75
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Award Kategori Asuransi Jiwa.....	4
Tabel 2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2.2 Matriks SWOT Kearns	29
Tabel 4.1 Ringkasan Hasil Analisis Rasio Keuangan	71
Tabel 4.2 Matriks IFAS AXA Financial	80
Tabel 4.3 Matriks IFAS AXA Financial.....	82
Tabel 4.4 Matriks EFAS AXA Financial	86
Tabel 4.5 Matriks EFAS AXA Financial.....	88
Tabel 4.6 Matriks Strategi SO	89
Tabel 4.7 Matriks Strategi ST.....	90
Tabel 4.8 Matriks Strategi WO	91
Tabel 4.9 Matriks Strategi WT.....	92
Tabel 4.6 Perhitungan Skor IFAS.....	94
Tabel 4.7 Perhitungan Skor EFAS	98
Tabel 4.8 Matriks SWOT perusahaan AXA Financial	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Asuransi di Indonesia	2
Gambar 1.2 Jumlah Aset Industri Asuransi 2011-2015	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	42
Gambar 4.1 Struktur Organisasi AXA Financial	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Laporan Keuangan AXA Financial tahun 2015-2016

Lampiran 1.2 Wawancara

Lampiran 1.3 Bukti Konsultasi



ABSTRAK

Nailur Rahmah. 2019, SKRIPSI. Judul: “Analisis Pengukuran Kinerja Keuangan Dan Non Keuangan Pada Perusahaan AXA Financial.

Pembimbing : Hj. Meldona, Se., MM., Ak., CA.

Kata Kunci : Kinerja Keuangan, Kinerja Non Keuangan.

Beberapa dekade terakhir, kesadaran masyarakat tentang pentingnya asuransi telah mengalami peningkatan. Pernyataan ini dibuktikan dengan meningkatnya total asset dan investasi perusahaan asuransi, peningkatan ini dapat meminimalkan risiko *financial* nasabah. Tujuan penelitian ini adalah: untuk menjelaskan pengukuran kinerja keuangan dan non keuangan AXA Financial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dimana pengukuran dilakukan dengan menggunakan rasio keuangan dan strategi SWOT. Fokus penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan AXA Financial tahun 2015-2016 serta agen perusahaan AXA Financial. Data dikumpulkan melalui proses wawancara serta *library research*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kinerja keuangan perusahaan AXA Financial, strategi dari *Solvency Ratio* mengalami kenaikan sebesar 0,06%, *Profitability Ratio* mengalami kenaikan sebesar 0,77%, *Premium Stability Ratio* mengalami kenaikan sebesar 6%, dan *Technical Ratio* mengalami kenaikan sebesar 0,14%, yang berarti perusahaan asuransi mampu membayarkan klaim nasabah serta dapat memenuhi premi netto perusahaan dari hasil investasi yang dilaksanakan. Sedangkan, *Liquidity Ratio* mengalami penurunan sebesar 0,04% dari tahun 2015-2016, yang berarti perusahaan belum dapat memenuhi kewajiban menggunakan aset. (2) Kinerja non keuangan pada perusahaan AXA Financial, menunjukkan posisi strategi SWOT berada posisi SO (*Strength Opportunities*) atau pada kuadran 1, dengan memiliki cukup kekuatan dan peluang yang ada perusahaan AXA Financial dapat melakukan perluasan pasar dalam pemasaran produk serta dapat meraih kemajuan secara maksimal.

ABSTRACT

Nailur Rahmah. 2019, THESIS. Title: "Analysis of financial and Non financial performance measurement at AXA Financial Company.

Advisers : Hj. Meldona, Se., MM., Ak., CA.

Key words : financial performance, Non-financial performance.

In recent decades, public awareness of the importance of insurance has increased. This statement is evidenced by the increasing total assets and investments of insurance companies, this increase can minimize the financial risk of the customer. The purpose of this research is: to explain the measurement of AXA Financial's financial and non-financial performance.

The study uses a qualitative descriptive approach, where measurements are performed using financial ratios and SWOT strategies. The focus of the research is the financial report of AXA Financial Company in 2015-2016 as well as the company's agency AXA Financial. Data gathered through interview process and library research.

The results showed that: (1) The financial performance of AXA Financial, the strategy of Solvency ratio experienced an increase of 0.06%, Profitability Ratio increased by 0.77%, Premium Stability ratio experienced an increase of 6%, and Technical Ratio increased by 0.14%, which means that insurance companies are able to pay the customers' claims and can fulfill the company's premium net of investment proceeds. Meanwhile, Liquidity Ratio decreased by 0.04% from 2015-2016, which means the company has not been able to fulfill the obligation to use the asset. 2 The non-financial performance of the AXA Financial company, showing the position of the SWOT strategy is in the position of SO (Strength Opportunities) or in the 1st quadrant, by having enough strength and opportunity that the company's AXA Financial can expand the market In product marketing and can achieve maximum progress.

مجرده

نكور رحمه. 2019 الرسالة. العنوان: "تحليل قياس الأداء المالي وغير المالي في شركة اكسا المالية
 Se., MM., Ak., CA, المستشارون: الحاج ميلدونا
 الكلمات الرئيسية: الأداء المالي ، الأداء غير المالي

وفي العقود الاخيره ، ازداد الوعي العام باهميه التامين. ويتجلى هذا البيان من خلال زيادة إجمالي الأصول والاستثمارات من شركات التامين ، وهذه الزيادة يمكن ان تقلل من المخاطر المالية للعميل. والغرض من هذا البحث هو: شرح قياس الأداء المالي وغير المالي لشركة اكسا للتامين المالي وتستخدم الدراسة منهجا وصفيا نوعيا ، حيث يتم اجراء القياسات باستخدام النسب المالية واستراتيجيات اللجنة. ويركز البحث علي التقرير المالي لشركة اكسا المالية في 2015-2016 وكذلك وكالة اكسا للتامين المالي. جمع البيانات من خلال اجراء المقابلات وبحث المكتبات وأظهرت النتائج ان: (1) الأداء المالي لشركة اكسا للتامين المالي ، شهدت استراتيجية الملاءة زيادة قدرها 0.06 % ، وزادت نسبة الربحية من قبل 0.77 % ، وشهدت الاستقرار قسط زيادة قدرها 6 % ، وزادت النسبة التقنية بنسبه 0.14 % ، وهو ما يعني ان شركات التامين قادره علي دفع مطالبات العملاء ويمكن الوفاء صافي قسط الشركة من عائدات الاستثمار. وفي الوقت نفسه، انخفضت نسبه السيولة بنسبه 0.04% من 2015-2016, مما يعني ان الشركة لم تكن قادره علي الوفاء بالتزام باستخدام الأصول. 2 ان الأداء غير المالي لشركة اكسا المالية ، والذي يظهر موقف استراتيجية القوات الخاصة ، هو في موقف الفرص القوية) أو في الربع الأول ، من خلال وجود ما يكفي من القوه والفرصة التي يمكن للشركة اكسا المالية توسيع (SO السوق في تسويق المنتجات ويمكن تحقيق اقصى قدر من التقدم

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan asuransi telah dimulai sejak era sebelum masehi, saat itu asuransi hanya sebatas pengalihan risiko dalam perdagang. Asuransi ini sangat bermanfaat bagi para saudagar yang ingin mengirimkan barang dagangannya ke wilayah-wilayah yang dituju. Abad kedua dari sejarah perkembangan asuransi, yaitu pada abad pertengahan Eropa, dimana asuransi didirikan untuk mensejahterakan kehidupan para buruh. Asuransi tersebut diberi nama dengan asuransi “Perlindungan Kelompok”, dimana asuransi ini berguna untuk melindungi para buruh dari kekuasaan para pemodal (Hadijah, 2016).

Tahun 1600 akhir adalah tahun dimana, asuransi telah berkembang kenegaraan negara sekitar Eropa sampai pada Negara Amerika melalui kegiatan ekspor dan impor. Tahun 1666, London menciptakan asuransi jiwa dan kebakaran, karena pada tahun itu terjadinya peristiwa kebakaran yang menghancurkan 14 bangunan serta terserangnya wabah penyakit yang menyerang masyarakat London. Manfaat dari adanya asuransi jiwa dan kebakaran adalah untuk mengurani risiko *financial* yang dialami masyarakat London (Hadijah, 2016). Sampai zaman ini, asuransi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan ini dapat dilihat dari meningkatnya

kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan asuransi. Pernyataan ini dapat dibuktikan dengan data dari OJK (Otoritas Jasa Keuangan) dibawah ini:

Gambar 1.1
Perkembangan Asuransi di Indonesia



Sumber: OJK (Otoritas Jasa Keuangan)

Diagram di atas, menggambarkan bahwa kesadaran masyarakat Indonesia akan pentingnya berasuransi semakin mengalami peningkatan. Pada tahun 2013, data OJK terkait kesadaran berasuransi masyarakat Indonesia adalah mencapai total aset dan investasi sebesar Rp 538,45 Triliyun. Pada tahun 2014, kesadaran masyarakat naik dengan presentase sebesar 1,2% dengan total aset dan investasi sebesar Rp 648,37 Triliyun. Penyebab peningkatan akan kesadaran berasuransi masyarakat Indonesia adalah kesadaran masyarakat akan risiko *financial* yang ditanggungnya semakin besar (<https://www.cermati.com>).

Berkembangnya perusahaan asuransi di Indonesia sudah mencapai batas maksimum, sehingga perusahaan asuransi adalah salah satu perusahaan yang sangat menjanjikan. Total aset dan investasi pada perusahaan asuransi selalu mengalami

peningkatan setiap tahunnya. Pernyataan ini dapat dibuktikan dari diagram dibawah ini:

Gambar 1.2
Jumlah Aset Industri Asuransi 2011-2015



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Diagram menunjukkan bahwa, perusahaan asuransi mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2011, jumlah total aset dan investasi perusahaan asuransi adalah sebesar Rp 481,75 Triliyun dan mengalami kenaikan pada tahun 2012, sebesar 17%, dengan jumlah keseluruhan aset dan investasi sebesar Rp 584,02 Triliyun. Peningkatan ini juga dapat dilihat pada tahun-tahun sesudahnya. Sehingga dapat membuktikan bahwa perusahaan asuransi mempunyai perkembangan yang baik. Di Indonesia telah tersebar sebanyak 126 perusahaan asuransi yang telah berdiri. Sehingga persaingan diantara perusahaan-perusahaan asuransi semakin ketat karena dipicu oleh munculnya perusahaan-perusahaan asuransi baru (Pratama, 2018).

Di bawah ini dapat kita lihat beberapa perusahaan asuransi yang telah menjadi kepercayaan masyarakat untuk mengelola asetnya. Kepercayaan masyarakat ini dapat dituangkan dalam top brand award. Top brand award adalah sebuah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek terbaik pilihan konsumen (www.topbrand-award.com, 2016). Di bawah ini, dapat dilihat tabel top brand award tahun 2016 untuk perusahaan asuransi pilihan masyarakat.

Tabel 1.1
Top Brand Award Kategori Asuransi Jiwa

Perusahaan	Top Brand Index				
	2012	2013	2014	2015	2016
Prudential Life Assurance	26,90%	23,60%	24,50%	29,60%	33,10%
AJB Bumi Putera	10,80%	11,70%	10,40%	10,50%	11,10%
AXA Life Indonesia	10,50%	8,20%	8,70%	9,00%	3,70%
Allianz Life Indonesia	3,70%	4,30%	3,90%	5,40%	3,20%
Jiwasraya	8,30%	5,30%	2,40%	5,80%	5,80%
Manulife Indonesia	6,60%	3,90%	3,30%	8,00%	7,00%
Lain-lain	33,20%	43%	46,80%	31,70%	36,10%

Sumber: www.topbrand-award.com, 2016

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa AXA Indonesia berada pada peringkat ketiga, dengan presentase kenaikan setiap tahunnya sebesar 3-4%. Tabel di atas membuktikan bahwa produk AXA Financial adalah salah satu, produk yang diminati masyarakat Indonesia (www.topbrand-award.com, 2016).

AXA Financial merupakan perusahaan asuransi yang telah berdiri sejak tahun 1817 di Eropa. AXA Financial telah berdiri di Indonesia pada tahun 1988. Tujuan dari AXA Financial adalah demi membantu setiap nasabah menjalani hidup tenang yang mereka impikan serta melindungi aset dari risiko dengan pengelolaan secara

maksimal. AXA Financial telah mendapatkan kepercayaan masyarakat dengan mempunyai 102 juta nasabah yang mempercayai berbagai produknya. Tidak hanya meningkat dari segi nasabah, AXA Financial juga telah memiliki kantor cabang yang hampir tersebar di seluruh wilayah Indonesia (<https://www.cermati.com>). AXA Financial berfokus pada tiga aspek, yaitu: 1) Asuransi jiwa, 2) Asuransi umum, dan 3) Manajemen aset.

Secara garis besar, produk yang ditawarkan AXA Financial terbagi dalam tiga kategori. Kategori yang pertama adalah asuransi personal yang terdiri dari tiga macam asuransi, yaitu: asuransi kesehatan, asuransi proteksi, dan asuransi investasi. Kategori yang kedua adalah asuransi bisnis yang terdiri dari empat macam asuransi, yaitu: asuransi kesehatan, asuransi proteksi, asuransi investasi, dan asuransi umum. Kategori yang ketiga adalah asuransi umum yang terdiri dari lima kategori, yaitu: asuransi perjalanan, asuransi mobil, asuransi rumah, asuransi kecelakaan dini, dan asuransi kesehatan. Selain dari produk yang disesuaikan dalam kebutuhan nasabah, AXA Financial juga mempunyai manfaat tambahan (*rider*) yang diberikan kepada para nasabah. *Rider* yang diberikan AXA Financial dapat di *top up* secara berkala atau dapat pula di *top up* pada saat nasabah membeli produk asuransi pertama AXA Financial. Manfaat dari *rider* adalah untuk mengoptimalkan manfaat asuransi yang akan diterima nasabah ketika terjadinya risiko ([Basic Agent Training, 2017](#)).

Perkembangan perusahaan asuransi, dapat memicu daya saing tinggi antar perusahaan asuransi. Strategi-strategi yang digunakan juga harus sesuai dengan

update terbaru. Penentuan perencanaan strategi kedepannya, dapat dilakukan dengan kinerja keuangan dan non keuangan perusahaan asuransi. Analisis kinerja keuangan perusahaan asuransi berguna dalam meningkatkan pengelolaan dana perusahaan untuk pendapatan perusahaan serta untuk membayar risiko yang akan ditanggung perusahaan dari pihak tertanggung. Proses analisis ini, menggunakan analisis rasio keuangan perusahaan asuransi, yang sesuai dengan PSAK No. 28 (Fatkurrohmah, 2015). Analisis kinerja non keuangan berguna sebagai penilaian terhadap kelemahan perusahaan yang nantinya akan diubah sebagai suatu kekuatan dengan menggunakan metode SWOT. Sehingga, perusahaan AXA Financial mampu bersaing dengan para pesaing perusahaan asuransi lainnya (Muyassarah, 2010).

Kinerja adalah tingkat pencapaian dari suatu program organisasi dalam mewujudkan organisasi, pengeluaran hasil kerja organisasi, keputusan pelanggan, serta kontibusinya terhadap perkembangan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, pengukuran kinerja sangat dibutuhkan untuk mewujudkan suatu tujuan dalam sebuah perusahaan (Abdullah & Febriansyah, 2015).

Pengukuran kinerja terbagi dalam dua kategori, yaitu: pengukuran kinerja keuangan adalah pengukuran dengan cara menganalisa dan mengevaluasi laporan keuangan. Tujuannya untuk menilai pengelolaan keuangan perusahaan asuransi, apakah dapat memenuhi risiko yang ditanggung serta pendapatan yang didapatkan dengan menggunakan analisis rasio. Pengukuran kinerja non keuangan, yaitu suatu pemecahan masalah dengan menggunakan data fisik sederhana bukan data akuntansi,

yang berguna untuk mengetahui tingkat pencapaian kinerja. Tujuannya untuk mencari kelemahan sebuah perusahaan yang nantinya akan diubah menjadi sebuah kekuatan dengan menggunakan strategi SWOT. Dalam mendukung penelitian skripsi ini, perlu adanya dasar dari penelitian. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu sebagai acuan dari penelitian skripsi ini, yaitu:

Fatkurrohmah, Sukarno, Farida (2015). Hasil penelitian dahulu menunjukkan bahwa *Solvency Ratio* mengalami penurunan dari tahun 2011-2013, sehingga kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka panjang juga mengalami penurunan. *Liquidity Ratio* dan *Premium Stability* juga mengalami penurunan. Sedangkan untuk *Technical Ratio* mengalami kenaikan, yang mana tingkat cadangan dalam menghadapi kewajiban dan risiko dapat teratasi dengan baik. Nofrizal (2017). Hasil penelitian dahulu menunjukkan bahwa BPJS Ketenagakerjaan berada pada posisi tumbuh dan memiliki keunggulan bersaing yang tidak dimiliki pesaing lain. Yaitu strategi, penetapan undang-undang oleh pemerintah.

Penggunaan analisis rasio sebagai alat pengukuran bagi pengukuran kinerja keuangan adalah untuk melihat apakah perusahaan asuransi AXA Financial mampu membayar risiko yang terjadi pada nasabahnya dan pendapatan yang diterima, melihat peningkatan nasabah AXA Financial setiap tahunnya. Serta alasan penggunaan strategi SWOT sebagai alat pengukuran bagi kinerja non keuangan adalah untuk mengubah kelemahan pada AXA Financial menjadi kekuatan sehingga, mampu bersaing pada perusahaan-perusahaan asuransi lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, yang menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis pengukuran kinerja keuangan perusahaan asuransi AXA Financial?
2. Bagaimana pengukuran kinerja non keuangan perusahaan asuransi AXA Financial?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menjelaskan kinerja keuangan AXA Financial.
2. Untuk menjelaskan kinerja non keuangan AXA Financial.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat sebagai penambah wawasan mengenai segala aspek yang berhubungan dengan kinerja keuangan dan kinerja non keuangan.

2. Bagi akademis, hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan memberikan informasi perbandingan bagi peneliti lain. Serta memperkaya literatur perpustakaan mengenai kinerja keuangan dan non keuangan terhadap perusahaan asuransi.
3. Bagi AXA Financial, sebagai bahan acuan untuk bisa mengembangkan dan meningkatkan produk serta strategi kedepannya.
4. Bagi masyarakat, agar lebih mengenal dan menambah wawasan khususnya mengenai produk asuransi AXA Financial.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah sebagai upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Penelitian terdahulu membantu peneliti dalam menunjukkan orisinalitas penelitian. Dalam penelitian terdahulu diharapkan peneliti dapat mengetahui perbedaan antara penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian yang dilakukan. Serta untuk mencari kekurangan dan kelebihan antara penelitian terdahulu dan penelitian saat ini.

Tabel 2.1

Hasil –hasil Penelitian terdahulu

No	Nama, Tahun Penelitian	Variabel dan Indikator atau Fokus Penelitian	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Muyasarah (2010). Analisis SWOT Terhadap Produk Asuransi Unit Link (Studi pada PT. Asuransi Takaful	Variabel dependen: analisis SWOT. Variabel inependen: analisis produk asuransi.	Kualitatif Deskriptif dengan menggunakan teknik metode <i>non-probability sampling</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk takafulink berada pada posisi kuadran 1 (positif-positif), yang berarti keunggulan komperatif atau strategi progresif produk takafulink PT. Asuransi Takaful keluarga memiliki begitu banyak kekuatan, dan peluang yang cukup untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

	Keluarga).			
2	Ningrum (2014). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Return on Equity</i> pada Perusahaan Asuransi Umum.	Variabel dependen: <i>Return on Equity</i> Variabel independen: <i>Risk Based Capital, Investment Yield Ratio, Technical Reserves Ratio, Premium Growth Ratio.</i>	Kuantitatif Deskriptif dengan teknik pengambilan sampel yaitu <i>purposive sampling.</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian hipotesis dengan uji F menunjukkan <i>Risk Based Capital (RBC)</i> , <i>Solvency Margin Ratio (SMR)</i> , <i>Investment Yield Ratio (IYR)</i> , <i>Technical Reserves Ratio (TRR)</i> , dan <i>Premium Growth Ratio (PGR)</i> secara simultan berpengaruh terhadap <i>Return on Equity (ROE)</i> . Berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa RBC tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap ROE.
3	Puspitasari & Indriyani (2014). Analisis Strategi Bersaing pada PT. Asia Inovasi Dimensi Cipta.	Variabel dependen: strategi bersaing menggunakan matriks SWOT. Variabel independen: analisis internal dan eksternal.	Kualitatif Deskriptif dengan menggunakan teknik metode <i>non-probability sampling.</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Asia Inovasi Dimensi Cipta berada pada kuadran 1, yang artinya perusahaan berada pada posisi strategi yang baik dengan pertumbuhan pasar yang cepat dan posisi kompetitif yang kuat.
4	Fatkurrohman, Sukarno, Farida (2015). Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Asuransi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	Variabel dependen: analisis kinerja keuangan. Variabel independen: <i>Solvency and Profitability Ratio, Liquidity Ratio, Premium Solvability Ratio,</i> dan <i>Technical Ratio.</i>	Kuantitatif Deskriptif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan penelitian sensus.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan asuransi yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2011-2013, menunjukkan perusahaan asuransi cukup mampu memenuhi klaim dari para nasabahnya karena turunnya premi netto perusahaan asuransi secara drastis.
5	Nurfadila, Hidayat, Sulasmiyati (2015). Analisis Rasio	Variabel dependen: analisis kinerja keuangan berdasarkan <i>Risk Based</i>	Kuantitatif Deskriptif dengan teknik pengambilan sampel	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan kinerja keuangan perusahaan asuransi PT. Asei Reasuransi Indonesia (Persero) tahun 2011-2013 sudah sangat baik. Pernyataan tersebut ditunjukkan

	Keuangan dan <i>Risk Based Capital</i> untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Asuransi.	<i>Capital (RBC)</i> Variabel inependen: <i>Solvency Ratio</i> , Rasio Profitabilitas, Rasio Likuiditas, Rasio Stabilitas Premi, dan Rasio Teknikal.	yaitu <i>purposive sampling</i> .	bahwa PT. Asei Reasuransi Indonesia (Persero), dapat memenuhi batas normal kecuali rasio pengembalian investasi. Hal ini tercerminkan pada pengukuran analisis rasio.
6	Yanti (2015). Analisis Laporan Keuangan Departemen Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera 1912.	Variabel dependen: laporan keuangan. Variabel inependen: analisis vertikal dan analisis horizontal.	Kuantitatif Deskriptif dengan teknik pengambilan sampel yaitu <i>purposive sampling</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemenuhan kewajiban jangka panjang AJB Bumiputera 1912 departemen syariah masuk dalam kategori sehat sekali tetapi tidak begitu pada kewajiban jangka pendek yang masih belum dapat memenuhi kewajibannya. Serta perusahaan belum memaksimalkan keuntungan yang didapat.
7.	Onsu (2015). Analisis Penentuan Strategi dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing (Studi pada PT Asuransi Jiwasraya Persero).	Variabel dependen: penentuan strategi bersaing menggunakan SWOT Variabel inependen: analisis Lingkungan Ekonomi, sumber daya manusia, lingkungan makro, lingkungan politik, strategi pemasaran, lingkungan teknologi,	Kualitatif Deskriptif dengan menggunakan teknik metode <i>non-probability sampling</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) berada pada kuadran 1. Posisi ini menandakan perusahaan yang kuat dan berpeluang. Strategi yang diberikan adalah Progresif, artinya perusahaan dalam kondisi baik sehingga sangat mungkin untuk melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan, dan meraih kemajuan secara maksimal.

		lingkungan sosial-budaya		
8	Kuantari (2015). Analisis SWOT pada Produk Asuransi Mitra Maburr Plus (Studi pada AJB Bumiputera 1912).	Variabel dependen: analisis SWOT pada produk asuransi. Variabel independen: produk dan pemasaran.	Kualitatif Deskriptif dengan menggunakan teknik metode <i>non-probability sampling</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat keberhasilan penetapan strategi pemasaran Mitra Maburr Plus pada AJB Bumiputera 1912 cukup signifikan. Hal ini karena terjadinya peningkatan dan penurunan peserta produk mitra maburr plus dari tahun 2013-2014. Strategi pemasarannya dalam memasarkan produk menggunakan strategi kumpulan atau dapat disebut dengan ASKOLIN (Asuransi Kolektif Individu).
9	Dewi (2016). Pengaruh Rasio Perubahan surplus, Rasio Beban Klaim, Rasio Likuiditas, Rasio Pertumbuhan Premi, Ukuran Perusahaan dan <i>Risk Based Capital</i> Terhadap Kemungkinan <i>Financial Distress</i> .	Variabel dependen: <i>Risk Based Capital</i> . Variabel independen: rasio perubahan surplus, rasio beban klaim, rasio likuiditas, dan rasio pertumbuhan premi.	Kuantitatif Deskriptif dengan teknik pengambilan sampel yaitu <i>purposive sampling</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel rasio beban klaim, variabel rasio likuiditas (<i>liabilities to liquid assets ratio</i>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>financial distress</i> . Variabel <i>size</i> (ukuran perusahaan) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap terjadinya <i>financial distress</i> . Sementara variabel perubahan surplus, pertumbuhan premi dan <i>risk based capital</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>financial distress</i> perusahaan asuransi.
10.	Nofrizal (2017). Strategi Tumbuh dan Bersaing di	Variabel dependen: strategi tumbuh dan bersaing Variabel	Kualitatif Deskriptif dengan menggunakan teknik	Hasil penelitian menunjukkan bahwa BPJS Ketenagakerjaan berada pada posisi tumbuh dan memiliki keunggulan bersaing yang tidak dimiliki oleh pesaing lain. Hal ini

	Industri Asuransi (Studi Kasus pada BPJS Ketenagakerjaan Pekanbaru).	insependen: matriks GE, matriks SWOT-8K, matriks TWOS, dan matriks QSPM.	metode <i>non-probability sampling</i> .	nyatakan dengan adanya keikutsertaan pemerintah dalam membuat peraturan dan undang-undang.
11	Shinta (2018). Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Asuransi Jiwa Syariah dan Konvensional berdasarkan <i>Risk Based Capital (RBC)</i> dan <i>Early Warning Sysytem (EWS)</i> .	Variabel dependen: <i>Risk Based Capital</i> dan <i>Early Warning System</i> . Variabel insependen: profitabilitas, likuiditas, tingkat stabilitas premi.	Kuantitatif Deskriptif dengan teknik pengambilan sampel yaitu <i>purposive sampling</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja keuangan, dilihat dari <i>Risk Based Capital (RBC)</i> dan <i>Solvency Margin Ratio</i> . RBC dan <i>solvency margin ratio</i> perusahaan asuransi jiwa syariah lebih baik dari pada perusahaan asuransi jiwa konvensional.

Sumber: Data diolah oleh peneliti, tahun 2019.

Persamaan dari penelitian saat ini dan sebelumnya adalah: 1) Dilihat dari pengukuran kinerja keuangan adalah metode analisis yang digunakan berdasarkan PSAK No. 28 tentang akuntansi kerugian, yaitu *solvency and profitability ratio*, *liquidity ratio*, *premium stability ratio*, dan *technical ratio*. 2) Dilihat dari pengukuran kinerja non keuangan adalah Strategi tumbuh dan bersaing dengan menggunakan metode SWOT. Perbedaan dari penelitian saat ini dan sebelumnya adalah: 1) Dilihat dari pengukuran kinerja keuangan adalah Sampel yang diambil dari penelitiannya

adalah 10 laporan keuangan perusahaan asuransi yang terdaftar di bursa efek Indonesia selama satu periode, sedangkan sampel yang diambil pada penelitian ini adalah laporan keuangan AXA Financial Tahun 2015-2016. 2) Dilihat dari kinerja non keuangan adalah Metode penelitiannya menggunakan metode lain, yaitu: matriks GE, SWOT, TWOS, dan QSPM, sedangkan metode penelitian ini hanya menggunakan satu metode, yaitu metode matriks SWOT.

2.2. Kajian Teoritis

2.2.1 Pengertian asuransi

Asuransi adalah suatu perjanjian-peruntungan, yang dimaksud adalah suatu perjanjian yang dapat menguntungkan kedua belah pihak, yaitu pihak tertanggung dan pihak perusahaan asuransi. Pihak tertanggung dapat meminimalisasi kerugian risiko yang terjadi dengan terbantunya oleh pihak perusahaan asuransi (Suhendi, 2005 *dalam* Fachruddin, 2005).

2.2.2 Manfaat asuransi

Manfaat yang akan didapat dari kegiatan asuransi adalah sebagai berikut: 1) Asuransi sebagai perlindungan terhadap investasi, 2) Asuransi sebagai sumber dana dari investasi, 3) Asuransi sebagai syarat kredit, 4) Asuransi dapat mengurangi kekhawatiran akan risiko, 5) Asuransi dapat mengurangi biaya modal, 6) Asuransi sebagai penjamin atas kestabilan perusahaan, 7) Asuransi dapat meratakan

keuntungan, 8) pelayanan yang profesional, 9) Asuransi mendorong usaha pencegahan kerugian, dan 10) Asuransi membantu pemeliharaan kesehatan.

2.2.3 Produk-produk asuransi

AXA Financial mempunyai produk perlindungan asuransi jiwa. Asuransi jiwa adalah program perlindungan atas pengalihan risiko ekonomis terhadap meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan. Kategori produk asuransi jiwa terbagi kedalam dua macam, yaitu:

2.2.3.1. Asuransi jiwa tradisional adalah produk asuransi jiwa murni, yang akan diterima ahli waris saat bertanggung meninggal dalam waktu berjalannya asuransi maupun setelah masa asuransi jatuh tempo. Polis asuransi jiwa tradisional terbagi kedalam tiga macam, yaitu asuransi berjangka (*term life*), asuransi seumur hidup (*whole life*), dan asuransi dwiguna (*endowment*).

2.2.3.2. Asuransi jiwa unit link adalah polis asuransi jiwa yang ditambahkan dengan unsur investasi (menggunakan unit), nilai yang ditawarkan atas investasi yang dilakukan bervariasi sesuai dengan nilai asset investasi. Jenis polis unit link dapat dikategorikan dalam dua macam, yaitu unit link *single premium* (premi tunggal) dan unit link *reguler premium* (premi berkala).

2.2.4 Pro dan Kontra Asuransi

Asuransi adalah suatu transaksi yang sampai saat ini masih mengandung banyak pro dan kontra dikalangan para ulama. Beberapa ulama yang meyakini bahwa asuransi konvensional adalah haram dan sebagian yang lain menghalalkan pemakaian asuransi. Di bawah ini adalah beberapa pendapat ulama yang meyakini bahwa penggunaan asuransi adalah haram serta beberapa alasan yang menjadi penguat atas apa yang telah ditetapkan mengenai asuransi.

Menurut Ibnu Abidin, ulama *madzhab* Hanafi. Beliau berpendapat bahwa asuransi adalah haram. Hal ini dikarenakan setoran peserta (premi) adalah *iltizam ma lam yazlam* (mewajibkan sesuatu yang tidak lazim atau wajib).

Sayyid Sabiq Abdullah al-Qalqii Yusuf Qardhawi dan Muhammad Bakhil al-Muth'i, menyatakan bahwa asuransi adalah haram. Pernyataan tersebut ditinjau dari beberapa alasan, yaitu: 1) Asuransi mengandung unsur *gharar*. 2) Asuransi sama dengan judi karena memiliki unsur taruhan. 3) Asuransi terkandung unsur *riba*. 4) Kehidupan manusia dijadikan sebagai bisnis. 5) Terbentuk dari harta yang *batil* karena mengandung bentuk memakan harta orang lain.

Dibawah ini, akan menjelaskan beberapa ulama yang memperbolehkan asuransi, yaitu:

Menurut Abdul Wahab Khallaf, Mustafa Ahmad Zarqa, Muhammad Yusuf Musa, dan Abdurrahman Isa mengenai asuransi adalah halal atau diperbolehkan

dengan beberapa alasan sebagai berikut: 1) Tidak ada teks dalam Al-Qur'an dan hadist yang melarang asuransi. 2) Terdapat kesepakatan atau kerelaan antara kedua belah pihak. 3) Mengandung kepentingan umum (*masalahah ummah*). 4) Asuransi termasuk akad *mudharabah*. 5) Asuransi termasuk koperasi (*syirkah ta'awunyah*). 6) Diqiyaskan sebagai analog dengan sistem pensiun.

2.2.5 Pengertian Kinerja

Kinerja merupakan gambaran dari tingkat pencapaian suatu program organisasi dalam mewujudkan tujuan organisasi, pengeluaran hasil kerja organisasi, keputusan pelanggan, serta kontribusinya terhadap perkembangan ekonomi masyarakat. Secara umum dapat dikatakan sebagai hasil pencapaian dari sebuah organisasi (Abdullah & Febriansyah, 2015).

2.2.6 Pengertian Kinerja Keuangan

Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia bahwa: pengukuran kinerja keuangan dapat dilakukan dengan cara menganalisa dan mengevaluasi laporan keuangan. Dasar untuk memprediksi atau untuk mengukur kinerja masa depan bersumber dari informasi posisi keuangan dan kinerja keuangan dimasa lalu. Beberapa akun yang harus diperhatikan sebagai hasil dari pengukuran kinerja adalah deviden, upah, pergerakan harga sekuritas dan kemampuan perusahaan untuk memenuhi komitmennya (IAI, 2009).

2.2.7 Manfaat penilaian kinerja keuangan

Proses penilaian kinerja merupakan aktivitas yang wajib dilaksanakan oleh perusahaan karena dapat memberi informasi tentang penilaian kinerja kepada manajer perusahaan atas aktivitas yang diperlukan oleh berbagai pihak. Berikut pemanfaatan kinerja keuangan, yaitu:

- 2.2.7.1. Mengelola operasi organisasi secara efektif dan efisien melalui pemotivasian karyawan secara maksimal.
- 2.2.7.2. Membantu pengambilan keputusan yang bersangkutan dengan karyawan, seperti promosi, transfer, dan pemberhentian.
- 2.2.7.3. Mengidentifikasi kebutuhan pelatih dan pengembangan karyawan serta untuk menyediakan kriteria seleksi dan evaluasi program pelatihan karyawan.
- 2.2.7.4. Menyediakan umpan balik bagi karyawan mengenai bagaimana atasan mereka menilai kinerjanya.
- 2.2.7.5. Menyediakan suatu dasar bagi distribusi penghargaan.

2.2.8 Kriteria kinerja.

Kriteria kinerja adalah sebuah proses dalam tahap engevaluasian kinerja yang dibuat oleh manajer perusahaan. Terdapat tiga ukuran yang digunakan untuk mengukur kinerja secara kuantitatif, yaitu:

2.2.8.1. Kriteria tunggal, yaitu ukuran penilaian kinerja yang hanya berfokus pada satu patokan saja. Misalnya, jumlah penjualan bagi manajer pemasaran, volume produksi bagi manajer produksi, dan sebagainya. Kelemahan yang dimiliki dari metode ini adalah pengabaian ukuran kinerja lainnya. Seperti, mutu produksi, biaya produksi, dan pemeliharaan bagi manajer produksi.

2.2.8.2. Kriteria beragam, yaitu ukuran penilaian kinerja yang berfokus pada ukuran-ukuran. Tujuan penggunaan kriteria beragam adalah agar manajer setiap divisi mengarahkan kinerjanya pada berbagai ukuran kinerja. Seperti profitabilitas, pangsa pasar, pengembangan karyawan, tanggung jawab masyarakat, dan sebagainya. Masing- masing ukuran diberi penilaian tersendiri dan terpisah.

2.2.8.3. Kriteria gabungan, yaitu ukuran penilaian kinerja dengan berfokus pada ukuran penilaian gabungan dari beberapa ukuran. Seperti, profitabilitas dan pangsa pasar untuk manajemen pemasaran.

2.2.9 Pengertian analisis laporan keuangan

Analisis laporan keuangan adalah sebuah tahapan dalam penguraian pos-pos laporan keuangan yang kemudian dapat dijadikan suatu informasi yang lebih kecil dan dapat melihat hubungan yang bersifat signifikan antara yang satu dengan yang lainnya, baik antara data kuantitatif maupun dengan data kualitatif yang bertujuan

untuk melihat kondisi keuangan yang sangat penting dalam menghasilkan keputusan yang tepat (Jumingan, 2006).

2.2.10 Metode analisis laporan keuangan

Dalam melakukan analisis laporan keuangan secara umum ada dua metode analisis yang dapat digunakan oleh para analisis keuangan, yaitu:

2.2.10.1. Analisis horizontal adalah metode ini dilakukan untuk membandingkan pos laporan keuangan dengan pos yang sama dari laporan keuangan tahun sebelumnya yang dimiliki oleh satu perusahaan yang sama. Analisis ini akan menghasilkan kenaikan atau penurunan dari pos laporan keuangan.

2.2.10.2. Analisis vertikal adalah metode analisis pos-pos laporan keuangan yang dibandingkan dengan pos lainnya dari laporan keuangan tahun yang sama. Analisis ini dapat membandingkan pos tertentu dalam laporan keuangan maupun laporan keuangan secara keseluruhan milik suatu perusahaan dengan perusahaan yang lainnya.

2.2.11 Pengukuran kinerja keuangan

Ada beberapa pengukuran kinerja keuangan yang masing-masing pengukuran memiliki manfaat yang berbeda, yaitu:

2.2.11.1. Rasio profitabilitas adalah pengukuran kinerja perusahaan yang menunjukkan hasil akhir dari beberapa kebijakan serta keputusan yang

dilakukan oleh manajemen perusahaan. Seperti: *gross profit margin*, *operating income ratio*, *operating ratio*, *net profit margin*, *return on investment (ROI)*, dan *return on equity (ROE)*.

2.2.11.2. Rasio aktivitas adalah pengukuran kinerja perusahaan dalam mengetahui seberapa besar efektivitas perusahaan menggunakan sumber-sumber dananya. Seperti: *total assets turnover*, *receivable turnover*, *average collection periode*, *inventory turnover*, *working capital turnover*.

2.2.11.3. Rasio leverage adalah pengukuran kinerja perusahaan dalam mengukur seberapa besar aset perusahaan dibiayai dengan utang. Seperti: *total debts to equity ratio*, *total debt to total assets ratio*, *long term debt to total equity ratio*, dan lain sebagainya.

2.2.11.4. Rasio likuiditas adalah pengukuran kinerja perusahaan dalam mengukur kemampuan perusahaan membayar utangnya (likuiditasnya). Seperti: *current ratio*, *cash ratio*, *quick ratio*, *working capital to total assets ratio*.

2.2.12 Analisis rasio keuangan

Rasio-rasio keuangan perusahaan asuransi yang berdasarkan pada PSAK No. 28 tentang Akuntansi Asuransi Kerugian, dapat dihitung dengan pengukuran (PSAK no.28, 1990) sebagai berikut:

2.2.12.1. *Solvency Ratio*
$$= \frac{\text{Dana Pemegang saham}}{\text{Premi Netto}}$$

Menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menanggung risiko yang ditutup.

Solvency Ratio memiliki batas normal minimal 33,3%.

$$2.2.12.2. \quad \textit{Underwriting Ratio} = \frac{\textit{Hasil Underwriting}}{\textit{Pendapatan Premi}}$$

Menunjukkan tingkat *underwriting* yang diperoleh dan untuk mengukur tingkat keuntungan dari usaha kerugian dengan cara membandingkan dengan pendapatan premi. *Underwriting Ratio* memiliki batas normal minimal 40%.

$$2.2.12.3. \quad \textit{Loss Ratio} = \frac{\textit{Klaim yang Terjadi}}{\textit{Pendapatan Premi}}$$

Menunjukkan klaim yang terjadi pada perusahaan. *Loss Ratio* memiliki batas normal maksimal 100%.

$$2.2.12.4. \quad \textit{Commission Expense Ratio} = \frac{\textit{Komisi}}{\textit{Pendapatan Premi}}$$

Menunjukkan pengukuran biaya komisi yang dikeluarkan dari bisnis perusahaan untuk memperoleh pendapatan. *Commission Expense Ratio* tidak mempunyai batas normal.

$$2.2.12.5. \quad \textit{Investment Yield Ratio} = \frac{\textit{Pendapatan Rata-rata Bersih}}{\textit{Rata-rata Investasi}}$$

Menunjukkan seberapa besar hasil yang dicapai dari investasi yang dilakukan.

Investment Yield Ratio memiliki batas normal minimal 15%.

$$2.2.12.6. \quad \textit{Liability to Liquid Asets Ratio} = \frac{\textit{Kewajiban}}{\textit{Aktiva yang Diperkenankan}}$$

Menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban dengan harta yang dimiliki. *Liability to Liquid Asets Ratio* memiliki batas normal maksimal 120%.

$$2.2.12.7. \text{ Premium Receivable to Surplus Ratio} = \frac{\text{Piutang Premi}}{\text{Surplus}}$$

Menunjukkan pengukuran tagihan premi. *Premium Receivable to Surplus Ratio* tidak memiliki batas normal.

$$2.2.12.8. \text{ Investment to Technical Reserves Ratio} = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kewajiban Teknis}}$$

Menunjukkan seberapa besar kewajiban teknis yang dibentuk perusahaan asuransi tercermin pada investasi. *Investment to Technical Reserves Ratio* tidak memiliki batas normal.

$$2.2.12.9. \text{ Net Premium Growth} = \frac{\frac{\text{Kenaikan}}{\text{Penurunan}} \text{ Premi Netto}}{\text{Premi Netto Tahun lalu}}$$

Menunjukkan kenaikan premi tahun berjalan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. *Net Premium Growth* memiliki batas normal minimal 23%.

$$2.2.12.10. \text{ Own Retention Ratio} = \frac{\text{Premi Netto}}{\text{Premi Bruto}}$$

Menunjukkan tingkat retensi perusahaan dalam menanggung risiko yang terjadi. *Own Retention Ratio* tidak memiliki batas normal.

$$2.2.12.11. \text{ Technical Reserves Ratio} = \frac{\text{Kewajiban Teknis}}{\text{Premi Netto}}$$

Menunjukkan tingkat cadangan yang diperlukan dalam menghadapi kewajiban yang timbul dari penutupan risiko. *Technical Reserves Ratio* tidak memiliki batas normal.

2.2.13 Pengertian kinerja non keuangan

Kinerja keuangan adalah sebuah informasi non *financial* yang dapat dinyatakan dalam bentuk variabel kunci (*key succes faktor*). Dalam melakukan pengukuran kinerja non keuangan, variabel kunci dikembangkan menjadi indikator kinerja untuk

unit kinerja yang bersangkutan yang nantinya akan dibandingkan dengan target kinerja atau standar kinerja untuk mengetahui tingkat pencapaian kinerja yang telah dilakukan (Mardiasmo, 2009).

2.2.14 Pengukuran kinerja non keuangan

Menurut Liam (2017) pengukuran kinerja non keuangan dapat dilihat dari faktor-faktor di bawah ini, yaitu:

- 2.2.14.1. *Innovation capital* yaitu komponen dari kinerja yang berupa suatu proses penyaluran kreativitas.
- 2.2.14.2. *Human capital* yaitu komponen kinerja yang dinilai dari sumber daya personelnnya, pengetahuan tentang pola jaringan, dan kompetensi sosial.
- 2.2.14.3. *Customer capital* yaitu pengukuran kinerja yang mengarah pada nilai material dilihat dari sector penjualan seperti: daftar pelanggan, pangsa pasar, kepuasan pelanggan, dan merek.
- 2.2.14.4. *Supplier capital* yaitu pengukuran kinerja dilihat dari sisi pembelian, semua nilai non keuangan didasarkan pada hubungan pasokan yang terintegrasi.
- 2.2.14.5. *Investor capital* yaitu pengukuran kinerja dilihat dari persepektif keuangan, nilai non material pengukuran ini dapat dilihat dari nilai modal dan kredit.

2.2.14.6. *Proses capital* yaitu pengukuran ditentukan dari efisiensi dan proses perekrutan kerja dan struktur organisasi, termasuk *high level quality control* dan komunikasi antar jaringan kerja yang baik.

2.2.14.7. *Location capital* yaitu pengukuran dari keunggulan lokasi perusahaan yang strategis dengan keterhubungan pada infrastruktur yang baik dan transportasi.

2.2.15 Pengertian analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu cara untuk menentukan sebuah strategi yang berdasarkan pada logika dengan memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), dan memaksimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*). Penggunaan analisis SWOT diharapkan akan mengetahui bagaimana posisi organisasi perusahaan AXA Financial (Rangkuti, 2008).

2.2.16 Faktor strategis dalam SWOT

Faktor-faktor strategis dalam analisis SWOT, adalah:

2.2.16.1. Faktor kekuatan adalah faktor-faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis di dalamnya. Persaingan yang terdapat dalam sebuah organisasi yang menimbulkan kepemilikan keunggulan komparatif unit usaha dipasarkan karena satuan bisnis memiliki keterampilan, produk andalan yang dapat membuatnya lebih unggul.

2.2.16.2. Faktor kelemahan adalah faktor keterbatasan atau kekurangan yang terdapat pada sebuah organisasi. Keterbatasan ini menjadi suatu penghalang bagi penampilan kinerja organisasi.

2.2.16.3. Faktor peluang adalah faktor peluang yang mempengaruhi lingkungan organisasi yang menguntungkan bagi satu-satuan bisnis.

2.2.16.4. Faktor ancaman berbanding terbalik dengan peluang, yaitu faktor ini adalah faktor yang tidak menguntungkan bagi satuan bisnis baik masa sekarang ataupun masa depan.

2.2.17 Strategi Analisis SWOT.

Berikut strategi yang muncul dari empat faktor SWOT, yaitu:

2.2.17.1. Strategi SO adalah pertemuan antara faktor kekuatan dan peluang dimana kedua faktor menghasilkan matrik *Comparative Advantage* (Keunggulan Komparatif). Suatu organisasi tidak boleh membiarkan peluang hilang begitu saja, namun sebaliknya organisasi harus memperkuat dengan berbagai perencanaan yang mampu mendukungnya. Matriks ini memberikan peluang kepada organisasi untuk berkembang lebih cepat namun tetap harus waspada terhadap perubahan yang tidak disangka sebelumnya.

2.2.17.2. Strategi ST adalah pertemuan antara kekuatan dan ancaman dari lingkungan organisasi serta hasil yang diperoleh dari penggabungan ini adalah matriks *Mobilization*, yaitu kotak interaksi. Pada hal ini organisasi harus melakukan sumber daya yang merupakan kekuatan organisasi untuk

memperlakukan ancaman dari luar atau mengubahnya menjadi sebuah peluang bagi organisasi.

2.2.17.3. Strategi WO adalah pertemuan dua faktor yaitu: faktor kelemahan dan faktor peluang yang akan menghasilkan matriks *Investment* atau *Divestment* yaitu organisasi dihadapkan pada pilihan yang kabur atau samar-samar. Pada strategi ini, peluang yang tersedia sangat meyakinkan, namun organisasi tidak memiliki kemampuan untuk melakukannya. Jika dipaksa akan merugikan organisasi.

2.2.17.4. Strategi WT adalah kotak yang paling lemah dari semua matriks karena matriks ini merupakan pertemuan antara dua sisi yang masing-masing lemah, dan karenanya keputusan yang salah akan membawa bencana bagi organisasi. Strategi yang harus diambil adalah *Damage Control* (mengendalikan kerugian) yang diderita, sehingga tidak menjadi lebih parah dari yang diperkirakan.

Rangkuman pengujian yang dilakukan dengan matriks SWOT oleh Kearns (1992), adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 2
Matriks SWOT Kearns

IFAS \ EFAS	Opportunities (O) Peluang	Threat (T) Ancaman
Strength (S) Kekuatan	Strategi SO Keunggulan komperatif	Strategi WO Mobilisasi
Weaknesses (W) Kelemahan	Strategi ST Divestasi/investasi	Strategi WT Kendali kerusakan

Sumber: Rangkuti, 2008

Strategi SO (keunggulan komperatif) adalah kemampuan organisasi berkembang lebih cepat tetapi dengan tetap mewaspadaai terhadap tantangan yang terjadi pada lingkungan perusahaan, sehingga nantinya kekuatan yang dimiliki perusahaan dapat memberikan manfaat atau tidak pada perusahaan. Strategi WO (mobilisasi) adalah kemampuan perusahaan dalam mengubah ancaman dari luar menjadi sebuah peluang yang berguna bagi perusahaan dengan bantuan sumber daya perusahaan. Strategi ST (divestasi atau investasi) adalah kemampuan yang tidak dapat untuk dilaksanakan, jika perusahaan ingin melaksanakan maka akan menggunakan biaya banyak dalam proses pengerjaannya. Strategi WT (kendali kerusakan) adalah strategi yang paling lemah yang akan membawa bencana bagi perusahaan. Strategi yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah *Damage Control* (mengendalikan kerugian) (Rahmaniar, 2011).

2.2.18 Fungsi analisis SWOT

Analisis SWOT dikenal sebagai penyusun *corporate plan*, yaitu perencanaan dtrategi yang berfokus pada apakah sebuah organisasi mempunyai sumberdaya dan kapabilitas yang memadai untuk menjalankan misinya dan mewujudkan visinya. Dimana faktor kekuatan yang dimiliki organisasi dapat membantu organisasi dalam perencanaan kedepannya.

2.2.19 Manfaat analisis SWOT

Analisis SWOT bermanfaat apabila telah jelas ditentukan dalam bisnis apakah perusahaan akan beroperasi serta arah yang akan diambil perusahaan menuju kemasadepan yang digunakan untuk menilai tingkat keberhasilan manajemen perusahaan dalam menjalankan visi dan misinya.

2.2.20 Tujuan analisis SWOT

Tujuan dari analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi kelemahan organisasi dan mengubah kelemahan organisasi menjadi kekuatan, dan berusaha menghilangkan ancaman untuk dijadikan suatu peluang. Proses identifikasi terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi dilakukan melalui pengamatan terhadap lingkungan internal dan eksternal organisasi dalam menetapkan sasaran dan merumuskan strategi organisasi yang realistik untuk mewujudkan visi dan misinya.

2.2.21 Persepektif Islam

Berikut adalah beberapa pandangan dalam agama islam mengenai tema pembahasan judulpeneliti. Pembahasan pertama mengenai pandangan islam tentang asuransi.

2.2.21.1 Asuransi dalam Persepektif Islam

Asuransi dalam persepektif islam hanya mengenal asuransi yang berbasis syariah, seperti dalam ayat dibawah ini:

الَّذِينَ صَبَرُوا وَعَلَىٰ رَبِّهِمْ يَتَوَكَّلُونَ

“(yaitu) yang bersabar dan bertawakkal kepada Tuhannya” (Al-Ankabut ayat 59)

Tafsir: Surat Al- Ankabut ayat 59 menjelaskan bahwasannya orang-orang yang bersabar dalam ayat ini adalah orang-orang yang mengalami perlakuan menyakitkan dari pihak kaum musyrikin, serta orang-orang yang bertawakkal dalam ayat ini adalah orang-orang yang rela meninggalkan tanah kelahiran demi membela agama karena mereka menyadari bahwa rezeki datangnya dari Allah SWT (<https://tafsirq.com>).

Ayat diatas menjelaskan bahwasannya tawakkal kepada Allah adalah sesuatu yang harus dilakukan tidak hanya pasrah dengan ketentuan Allah yang terjadi saat itu, tapi perlu adanya usaha seperti kesabaran lalu jika belum berhasil maka kunci terakhir adalah bertawakkal kepada Allah SWT. Surat Al-Quran diatas sangat pas jika

dikaitkan dengan asuransi, demi mengurangi risiko kedepannya atas pengurangan *financial* maka, perlulah seseorang untuk melakukan investasikan sebagian hartanya dalam asuransi.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ
وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۖ وَإِذَا
حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا ۖ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ
الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا ۗ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالْعُدْوَانِ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya. Kinerja Keuangan dalam Persepektif Islam.” (Al-Maidah ayat 2)

Tafsir: Ayat Al-Quran surat Al- Maidah diatas menerangkan tentang janganlah bagi manusia melanggar batasan- batasan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT. Sebagaimana dalam manasik haji hendaknya para jamaah bertahallul atau mencukur rambut, serta janganlah para jamaah haji membunuh hewan atau memangkas tanaman secara sengaja sebelum hari yang dikhususkan (idul adha). Janganlah bagi manusia saling menyakiti diantara sesamanya karna kebencian,

namun saling tolong menolonglah dan berbuat baik dalam melakukan segala ketaatan kepada Allah (<https://tafsirq.com>).

Ayat terakhir dalam surat al maidah ayat dua menjelaskan agar sesama manusia diwajibkan untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan. Asuransi syariah adalah sebuah asuransi yang mana dalam perakteknya memuat kerja sama antar nasabahnya sehingga, tidak ada salah satu pihak yang akan dirugikan dalam sebuah kelompok dalam asuransi.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Al-Hasyr ayat 18)

Tafsir: Ayat Al- Quran surat Al- Hasyr ayat 18 menjelaskan bahwa manusia hidup untuk hari esok (Kiamat), sehingga wajib bagi manusia untuk mempersiapkannya terlebih dahulu (<https://tafsirq.com>).

Ayat diatas menjelaskan tentang usaha manusia untuk hari kedepannya (hari kiamat). Hidup di dunia bukan hanya dengan berserah diri tanpa melakukan sesuatu. Berusaha mencapai sesuatu dengan rahmatnya adalah hal yang paling penting untuk mencapai surganya. Begitu juga dengan asuransi, asuransi ada untuk manusia bertawakkal. Tidak hanya menunggu sesuatu takdir yang buruk terjadi. Sehingga kita dapat mengantisipasi terlebih dahulu.

حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ يَحْيَى التَّمِيمِيُّ وَأَبُو بَكْرِ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ وَمُحَمَّدُ بْنُ الْعَلَاءِ
 الْهَمْدَانِيُّ وَاللَّفْظُ لِيَحْيَى قَالَ يَحْيَى أَخْبَرَنَا وَقَالَ الْآخَرَانِ حَدَّثَنَا أَبُو مُعَاوِيَةَ
 عَنِ الْأَعْمَشِ عَنْ أَبِي صَالِحٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
 وَسَلَّمَ مَنْ نَفَسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ
 يَوْمِ الْقِيَامَةِ وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَمَنْ سَتَرَ
 مُسْلِمًا سَتَرَهُ اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ
 أَخِيهِ وَمَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ بِهِ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ وَمَا
 اجْتَمَعَ قَوْمٌ فِي بَيْتٍ مِنْ بُيُوتِ اللَّهِ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَيَتَدَارَسُونَهُ بَيْنَهُمْ إِلَّا
 نَزَلَتْ عَلَيْهِمُ السَّكِينَةُ وَغَشِيَتْهُمْ الرَّحْمَةُ وَحَفَّتْهُمُ الْمَلَائِكَةُ وَذَكَرَهُمُ اللَّهُ فِيمَنْ
 عِنْدَهُ وَمَنْ بَطَأَ بِهِ عَمَلُهُ لَمْ يُسْرِعْ بِهِ نَسِيهُ حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ نُمَيْرٍ
 حَدَّثَنَا أَبِي ح وَحَدَّثَنَا نَصْرُ بْنُ عَلِيٍّ الْجَهْضَمِيُّ حَدَّثَنَا أَبُو أُسَامَةَ قَالَ حَدَّثَنَا
 الْأَعْمَشُ حَدَّثَنَا ابْنُ نُمَيْرٍ عَنْ أَبِي صَالِحٍ وَفِي حَدِيثِ أَبِي أُسَامَةَ حَدَّثَنَا أَبُو
 صَالِحٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ صَخَبَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بِمِثْلِ
 حَدِيثِ أَبِي مُعَاوِيَةَ غَيْرَ أَنَّ حَدِيثَ أَبِي أُسَامَةَ لَيْسَ فِيهِ ذِكْرُ الشَّيْئِيسِيرِ عَلَى
 الْمُعْسِرِ

“Telah menceritakan kepada kami [Yahya bin Yahya At Tamimi] dan [Abu Bakr bin
 Abu Syaibah] dan [Muhammad bin Al 'Ala Al Hamdani] -dan lafadh ini milik Yahya-
 dia berkata; telah mengabarkan kepada kami, dan berkata yang lainnya, telah
 menceritakan kepada kami [Abu Mu'awiyah] dari [Al A'masy] dari [Abu Shalih] dari
 [Abu Hurairah] dia berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam telah bersabda:
 'Barang siapa membebaskan seorang mukmin dari suatu kesulitan dunia, maka Allah
 akan membebaskannya dari suatu kesulitan pada hari kiamat. Barang siapa memberi
 kemudahan kepada orang yang berada dalam kesulitan, maka Allah akan
 memberikan kemudahan di dunia dan akhirat. Barang siapa menutupi aib seorang
 muslim, maka Allah akan menutup aibnya di dunia dan akhirat. Allah akan selalu
 menolong hamba-Nya selama hamba tersebut menolong saudaranya sesama muslim.
 Barang siapa menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan memudahkan
 jalan ke surga baginya. Tidaklah sekelompok orang berkumpul di suatu masjid
 (rumah Allah) untuk membaca Al Qur'an, melainkan mereka akan diliputi
 ketenangan, rahmat, dan dikelilingi para malaikat, serta Allah akan menyebut-nyebut

mereka pada malaikat-malaikat yang berada di sisi-Nya. Barang siapa yang ketinggalan amalnya, maka nasabnya tidak juga meninggikannya.' Telah menceritakan kepada kami [Muhammad bin 'Abdullah bin Numair] telah menceritakan kepada kami [Bapakku] Demikian juga diriwayatkan dari jalur lainnya, dan telah menceritakannya kepada kami [Nashr bin 'Ali Al Jahdhami] telah menceritakan kepada kami [Abu Usamah] mereka berkata; telah menceritakan kepada kami [Al A'masy] -telah menceritakan kepada kami Ibnu Numair- dari [Abu Shalih]. Sebagaimana di dalam hadits Abu Usamah Telah menceritakan kepada kami Abu Shalih dari [Abu Hurairah] dia berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam berkata dengan lantang, -sebagaimana Hadits Abu Mu'awiyah, hanya saja di dalam Hadits Abu Usamah tidak disebutkan; memberi kemudahan kepada orang yang kesusahan” (HR. Muslim dari Abu Hurairah).

Tafsir: Hadist diatas menjelaskan tentang hendaknya seorang muslim saling menjaga sesama muslim lainnya, dengan cara tidak membocorkan aib temannya kepada teman lainnya. Sehingga, Allah SWT juga akan menjaga aibnya seperti ia menjaga aib temannya. Hendaklah bagi manusia untuk saling tolong menolong, apabila temannya dalam kesulitan, sehingga pada hari kiamat Allah SWT juga akan membantunya seperti ia membantu temannya. Barang siapa menuntut ilmu di jalan Allah, maka Allah akan merahmatinya serta surga balasannya. Hendaklah dalam sekelompok perkumpulan di rumah Allah (masjid) melantunkan ayat Al-Quran sehingga, para malaikat senantiasa berada disisi kelompok tersebut (<https://tafsirq.com>).

Ayat di atas dapat penulis simpulkan bahwa keutamaan dalam tolong menolong sangatlah besar pahalanya, dilihat dari bait hadist pertama, bahwa Allah akan menolong orang-orang yang berbuat baik kepada seorang muslim di dunia dan akan mendapatkan balasan di akhirat kelak. Pernyataan ini sesuai dengan dasar dari akuntansi syariah yaitu unsur saling tolong menolong antar sesama manusia.

2.2.21.2 Kinerja Keuangan dalam Persepektif Islam

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَعْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ
 وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ۚ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ
 اللَّهُ ۚ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ
 مِنْهُ شَيْئًا ۚ فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ
 أَنْ يُمْلَئَ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ ۚ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ
 ۚ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ
 تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ ۚ وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا
 دُعُوا ۚ وَلَا تَسَاءَمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ۚ ذَلِكُمْ
 أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا ۚ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
 تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا ۚ
 وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ۚ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۚ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ
 فُسُوقٌ بِكُمْ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ ۚ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). Jika tak ada dua orang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka yang seorang mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika)

kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.” (Al-Baqarah ayat 282).

Tafsir: Ayat diatas menjelaskan tentang praktek pencatatan dalam dunia ekonomi, dalam ayat ini diperjelas dengan kata *kataba* yang berarti menulis. Pencatatan dalam dunia akuntansi merupakan hal yang paling utama, dalam ayat ini juga terdapat fungsi-fungsi yang lainnya seperti fungsi pencatatan transaksi, manfaatnya dan lain sebagainya. Pernyataan kedua dalam ayat ini adalah tentang utang yang harus disaksikan oleh pihak ketiga agar tidak terjadi kesalahan dalam menjalankan transaksinya (<https://tafsirq.com>).

Ayat diatas menjelaskan tentang praktek akuntansi dengan dilakukannya pencatatan hingga tata cara dalam melakukan utang. Pencatatan yang dilakukan harus segera dikhawatirkan akan lupa sehingga penulis atau akuntan tidak memberikan hasil yang jujur sesuai dengan ketentuan yang telah dinyatakan dalam Al-Quran. Kegiatan utang yang dilakukan pihak lain juga harus dilakukan sesuai apa yang telah tertera dalam Al-Quran, yaitu adanya saksi agar tidak ada keraguan antara dua belah pihak terkait nanti pelunasan yang akan diberikan. Ayat ini sesuai dengan analisis kinerja keuangan yang mana diperlukannya pencatatan serta penganalisisan sehingga nantinya tidak ada kecurangan yang terjadi.

آمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَعِينِينَ فِيهِ ۖ فَالَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ
وَأَنْفَقُوا لَهُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ

“Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar” (Al-Hadid ayat 7)

Tafsir: Surat Al-Hadid ayat 7 menjelaskan bahwa hendaklah manusia beriman kepada Allah dalam menafkahkan hartanya. Arti dalam menafkahkan hartanya adalah harta orang-orang terdahulu, yang mana mereka memberikan hartanya kepada kamu atau orang-orang sesudah kalian. Ayat ini diturunkan pada saat perang Ursa atau perang tabuk (<https://tafsirq.com>).

Ayat diatas bermakna bahwa melakukan kegiatan investasi atau pengembangan keuangan adalah diperbolehkan karena dilihat pada situasi saat ini, keuangan Indonesia selalu mengalami inflasi yang berdampak pada kenaikan kebutuhan pangan masyarakat. Selain itu, investasi juga dapat membantu perencanaan keuangan masa depan.

فَالأَوَّلُ : عن ابن مسعود رضيالله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم قال: إِنَّ الصَّدَقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ، وَإِنَّ الْجُلَّ لَيَصْدُقُ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدْقًا وَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ، وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَكْذِبُ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَابًا

“Dari Ibnu Mas’ud Radhiallahu ‘Anhu dari Nabi SAW bersabda: Sesungguhnya kejujuran itu menunjukkan kepada kebaikan dan sesungguhnya kebaikan itu menunjukkan ke syurga dan sesungguhnya seseorang selalu berbuat jujur sehingga dicatatlah di sisi Allah sebagai seorang yang jujur. Dan sesungguhnya dusta itu menunjukkan kepada neraka dan sesungguhnya seseorang yang selalu berdusta maka dicatatlah disisi Allah sebagai seorang yang pendusta” (Muttafaq’alahi).

Tafsir: Hadist diatas menerangkan tentang betapa baiknya kejujuran jika manusia itu selalu menerapkan kejujuran dan betapa celaknya seorang manusia jika selalu

menerapkan dusta, karena sesungguhnya dusta itu mengantarkan pada kejahatan dan kejahatan itu akan mengirim ke neraka (<https://tafsirq.com>).

Hadist diatas menjelaskan pentingnya kejujuran jika diterapkan sehari-hari dan nistanya durhaka jika diterapkan sehari-hari. Dalam duania akuntansi kejujuran dalam pencatatan laporan keuangan sangatlah dibutuhkan, karena mengingat tanggung jawab yang diemban begitu berat termasuk dalam *maslahah ummah*, sehingga tidak asal dalam mencatat dan menganalisis terhadap akun-akun yang ada pada laporan keuangan.

3.2.21.3 Kinerja Non Keuangan dalam Persepektif Islam

أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ أَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجْنَا بِهِ ثَمَرَاتٍ مُخْتَلِفًا أَلْوَانُهَا ۗ
وَمِنَ الْجِبَالِ جُدَدٌ بَيْضٌ وَحُمْرٌ مُخْتَلِفٌ أَلْوَانُهَا وَغَرَابِيبُ سُودٌ ۗ وَمِنَ النَّاسِ
وَالدَّوَابِّ وَالْأَنْعَامِ مُخْتَلِفٌ أَلْوَانُهُ كَذَلِكَ ۗ إِنَّمَا يَخْشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ ۗ
إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ غَفُورٌ ۗ

“Tidakkah kamu melihat bahwasanya Allah menurunkan hujan dari langit lalu Kami hasilkan dengan hujan itu buah-buahan yang beraneka macam jenisnya. Dan di antara gunung-gunung itu ada garis-garis putih dan merah yang beraneka macam warnanya dan ada (pula) yang hitam pekat. Dan demikian (pula) di antara manusia, binatang-binatang melata dan binatang-binatang ternak ada yang bermacam-macam warnanya (dan jenisnya). Sesungguhnya yang takut kepada Allah di antara hamba-hamba-Nya, hanyalah ulama. Sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Pengampun” (Al-Fatir ayat 27-28)

Tafsir: Ayat yang terkandung didalamnya adalah mengenai kekuasaan Allah.

Allah SWT telah menciptakan berbagai macam hal, agar dapat ditunjukkan kepada manusia. Penciptaan yang ditunjukkan Allah SWT pada ayat ini adalah turunnya

hujan dari langit dan memberikan kehidupan berupa rezeki makanan kepada manusia yang ada di bumi, sehingga manusia dapat memperoleh buahnya. Kuasa Allah kedua yang terkandung dalam surat ini adalah perbedaan sifat-sifat manusia, yang menunjukkan tentang kehendak Allah SWT. Semua hal yang Allah tunjukkan tidak lepas dari kehendak Allah (*Quadrat*). Setelah memahami tentang kuasa Allah yang begitu hebat, maka akan bertambah takutlah manusia terhadap Tuhannya. Sehingga, balasan yang akan diterima hambanya adalah surga ‘adn (<https://tafsirq.com>).

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah menciptakan segala sesuatu agar manusia bertaqwa, dalam ayat ini dapat dijelaskan bahwa perlunya perencanaan yang matang sebelum mengambil tindakan selanjutnya, serta dapat memilih metode yang baik untuk digunakan dalam masa depan.

وَسَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مِنْهُ ۗ إِنَّ فِي ذَٰلِكَ لَآيَاتٍ
لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ

“Dan Dia telah menundukkan untukmu apa yang di langit dan apa yang di bumi semuanya, (sebagai rahmat) daripada-Nya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang berfikir.” (Al-Jasiyah ayat 13)

Tafsir: Ayat Al- Quran surat Al- Jasiyah ayat 13 membahas tentang sumber daya, dimana sumber daya yang telah diberikan Allah SWT harus dikelola secara benar sesuai dengan syariat islam yang telah diajarkan. Agar menjadi sumber daya yang bermanfaat, perlu dilakukan pengelolaan yang baik dan benar. Manusia sebagai

pengelola sumber daya dibutuhkan sebuah ilmu dalam menjalankannya, dalam surat Ar-rahmah telah dijelaskan tentang agar manusia dapat menuntut ilmu secara luas, serta ilmu pengetahuan yang dipelajari tidak terlepas dari ilmu AL-Qur'an dan hadis (Hidayat & Wijaya, 2017)

وَالِى تَمُودَ أَخَاهُمْ صَالِحًا ۚ قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ ۗ هُوَ أَنْشَأَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا فَاسْتَغْفِرُوهُ ثُمَّ تَوَبُوا إِلَيْهِ ۚ إِنَّ رَبِّي قَرِيبٌ مُجِيبٌ

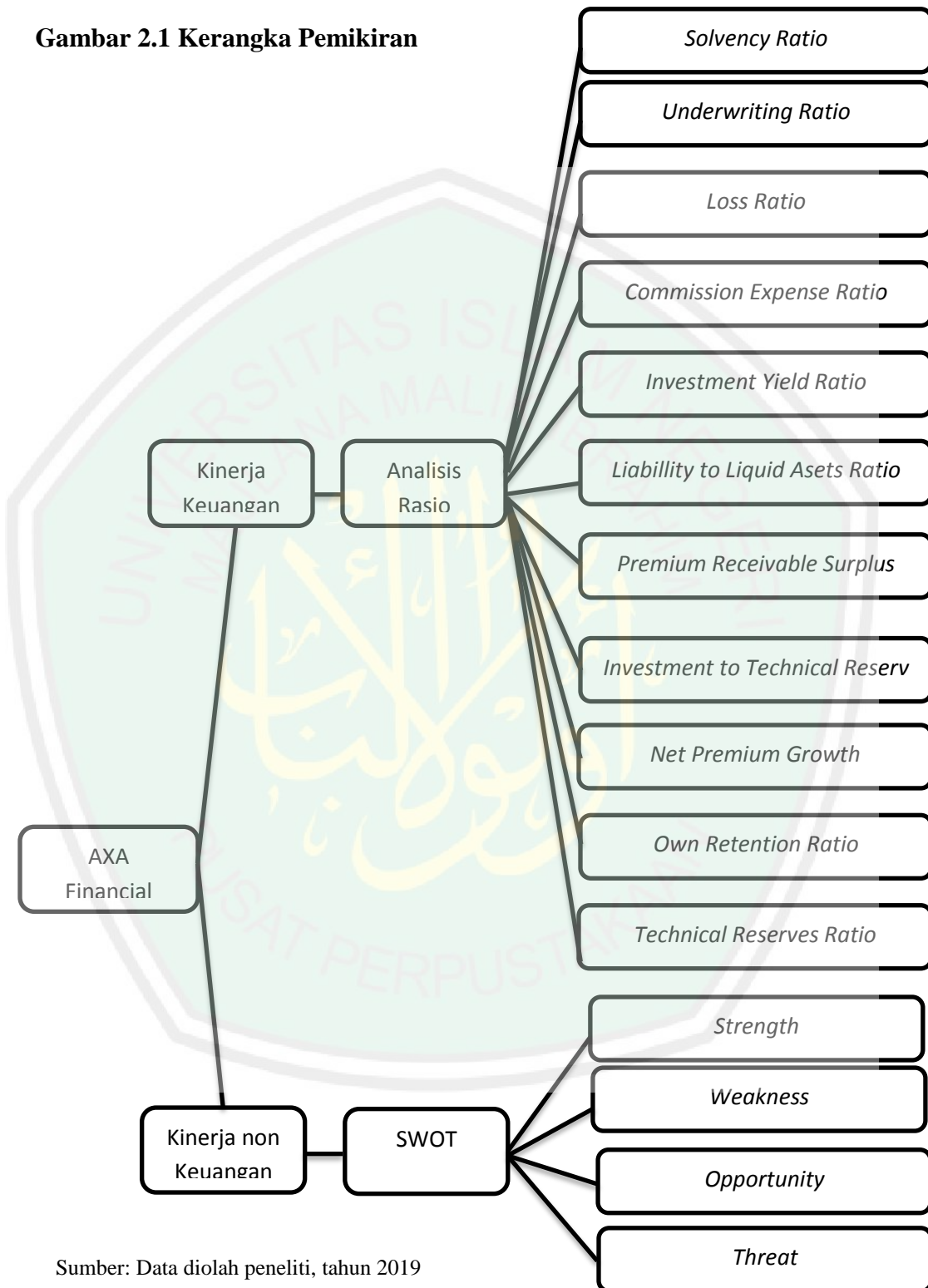
"Dan kepada Tsamud (Kami utus) saudara mereka Shaleh. Shaleh berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada bagimu Tuhan selain Dia. Dia telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurnya, karena itu mohonlah ampunan-Nya, kemudian bertobatlah kepada-Nya, Sesungguhnya Tuhanku amat dekat (rahmat-Nya) lagi memperkenankan (doa hamba-Nya)." (Al-Hud ayat 61)

Tafsir: Ayat Al- Qur'an surat Al- Hud ayat 61 menjelaskan bahwa manusia sebagai pengelola atas sumber daya yang diberikan Allah SWT, maka dari itu tiada Tuhan yang patut disembah selain Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya (<https://tafsirq.com>).

2.3. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pada perumusan masalah dan landasan teori, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dalam penelitian ini adalah menganalisis kinerja keuangan dengan menggunakan analisis rasio serta menganalisis kinerja non keuangan dengan menggunakan analisis SWOT, sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Data diolah peneliti, tahun 2019

Kerangka konseptual diatas menjelaskan bahwa objek penelitian ini adalah AXA Financial. Metode analisis data yang digunakan menggunakan dua pendekatan, yaitu analisis kinerja keuangan dan analisis kinerja non keuangan. Pertama, analisis pengukuran kinerja keuangan menggunakan sebelas pengukuran rasio-rasio keuangan. Rasio-rasio keuangan tersebut adalah: *Solvency Ratio*, *Underwriting Ratio*, *Loss Ratio*, *Commission Expense Ratio*, *Investment Yield Ratio*, *Liability to Liquid Assets Ratio*, *Premium Receivable to Surplus Ratio*, *Investment to Technical Reserves Ratio*, *Net Premium Growth*, *Own Retention Ratio*, dan *Technical Reserves Ratio*. Kedua, analisis pengukuran kinerja non keuangan dengan menggunakan pendekatan matriks SWOT, yang mengukur empat faktor matriks SWOT, yaitu: *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threat* (Ancaman). Pengukuran kinerja ini yang nantinya akan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada pada rumusan masalah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian dengan pendekatan kualitatif menekankan analisis proses dari proses berfikir secara induktif, berkaitan dengan hubungan antar fenomena yang diamati, serta menggunakan logika ilmiah. Penelitian kualitatif tidak berarti menggunakan dukungan dari data kuantitatif, tetapi lebih ditekankan pada kedalaman berfikir formal dari peneliti dalam menjawab permasalahan yang dihadapi. Penelitian Kualitatif menggunakan metode studi kasus (*case study*) (Kuantari dalam Gunawan, 2013). Penelitian Kualitatif berarti penelitian dengan berdasarkan pada fakta-fakta yang ada kemudian dihubungkan dengan teori-teori yang sudah ada, sehingga datanya juga didapatkan dari data kuantitatif.

Pendekatan penelitian yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini adalah menggunakan metode kualitatif. Data yang dihasilkan berupa data kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif adalah jenis penelitian yang memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan sejelas mungkin tanpa adanya perlakuan objek yang diteliti (Kountur, 2005).

3.2. Lokasi Penelitian

Objek penelitian yang akan diteliti penulis adalah AXA Financial yang berlokasi di Komplek Ruko Panglima Sudirman Kav. 24, Jalan Panglima Sudirman, Kesatrian, Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur 65111.

3.3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah laporan keuangan AXA Financial tahun 2015-2016 dan agen perusahaan asuransi AXA Financial.

3.4. Data dan Jenis Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, tindakan serta data tambahan berupa dokumen dan lain sebagainya. Berkaitan dengan hal ini, pada bagian jenis datanya dapat dibagi kedalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto, dan statistik (Moleong, 2009). Adapun data yang digunakan penulis dalam skripsi ini, adalah sebagai berikut:

3.4.1. Data primer adalah data pokok yang diperoleh langsung melalui wawancara serta observasi langsung.

3.4.2. Data sekunder adalah data yang diberikan secara tidak langsung kepada penulis. Data ini berfungsi sebagai pendukung. Data sekunder dapat diperoleh dari buku, koran, majalah, internet, penelitian terdahulu, dan sumber-sumber lain yang memuat informasi sesuai dengan penelitian ini (Danim, 2002).

3.5. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan peneliti adalah:

3.5.1. Pengumpulan data melalui perpustakaan (*Library research*). Metode pengumpulan data berdasarkan studi kepustakaan dengan membaca dan mengumpulkan informasi melalui buku-buku, artikel, dan karya ilmiah.

3.5.2. Penelitian lapangan (*Field research*). Studi lapangan dilakukan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan judul penelitian. Untuk memperoleh data yang ada dilapangan, maka digunakan pengumpulan data sebagai berikut:

3.5.2.1. *Observasi* (Pengamatan). Metode ini dilakukan melalui pengamatan yang digunakan dalam karya ilmiah. Metode ini dilakukan melalui pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap fenomena yang diselidiki.

3.5.2.2. *Interview* (Wawancara) adalah percakapan langsung dan tatap muka (*face to face*) dengan maksud tertentu. Metode ini dilakukan antara dua orang yang menjadi pihak pertama sebagai penanya, sedang pihak kedua sebagai penjawab dari informasi yang diminta.

3.6. Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang dipakai adalah data kualitatif dengan deskriptif analisis, tentang analisis kinerja keuangan dan non keuangan pada perusahaan AXA Financial.

Analisis data disajikan dalam beberapa tahap sebagai berikut: Pertama, yaitu analisis kinerja keuangan dengan melihat dalam laporan keuangan, serta menggunakan perhitungan analisis rasio untuk perusahaan asuransi. Kedua, yaitu analisis kinerja non keuangan dengan cara menganalisis kelebihan, kelemahan, peluang dan tantangan (Metode SWOT).

Tahap analisis data yang dilakukan dalam penelitian sebagai berikut:

- 3.6.1. Menghitung rasio-rasio keuangan pada perusahaan asuransi, Rasio Keuangan yang dihitung terdiri dari sebelas pengukuran analisis rasio keuangan, yaitu: 1) *Solvency Ratio* 2) *Underwriting Ratio* 3) *Loss Ratio* 4) *Commission Expense Ratio* 5) *Investment Yield Ratio* 6) *Liability to Liquid Assets Ratio* 7) *Premium Receivable to Surplus Ratio* 8) *Investment to Technical Reserves Ratio* 9) *Net Premium Growth* 10) *Own Retention Ratio* 11) *Technical Reserves*
- Membandingkan pengukuran rasio dari tahun 2015-2016.
- 3.6.2. Mengidentifikasi empat faktor SWOT, yaitu: 1) *Strength* (Kekuatan) 2) *Weakness* (Kelemahan) 3) *Opportunity* (Peluang) 4) *Threat* (Ancaman) yang akan menjadi bahan *scoring* pembobotan dan penilaian.

3.6.3. Menghitung total yang diperoleh dari skor dan bobot penilaian

3.6.4. Hasil perhitungan analisis rasio adalah melihat baik tidaknya suatu laporan keuangan dengan cara membandingkannya dari tahun 2015-2016. Hasil perhitungan bobot SWOT akan menghasilkan kekuatan dalam menghadapi persaingan.



BAB IV

PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

4.1. Latar Belakang Perusahaan

AXA Financial merupakan perusahaan asuransi yang telah berdiri sejak tahun 1817 di Eropa. AXA Financial telah berdiri di Indonesia pada tahun 1988. Tujuan dari AXA Financial adalah demi membantu setiap nasabah menjalani hidup tenang yang mereka impikan serta melindungi aset dari risiko dengan pengelolaan secara maksimal. AXA Financial berfokus pada tiga aspek, yaitu asuransi jiwa, asuransi umum, dan manajemen aset.

AXA Financial mempunyai produk perlindungan asuransi jiwa. Asuransi jiwa adalah perlindungan dalam bentuk pengalihan risiko atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungjawabkan. Kategori produk asuransi jiwa terbagi kedalam dua macam, yaitu:

a. Asuransi jiwa tradisional. Asuransi jiwa tradisional akan didapatkan oleh pewaris ketika tertanggung telah meninggal dunia. Polis asuransi jiwa tradisional terbagi kedalam tiga macam, yaitu asuransi berjangka (*term life*), asuransi seumur hidup (*whole life*), dan asuransi dwiguna (*endowment*).

b. Asuransi jiwa unit link. Asuransi jiwa unit link memberikan perlindungan asuransi jiwa ditambah dengan unsur investasi, setiap saat nilainya bervariasi sesuai

dengan nilai aset investasi tersebut. Jenis polis unit link dapat dikategorikan dalam dua macam, yaitu unit link *single premium* (premi tunggal), dan unit link *regular premium* (premi berkala).

Tanggal 1 November 2017 AXA Financial Indonesia telah menggabungkan usahanya dengan AXA Life Indonesia, sehingga jalur AXA Financial Indonesia meliputi, keagenan, talenmarketing, dan alternative termasuk digital. AXA Financial Indonesia mempunyai 52 kantor pemasaran yang telah tersebar di 39 kota seluruh Indonesia. Terdapat lebih dari 6.000 agen yang tersebar diseluruh kantor cabangnya. AXA Financial Indonesia telah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berdasar surat ijin usaha No. 612/KMK. 017/1995 tanggal 22 Desember 1995.

4.1.1. Visi dan Misi Perusahaan

4.1.1.1. Visi AXA Financial

4.1.1.1.1. Menjadi mitra yang terpercaya.

4.1.1.1.2. Menjadi perusahaan yang berfokus kepada nasabah tenaga penjual distributor, karyawan, pemegang saham, pemerintah dan masyarakat Indonesia sesuai dengan nilai – nilai customer centricity.

4.1.1.2. Misi AXA Financial

4.1.1.2.1. Membantu setiap nasabah menjani hidup tenang yang mereka impikan, melindungi aset mereka dari resiko dengan mengelolanya secara maksimal.

4.1.1.2.2. Berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang optimal dan berstandar tinggi, baik bagi nasabah dan seluruh pemangku kepentingan.

4.1.1.2.3. Memenuhi kebutuhan nasabah dan karyawan secara efisien, akurat, dan terpercaya dengan penuh integritas serta melakukan semua hal dengan benar tanpa kompromi.

4.1.1.2.4. Mengimplementasikan ide ke dalam langkah nyata, serta mengomunikasikannya secara jelas dan terbuka.

4.1.1.2.5. Secara konsisten menciptakan inovasi baru sebagai nilai tambah bagi semua pemangku kepentingan.

4.1.1.2.6. Menjungjung *team spirit*, semangat kebersamaan sebagai satu perusahaan, AXA Financial.

4.1.1.3. Nilai bersama AXA Financial

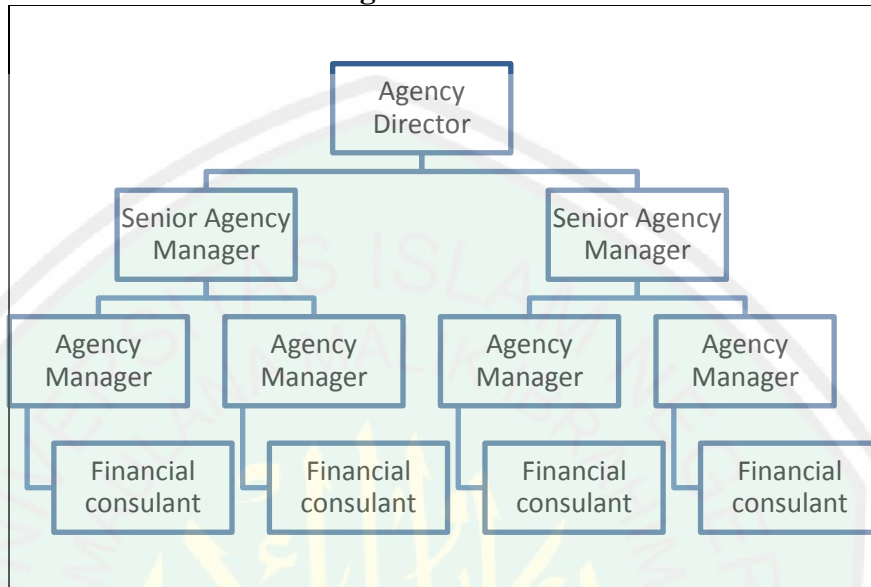
Nilai bersama AXA Financial, sebagaimana dirumuskan oleh Henri de Castries, *chairman of the AXA Management Board* adalah:

“We have chosen a demanding business. If we do it right, then we enable our clients to be life confident because they feel reassured, protected and supported as they undertake important projects at various stages in their lives. Our vision of the business is what guides our daily work. It reflects the social and human aspects of financial protection, whose value to people has never been greater”

Tejemahan : Kita telah memilih sebuah bisnis dengan tuntutan yang tinggi. Apabila kita melakukannya dengan benar , maka nasabah yang kita layani dapat menjalani hidup mereka dengan penuh keyakinan karena mereka merasa terjamin, terlindungi, dan mendapatkan dukungan dalam setiap tahapan penting dalam kehidupan mereka. Inilah visi yang membimbing pekerjaan kita setiap hari, cerminan dari aspek social dan kemanusiaan dari perlindungan finansial yang nilainya bagi masyarakat semakin penting saat ini.

4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan bertujuan adalah suati individu-individu yang saling bekerja sama dalam mencapai sebuah tujuan dalam berorganisasi. Dasar dari pengorganisasian adalah pembagian kerja (*Division of labour*). Berikut ini adalah gambaran struktur organisasi perusahaan AXA Financial

Gambar 4.1**Struktur Organisasi AXA Financial**

Sumber : Data diolah peneliti, tahun 2018

Agency Director adalah bertanggung jawab dalam semua aspek kinerja penjualan agenasuransi serta memiliki wewenang dalam mengambil keputusan terkait kebijakan perusahaan asuransi. Senior agency director adalah bagian yang memanajemen iklan atau promosi perusahaan kepada para nasabah. Agency manager adalah bagian yang mengawasi para anggotanya (*leader*). Financial consultant adalah bagian yang langsung mendatangi nasabah dan memberikan solusi atas aset yang dimiliki.

4.1.3. Strategi Perusahaan AXA Financial

Strategi perusahaan AXA Financial untuk menjadikan perusahaan nomor satu dalam ranah internasional. Berikut strategi yang dilakukan perusahaan AXA demi tercapainya tujuan perusahaan AXA Financial, yaitu:

4.1.3.1. Strategi perusahaan AXA Financial di pasar internasional.

Franchising (Waralaba) *strategy* yang dilakukan oleh perusahaan AXA Financial juga dilakukan oleh perusahaan retail yang melakukan ekspansi global. Keuntungan menggunakan *Franchising* adalah semua biaya dan risiko yang ditanggung sudah *include* dalam penetapan lokasi. Perusahaan AXA Financial hanya melakukan pengeluaran rekrutmen sumber daya manusia dan pelatihan.

Kerugian dari *Franchising* adalah bahwa perusahaan AXA Financial harus selalu menjaga kualitas produknya, karena banyak perusahaan lain yang menggunakan waralaba tidak konsisten terutama ketika budaya local tidak menekankan masalah kualitas. Namun, waralaba sering lebih sesuai dengan upaya ekspansi global bertahan dan perusahaan ritel.

4.1.3.2. Strategi yang dipilih oleh perusahaan AXA Financial.

Alasan perusahaan AXA Financial memilih strategi internasional adalah karena strategi internasional menawarkan bagaimana perusahaan menciptakan suatu perusahaan dengan nilai unggul yang tetap berfokus dalam mengembangkan jalur

distribusi baru untuk memperkuat jumlah agen. Fokus perusahaan AXA Financial kedepannya adalah untuk membuka jalur distribusi baru diseluruh wilayah Indonesia dan terus melakukan inovasi-inovasi terhadap produk retail untuk menambah jajaran produk dari pesaing dengan mentransfer keahlian dan produk yang bernilai kepada pasar asing, dimana bidang ini merupakan kelemahan pesaing dan kompetensi inti ini tidak dimiliki oleh pesaing.

4.1.3.3. Perencanaan strategi perusahaan AXA Financial.

Adanya perencanaan strategis dapat memudahkan dan memformulasikan sasaran serta rencana-rencana dan dapat mengarahkan sumber-sumber perusahaan secara efektif. Perencanaan strategis merupakan perencanaan yang dapat menentukan keberhasilan sebuah perusahaan, disebabkan karena:

4.1.3.3.1. Perencanaan strategis merupakan tipe perencanaan yang terpenting.

4.1.3.3.2. Melakukan perencanaan strategis berarti menetapkan misionaris organisasi secara jelas.

4.1.3.3.3. Perencanaan strategi memungkinkan manajer mempersiapkan diri terhadap kemungkinan terjadinya perubahan pada lingkungan organisasi.

4.1.4 Ruang Lingkup Kegiatan

AXA Financial adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang asuransi, dimana selain bidang asuransi, AXA Financial sendiri kerap membantu para

pelanggannya dalam penataan keuangan. Dalam menjalankan setiap programnya, AXA Financial telah bekerja sama dengan AAJI (Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia). AAJI adalah badan pengawas dalam menjalankan asuransi dan sistem keuangan lainnya dalam bentuk asuransi dan investasi. Bukan hanya dengan AAJI saja, AXA Financial bekerjasama dalam bidang pengelolaan keuangannya melainkan, AXA Financial juga bekerjasama dengan Dewan Pengawas Syariah. Selain menyediakan Asuransi yang berdasarkan asuransi konvensional, AXA Financial telah menerbitkan asuransi yang berbasis syariah, dimana asuransi syariah saat ini telah banyak diminati oleh para nasabah.

AXA Financial selalu mengadakan kegiatan rutin setiap senin untuk membahas permasalahan – permasalahan yang ditemukan selama satu minggu sebelumnya. Selain membahas permasalahan – permasalahan yang dihadapi, pada *meeting* ini, akan dibahas tentang inovasi – inovasi kedepannya terkait dalam memajukan perusahaan. Sehingga akan mendapatkan kepuasan dari para nasabah.

4.2. Paparan Data

4.2.1. Kinerja Keuangan Perusahaan AXA Financial

Kinerja keuangan adalah analisis yang informasinya diambil dari laporan keuangan perusahaan, sehingga nantinya akan digunakan dalam pengambilan keputusan demi meningkatkan perusahaan. Analisis kinerja keuangan adalah menginginkan analisis rasio adalah suatu proses dengan cara menguraikan pos-pos

laporan keuangan untuk dijadikan sebagai suatu informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan untuk masa depan perusahaan. Analisis laporan keuangan yang digunakan untuk menguraikan laporan keuangan perusahaan AXA Financial adalah menggunakan analisis rasio dengan menggunakan metode perbandingan (*time series analysis*) yaitu membandingkan rasio perusahaan dari tahun ketahun. Pada penelitian ini, laporan keuangan yang akan digunakan adalah dari tahun 2015-2016, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$4.2.1.1. \quad \text{Solvency Ratio} = \frac{\text{Dana Pemegang saham}}{\text{Premi Netto}}$$

$$4.2.1.1.1. \quad \text{Solvency Ratio untuk tahun 2015} = \frac{5.037.126}{970.720}$$

$$= 5,19$$

$$4.2.1.1.2. \quad \text{Solvency Ratio untuk tahun 2016} = \frac{5.306.255}{1.010.684}$$

$$= 5,25$$

Solvency Ratio, menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menanggung risiko jangka panjang dan jangka pendek perusahaan memiliki batas minimal 33,3%. Pada perusahaan AXA Financial ditahun 2015, presentase angka untuk hasil perhitungan analisis *Solvency Ratio* adalah sebesar 5,19%, sedangkan untuk tahun 2016 mengalami peningkatan sebesar 0,06%, tetapi kenaikan pada tahun 2016 belum bisa menanggung risiko perusahaan AXA Financial.

$$4.2.1.2. \quad \text{Underwriting Ratio} = \frac{\text{Hasil Underwriting}}{\text{Pendapatan Premi}}$$

$$4.2.1.2.1. \quad \text{Underwriting Ratio untuk tahun 2015} = \frac{93.961+212.839}{970.720}$$

$$= 0,32$$

$$4.2.1.2.2. \text{ Underwriting Ratio untuk tahun 2016} = \frac{936.222+216.839}{1.010.684}$$

$$= 1,14$$

Underwriting Ratio digunakan untuk mengukur tingkat keuntungan dari usaha kerugian dengan membandingkannya dengan pendapatan premi. *Underwriting Ratio* memiliki batas normal minimal 40%. Pada tahun 2015 hasil perhitungan *Underwriting Ratio* menunjukkan angka 0,32%, sedangkan pada tahun 2016 sebesar 1,14% dimana hasil dari *Underwriting Ratio* mengalami kenaikan tapi belum mencapai batas normal yang telah ditetapkan.

$$4.2.1.3. \text{ Loss Ratio} = \frac{\text{Klaim yang Terjadi}}{\text{Pendapatan Premi}}$$

$$4.2.1.3.1. \text{ Loss Ratio untuk tahun 2015} = \frac{93,981}{1.097.507}$$

$$= 0,09$$

$$4.2.1.3.2. \text{ Loss Ratio untuk tahun 2016} = \frac{936.222}{1.130.353}$$

$$= 0,83$$

Loss Ratio menunjukkan klaim yang terjadi pada perusahaan, batas maksimal untuk *Loss Ratio* adalah 100%. Pada analisis *Loss Ratio* perusahaan AXA Financial mengalami peningkatan pada tahun 2016, yaitu *Loss Ratio* perusahaan AXA Financial menunjukkan angka presentase sebesar 83%.

$$4.2.1.4. \quad \textit{Commission Expense Ratio} = \frac{\textit{Komisi}}{\textit{Pendapatan Premi}}$$

$$4.2.1.4.1. \quad \textit{Commission Expense Ratio} \text{ untuk tahun 2015} = \frac{134.255}{1.097.507}$$

$$= 0,12$$

$$4.2.1.4.2. \quad \textit{Commission Expense Ratio} \text{ untuk tahun 2016} = \frac{135.136}{1.130.353}$$

$$= 0,12$$

Commission Expense Ratio menunjukkan pengukuran biaya komisi yang dikeluarkan dari bisnis perusahaan untuk memperoleh pendapatan. *Commission Expense Ratio* tidak mempunyai batas normal. *Commission Expense Ratio* pada perusahaan AXA Financial tidak berubah, pada tahun 2015 dan 2016 stagnan pada hasil analisis sebesar 0,12.

$$4.2.1.5. \quad \textit{Investment Yield Ratio} = \frac{\textit{Pendapatan Rata-rata Bersih}}{\textit{Rata-rata Investasi}}$$

$$4.2.1.5.1. \quad \textit{Investment Yield Ratio} \text{ untuk tahun 2015} = \frac{(224.094)}{2.956.748}$$

$$= (0,08)$$

$$4.2.1.5.2. \quad \textit{Investment Yield Ratio} \text{ untuk tahun 2016} = \frac{351.527}{3.113.066}$$

$$= 0,11$$

Investment Yield Ratio menunjukkan hasil yang dicapai dari investasi yang dilakukan oleh perusahaan asuransi. *Investment Yield Ratio* memiliki batas minimal 15%. Pada perusahaan AXA Financial *Investment Yield Ratio* pada tahun 2016 mengalami kenaikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya, tetapi pencapaian ini

belum menunjukkan hasil yang bagus dalam investasi yang dilakukan perusahaan AXA Financial.

$$4.2.1.6. \quad \textit{Liability to Liquid Asets Ratio} = \frac{\textit{Kewajiban}}{\textit{Aktiva yang Diperkenankan}}$$

$$4.2.1.6.1. \quad \textit{Liability to Liquid Asets Ratio} \text{ untuk tahun 2015} = \frac{346.374}{5.383.500} \\ = 0,06$$

$$4.2.1.6.2. \quad \textit{Liability to Liquid Asets Ratio} \text{ untuk tahun 2016} = \frac{307.981}{5.614.236} \\ = 0,05$$

Liability to Liquid Asets Ratio menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban dengan harta yang dimiliki. *Liability to Liquid Asets Ratio* memiliki batas normal maksimal 120%. Pada perusahaan AXA Financial *Liability to Liquid Asets Ratio* mengalami penurunan sebesar 1% pada tahun 2016, yaitu dengan hasil analisis sebesar 0,05, dimana hasil ini menunjukkan bahwa AXA Financial belum dapat memenuhi kewajibannya dengan menggunakan harta yang dimiliki.

$$4.2.1.7. \quad \textit{Premium Receivable to Surplus Ratio} = \frac{\textit{Piutang Premi}}{\textit{Surplus}}$$

$$4.2.1.7.1. \quad \textit{Premium Receivable to Surplus Ratio} \text{ untuk tahun 2015} = \frac{10.569}{(463.734)} \\ = (0,02)$$

$$4.2.1.7.2. \quad \textit{Premium Receivable to Surplus Ratio} \text{ untuk tahun 2016} = \frac{10.922}{287.752} \\ = 0,02$$

Premium Receivable to Surplus Ratio menunjukkan pengukuran tagihan premi, rasio ini tidak memiliki batas normal. *Premium Receivable to Surplus Ratio* pada perusahaan AXA Financial mengalami kenaikan sebesar 2% ditahun 2016.

$$4.2.1.8. \quad \textit{Investment to Technical Reserves Ratio} = \frac{\textit{Investasi}}{\textit{Kewajiban Teknis}}$$

$$4.2.1.8.1. \quad \textit{Investment to Technical Reserves Ratio} \text{ untuk tahun 2015} = \frac{5.031.527}{4.210.309} \\ = 1,19$$

$$4.2.1.8.2. \quad \textit{Investment to Technical Reserves Ratio} \text{ untuk tahun 2016} = \frac{5.205.422}{4.526.844} \\ = 1,15$$

Investment to Technical Reserves Ratio menunjukkan seberapa besar kewajiban teknis yang dibentuk perusahaan asuransi dilihat dari investasi. *Investment to Technical Reserves Ratio* tidak memiliki batas normal. *Investment to Technical Reserves Ratio* pada perusahaan AXA Financial mengalami penurunan sebesar 4%, ditahun 2016 hanya mencapai hasil perhitungan *Investment to Technical Reserves Ratio* sebesar 1,15.

$$4.2.1.9. \quad \textit{Net Premium Growth} = \frac{\frac{\textit{Kenaikan}}{\textit{Penurunan}} \textit{Premi Netto}}{\textit{Premi Netto Tahun lalu}}$$

$$4.2.1.9.1. \quad \textit{Net Premium Growth} \text{ untuk tahun 2015} = \text{Tidak ada pengukuran}$$

$$4.2.1.9.2. \quad \textit{Net Premium Growth} \text{ untuk tahun 2016} = \frac{39.964}{970.720} \\ = 0,04$$

Net Premium Growth menunjukkan kenaikan premi tahun berjalan, rasio ini memiliki batas minimal 23%. Pada tahun 2015 tidak dapat diukur, karena data yang

digunakan adalah laporan keuangan pada tahun 2014. Tahun 2016 hasil analisis rasio yang diperoleh adalah sebesar 0,04, yang mana hasil analisis rasio belum menunjukkan batas normal premi tahun berjalan pada tahun 2016.

$$4.2.1.10. \quad \textit{Own Retention Ratio} = \frac{\textit{Premi Netto}}{\textit{Premi Bruto}}$$

$$4.2.1.10.1. \quad \textit{Own Retention Ratio} \text{ untuk tahun 2015} = \frac{970.720}{196.818} \\ = 4,9$$

$$4.2.1.10.2. \quad \textit{Own Retention Ratio} \text{ untuk tahun 2016} = \frac{1.010.684}{85.894} \\ = 11,77$$

Own Retention Ratio perkiraan dampak *financial* yang akan ditanggung oleh perusahaan asuransi. *Own Retention Ratio* tidak mempunyai batas normal, namun jika semakintinggi maka akan semakin baik. Pada tahun 2015 *Own Retention Ratio* mendapatkan hasil sebesar 4,9%. Pada tahun 2016 *Own Retention Ratio* mendapatkan hasil sebesar 11,77%, sehingga dapat dilihat bahwa hasil dari perhitungan *Own Retention Ratio* mengalami peningkatan.

$$4.2.1.11. \quad \textit{Technical Reserves Ratio} = \frac{\textit{Kewajiban Teknis}}{\textit{Premi Netto}}$$

$$4.2.1.11.1. \quad \textit{Technical Reserves Ratio} \text{ untuk tahun 2015} = \frac{4.210.309}{970.720} \\ = 4,34$$

$$4.2.1.11.2. \quad \textit{Technical Reserves Ratio} \text{ untuk tahun 2016} = \frac{4.526.844}{1.010.864} \\ = 4,48$$

Technical Reserves Ratio menunjukkan tingkat cadangan yang diperlukan dalam menghadapi kewajiban yang timbul dari penutupan risiko. *Technical Reserves Ratio* tidak memiliki batas normal. *Technical Reserves Ratio* pada perusahaan AXA Financial mengalami kenaikan dengan hasil analisis adalah 4,48 pada tahun 2016.

4.2.2. Kinerja Non Keuangan Perusahaan AXA Financial

Wawancara ini dilakukan dengan teknik purposive sample, dimana peneliti memilih sample untuk dijadikan objek wawancara. Pertanyaan yang diutarakan kepada narasumber berkaitan dengan pengukuran SWOT yang akan dilakukan oleh peneliti. Narasumber yang dipilih oleh peneliti adalah ibu Nurul Lailiya Kamalin selaku agen perusahaan AXA Financial.

Wawancara yang dilakukan peneliti terhadap ibu Nurul Lailiya Kamalin sebagai agen financial consultant yang dilaksanakan, pada hari Selasa 16 April 2019 pukul 09.00 WIB. Semua data hasil wawancara antara peneliti dan narasumber dapat diuraikan dengan dengan pertanyaan peneliti sebagai berikut:

4.2.2.1. Program yang telah dilakukan perusahaan AXA Financial dalam mengembangkan usaha asuransi.

Peneliti melakukan wawancara untuk memperoleh hasil dari pengembangan program yang dilakukan perusahaan AXA Financial. Menurut ibu Nurul Lailiya Kamalin:

“Kelebihan AXA Financial terletak pada *rider* atau dapat disebut sebagai manfaat tambahan, dimana manfaat tambahan dapat di lakukan *top-up* oleh nasabah setelah melakukan pembayaran pertama. Semakin banyak *rider* yang diinginkan nasabah, maka semakin besar pula tingkat pengembalian yang akan diperoleh nasabah. Bagi nasabah dari perusahaan AXA Financial, memiliki rider adalah salah satu manfaat unggulan walau produk yang ditawarkan perusahaan asuransi lain tergolong sama.”

4.2.2.2. Kekuatan yang dimiliki perusahaan asuransi AXA Financial dalam mengembangkan usaha asuransi.

Dalam kajian ini, adalah hasil wawancara yang dilakukan mengenai kekuatan yang dimiliki perusahaan AXA Financial. Menurut ibu Nurul Lailiya Kamalin, mengatakan sebagai berikut mengenai tiga hal tersebut:

“Kekuatan produk perusahaan AXA Financial terletak pada peluncuran produk baru yang berbasis syariah. Produk syariah ini sangat memikat nasabah karena dinilai memberikan manfaat tolong-menolong antar manusia. Kekuatan kedua, yang dimiliki perusahaan AXA Financial adalah pemerataan kantor cabang perusahaan AXA Financial diberbagai daerah di Indonesia, sehingga memudahkan nasabah memperoleh informasi langsung dari agen perusahaan AXA Financial. Kekuatan ketiga yang dimiliki AXA Financial terletak pada sumber daya manusia yang dimiliki adalah jam kerja kantor yang tidak dibatasi oleh waktu, selalu siap disaat nasabah membutuhkan, sehingga nasabah tidak perlu menunggu lama dalam pelayanan yang diberikan perusahaan AXA Financial. Kekuatan keempatAXA Financial adalah beredarnya produk yang sama dengan perusahaan AXA Financial, karena saat ini produk syariah telah menjadi *trending topic* dikalangan masyarakat sehingga banyak perusahaan asuransi yang mengeluarkan produk berdasarkan syariah. Kekuatan AXA Financial kelima adalah menciptakan agen-agen yang konsisten dalam menjalankan bisnis pada perusahaan AXA Financial”.

4.2.2.3. Kelemahan yang dimiliki perusahaan asuransi AXA Financial dalam mengembangkan produknya.

Dalam kajian ini, adalah hasil wawancara yang dilakukan mengenai kelemahan yang dimiliki perusahaan AXA Financial. Menurut ibu Nurul Lailiya Kamalin, mengatakan sebagai berikut mengenai tiga hal tersebut:

“Kelemahan dalam produk perusahaan AXA Financial adalah bahwa sumber daya manusia yang belum berkontribusi secara langsung dalam pemasaran produk baru, yaitu produk syariah. Sehingga, para sumber daya manusia belum sepenuhnya mengetahui secara detail mengenai produk syariah. Sedangkan untuk sumber daya manusia, kelemahan yang dimiliki perusahaan AXA Financial adalah Kurangnya pengetahuan agen terhadap produk syariah, sehingga dalam pemasarannya akan menjadi kendala bagi perkembangan produk syariah”.

4.2.2.4. Peluang apa yang dapat membantu perusahaan AXA Financial menjadi sebuah perusahaan yang baik.

Dalam kajian ini, adalah hasil wawancara yang dilakukan mengenai peluang yang dimiliki perusahaan AXA Financial. Menurut ibu Nurul Lailiya Kamalin, mengatakan sebagai berikut mengenai tiga hal tersebut:

“Peluang yang dimiliki perusahaan AXA Financial dilihat dari produk adalah peningkatan pelatihan kepada agen perusahaan AXA Financial terhadap pengembangan produk syariah, sehingga nantinya produk syariah dapat menjadi produk nomor satu seperti produk konvensional. Peluang yang dimiliki perusahaan AXA Financial dilihat dari segi pemasaran adalah meningkatnya jumlah nasabah AXA Financial dari tahun ketahun. Peluang yang dimiliki perusahaan AXA Financial dari segi sumber daya manusia adalah meningkatkan komunikasi dengan nasabah dalam memperkenalkan produk syariah kepada nasabah lainnya, agar produk syariah tetap dapat berkembang”.

4.2.2.5. Tantangan atau kendala dalam menjalankan usaha asuransi di perusahaan AXA Financial.

Dalam kajian ini, adalah hasil wawancara yang dilakukan mengenai tantangan yang dimiliki perusahaan AXA Financial. Menurut ibu Nurul Lailiya Kamalin, mengatakan sebagai berikut mengenai tiga hal tersebut:

“Tantangan yang dihadapi perusahaan AXA Financial, dilihat dari produk adalah Dalam segi pemasaran, tantangan yang dihadapi perusahaan AXA Financial adalah akses ke daerah pelosok yang belum terjangkau karena kendala agen yang belum dapat memenuhi. Tantangan AXA Financial dilihat dari segi sumber daya manusia adalah Dalam hal pemasaran, kelemahan perusahaan AXA Financial adalah belum dapat memaksimalkan bisnisnya dalam menghadapi kompetitor yang semakin berkembang.”.

Beberapa sumber yang menyatakan tentang bagaimana perusahaan AXA Financial.

4.2.2.6. Luncurkan program wakaf, AXA Financial jalin kerjasama dengan MUI.

“Demi memberikan kesempatan bagi nasabah untuk berkontribusi dalam membantu masyarakat, perusahaan AXA Financial menciptakan program wakaf. Program wakaf akan memberikan kemudahan akses kepada nasabah untuk berwakaf serta dapat mendukung penetrasi asuransi syariah di Indonesia (Reynas, 2019).”

4.2.2.7. AXA Financial jadi mitra resmi asuransi global untuk klub sepak bola Liverpool.

“Perusahaan AXA Financial menjadi mitra resmi Liverpool dengan bekerjasama secara erat dengan pemain, pelatih dan pekerja kesehatan

professional Liverpool FC. Dalam kerjasama ini perusahaan AXA Financial membuat konten unik yang bertujuan untuk mendorong gaya hidup sehat, seperti tujuan perusahaan AXA Financial yaitu memberdayakan masyarakat untuk hidup lebih baik (Saraswati, 2018).”

4.2.2.8. Perusahaan AXA memperkenalkan asuransi maya untuk UKM di platform ICS Slice.

“Produk asuransi maya adalah produk pertama yang dikeluarkan perusahaan AXA Financial, dimana produk asuransi maya bertugas untuk melindungi peretasan terhadap bisnis teknologi (Kosick, 2018).”

4.2.2.9. Produk Perusahaan AXA Financial

“Produk Maestro Juvenile CI adalah produk yang meng-cover 120 kondisi penyakit kritis mulai tahap awal hingga tahap akhir, serta tambahan produk baru dari Maestro Juvenile CI adalah meng-cover 34 penyakit kritis untuk anak-anak. Perlindungan penyakit kritis adalah solusi bagi perlindungan kesehatan masyarakat (Jatmiko, 2016).”

4.2.2.10. AXA Financial pasarkan asuransi kecelakaan lewat Alfamart.

“Demi memudahkan masyarakat dalam pembayaran asuransi, perusahaan AXA Financial menjalin kerjasama dengan perusahaan retail, yaitu alfamart. Produk yang dipasarkan adalah asuransi kecelakaan diri yang bermanfaat bagi masyarakat menengah, sehingga segala aspek masyarakat mampu menikmati pentingnya asuransi (Setyowati, 2018).”

4.2.2.11. Edukasi digital AXA Financial sasar milenial Bandung.

“AXA Financial mengajak kaum milenial di Bandung untuk mempelajari tentang kewirausahaan digital yang disesuaikan dengan program kewirausahaan setiap universitas. Program ini, di laksanakan untuk membangun lingkungan keuangan yang menyeluruh, maka seluruh masyarakat harus ikut berpartisipasi dalam tercapainya tujuan perusahaan AXA Financial (Prasetyo, 2018).”

4.2.2.12. Nasabah laporkan asuransi AXA ke polisi terkait klaim.

“Tahun 2017, perusahaan AXA Financial terjerat kasus terkait klaim asuransi oleh nasabah. Penyakit kritis yang diderita nasabah, mengakibatkan nasabah harus dirawat di rumah sakit. Saat nasabah mulai ditangani pihak rumah sakit, nasabah menyerahkan kartu member AXA, tetapi secara sepihak AXA menolak meng-cover biaya rumah sakit (Qodar, 2017).”

4.2.2.13. Dorong kemajuan dan kemandirian wanita modern Indonesia, AXA Financial Indonesia dukung ajang puteri Indonesia 2018.

“AXA Financial telah menjalin kerjasama dengan yayasan puteri Indonesia, kerja sama ini dibangun untuk menjalankan visi AXA Financial, yaitu memberdayakan masyarakat untuk hidup lebih baik. Menurut AXA Financial bahwasannya wanita harus mandiri dalam hal keuangan sehingga akan berguna dalam kehidupan berkeluarga dan menjadi bekal kehidupan secara pribadi (Astria, 2018).”

4.2.2.14. *Financial comparison: GWG Versus AXA.*

“Perusahaan AXA Financial menawarkan berbagai produk asuransi, yaitu: tabungan, properti dan *casualty*, dan kesehatan. Produknya termasuk motor, rumah tangga, properti, asuransi umum, kesehatan, perbangan, tabungan kendaraan dan lain sebagainya (Grossman, 2018).”

4.2.2.15. AXA Financial genjot pertumbuhan produk syariah.

“Pemasaran produk asuransi syariah akan dipasarkan melalui 51 perusahaan cabang AXA Financial agar dapat meningkatkan penjualan asuransi syariah di Indonesia. Demi meningkatkan produk syariah di pasar Indonesia, perusahaan AXA Financial mengikuti perlombaan asuransi demi meningkatkan angka penjualan (Sari, 2018).”

4.2.2.16. AXA Life ditutup bagaimana nasib nasabah.

“Terjadinya merger antara perusahaan AXA Life dan AXA Financial mengakibatkan isu-isu kurang baik yang beredar pada pemegang polis. Akhirnya perusahaan AXA Financial menegaskan bahwa, nasib pemegang polis AXA Life akan di alih tanggung jawab kepada AXA Financial, sehingga para pemegang polis tetap akan menerima klaim sebesar kontrak asuransinya (Perkasa, 2018).”

“Kurangnya keterbukaan kepada nasabah terkait rencana merger antara perusahaan AXA Financial dan AXA Life, sehingga kepercayaan nasabah mulai goyah akan isu-isu buruk yang sedang menyebar (Perkasa, 2018).”

4.2.2.17. AXA Meluncurkan Produk Asuransi yang Bertaraf Internasional.

“Perusahaan AXA Financial membuat suatu asuransi kesehatan yang dipasarkan ke ranah luar negeri. Produk asuransi tersebut adalah *International Exclusive*. Produk ini bertujuan untuk memberikan klaim terhadap risiko diagnosis penyakit yang ditanggung nasabah dimasa depan maupun dimasa lalu (Zulfahmi, 2012).”

4.2.2.18. Generasi Milineal Sasaran Utama AXA Indonesia

“Mengadakan perencanaan pelatihan dalam memperkenalkan asuransi, agar lebih paham kedepannya terhadap perencanaan keuangan. Menurut perusahaan AXA Financial, sepertiga dari masyarakat Indonesia adalah generasi milineal, kesempatan itu sangat diharapkan dapat memenuhi kekurangan dari agen perusahaan AXA Financial yang kurang (Barrus 2018).”

4.2.2.19. Pasar Asuransi Indonesia Menjanjikan, Namun Kesadaran Masyarakat Masih Rendah.

“Kesadaran masyarakat Indonesia sangat kurang dalam hal pengelolaan keuangan. Jumlah masyarakat Indonesia dari total keseluruhan hanya sampai tingkat 20% yang mengikuti program asuransi, sedangkan perusahaan-perusahaan asuransi di Indonesia telah cukup luas. Produk yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi sangat berguna bagi pekerja maupun usaha kecil (Ekawati, 2019).”

4.2.2.20. AXA Financial Genjot Pertumbuhan Produk Syariah.

“Perlombaan antar perusahaan asuransi yang melibatkan agen perusahaan asuransi AXA Financial, bertujuan untuk memperluas pemasaran produk syariah diseluruh wilayah Indonesia. Sehingga, para agen juga dapat memahami mengenai produk syariah (Sari, 2018).”

4.2.2.21. Ini Penyebab Kecilnya Pertumbuhan Asuransi di Indonesia.

“Alasan dari minimnya masyarakat akan produk syariah adalah kurangnya pemahaman tentang asuransi serta kurangnya minat masyarakat terhadap asuransi syariah. Beberapa masyarakat menilai bahwa produk yang ditawarkan dalam asuransi syariah sama dengan produk yang ditawarkan produk konvensional, sehingga masyarakat mengklaim bahwa produk konvensional lebih dipercaya (Budiawati 2017).”

4.3. Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan penulisan skripsi akan dibagi kedalam dua sub pembahasan, yaitu: pembahasan mengenai hasil pengukuran kinerja keuangan yang berdasarkan data dari laporan keuangan perusahaan AXA Financial dan pembahasan mengenai hasil kinerja non keuangan yang berdasarkan dari wawancara terhadap pihak perusahaan AXA Financial.

4.3.1. Laporan Keuangan,

Hasil Analisis Laporan Keuangan Perusahaan AXA Financial adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1
Ringkasan Hasil Analisis Rasio Keuangan

No	Rasio	Batas Normal	2015	2016
1.	<i>Solvency Ratio</i>	Minimal 33,3%	5,19%	5,25%
2.	<i>Underwriting Ratio</i>	Minimal 40%	0,37%	1,14%
3.	<i>Loss Ratio</i>	Maksimal 100%	0,09%	0,83%
4.	<i>Commision Expense Ratio</i>	-	0,12%	0,12%
5.	<i>Investment Yield Ratio</i>	Minimal 15%	(0,08%)	0,11%
6.	<i>Liability to Liquid Asets Ratio</i>	Maksimal 120%	0,06%	0,05%
7.	<i>Premium Receivable to Surplus Ratio</i>	-	(0,02%)	0,02%
8.	<i>Investment to Technical Reserve Ratio</i>	-	1,19%	1,15%
9.	<i>Net Premium Growth</i>	Minimal 23%	-	0,04%
10.	<i>Own Retention Ratio</i>	-	4,9%	11,77%
11.	<i>Technical Reserves Ratio</i>	-	4,34%	4,48%

Tabel diatas menunjukkan hasil perhitungan laporan keuangan perusahaan AXA Financial, dengan keterangan sebagai berikut:

- 4.3.1.1. *Solvency Ratio* menggambarkan kemampuan perusahaan menanggung risiko jangka panjang dan jangka pendek perusahaan sudah mengalami peningkatan dari tahun 2015-2016, dilihat dari hasil analisis yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menutupi risiko jangka panjang dan jangka pendek.

- 4.3.1.2. *Underwriting Ratio* pengukuran tingkat keuntungan perusahaan berada pada mengalami peningkatan. Perusahaan AXA Financial dapat mampu meningkatkan keuntungan sebesar 0,82% pada tahun 2016.
- 4.3.1.3. *Loss Ratio* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengukur kualitas asuransi yang akan dipenuhi akibat tingginya premi. Hasil perhitungan rasio perusahaan AXA Financial mengalami peningkatan yang berarti, perusahaan AXA Financial mampu memenuhi kebutuhan premi nasabah jika terjadi klaim.
- 4.3.1.4. *Commision Expense Ratio* menunjukkan pengukuran biaya komisi yang dilakukan perusahaan AXA Financial tetap sama atau dapat dikatak *stagh*, yang berarti biaya akuisisi perusahaan AXA Financial mengalami kenaikan.
- 4.3.1.5. *Investment Yield Ratio* menunjukkan pencapaian perusahaan dalam investasi yang dilakukan. *Investment Yield Ratio* mengalami kenaikan, yang berarti investasi yang dilakukan oleh perusahaan AXA Financial sudah tepat hanya kurang maksimal karena belum dapat memenuhi batas normal.
- 4.3.1.6. *Liability to Liquid Asets Ratio* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban. Hasil perhitungan rasio ini mengalami penurunan sebesar 0,01%, yang mana perusahaan belum mampu memenuhi kewajibannya.
- 4.3.1.7. *Premium Receivable to Surplus Ratio* menunjukkan kesulitan perusahaan asuransi dalam penarikan premi dari nasabah. *Premium*

Receivable to Surplus Ratio mengalami kenaikan yang berarti, perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam penarikan premi nasabah.

4.3.1.8. *Investment to Technical Reserve Ratio* menunjukkan klaim yang ditanggung perusahaan asuransi dengan dana yang memadai. *Investment to Technical Reserve Ratio* mengalami penurunan 0,04% yang berarti estimasi kewajiban teknis belum tercerminkan dalam investasi.

4.3.1.9. *Net Premium Growth* menunjukkan kenaikan premi tahun berjalan. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa tidak dapat dibandingkan dengan sebelumnya. Jika dibandingkan dengan batas normal belum memadai.

4.3.1.10. *Own Retention Ratio* menunjukkan tingkat kecukupan perusahaan untuk digunakan terhadap kewajiban dimasa depan.

4.3.1.11. *Technical Reserves Ratio* menunjukkan tingkat kecukupan perusahaan untuk digunakan terhadap kewajiban dimasa depan. Hasil penelitian *Technical Reserves Ratio* kenaikan membayar kewajiban masa datang.

Kinerja keuangan perusahaan AXA Financial dari tahun 2015-2016 telah mengalami kenaikan, dilihat dari hasil perhitungan rasio berdasarkan laporan keuangan perusahaan perusahaan AXA Financial. Disamping mengalami kenaikan, sebagian hasil perhitungan belum mencapai batas normal yang telah ditentukan. Artinya kenaikan dari hasil perhitungan rasio keuangan belum dapat mencapai pengelolaan asuransi yang maksimal. Kenaikan ini dibuktikan dari sebelas rumus yang digunakan untuk mengukur rasio keuangan, hanya ada tujuh item hasil

pengukuran rasio yang mampu melalui batas normal, yaitu : *Loss Ratio*, *Commision Expense Ratio*, *Liability to Liquid Asets Ratio*, *Premium Receivable to Surplus Ratio*, *Investment to Technical Reserve Ratio*, *Own Retention Ratio*, *Technical Reserves Ratio*. Kenaiakan in berarti perusahaan dapat memenuhi klaim dari para nasabahnya melalui investasi yang silakukan perusahaan asuransi, serta premi yang didapatkan perusahaan asuransi bertambah di tahun 2016. Selain itu, terjadi beberapa penurunan beberapa dari hasil pengukuran berdasarkan laporan keuangan, yaitu: *Liability to Liquid Asets Ratio*, *Investment to Technical Reserve Ratio*, *Technical Reserves Ratio*, yang berarti bahwa perusahaan AXA Financial belum dapat memenuhi kewajibannya terhadap aset likuid yang dipunya perusahaan AXA Financial.

Terdapat beberapa perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Pada penelitian terdahulu membahas tentang perusahaan PT. Asei Reasuransi Indonesia (Persero) yang bergerak dibidang asuransi jasa ekspor. Penelitian saat ini adalah penelitian yang dilakukan pada perusahaan asuransi AXA Financial yang bergerak dalam bidang asuransi jasa dan keuangan (Aset). Hasil penelitian terhadap PT. Asei Reasuransi Indonesia (Persero) menyatakan bahwa PT. Asei Reasuransi Indonesia (Persero) dapat memenuhi batas normal kecuali rasio pengembalian investasi. Pada perusahaan AXA Financial, hasil perhitungan dari penelitian adalah bahwa perusahaan AXA Financial dapat memenuhi klaim nasabah dari proses investasi yang dijalankan.

4.3.2. Strategi SWOT.

Kinerja non keuangan adalah analisis kinerja yang bukan berdasarkan ada laporan keuangan. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode analisis SWOT. Analisis SWOT adalah suatu cara untuk menentukan sebuah strategi yang berdasarkan pada logika dengan memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), dan memaksimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*). Penggunaan analisis SWOT diharapkan akan mengetahui bagaimana posisi organisasi perusahaan AXA Financial (Rangkuti, 2008).

Tujuan analisis SWOT adalah dapat merumuskan strategi yang organisasi yang realistic dalam mewujudkan visi dan misinya. Perumusan ini didapatkan dari dua faktor, yaitu faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal. Fakto-faktor internal perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya manusia dalam sebuah organisasi, dan faktor-faktor eksternal adalah faktor-faktor yang tidak berkaitan langsung dengan kegiatan internal perusahaan. Berikut ini, rangkuman analisis faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal perusahaan AXA Financial yang didapat dari hasil wawancara (Rangkuti,2008).

IFAS (*Internal Factor Analysis Strategi*) adalah analisis faktor internal yang dibagi kedalam dua aspek, yaitu *strengths* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan) yang dapat dikelola oleh manajemen perusahaan (Destrilia, 2018).

EFAS (*Eksternal Factor Analysis Strategi*) adalah analisis faktor eksternal yang dibagi dalam dua aspek, yaitu *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) yang tidak dapat dikelola oleh manajemen perusahaan (Destriana, 2018).

Hasil analisis faktor internal yang dilakukan peneliti terhadap perusahaan AXA Financial adalah sebagai berikut:

4.3.2.1.1. Perkenalan dua produk baru, yaitu produk syariah yang diluncurkan pada tahun 2015 serta produk wakaf ditahun 2019.

Kekuatan yang dimiliki perusahaan asuransi AXA Financial dalam mengembangkan usaha asuransi.

“Kekuatan produk perusahaan AXA Financial terletak pada peluncuran produk baru yang berbasis syariah. Produk syariah ini sangat memikat nasabah karena dinilai memberikan manfaat tolong-menolong antar manusia.”

Luncurkan program wakaf, AXA Financial jalin kerjasama dengan MUI.

“Demi memberikan kesempatan bagi nasabah untuk berkontribusi dalam membantu masyarakat, perusahaan AXA Financial menciptakan program wakaf. Program wakaf akan memberikan kemudahan akses kepada nasabah untuk berwakaf serta dapat mendukung penetrasi asuransi syariah di Indonesia (Reynas, 2019).”

4.3.2.1.2. Pemerataan kantor cabang perusahaan AXA Financial diberbagai daerah di Indonesia.

Kekuatan yang dimiliki perusahaan asuransi AXA Financial dalam mengembangkan usaha asuransi.

“Kekuatan kedua, yang dimiliki perusahaan AXA Financial adalah pemerataan kantor cabang perusahaan AXA Financial diberbagai daerah di Indonesia, sehingga memudahkan nasabah memperoleh informasi langsung dari agen perusahaan AXA Financial.”

4.3.2.1.3. Jam kerja kantor tidak dibatasi oleh waktu, selalu siap disaat nasabah membutuhkan.

Kekuatan yang dimiliki perusahaan asuransi AXA Financial dalam mengembangkan usaha asuransi.

“Kekuatan ketiga yang dimiliki AXA Financial terletak pada sumber daya manusia yang dimiliki adalah jam kerja kantor yang tidak dibatasi oleh waktu, selalu siap disaat nasabah membutuhkan, sehingga nasabah tidak perlu menunggu lama dalam pelayanan yang diberikan perusahaan AXA Financial.”

4.3.2.1.4. Menciptakan agen-agen yang konsisten dalam menjalankan bisnis perusahaan.

Kekuatan yang dimiliki perusahaan asuransi AXA Financial dalam mengembangkan usaha asuransi.

“Kekuatan AXA Financial kelima adalah menciptakan agen-agen yang konsisten dalam menjalankan bisnis pada perusahaan AXA Financial.”

4.3.2.1.5. Menggandeng usaha lain demi memperkenalkan produknya.

AXA Financial jadi mitra resmi asuransi global untuk klub sepak bola Liverpool.

“Perusahaan AXA Financial menjadi mitra resmi Liverpool dengan bekerjasama secara erat dengan pemain, pelatih dan pekerja kesehatan professional Liverpool FC. Dalam kerjasama ini perusahaan AXA Financial membuat konten unik yang bertujuan untuk mendorong gaya hidup sehat, seperti tujuan perusahaan AXA Financial yaitu memberdayakan masyarakat untuk hidup lebih baik (Saraswati, 2018).”

4.3.2.1.6. Menciptakan produk maya bagi UKM di Platform ICS slice.

Perusahaan AXA perkenalkan asuransi maya untuk UKM di platform ICS Slice.

“Produk asuransi maya adalah produk pertama yang dikeluarkan perusahaan AXA Financial, dimana produk asuransi maya bertugas untuk melindungi peretasan terhadap bisnis teknologi (Kosick, 2018).”

4.3.2.1.7. Menciptakan produk kesehatan yang berbeda sesuai dengan penyakit yang diderita nasabah.

Produk Perusahaan AXA Financial

“Produk Maestro Juvenile CI adalah produk yang meng-cover 120 kondisi penyakit kritis mulai tahap awal hingga tahap akhir, serta tambahan produk baru dari Maestro Juvenile CI adalah meng-cover 34 penyakit kritis untuk anak-anak. Perlindungan penyakit kritis adalah solusi bagi perlindungan kesehatan masyarakat (Jatmiko, 2016).”

4.3.2.1.8. Manfaat tambahan yang menguntungkan nasabah.

Program yang telah dilakukan perusahaan AXA Financial dalam mengembangkan usaha asuransi.

“Kelebihan AXA Financial terletak pada *rider* atau dapat disebut sebagai manfaat tambahan, dimana manfaat tambahan dapat dilakukan *top-up* oleh nasabah setelah melakukan pembayaran pertama. Semakin banyak *rider* yang diinginkan nasabah, maka semakin besar pula tingkat pengembalian yang akan diperoleh nasabah. Bagi nasabah dari perusahaan AXA Financial, memiliki *rider* adalah salah satu manfaat unggulan walau produk yang ditawarkan perusahaan asuransi lain tergolong sama.”

4.3.2.1.9. Menjalin kerjasama dengan perusahaan ritel.

AXA Financial pasarkan asuransi kecelakaan lewat Alfamart.

“Demi memudahkan masyarakat dalam pembayaran asuransi, perusahaan AXA Financial menjalin kerjasama dengan perusahaan retail, yaitu alfamart. Produk yang dipasarkan adalah asuransi kecelakaan diri yang bermanfaat bagi masyarakat menengah, sehingga segala aspek masyarakat mampu menikmati pentingnya asuransi (Setyowati, 2018).”

4.3.2.1.10. Perekrutan agen perusahaan yang dirancang dengan baik.

Generasi Milineal Sasaran Utama AXA Indonesia

“Mengadakan perencanaan pelatihan dalam memperkenalkan asuransi, agar lebih paham kedepannya terhadap perencanaan keuangan. Menurut perusahaan AXA Financial, sepertiga dari masyarakat Indonesia adalah generasi milineal, kesempatan itu sangat diharapkan dapat memenuhi kekurangan dari agen perusahaan AXA Financial yang kurang (Barrus 2018).”

Pernyataan-pernyataan diatas, penulis rangkum dalam tabel 4.2 dibawah ini.

Tabel 4.2 Matriks IFAS AXA Financial

No	Kekuatan (S)
1	Perkenalan dua produk baru, yaitu produk syariah tahun 2015 dan produk wakaf tahun 2019.
2	Pemerataan kantor cabang perusahaan AXA Financial diberbagai daerah di Indonesia.
3	Jam kerja kantor tidak dibatasi oleh waktu, selalu siap disaat nasabah membutuhkan.
4	Menciptakan agen-agen yang konsisten dalam menjalankan bisnis perusahaan.
5	Menggandeng usaha lain demi memperkenalkan produknya.
6	Menciptakan produk maya bagi UKM di Platform ICS slice.
7	Menciptakan produk kesehatan yang berbeda sesuai dengan penyakit yang diderita nasabah.
8	Manfaat tambahan yang menguntungkan nasabah.
9	Menjalin kerjasama dengan perusahaan ritel.
10	Perekrutan agen perusahaan yang dirancang dengan baik.

Sumber: Data diolah oleh peneliti, tahun 2019

Tabel 4.2 menjelaskan tentang rangkuman dari faktor kekuatan dalam analisis SWOT. Faktor kekuatan adalah faktor yang dimiliki perusahaan sehingga menjadi suatu keunggulan yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Faktor kekuatan dari perusahaan AXA Financial adalah sebagai berikut: Pengeluaran produk baru yang berlandaskan pada syariah atau dapat disebut sebagai asuransi syariah, pemerataan kantor cabang perusahaan AXA Financial di berbagai daerah di Indonesia, jam kerja kantor yang tidak dibatasi oleh waktu, sehingga selalu siap setiap saat, menciptakan agen-agen yang konsisten dalam menjalankan bisnis perusahaan, menggandeng usaha lain demi memperkenalkan produknya, menciptakan produk maya bagi UKM di Platform ICS Slice, menciptakan produk kesehatan sesuai dengan penyakit yang diderita nasabah, manfaat tambahan yang menguntungkan, menjalin kerjasama

dengan perusahaan retail, dan perekrutan agen perusahaan yang dirancang dengan baik.

Faktor internal yang kedua adalah faktor kelemahan, yang akan menghasilkan penelitian dari perusahaan AXA Financial, yaitu

4.3.2.2.1. Kurangnya agen AXA Financial yang berkontribusi dalam pemasaran produk syariah.

Kelemahan yang dimiliki perusahaan asuransi AXA Financial dalam mengembangkan produknya.

“Kelemahan yang dimiliki perusahaan AXA Financial adalah Kurangnya pengetahuan agen terhadap produk syariah, sehingga dalam pemasarannya akan menjadi kendala bagi perkembangan produk syariah.”

4.3.2.2.2. Beredarnya produk yang sama dengan AXA Financial.

Program yang telah dilakukan perusahaan AXA Financial dalam mengembangkan usaha asuransi.

“Kelebihan AXA Financial terletak pada *rider* atau dapat disebut sebagai manfaat tambahan, dimana manfaat tambahan dapat di lakukan *top-up* oleh nasabah setelah melakukan pembayaran pertama. Semakin banyak *rider* yang diinginkan nasabah, maka semakin besar pula tingkat pengembalian yang akan diperoleh nasabah. Bagi nasabah dari perusahaan AXA Financial, memiliki *rider* adalah salah satu manfaat unggulan walau produk yang ditawarkan perusahaan asuransi lain tergolong sama.”

4.3.2.2.3. Kurangnya pengetahuan agen perusahaan AXA Financial terhadap produk syariah.

Kelemahan yang dimiliki perusahaan asuransi AXA Financial dalam mengembangkan produknya.

“Kelemahan dalam produk perusahaan AXA Financial adalah bahwa sumber daya manusia yang belum berkontribusi secara langsung dalam pemasaran produk baru, yaitu produk syariah. Sehingga, para sumber daya manusia belum sepenuhnya mengetahui secara detail mengenai produk syariah.”

4.3.2.2.4. Klaim nasabah yang belum dilunasi.

Nasabah laporkan asuransi AXA ke polisi terkait klaim.

“Tahun 2017, perusahaan AXA Financial terjerat kasus terkait klaim asuransi oleh nasabah. Penyakit kritis yang diderita nasabah, mengakibatkan nasabah harus dirawat di rumah sakit. Saat nasabah mulai ditangani pihak rumah sakit, nasabah menyerahkan kartu member AXA, tetapi secara sepihak AXA menolak meng-cover biaya rumah sakit (Qodar, 2017).”

Pernyataan-pernyataan diatas, penulis rangkum dalam tabel 4.3 dibawah ini.

Tabel 4.3 Matriks IFAS AXA Financial

No	Kelemahan (W)
1	Kurangnya agen AXA Financial yang berkontribusi dalam pemasaran produk syariah.
2	Beredarnya produk yang sama dengan AXA Financial.
3	Kurangnya pengetahuan agen perusahaan AXA Financial terhadap produk syariah.
4	Klaim nasabah yang belum dilunasi.

Sumber: Data diolah oleh peneliti, tahun 2019

Tabel 4.3 merupakan rangkuman dari faktor kelemahan perusahaan AXA Financial. Faktor kelemahan adalah keterbatasan atau kekuarangan yang dimiliki oleh perusahaan yang nantinya menjadi penghalang bagi perusahaan dalam mengembangkan usahanya. Terdapat empat macam faktor kelemahan dalam perusahaan AXA Financial, yaitu: kurangnya agen AXA Financial yang berkontribusi dalam pemasaran produk syariah, beredarnya produk yang sama dengan AXA Financial, kurangnya pengetahuan agen perusahaan AXA Financial terhadap produk syariah, dan klaim nasabah yang belum dilunasi.

Analisis faktor selanjutnya adalah faktor eksternal dari perusahaan AXA Financial. Analisis faktor eksternal ini akan dilakukan dengan melihat sisi peluang serta sisi ancaman yang dimiliki perusahaan AXA Financial. Pertama penulis akan membahas tentang sisi peluang pada perusahaan AXA Financial, yaitu:

4.3.2.3.1. Meningkatkan komunikasi terhadap nasabah terkait produk syariah.

Peluang apa yang dapat membantu perusahaan AXA Financial menjadi sebuah perusahaan yang baik.

“Peluang yang dimiliki perusahaan AXA Financial dari segi sumber daya manusia adalah meningkatkan komunikasi dengan nasabah dalam memperkenalkan produk syariah kepada nasabah lainnya, agar produk syariah tetap dapat berkembang.”

4.3.2.3.2. Meningkatnya jumlah nasabah AXA Financial dari tahun ketahun.

Peluang apa yang dapat membantu perusahaan AXA Financial menjadi sebuah perusahaan yang baik.

“Peluang yang dimiliki perusahaan AXA Financial dilihat dari segi pemasaran adalah meningkatnya jumlah nasabah AXA Financial dari tahun ketahun.”

4.3.2.3.3. Pemasaran produk AXA Financial yang telah mencapai ranah luar negeri.

AXA Meluncurkan Produk Asuransi yang Bertaraf Internasional.

“Perusahaan AXA Financial membuat suatu asuransi kesehatan yang dipasarkan ke ranah luar negeri. Produk asuransi tersebut adalah *International Exclusive*. Produk ini bertujuan untuk memberikan klaim terhadap risiko diagnosis penyakit yang ditanggung nasabah dimasa depan maupun dimasa lalu (Zulfahmi, 2012).”

4.3.2.3.4. Pemasaran produk yang hampir meluas keseluruh aspek bisnis.

Financial comparison: GWG Versus AXA.

“Perusahaan AXA Financial menawarkan berbagai produk asuransi, yaitu: tabungan, properti dan *casualty*, dan kesehatan. Produknya termasuk motor, rumah tangga, properti, asuransi umum, kesehatan, perbangkan, tabungan kendaraan dan lain sebagainya (Grossman, 2018).”

4.3.2.3.5. Dapat memenuhi tuntutan nasabah.

AXA Life ditutup bagaimana nasib nasabah.

“Terjadinya merger antara perusahaan AXA Life dan AXA Financial mengakibatkan isu-isu kurang baik yang beredar pada pemegang polis. Akhirnya perusahaan AXA Financial menegaskan bahwa, nasib

pemegang polis AXA Life akan di alih tanggung jawab kepada AXA Financial, sehingga para pemegang polis tetap akan menerima klaim sebesar kontrak asuransinya (Perkasa, 2018).”

- 4.3.2.3.6. Mengadakan perlombaan antar perusahaan asuransi demi meningkatkan pemasaran.

AXA Financial Genjot Pertumbuhan Produk Syariah.

“Perlombaan antar perusahaan asuransi yang melibatkan agen perusahaan asuransi AXA Financial, bertujuan untuk memperluas pemasaran produk syariah diseluruh wilayah Indonesia. Sehingga, para agen juga dapat memahami mengenai produk syariah (Sari, 2018).”

- 4.3.2.3.7. Pemasaran yang dilakukan dengan publik figure yang terbaik.

Dorong kemajuan dan kemandirian wanita modern Indonesia, AXA Financial Indonesia dukung ajang puteri Indonesia 2018.

“AXA Financial telah menjalin kerjasama dengan yayasan puteri Indonesia, kerja sama ini dibangun untuk menjalankan visi AXA Financial, yaitu memberdayakan masyarakat untuk hidup lebih baik. Menurut AXA Financial bahwasannya wanita harus mandiri dalam hal keuangan sehingga akan berguna dalam kehidupan berkeluarga dan menjadi bekal kehidupan secara pribadi (Astria, 2018).”

Pernyataan-pernyataan diatas, penulis rangkum dalam tabel 4.4 dibawah ini.

Tabel 4.4 Matriks EFAS AXA Financial

No	Peluang (O)
1	Meningkatkan komunikasi terhadap nasabah terkait produk syariah.
2	Meningkatnya jumlah nasabah AXA Financial dari tahun ketahun.
3	Pemasaran produk AXA Financial yang telah mencapai ranah luar negeri.
4	Pemasaran produk yang hampir meluas keseluruh aspek bisnis.
5	Dapat memenuhi tuntutan nasabah.
6	Mengadakan perlombaan antar perusahaan asuransi demi meningkatkan pemasaran.
7	Pemasaran yang dilakukan dengan publik figure yang terbaik.

Sumber: Data diolah oleh peneliti, tahun 2019.

Tabel 4.4 menjelaskan faktor eksternal dari perusahaan AXA Financial. Faktor peluang adalah sebuah situasi lingkungan yang tidak terkait dengan internal perusahaan yang dapat memberikan untung bagi perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan AXA Financial mempunyai tujuh macam aspek peluang yang dimiliki, yaitu: meningkatkan komunikasi terhadap nasabah terkait produk syariah, meningkatnya jumlah nasabah perusahaan asuransi syariah, pemasaran produk AXA Financial yang telah mencapai ranah internasional, pemasaran produk yang hampir meluas keseluruh aspek bisnis, dapat memenuhi tuntutan nasabah, mengadakan perlombaan antar perusahaan asuransi demi meningkatkan pemasaran, dan pemasaran yang dilakukan dengan publik figur terbaik.

Faktor eksternal yang kedua adalah faktor ancaman atau tantangan, yang akan menghasilkan penelitian dari perusahaan AXA Financial, yaitu:

- 4.3.2.4.1. Kurangnya inovasi dalam menghadapi kompetitor yang semakin berkembang.

Tantangan atau kendala dalam menjalankan usaha asuransi di perusahaan AXA Financial.

“Tantangan AXA Financial dilihat dari segi sumber daya manusia adalah Dalam hal pemasaran, kelemahan perusahaan AXA Financial adalah belum dapat memaksimalkan bisnisnya dalam menghadapi kompetitor yang semakin berkembang.”

4.3.2.4.2. Belum tercapainya sasaran masyarakat yang berada di daerah plosok.

Tantangan atau kendala dalam menjalankan usaha asuransi di perusahaan AXA Financial.

“Tantangan yang dihadapi perusahaan AXA Financial, dilihat dari produk adalah Dalam segi pemasaran, tantangan yang dihadapi perusahaan AXA Financial adalah akses ke daerah pelosok yang belum terjangkau karena kendala agen yang belum dapat memenuhi.”

4.3.2.4.3. Kurangnya pengetahuan nasabah mengenai pentingnya asuransi.

Pasar Asuransi Indonesia Menjanjikan, Namun Kesadaran Masyarakat Masih Rendah.

“Kesadaran masyarakat Indonesia sangat kurang dalam hal pengelolaan keuangan. Jumlah masyarakat Indonesia dari total keseluruhan hanya sampai tingkat 20% yang mengikuti program asuransi, sedangkan perusahaan-perusahaan asuransi di Indonesia telah cukup luas. Produk yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi sangat berguna bagi pekerja maupun usaha kecil.”

4.3.2.4.4. Kurangnya pemahaman nasabah terhadap produk syariah.

Ini Penyebab Kecilnya Pertumbuhan Asuransi di Indonesia.

“Alasan dari minimnya masyarakat akan produk syariah adalah kurangnya pemahaman tentang asuransi serta kurangnya minat

masyarakat terhadap asuransi syariah. Beberapa masyarakat menilai bahwa produk yang ditawarkan dalam asuransi syariah sama dengan produk yang ditawarkan produk konvensional, sehingga masyarakat men-klaim bahwa produk konvensional lebih dipercaya.”

Pernyataan-pernyataan diatas, penulis rangkum dalam tabel 4.4 dibawah ini.

Tabel 4.5 Matriks EFAS AXA Financial

No	Tantangan (T)
1	Kurangnya inovasi dalam menghadapi kompetitor yang semakin berkembang.
2	Belum tercapainya sasaran masyarakat yang berada di daerah plosok.
3	Kurangnya pengetahuan nasabah mengenai pentingnya asuransi.
4	Kurangnya pemahaman nasabah terhadap produk syariah.

Tabel 4.5 merangkum tentang faktor kedua dari faktor eksternal yaitu faktor tantangan. Tantangan atau ancaman adalah faktor yang tidak mempunyai kaitan dengan internal perusahaan, tetapi adanya faktor ini tidak memberikan untuk bagi perusahaan. Faktor tantangan yang dimiliki perusahaan AXA Financial adalah: kurangnya inovasi dalam menghadapi kompetitor yang semakin berkembang, belum tercapainya sasaran masyarakat yang berada di daerah pelosok, kurangnya pengetahuan nasabah mengenai pentingnya asuransi, dan kurangnya pemahaman nasabah terhadap produk syariah.

Langkah yang dilakukan selanjutnya adalah penggabungan dari setiap faktor-faktor, yang nantinya akan menghasilkan sebuah strategi baru bagi perusahaan AXA Financial. Strategi pertama yaitu, strategi SO. Strategi SO adalah strategi yang

dihasilkan dari penggabungan dua faktor, yaitu faktor kekuatan dan faktor peluang, Sehingga akan menghasilkan rangkuman pada tabel 4.6

Tabel 4.6 Matriks Strategi SO

No	Strategi SO
1	Mengoptimalkan sistem informasi sehingga dapat meningkatkan sosialisasi produk syariah.
2	Memberikan keringanan kepada nasabah yang berada di wilayah Indonesia.
3	Meningkatkan pelayanan dan kenyamanan nasabah AXA Financial.
4	Menciptakan dan meningkatkan agen yang berkompetensi tinggi.
5	Melakukan merger dengan perusahaab asuransi lain demi memunculkan produk baru.
6	Menciptakan inovasi produk bafu sesuai kebutuhan para nasabah.
7	Meningkatkan market share perusahaan dengan cara menyuguhkan iklan yang bermanfaat.

Sumber: Data diolah oleh peneliti, tahun 2019.

Tabel 4.6 tentang Matriks Strategi SO, menjelaskan tentang hasil penggabungan dari faktor kekuatan (*strenght*) dan faktor peluang (*opportunity*), yang mana akan menghasilkan strategi SO. Strategi SO berarti strategi dengan keunggulan komperatif, dimana perusahaan tidak boleh membiarkan peluang hilang begitu saja. Strategi ini harus diperkuat dengan perencanaan yang mendukung, sehingga perusahaan akan dapat berkembang. Hasil perhitungan yang diterapkan pada perusahaan AXA Financial menghasilkan strategi SO, sebagai berikut: mengoptimalkan sistem informasi sehingga dapat meningkatkan sosialisasi produk syariah, memberikan keringanan kepada nasabah yang berada di wilayah Indonesia, meningkatkan pelayanan dan kenyamanan nasabah AXA Financial, menciptakan dan meningkatkan agen yang berkompetensi tinggi, melakukan merger dengan

perusahaan asuransi lain demi memunculkan produk baru, menciptakan inovasi produk baru sesuai kebutuhan para nasabah, meningkatkan market share perusahaan dengan cara menyuguhkan iklan yang bermanfaat.

Strategi yang kedua adalah strategi ST. Strategi ST adalah penggabungan dari dua faktor, yaitu faktor kekuatan dan faktor ancaman, sehingga menghasilkan tabel 4.7 dibawah ini:

Tabel 4.7 Matriks Strategi ST

NO	Strategi ST
1	Meningkatkan sosialisasi kepada nasabah terkait produk-produk baru perusahaan
2	Memberikan kemudahan akses agen perusahaan untuk menjelajahi daerah pelosok.
3	Mengoptimalkan agen perusahaan untuk memberikan penyuluhan dan pelatihan terhadap masyarakat Indonesia.
4	Meningkatkan pemasaran terhadap produk syariah.

Sumber: Data diolah oleh peneliti, tahun 2019

Tabel 4.7 strategi ST, yang bermakna penggabungan antara faktor kekuatan dan ancaman. Strategi ini memerlukan pengoptimalan terhadap sumber daya perusahaan sebagai kekuatan yang dimiliki perusahaan dengan dihadapkan dengan ancaman, sehingga nantinya akan menghasilkan sebuah peluang bagi perusahaan. Hasil penggabungan antara kekuatan dan ancaman pada perusahaan AXA Financial adalah sebagai berikut: meningkatkan sosialisasi kepada nasabah terkait produk-produk baru perusahaan, memberikan kemudahan akses bagi agen perusahaan untuk menjelajah daerah pelosok, mengoptimalkan agen perusahaan untuk memberikan

penyuluhan terhadap masyarakat Indonesia, meningkatkan pemasaran terhadap produk syariah.

Strategi yang ketiga adalah strategi WO, yaitu strategi yang menggabungkan faktor kelemahan dan peluang sehingga menghasilkan strategi WO seperti tabel 4. 8 dibawah ini:

Tabel 4.8 Matriks Strategi WO

No	Strategi WO
1	Meningkatkan komunikasi terhadap nasabah dalam pemasaran produk syariah, yaitu dari agen ke nasabah, dari nasabah ke nasabah lainnya.
2	Memberikan penjelasan terhadap calon nasabah terkait kelebihan oroduk AXA Financial.
3	Meningkatkan kompetensi agen AXA Financial terhadap produk syariah agar dapat berkembang sesuai oroduk konvensional perusahaan.
4	Mamberikan pelayanan yangbterbaik bagi seluruh nasabah AXA Financial

Sumber: Data diolah oleh peneliti, tahun 2019

Tabel 4.8 menunjukkan dua hasil strategi dari perhitungan faktor strategi SWOT, yaitu strategi WO. Strategi WO adalah penggabungan antara faktor kelemahan dan peluang, dimana perusahaan harus mampu meminimalisir kelemahan yang dipunyai perusahaan. Jika diteruskan atau dipaksa untuk melakukannya, maka akan menjadi kerugian bagi perusahaan. Strategi WO perusahaan AXA Financial adalah: meningkatkan komunikasi terhadap nasabah dalam pemasaran produk syariah, dari agen ke nasabah dan dari nasabah ke nasabah lainnya, memberikan penjelasan terhadap calon nasabah terkait kelebihan produk AXA Financial,

meningkatkan kompetensi agen AXA Financial terhadap produk syariah agar sama berkembangnya dengan produk konvensional, dan memberikan pelayanan yang terbaik bagi seluruh nasabah perusahaan AXA Financial.

Strategi keempat adalah strategi WT, yaitu strategi dengan penggabungan dari faktor kelemahan dan ancaman. Dua faktor tersebut menghasilkan strategi seperti dibawah ini:

Tabel 4.9 Matriks Strategi WT

No	Strategi WT
1	Pemanfaatan agen perusahaan AXA Financial untuk memperluas pemasaran
2	Meningkatkan sasaran yang menunjang perkembangan perusahaan.
3	Memberikan pelatihan-pelatihan kepada masyarakat yang kontra dengan produk asuransi.
4	Mengoptimalkan agen AXA Financial dalam memberikan penjelasan kepada nasabah terhadap produk syariah.

Sumber: Data diolah oleh peneliti, tahun 2019

Tabel 4.9 menunjukkan strategi yang kedua adalah strategi WT, yang berarti strategi ini adalah strategi yang paling lemah karena menggabungkan antara faktor kelemahan dan faktor ancaman. Jika dilakukan akan berdampak buruk bagi perusahaan. Strategi WT yang dimiliki perusahaan AXA Financial adalah: pemanfaatan agen perusahaan AXA Financial untuk memperluas pemasaran, meningkatkan sasaran yang menunjang perkembangan perusahaan, memberikan pelatihan-pelatihan kepada masyarakat yang kontra dengan asuransi, dan mengoptimalkan agen AXA Financial dalam memberikan penjelasan terhadap produk syariah.

Tahap selanjutnya dalam menentukan strategi SWOT bagi perusahaan AXA Financial adalah melakukan perhitungan serta pembobotan terhadap *Internal Factor Analysis Strategi (IFAS)* dan *Eksternal Factor Analysis Strategi (EFAS)*. Perhitungan ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting bagi perusahaan, dilihat dari lingkungan internal serta eksternal perusahaan. Penulis telah mencantumkan pembobotan yang nantinya akan dilakukan pada tabel 4.9 dan 4.10 sebagai alat ukur yang digunakan dalam menentukan skor IFAS dan EFAS.

Peringkat pertama dari data yang diperoleh peneliti mengenai faktor terpenting perusahaan adalah kepentingan nasabah, sehingga pembobotan yang diberikan penulis sebesar 0,70. Peringkat kedua adalah peningkatan produk, pembobotan yang diberikan adalah 0,55-0,65. Pembobotan ini dilihat dari pentingnya produk yang dikeluarkan maupun produk yang dikembangkan perusahaan AXA Financial. Peringkat ketiga adalah agen perusahaan dengan pembobotan sebesar 0,50. Peringkat keempat adalah pemegang saham dengan pembobotan 0,40, serta peringkat kelima adalah pemerintah dengan pemberian bobot sebesar 0,30. Pembobotan yang dilakukan dari kelima aspek diatas akan mencapai total dari pembobotan sebesar 1,00

Tabel 4.10 Perhitungan Skor IFAS

No	Faktor-faktor strategi internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan (S)				
1	Perkenalan dua produk baru, yaitu produk syariah tahun 2015 dan produk wakaf tahun 2019.	0,065	4	0,26
2	Pemerataan kantor cabang perusahaan AXA Financial diberbagai daerah di Indonesia.	0,070	4	0,28
3	Jam kerja kantor tidak dibatasi oleh waktu, selalu siap disaat nasabah membutuhkan.	0,050	2	0,1
4	Menciptakan agen-agen yang konsisten dalam menjalankan bisnis perusahaan.	0,050	2	0,1
5	Menggandeng usaha lain demi memperkenalkan produknya.	0,055	3	0,165
6	Menciptakan produk maya bagi UKM di Platform ICS slice.	0,060	3	0,18
7	Menciptakan produk kesehatan yang berbeda sesuai dengan penyakit yang diderita nasabah.	0,055	3	0,165
8	Manfaat tambahan yang menguntungkan nasabah.	0,070	4	0,28
9	Menjalin kerjasama dengan perusahaan ritel.	0,065	3	0,195
10	Perekrutan agen perusahaan yang dirancang dengan baik.	0,060	2	0,12
Kelemahan (W)				
1	Kurangnya agen AXA Financial yang berkontribusi dalam pemasaran produk syariah.	0,065	3	0,195
2	Beredarnya produk yang sama dengan AXA Financial.	0,060	2	0,12
3	Kurangnya pengetahuan agen perusahaan AXA Financial terhadap produk syariah.	0,065	3	0,195
4	Klaim nasabah yang belum dilunasi.	0,070	4	0,28
	TOTAL	1,000		2,635

Sumber: Data diolah oleh peneliti, tahun 2019

Keterangan :

Nilai bobot diberikan pada masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Nilai untuk masing-masing faktor diberikan skala mulai 4 (outstanding) samapi 1 (poor) berdasarkan pengaruh tersebut terhadap kondisi yang bersangkutan. Jumlah pembobotan lainnya dalam kelompok industri yang sama (Rangkuti, 2008).

Faktor kekuatan ditunjukkan dengan beberapa kriteria, yaitu:

- 4.3.2.5.1. Perkenalan dua produk baru, yaitu produk syariah tahun 2015 dan produk wakaf tahun 2019 yang mana dapat memberikan inovasi pada produk AXA Financial. Maka peneliti memberikan bobot 0,065 karena dinilai sangat penting dan rating 4.
- 4.3.2.5.2. Pemerataan kantor cabang perusahaan AXA Financial, juga dinilai sangat penting, namun peneliti juga mempertimbangkan dengan kurangnya sumber daya manusia yang akan menjalankan anak cabang baru. Sehingga peneliti memberikan bobot 0,070 dengan nilai penting dan rating 4.
- 4.3.2.5.3. Jam kerja kantor tidak dibatasi oleh waktu, dapat memberikan layanan penuh kepada nasabah sehingga nasabah merasa tidak perlu membuang waktu dalam menunggu pelayanan yang diberikan perusahaan AXA Financial. Pada poin ini, penulis memberikan bobot sebesar 0,050 karena dinilai penting bagi kinerja agen, dengan rating 2.

- 4.3.2.5.4. Menciptakan agen-agen yang konsisten dalam menjalankan bisnis perusahaan sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah AXA Financial. Pembobotan yang diberikan adalah 0,050 karena dinilai penting bagi kinerja agen dengan rating 2 karena dinilai sama dengan perusahaan lain.
- 4.3.2.5.5. Menggandeng usaha lain demi memperkenalkan produknya. AXA Financial melakukan kerjasama dengan perusahaan kartu perdana (XL) serta dengan organisasi-organisasi lain yang mempunyai banyak peminat seperti, organisasi sepak bola Liverpool. Pembobotan yang diberikan adalah 0,055 dengan rating 3 karena dinilai sebagai inovasi kinerja agen dalam pengiklanan produk asuransi.
- 4.3.2.5.6. Menciptakan produk maya bagi UKM di Platform ICS slice. Pembobotan yang diberikan adalah 0,060 dengan rating 3 karena produk yang dikeluarkan adalah produk terbaru yang belum dimiliki oleh perusahaan asuransi lain.
- 4.3.2.5.7. Menciptakan produk kesehatan yang berbeda sesuai dengan penyakit yang diderita nasabah. Pembobotan yang diberikan adalah 0,055 dengan rating 3 karena dinilai bermanfaat bagi nasabah tetapi masih dalam ranah peningkatan produk.
- 4.3.2.5.8. Manfaat tambahan yang menguntungkan nasabah. Pembobotan yang diberikan adalah 0,070 dengan rating 4 karena dinilai menguntungkan bagi nasabah dalam hal investasi yang dilakukan.

4.3.2.5.9. Menjalinkan kerjasama dengan perusahaan ritel. Pembobotan yang diberikan adalah 0,065 dengan rating 3 karena dinilai mempermudah nasabah dalam pembayaran asuransi.

4.3.2.5.10. Perekrutan agen perusahaan yang dirancang dengan baik. Pembobotan yang diberikan adalah 0,60 dengan rating 2 karena dinilai dapat memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

Fakto kedua adalah kelemahan, terdapat tiga macam yang dinilai dari perusahaan AXA Financial, yaitu:

4.3.2.6.1. Kurangnya agen AXA Financial yang berkontribusi dalam pemasaran produk syariah. Peneliti memberikan bobot 0,65 dengan rating 3 karena kurangnya pemahaman agen bukan menjadi faktor utama kelemahan perusahaan AXA Financial.

4.3.2.6.2. Beredarnya produk yang sama dengan AXA Financial. Peneliti memberikan bobot 0,060 dengan rating 2 karena perusahaan asuransi harus memberikan inovasi-inovasi agar masyarakat dapat membedakan kekurangan dan kelebihan produk asuransi lain.

4.3.2.6.3. Kurangnya pengetahuan agen perusahaan AXA Financial terhadap produk syariah. Peneliti memberikan bobot 0,065 dengan rating 3 karena dinilai kompetensi agen sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.

4.3.2.6.4. Klaim nasabah yang belum dilunasi. Pembobotan yang diberikan adalah 0,0770 dengan rating 4 karena menyangkut jumlah nasabah yang percaya terhadap AXA Financial.

Tabel 4.11 Perhitungan Skor EFAS

No	Faktor-faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang (O)				
1	Meningkatkan komunikasi terhadap nasabah terkait produk syariah.	0,070	4	0,28
2	Meningkatnya jumlah nasabah AXA Financial dari tahun ketahun.	0,070	4	0,28
3	Pemasaran produk AXA Financial yang telah mencapai ranah luar negeri.	0,070	4	0,28
4	Pemasaran produk yang hampir meluas keseluruhan aspek bisnis.	0,065	3	0,195
5	Dapat memenuhi tuntutan nasabah.	0,065	3	0,195
6	Mengadakan perlombaan antar perusahaan asuransi demi meningkatkan pemasaran.	0,060	2	0,12
7	Pemasaran yang dilakukan dengan publik figure yang terbaik.	0,065	3	0,195
Tantangan (T)				
1	Kurangnya inovasi dalam menghadapi kompetitor yang semakin berkembang.	0,055	3	0,165
2	Belum tercapainya sasaran masyarakat yang berada di daerah plosok.	0,070	4	0,28
3	Kurangnya pengetahuan nasabah mengenai pentingnya asuransi.	0,065	3	0,195
4	Kurangnya pemahaman nasabah terhadap produk syariah.	0,065	3	0,195
TOTAL		1,00		2,380

Sumber: Data diolah oleh peneliti, tahun 2019

Keterangan :

Nilai bobot diberikan pada masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Nilai untuk masing-masing faktor

diberikan skala mulai 4 (outstanding) samapi 1 (poor) berdasarkan pengaruh tersebut terhadap kondisi yang bersangkutan. Jumlah pembobotan lainnya dalam kelompok industri yang sama (Rangkuti, 2008).

EFAS adalah penilaian terhadap faktor eksternal perusahaan. Faktor eksternal perusahaan dinilai dari dua faktor yang bersangkutan, yaitu: peluang dan ancaman. Faktor EFAS yang pertama adalah peluang. Hasil dari pembobotan faktor peluang perusahaan AXA Financial adalah sebagai berikut:

4.3.2.7.1. Meningkatkan komunikasi terhadap nasabah terkait produk syariah.

Peneliti memberikan bobot 0,070 dengan rating 4 karena dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap produk syariah tanpa perlu mengundang agen asuransi.

4.3.2.7.2. Meningkatnya jumlah nasabah AXA Financial dari tahun ketahun.

Pembobotan yang diberikan adalah 0,070 dengan rating 4 karena dinilai produk AXA Financial telah dipercayai oleh masyarakat Indonesia.

4.3.2.7.3. Pemasaran produk AXA Financial yang telah mencapai ranah luar negeri. Pembobotan yang diberikan adalah 0,070 dengan rating 4 karena dinilai dapat memperluas pasar serta jaringan perusahaan AXA Financial.

4.3.2.7.4. Pemasaran produk yang hampir meluas keseluruhan aspek bisnis.

Sehingga nasabah atau calon nasabah tidak perlu bingung tentang produk apa yang mereka butuhkan, semua kebutuhan dapat terselesaikan dengan

pemilihan produk yang tepat bagi nasabah sendiri. Pembobotan yang diberikan adalah 0,065 dengan rating 3.

4.3.2.7.5. Dapat memenuhi tuntutan nasabah. Walau terjadi merger atau penggabungan usaha dengan perusahaan AXA Life, AXA Financial tetap tidak lepas tanggung jawab atau kewalahan dalam proses mengklaim nasabah. Pembobotan yang diberikan adalah 0,065 dengan rating 3.

4.3.2.7.6. Mengadakan perlombaan antar perusahaan asuransi demi meningkatkan pemasaran. Pembobotan yang diberikan adalah 0,60 dengan rating 2 karena untuk meningkatkan kinerja agen asuransi.

4.3.2.7.7. Pemasaran yang dilakukan dengan publik figure yang terbaik. Pembobotan yang dilakukan adalah 0,065 dengan rating 3 karena dinilai memberikan iklan yang baik dengan menggunakan *public figure* yang provisional.

Faktor kedua dari EFAS adalah tantangan. Tantangan yang dimiliki perusahaan AXA Financial adalah:

4.3.2.8.1. Kurangnya inovasi dalam menghadapi kompetitor yang semakin berkembang. Pembobotan yang diberikan adalah 0,055 dengan rating 3 karena perusahaan AXA Financial belum dapat bersaing dengan kompetitor lain, pernyataan ini dibuktikan dengan top brand award yang masih menduduki peringkat tiga atau empat.

4.3.2.8.2. Belum tercapainya sasaran masyarakat yang berada di daerah plosok. Pembobotan yang diberikan adalah 0,070 dengan rating 4 karena terkait dengan pemberdayaan nasabah yang rawan akan risiko *financial*.

4.3.2.8.3. Kurangnya pengetahuan nasabah mengenai pentingnya asuransi. Pembobotan yang diberikan adalah 0,065 dengan rating 3 karena akan memberikan kesulitan dalam penyuluhan produk-produk AXA Financial.

4.3.2.8.4. Kurangnya pemahaman nasabah terhadap produk syariah. Pembobotan yang diberikan adalah 0,65 dengan rating 3 karena dapat meminimalkan nilai investasi syariah.

Dibawah ini adalah hasil dari analisis empat faktor dalam strategi SWOT, yaitu: faktor kekuatan dan peluang (SO), faktor kekuatan dan tantangan (ST), faktor kelemahan dan peluang (WO), dan faktor kelemahan dan tantangan (WT). Sehingga dapat mengetahui strategi yang harus diambil pada perusahaan AXA Financial, sebagai berikut:

Tabel 4. 12
Matriks SWOT Perusahaan AXA Financial

EFAS	Opportunities (Peluang) 1. Meningkatkan komunikasi terhadap nasabah terkait produk syariah. 2. Meningkatnya jumlah nasabah AXA Financial dari tahun ketahun. 3. Pemasaran produk AXA Financial yang telah mencapai ranah luar negeri. 4. Pemasaran produk yang hampir meluas keseluruh aspek bisnis. 5. Dapat memenuhi tuntutan nasabah. 6. Mengadakan perlombaan antar perusahaan asuransi demi meningkatkan pemasaran. 7. Pemasaran yang dilakukan dengan publik figure yang terbaik.	Threats (Ancaman) 1. Kurangnya inovasi dalam menghadapi kompetitor yang semakin berkembang. 2. Belum tercapainya sasaran masyarakat yang berada di daerah plosok. 3. Kurangnya pengetahuan nasabah mengenai pentingnya asuransi. 4. Kurangnya pemahaman nasabah terhadap produk syariah.
IFAS Strengths (Kekuatan) 1. Perkenalan dua produk baru, yaitu produk syariah tahun 2015 dan produk wakaf tahun 2019. 2. Pemerataan kantor cabang perusahaan AXA Financial diberbagai daerah di Indonesia. 3. Jam kerja kantor tidak dibatasi oleh waktu, selalu siap disaat nasabah membutuhkan. 4. Menciptakan agen-agen yang konsisten dalam menjalankan bisnis perusahaan. 5. Menggandeng usaha lain demi memperkenalkan produknya. 6. Menciptakan produk kesehatan yang berbeda sesuai dengan penyakit yang diderita nasabah. 7. Menciptakan produk maya bagi UKM di Platform ICS slice. 8. Manfaat tambahan yang menguntungkan nasabah. 9. Menjalin kerjasama dengan perusahaan ritel. 10. Perekrutan agen perusahaan yang dirancang dengan baik.	Strategi SO 1. Mengoptimalkan sistem informasi sehingga dapat meningkatkan sosialisasi produk syariah. 2. Memberikan keringanan kepada nasabah yang berada diwilayah Indonesia. 3. Meningkatkan pelayanan dan kenyamanan nasabah AXA Financial. 4. Menciptakan dan meningkatkan agen yang berkompentensi tinggi. 5. Melakukan merger dengan perusahaab asuransi lain demi memunculkan produk baru. 6. Menciptakan inovasi produk baru sesuai kebutuhan para nasabah. 7. Meningkatkan market share perusahaan dengan cara menyuguhkan iklan yang bermanfaat.	Strategi ST 1. Meningkatkan sosialisasi kepada nasabah terkait produk-produk baru perusahaan AXA Financial. 2. Memberikan kemudahan akses agen perusahaan untuk menjelajah daerah pelosok. 3. Mengoptimalkan agen perusahaan untuk memberikan penyulihan terhadap masyarakat Indonesia. 4. Meningkatkan pemasaran terhadap produk syariah.
Weaknesses (Kelemahan) 1. Kurangnya agen AXA Financial yang berkontribusi dalam pemasaran produk syariah. 2. Beredarnya produk yang sama dengan AXA Financial. 3. Kurangnya pengetahuan agen perusahaan AXA Financial terhadap produk syariah. 4. Klaim nasabah yang belum dilunasi.	Strategi WO 1. Meningkatkan komunikasi terhadap nasabab dalam pemasaran produk syariah, yaitu komunikasi dari agen ke nasabah dan dari nasabah ke nasabah lainnya. 2. Memberikan penjelasan terhadap calon nasabah terkait kelebihan produk AXA Financial. 3. Meningkatkan kompetensi agen AXA Financial terhadap produk suariah agar produk syariah juga berkembang seperti produk konvensional 4. Memberikan pelayanan yang terbaik bagi seluruh nasabah perusahaan AXA Financial.	Strategi WT 1. Pemanfaatan agen perusahaan AXA Financial dalam memperluas pemasaran. 2. Meningkatkan sasaran yang menunjang perkembangan perusahaan. 3. Memberikan pelatihan-pelatihan kepada masyarakat yang kontra dengan asuransi. 4. Mengoptimalkan agen AXA Financial dalam memberikan penjelasan terhadap produk syariah.

Sumber: Data diolah oleh peneliti, tahun 2019

Tabel 4.12 menunjukkan perhitungan analisis SWOT dari empat faktor, yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Sehingga dapat menghasilkan empat strategi, yaitu: strategi SO, ST, WO, WT.

Hasil dari strategi SO, adalah sebagai berikut:

- 4.3.2.9.1. Mengoptimalkan sistem informasi sehingga dapat meningkatkan sosialisasi produk syariah, bahwasannya AXA Financial dapat mengikuti perkembangan zaman dalam meningkatkan kualitas produknya, pernyataan ini diperkuat dengan pengeluaran produk baru, yaitu: produk syariah dan produk wakaf.
- 4.3.2.9.2. Memberikan keringanan kepada nasabah yang berada di seluruh wilayah Indonesia. Memberikan kemudahan bagi nasabah dengan pemerataan cabang perusahaan AXA Financial di berbagai wilayah di Indonesia. Sehingga pelayanan yang didapatkan nasabah akan maksimal.
- 4.3.2.9.3. Meningkatkan pelayanan dan kenyamanan nasabah AXA Financial. Nasabah tidak perlu lagi untuk menunggu dengan pelayanan yang antre dan menunggu jam pelayanan yang telah ditetapkan, karena agen AXA Financial akan memberikan pelayanan 24 jam dengan komunikasi yang memadai.
- 4.3.2.9.4. Menciptakan dan meningkatkan agen yang berkompentensi tinggi, karena pengalaman yang dimiliki agen asuransi, sehingga mampu menumbuhkan nasabah-nasabah bagi AXA Financial.
- 4.3.2.9.5. Melakukan merger dengan perusahaan asuransi lain demi memunculkan dan memutakhirkan produk AXA Financial, serta menjalin hubungan kerjasama dengan pihak-pihak yang berpengaruh. Pernyataan ini dibuktikan dengan kerjasama yang terjalin antara AXA Financial dengan

organisasi-organisasi seperti persatuan sepak bola Liverpool dan organisasi puteri Indonesia serta penggabungan usaha oleh perusahaan AXA Life Indonesia.

4.3.2.9.6. Menciptakan inovasi produk baru sesuai kebutuhan para nasabah, sehingga agen asuransi dapat memunculkan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

4.3.2.9.7. Meningkatkan market share perusahaan dengan cara menyuguhkan iklan yang bermanfaat. Sehingga masyarakat berminat mempercayakan asetnya kepada perusahaan AXA Financial.

Strategi ST perusahaan AXA Financial, adalah sebagai berikut:

4.3.2.10.1. Meningkatkan sosialisasi kepada nasabah terkait produk-produk baru perusahaan AXA Financial, sehingga dapat menghadapi kompetitor yang unggul serta menjadi nilai plus bagi perusahaan AXA Financial.

4.3.2.10.2. Memberikan kemudahan akses bagi agen perusahaan AXA Financial untuk menjelajah daerah pelosok. Perluasan pemahaman tentang asuransi kepada daerah-daerah yang rawan akan bencana, sehingga masyarakat tidak terkena dampak risiko *financial*.

4.3.2.10.3. Mengoptimalkan agen perusahaan untuk memberikan penyuluhan terhadap masyarakat Indonesia. Pernyataan ini dibuktikan bahwa masyarakat Indonesia masih minim pengetahuan akan pentingnya asuransi.

4.3.2.10.4. Meningkatkan pemasaran terhadap produk syariah karena saat ini produk syariah adalah produk *trend* yang berada di pasar ekonomi.

Strategi WO perusahaan AXA Financial, adalah:

4.3.2.11.1. Meningkatkan komunikasi terhadap nasabah dalam pemasaran produk syariah. Pernyataan ini dikuatkan dengan agen yang belum mengetahui tentang asuransi syariah.

4.3.2.11.2. Memberikan penjelasan terhadap calon nasabah terkait kelebihan produk AXA Financial, sehingga nasabah dapat mengetahui keunggulan-keunggulan dari produk AXA Financial dibanding dengan produk perusahaan asuransi lainnya.

4.3.2.11.3. Meningkatkan kompetensi agen AXA Financial terhadap produk syariah agar berkembang seperti produk konvensional.

4.3.2.11.4. Memberikan pelayanan yang terbaik bagi seluruh nasabah perusahaan AXA Financial. Akibat klaim nasabah yang tidak diperoleh, akan memunculkan isu-isu yang kurang sedang dan pemahaman masyarakat tentang asuransi belum baik. Sehingga diharuskan AXA Financial agar lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan.

Strategi WT perusahaan AXA Financial, adalah sebagai berikut:

4.3.2.12.1. Pemanfaatan agen perusahaan AXA Financial untuk memperluas pemasaran, agar tetap dapat mempertahankan produk perusahaan.

4.3.2.12.2. Meningkatkan sasaran yang menunjang perkembangan perusahaan agar produk perusahaan lebih dikenal luas oleh masyarakat.

4.3.2.12.3. Memberikan pelatihan-pelatihan kepada masyarakat yang kontra terhadap asuransi. Pengadaan pelatihan kepada calon nasabah terkait asuransi.

4.3.2.12.4. Mengoptimalkan agen AXA dalam memberikan penjelasan terhadap produk syariah. Menangani dengan segera kasus-kasus negative yang terjadi pada perusahaan AXA Financial.

Hasil penelitian strategi SWOT perusahaan AXA Financial digunakan bagi Agency Director dalam pengambilan keputusan yang tepat dalam strategi jangka panjang maupun jangka pendek perusahaan AXA Financial, sehingga perusahaan AXA Financial dapat bersaing dalam segala aspek profesional. Berdasarkan pada tujuan, visi, misi, nilai, dan strategi perusahaan AXA Financial, strategi SWOT yang telah dilakukan penulis menunjukkan bahwa hasil strategi SWOT berada pada kuadran SO (*Strengths Opportunities*) atau pada kuadran Keunggulan komperatif. Keunggulan komperatif perusahaan AXA harus diperkuat lagi dengan perencanaan-perencanaan yang matang sehingga akan meminimalkan tantangan dari luar serta menutupi kelemahan badan organisasi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian diatas, maka dapat diambil kesimpulan dari dua variabel yang telah diteliti, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengukuran kinerja keuangan perusahaan AXA Financial dari tahun 2015-2016, telah mengalami kenaikan, dibuktikan dari sebelas rumus dengan lima item yang digunakan dalam mengukur rasio keuangan, empat item diantaranya menghasilkan pengukuran rasio yang mampu memenuhi batas normal, yaitu: *Solvency Ratio* mengalami kenaikan sebesar 0,06%, *Profitability Ratio* mengalami kenaikan sebesar 0,77%, *Premium Stability Ratio* mengalami kenaikan sebesar 6%, dan *Technical Ratio* mengalami kenaikan sebesar 0,14%, yang berarti perusahaan asuransi mampu membayarkan klaim nasabah serta dapat memenuhi premi netto perusahaan dari hasil investasi yang dilaksanakan. Sedangkan satu diantara empat item yang disebutkan belum mampu memenuhi batas normal, yaitu: *Liquidity Ratio* mengalami penurunan sebesar 0,04% dari tahun 2015-2016, yang berarti perusahaan belum dapat memenuhi kewajiban menggunakan asset.

2. Pengukuran kinerja non keuangan perusahaan AXA Financial dengan menggunakan strategi SWOT, adalah: kekuatan yang dimiliki perusahaan adalah segi produk yang terkenal oleh masyarakat, karena iklan-iklan yang disuguhkan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat luas, agen perusahaan yang selalu mendahulukan kompetensi untuk meningkatkan pelayanan dan kenyamanan nasabah, serta melakukan kerjasama dengan perusahaan-perusahaan besar untuk memasarkan produknya. Kelemahan yang dimiliki perusahaan AXA Financial adalah agen perusahaan AXA Financial yang belum berkontribusi dalam pemasaran produk syariah serta beredarnya produk asuransi yang sama dengan produk perusahaan asuransi lain di pasar Indonesia. Peluang yang dimiliki perusahaan asuransi AXA Financial adalah terjalannya komunikasi yang baik antara agen dan nasabah AXA Financial, pemasaran produk perusahaan AXA Financial yang telah mencapai ranah internasional, serta produk yang diciptakan telah mencapai segala aspek yang dibutuhkan nasabah. Ancaman yang dimiliki perusahaan AXA Financial adalah perusahaan AXA Financial yang belum dapat menghadapi kompetitor perusahaan asuransi lain serta kurangnya pemahaman masyarakat terhadap produk-produk asuransi. Hasil penelitian strategi SWOT menunjukkan bahwa perusahaan AXA financial berada ada posisi SO (strength opportunities) atau pada kuadran 1 (positif-positif), dengan memiliki cukup kekuatan dan peluang yang ada perusahaan AXA Financial dapat melakukan perluasan pasar dalam pemasaran produk serta dapat meraih kemajuan secara maksimal.

5.2 Saran

Beberapa saran yang disampaikan penulis terkait penelitian yang dilakukan, yaitu:

1. Pengukuran yang digunakan tidak hanya sebatas terkait analisis rasio yang menilai tentang kenaikan investasi serta asset perusahaan. Tetapi digunakan rumus lain, yaitu: *Early Warning System* sebagai peringatan dini dalam terhadap kesulitan operasi keuangan asuransi.
2. Bagi kinerja non keuangan, saran yang disampaikan adalah:
 - a. Mengoptimalkan informasi terkait produk syariah, agar peminat produk syariah lebih meningkat seperti produk asuransi konvensional yang telah beredar saat ini.
 - b. Meningkatkan pemahaman agen terkait produk syariah, agar menciptakan *market share* yang lebih luas sampai ke ranah luar negeri.
 - c. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah sehingga perusahaan AXA Financial dapat lebih dipercaya oleh masyarakat Indonesia.
 - d. Memberikan penjelasan kepada masyarakat yang belum mengetahui tentang asuransi, agar nantinya perusahaan asuransi dapat meminimalkan risiko *financial* yang dialami masyarakat.
 - e. Meningkatkan komunikasi terhadap masyarakat terkait pemasaran produk, agar kurangnya agen asuransi tidak menjadi penghambat terhentinya pemasaran yang ditargetkan oleh perusahaan AXA Financial.

Daftar Pustaka

- Abdilla, Reynas. (07 Mei 2009). Luncurkan Program Wakaf, AXA Financial Jalin Kerjasama dengan MUI. Diperoleh tanggal 13 Mei 2019 dari <http://www.tribunnews.com>
- Abdullah & Febriansyah. (2015). Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Dana Alokasi Umum, dan Alokasi Khusus Terhadap Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota se-Sumatera Bagian Selatan. *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi XVIII, Medan*.
- Al-Qur'an dan Hadist.
- Asria, Dina. (16 Maret 2018). Dorong Kemajuan dan Kemandirian Wanita Modern Indonesia, AXA Financial Indonesia dukung ajang puteri Indonesia 2018. Diperoleh tanggal 13 Mei 2019 dari <https://INDUSTRY.co.id>
- Asshidiquie, Jimly dan Safa'at, Ali. (2006). *Teori Hans Kelsen tentang Hukum*. Jakarta: Sekjen dan Kepaniteraan MK-RI.
- Barrus, Herry. (13 November 2018). Generasi Milineal Sasaran Utama AXA Indonesia. Diperoleh tanggal 13 Mei 2019 dari <https://www.industry.co.id>.
- Basic Agent Training. (04 Mei 2017). AXA Financial.
- Budiawati, D. Arie. (20 Juli 2017). Ini Penyebab Kecilnya Pertumbuhan Asuransi Syariah. Diperoleh tanggal 13 Mei 2019 dari <https://p.dw.com>.
- Cermati. (01 Mei 2016). *Perkembangan Perusahaan Asuransi di Indonesia*. Cermati. Diperoleh tanggal 06 Desember 2018. <https://www.cermati.com>.
- Danim, Suderwan. (2002). *Menjadi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Dewi, Tiara Trie Chandra. (2016). Pengaruh Rasio Perubahan Surplus, Rasio Beban Klaim, Rasio Likuiditas, Rasio Pertumbuhan Premi, Ukuran Perusahaan dan *Risk Based Capital* Terhadap Kemungkinan *Financial Distress*.
- Fatkurrohmah, Leni., Sukarno, Hari., Farida, Lilik. (2015). Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Asuransi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Fredy Rangkuti. (2008). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta: PT Greamedia Pustaka Utama.

- Grossman, Matt. (11 Oktober 2018). *Financial Comparison:GWG Versus AXA*. Diperoleh tanggal 13 Mei 2019 dari <https://www.axa.co.id>
- Gunawan, Imam. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hadijah, Siti. (14 Oktober 2016). *Sejarah Asuransi, Seperti Apa Perkembangannya Sampai Sekarang?*. Cermati. Diperoleh tanggal 13 Januari 2019 dari <https://www.cermati.com>.
- Hidayat, Rahmat., Wijaya, Chandra. (2017). *Ayat-ayat Al-Qur'an*. Medan. LPPI
<http://id.beritasatu.com>, diakses 08 Januari 2017.
<https://tafsirq.com>, diakses 19 Juni 2019, dari <https://tafsirq.com/11-hud/ayat-61#tafsir-quraish-shihab>.
<https://www.cermati.com>, diakses 01 Mei 2016.
- Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). (2009). *Standar Akuntansi Keuangan (SAK) Tahun 2009*. Salemba Empat, Jakarta.
- Jatmiko, P. Bambang. (28 April 2016). *Produk Perusahaan AXA Financial*. Diperoleh tanggal 13 Mei 2019 dari <https://ekonomi.kompas.com>
- Jumingan. (2006). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana.
- Kkawati, Arti. (11 April 2019). *Pasar Asuransi Indonesia Menjanjikan, Namun Kesadaran Masyarakat Masih Rendah*. Diperoleh tanggal 13 Mei 2019 dari <https://www.dw.com>.
- Kosick, Emily. (03 November 2018). *Perusahaan AXA Perkenalkan Asuransi Maya untuk UKM di Platform ICS Slice*. Diperoleh tanggal 13 Mei 2019 dari <https://www.businesswire.com>
- Kountur, Ronny. (2005). *Metode Penelitian: Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PPM.
- Kuantari, Mirantini Tri. (2015). *Analisis SWOT pada Produk Asuransi Mitra Mabrus Plus*.
- Mardiasmo. (2009). *Akuntansi Sektor Publik*. Yogyakarta: Andi.
- Moleong, Lexy J. (2009). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Muyasarah, Siti. (2010). Analisis SWOT Terhadap Produk Asuransi Unit Link.
- Ningrum, Arrum Dika Setia, (2014). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi *Return on Equity* pada Perusahaan Asuransi Umum.
- Nofrizal. (2017). Strategi Tumbuh dan Bersaing di Industri Asuransi (Studi Kasus pada BPJS Ketenagakerjaan Pekanbaru).
- Nur'aini, Fajar. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: Quadrant.
- Nurfadila, Sindi., Hidayat, Raden Rustam., Sulasmiyati, Sri. (2015). Analisis Rasio Keuangan dan *Risk Based Capital* untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Asuransi.
- Onsu. (2015). Analisis Penentuan Strategi dalam Menciptakan keunggulan bersaing.
- Perkasa, Anugrah. (05 Februari 2018). AXA Financial Angkat Suara soal Nasib Pemegang Polis. Diperoleh tanggal 13 Mei 2019 dari <https://www.cnnindonesia.com>
- Puspitasari, D Florensia & Indriyani, Ratih. (2014). Analisis Strategi Bersaing pada PT. Asia Inovasi Dimensi Cipta.
- Qodar, Nafiysul. (15 November 2017). Nasabah Laporkan asuransi AXA ke polisi terkait klaim. Diperoleh tanggal 13 Mei 2019 dari <https://www.liputan6.com>
- Rusdiyanti, Stefani Ria. (2013). Analisis Pengukuran Kinerja Keuangan dan Non Keuangan pada Organisasi Sektor Publik.
- Saraswati, Puspita. (07 Oktober 2018). AXA Financial jadi Mitra Resmi Asuransi Global untuk Klub Sepak Bola Liverpool. Diperoleh tanggal 13 Mei 2019 dari <http://www.kontan.co.id>
- Sari, Ferrika. (05 Juni 2018). AXA Financial genjot pertumbuhan produk syariah. Diperoleh tanggal 13 Mei 2019 dari <https://keuangan.kontan.co.id>
- Setyowati, Desy. (17 Oktober 2018). AXA Financial pasarkan asuransi kecelakaan lewat Alfamart. Diperoleh tanggal 13 Mei 2019 dari , <https://katadata.co.id>
- Shinta, Widya. (2018). Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Asuransi Jiwa Syariah dan Konvensional berdasarkan *Risk Based Capital* (RBC) dan *Early Warning System* (EWS).
- Suhendi, Hendi. (2005). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT Grafindo.

Undang-undang No.40 Tahun 2014.

www.topbrand-award.com, diakses 02 Oktober 2016.

Yanti, Tiara Fitri. (2015). Analisis Laporan Keuangan Departemen Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera.

Zulfahmi. (31 Januari 2012). AXA Meluncurkan Produk Asuransi Bertaraf Internasional. Diperoleh tanggal 13 Juni 2019 dari <https://axa.co.id>



LAMPIRAN



Lampiran 2: Hasil Wawancara

Narasumber : Siti Nurul Lailiya Kamalin, Agen PT AXA Financial. Pewawancara : Nailur Rahmah, Mahasiswa UIN Malang.

P : Assalamualaikum wr.wb. Terimakasih atas waktu yang telah ibu berikan. Apa ibu bisa bercerita sedikit tentang PT. AXA Financial?

N : PT AXA Financial adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang asuransi, dimana tahun berdiri AXA Financial adalah 1817 di Eropa dan masuk ke Indonesia ditahun 1988. AXA Financial sendiri mempunyai tujuan yaitu, membantu setiap masyarakat hidup dengan tenang dan damai tidak kekurangan asset yang dimilikinya jika terjadi risiko terhadap masyarakat tadi.

P : Sejauh ini apa saja program yang telah dilakukan PT AXA Fianancial dilihat dari perusahaan asuransi lain yang mulai berkembang?

N : Kelebihan PT AXA Fianancial terletak pada *rider* atau manfaat tambahan yang memiliki keuntungan besar bagi para nasabahnya, serta peluncuran produk syariah ditahun 2015 yang meningkatkan jumlah nasabah yang ingin berpartisipasi.

P : Bagaimana kekuatan PT AXA Financial dilihat dari segi produk nya?

N : Peluncuran produk syariah yang memikat para nasabah.

P : Bagaimana kelemahan PT AXA Financial dilihat dari segi produk nya?

N: Kurangnya agen PT AXA Financial yang berkontribusi dalam pemasaran produk syariah.

P : Bagaimana peluang PT AXA Financial dilihat dari segi produk nya?

N : Peningkatan pelatihan kepada agen PT AXA Financial terhadap pengembangan produk syariah, sehingga nantinya produk syariah menjadi nomer satu seperti produk konvensional.

P : Bagaimana tantangan PT AXA Financial dilihat dari segi produk nya? N :

Beredarnya produk asuransi yang sama dengan PT AXA Financial.

P : Bagaimana kekuatan PT AXA Financial dilihat dari segi pemasarannya?

N : Pemerataan kantor cabang PT AXA Financial diberbagai daerah di Indonesia.

P : Bagaimana kelemahan PT AXA Financial dilihat dari segi pemasarannya?

N : Belum dapat memaksimalkan bisnisnya untuk menghadapi kompetitor yang semakin cepat dan berkembang.

P : Bagaimana peluang PT AXA Financial dilihat dari segi pemasarannya?

N : Meningkatnya jumlah nasabah AXA Financial dari tahun ketahun.

P : Bagaimana tantangan PT AXA Financial dilihat dari segi pemasarannya?

N : Melakukan promosi dan presentase ke daerah pelosok tentang pentingnya berasuransi terhadap jiwa maupun asset yang dimiliki.

P : Bagaimana kekuatan PT AXA Financial dilihat dari segi sumber daya manusia nya?

N : Jam kerja kantor tidak dibatasi oleh waktu, selalu siap disaat nasabah membutuhkan.

P : Bagaimana kelemahan PT AXA Financial dilihat dari segi sumber daya manusia nya?

N : Kurangnya pengetahuan agen PT AXA Financial terhadap produk syariah.

P : Bagaimana peluang PT AXA Financial dilihat dari segi sumber daya manusia nya?

N : Melakukan kerjasama dengan nasabah dalam memperkenalkan produk syariah kepada nasabah lainnya.

P : Bagaimana tantangan PT AXA Financial dilihat dari segi sumber daya manusia nya?

N : Menciptakan agen-agen yang konsisten dalam menjalankan bisnis PT AXA Financial.









Lampiran 3 Bukti Konsultasi**BUKTI KONSULTASI**

Nama : Nailur Rahmah

NIM/Jurusan : 15520106/Akuntansi

Pembimbing : Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA.

Judul Skripsi : Analisis Pengukuran Kinerja Keuangan dan Non Keuangan pada Perusahaan AXA Financial

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	05 Oktober 2018	Pengajuan <i>Outline</i>	1. 
2.	26 Oktober 2018	Proposal	2. 
3.	29 Januari 2019	Revisi & Acc Proposal	3. 
4.	29 Maret 2019	Seminar Proposal	4. 
5.	01 April 2019	Acc Proposal	5. 
6.	06 Mei 2019	Skripsi Bab I-V	6. 
7.	21 Mei 2019	Revisi & Acc Skripsi	7. 
8.	20 Juni 2019	Acc Keseluruhan	8. 

Malang, 21 Juni 2019

Mengetahui:

Ketua Jurusan Akuntansi,



Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., MSi., Ak., CA.

NIP. 19720322 200801 2 005

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Nailur Rahmah
Tempat, tanggal lahir : 16 Desember 1995
Alamat Asal : Perum. Nilam Bangkalan Indah. Blok. TM no. 27
Alamat Kos : Sunan Kalijaga no. 26
Telepon/Hp : 081332929808
E-mail : 16nail12rohmah@gmail.com
Facebook : Nailur Rohmah

Pendidikan Formal

1999-2001 : TK Perwanida Bangkalan
2001-2009 : SDN Kemayoran 01
2009-2012 : Pondok Modern Gontor Putri 3
2012-2014 : Pondok Modern Gontor Putri 3

Pendidikan Non Formal

2015-2016 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN
Maliki Malang

2016-2017

: English Language Center (ELC) UIN Maliki Malang

Pengalaman Organisasi

- Anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) tahun 2016
- Anggota PMII UIN Maulana Malik tahun 2016

Aktivitas dan pelatihan

- Peserta MYOB tahun 2018
- Peserta OJS tahun 2019
- Panitia ICONS 2016
- Pengurus Ma'ahad Sunan Ampel Al-'ali tahun 2015



KEMENTRIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
(FORM C)

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zuraidah, S.E., M.SA.
NIP : 19761210 200912 2 001
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Nailur Rahmah
NIM : 15520106
Handphone : 081332929808
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen
Email : 16nail12rohmah@gmail.com
Judul Skripsi : Analisis Pengukuran Kinerja Keuangan dan Non Keuangan pada Perusahaan AXA Financial.

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
11%	11%	1%	1%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 22 Mei 2019
UP2M

Zuraidah, S.E., M.SA.
NIP. 19761210 200912 2 001

Nay

ORIGINALITY REPORT

11%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	id.123dok.com Internet Source	3%
2	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	2%
3	media.neliti.com Internet Source	1%
4	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
5	makalah-ibnu.blogspot.fr Internet Source	1%
6	repository.usu.ac.id Internet Source	1%
7	www.jp.feb.unsoed.ac.id Internet Source	1%
8	thewinner13.blogspot.com Internet Source	1%
9	repository.unhas.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 1%



