

BIRU DAN MERAH DALAM INDUSTRI ASURANSI JIWA SYARIAH

Nina Mudrikah H. *)

Ada yang menarik dalam perkembangan industri asuransi syariah di Indonesia sejak tahun 2006. Masuknya dua pemain penting dalam industri asuransi, khususnya asuransi jiwa, telah merubah warna persaingan pasar.

Bila selama ini perkembangan industri asuransi syariah diwarnai oleh pertumbuhan jumlah perusahaan yang menawarkan layanan syariah, maka sejak tahun 2006 diwarnai oleh kegiatan marketing yang agresif oleh beberapa perusahaan yang selanjutnya memberikan warna persaingan yang lebih dinamis.

Menariknya lagi, dinamika pasar tersebut didorong oleh perusahaan-perusahaan yang logonya mempunyai unsur warna merah atau warna biru.

I. Fase Pertumbuhan Jumlah Perusahaan

Fase ini ditandai oleh dua hal. Pertama, banyaknya perusahaan asuransi yang menawarkan layanan syariah. Kedua, dominannya asuransi syariah Takaful dalam penguasaan pangsa pasar.

A. Banyaknya perusahaan yang menawarkan layanan syariah

Sejak tahun 2002 setiap tahun muncul 6 - 8 perusahaan asuransi yang memberikan layanan syariah, kecuali pada tahun 2006 yang hanya bertambah 4 perusahaan. Ada dua hal yang dapat menjelaskan rendahnya angka di tahun 2006:

- a. Baru pulihnya industri perbankan syariah. Dengan BI rate yang diatas 10% dalam tahun 2005, pertumbuhan perbankan syariah mengalami stagnasi karena kesulitan bersaing dengan perbankan konvensional. Dalam tahun 2006, BI rate kembali turun dibawah 10% sehingga bagi hasil perbankan syariah menjadi kompetitif dibandingkan dengan bunga bank konvensional. Data historis sejak tahun 1992 menunjukkan bagi hasil perbankan syariah berada pada kisaran 8%-10%, dengan dua pengecualian yaitu tahun 1997 sebesar 6% dan tahun 2004 akhir sebesar 12%. Itu sebabnya perbankan syariah kesulitan bersaing mendapatkan dana masyarakat bila BI rate diatas 10%. Padahal perkembangan industri asuransi syariah sangat terkait dengan industri perbankan syariah dan dampaknya masih terasa pada tahun 2007. Keterkaitan itu ada dalam dua hal:

*) Business Development Division Head, KARIM Business Consulting

1. Investasi perusahaan asuransi syariah masih terbatas instrument nya, dan salah satu instrument yang dominan adalah deposito perbankan syariah. Bila bagi hasil deposito perbankan syariah tidak kompetitif, maka hasil investasi asuransi syariah pun menjadi tidak kompetitif.
2. Bank syariah merupakan pemasok penting pemegang polis asuransi syariah. Bila pertumbuhan nasabah perbankan syariah melambat, maka melambat pula pertumbuhan pemegang polis asuransi syariah.

Namun pertumbuhan yang cepat dari sisi jumlah perusahaan yang membuka cabang syariah pada fase ini belum diikuti dengan size dari cabang tersebut. Dari tabel dibawah ini terlihat bahwa rata - rata asset asuransi syariah adalah 50 Milyar bagi asuransi jiwa dan 31 Milyar untuk asuransi umum/kerugian syariah

**Asset Rata - Rata Perusahaan/Cabang Asuransi Syariah
Per September 2007**

Jenis Asuransi	Total Asset	Jumlah Perusahaan	Asset rata - rata/perusahaan
Asuransi Jiwa Syariah	763.980	15	50.932
Asuransi Umum Syariah	627.460	20	31.373

Sumber : Biro Asuransi, Bapepam LK

Data diatas tidak memisahkan antara asset perusahaan asuransi syariah dan cabang syariah dari asuransi Konvensional.

- b. Disiapkannya regulasi baru tentang asuransi syariah.
Dengan pertumbuhan jumlah perusahaan yang demikian cepat, namun sebagian besar perusahaan tersebut belum menunjukkan kinerja yang memadai dan hanya ditandai oleh dominannya asuransi syariah Takaful, Biro Perasuransian, Bapepam LK menyiapkan perangkat regulasi baru untuk membuat industri asuransi syariah dapat berkembang dengan lebih sehat. Diantara rumusan regulasi yang sedang disiapkan itu adalah perubahan ketentuan permodalan yang mengharuskan perusahaan meningkatkan jumlah modal unit syariah nya mencapai Rp 25 milyar secara bertahap sampai dengan tahun 2010. Sedangkan yang berbentuk perusahaan yang secara keseluruhan bisnisnya syariah, diperlukan modal Rp 50 milyar pada akhir tahun 2008. Sampai dengan akhir tahun 2007 regulasi ini belum diterbitkan, sehingga beberapa perusahaan memilih menunggu kepastian sebelum mengembangkan rencana bisnis mereka.

Rancangan Ketentuan Modal Asuransi Syariah

Biro Asuransi, Bapepam LK

Waktu Pencapaian	Minimum Modal	
	Perusahaan	Cabang Syariah
31-Des-08	50 milyar	5 milyar
31-Des-09	–	12,5 Milyar
31-Des-10	–	25 Milyar

Modal Rata - Rata Perusahaan/Cabang Asuransi Syariah Per September 2007

Jenis Asuransi	Total Modal	Jumlah Perusahaan	Modal rata - rata
Perusahaan Asuransi Syariah	248.364	3	82.788
Cabang Syariah	223.481	32	6.984

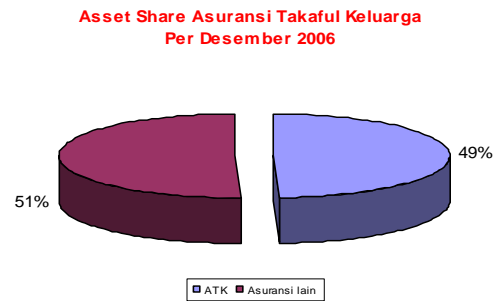
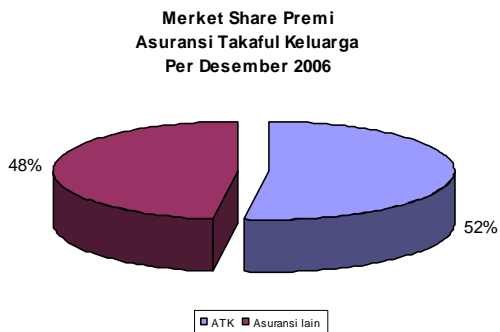
Sumber : Biro Asuransi, Bapepam LK

Jika dilihat antara rancangan peraturan mengenai permodalan yang akan diterbitkan oleh Biro Asuransi Bapepam LK dengan rata - rata modal yang dimiliki oleh cabang syariah dari asuransi konvensional maupun perusahaan asuransi syariah, terlihat bahwa secara rata - rata ketentuan modal itu akan bisa dipenuhi pada akhir tahun 2008. Bagi perusahaan asuransi syariah tidak terlalu sulit untuk memenuhi ketentuan tersebut, namun masih banyak cabang syariah dari asuransi konvensional yang harus bekerja keras untuk memenuhi ketentuan tersebut sampai dengan tahun 2010.

B. Dominannya Asuransi Syariah Takaful

PT Syarikat Takaful Indonesia (Perusahaan) berdiri pada 24 Februari 1994 dengan 2 anak perusahaannya yaitu PT Asuransi Takaful Keluarga dan PT Asuransi Takaful Umum. PT Asuransi Takaful Keluarga bergerak di bidang asuransi jiwa Syariah didirikan pada 4 Agustus 1994 dan mulai beroperasi pada 25 Agustus 1994, sedangkan PT Asuransi Takaful Umum yang bergerak di bidang asuransi umum/kerugian berdiri pada 2 Juni 1995.

Sebagai perusahaan asuransi syariah pertama di Indonesia, sampai saat sekarang asuransi Takaful menguasai sebagian besar pangsa pasar asuransi syariah di Indonesia.



Dari grafik diatas diketahui bahwa sampai dengan tahun 2006 Asuransi Takaful Keluarga menguasai 52% perolehan premi asuransi jiwa syariah sedangkan sisi asset, ATK mencapai 49% dari total asset asuransi jiwa syariah di Indonesia. Dengan 40 cabang yang dimiliki dan kurang lebih 1600 agen, Asuransi Takaful Keluarga berusaha mempertahankan diri sebagai market leader di Asuransi Jiwa Syariah.

II. Fase Pemasaran Agresif

Ada dua faktor yang mendorong fase ini:

1. Jumlah pemegang polis asuransi jiwa yang membeli polis dengan uangnya sendiri (bukan dibelikan oleh perusahaan tempatnya bekerja) yang berjumlah 6,5 juta
2. Hasil riset Prudential yang menunjukkan adanya 4 juta calon pemegang polis potensial yang menginginkan polis syariah dan saat ini belum memiliki polis asuransi

Produk asuransi syariah dipandang sebagai produk baru yang dapat ditawarkan ke pasar yang dapat meningkatkan jumlah polis yang dipegang oleh seseorang. Dengan naiknya jumlah polis yang dipegang, diharapkan lapse rate (tingkat berhentinya pemegang polis membayar preminya) akan turun. Dalam satu riset ditemukan adanya hubungan antara kedua hal tersebut:

- 1 polis 60%
- 2 polis 50%
- 3 polis 20%

ALLIANZ LIFE INDONESIA (The Blue)

Dengan pemasaran agresif, asuransi Allianz Life Syariah membukukan kinerja yang signifikan dibandingkan dengan rata-rata industri. Allianz Life yang baru berdiri dan memasarkan produknya pada awal tahun 2006, langsung menunjukkan kinerja yang sangat bagus dilihat dari perolehan premi dan jumlah pemegang polis. Dengan produk unit link syariah yang diluncurkannya Allianz Life mampu melampaui target premi maupun pemegang polis dengan cepat. Pada tahun 2007 Allianz Life Syariah menggandeng beberapa bank syariah seperti Bank Permata Syariah dan Bank Danamon Syariah untuk menggenjot pemasaran melalui bancassurance sebagai salah satu distribution channel nya

PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE (The Red)

Asuransi Prudential merupakan pemain baru yang masuk kedalam industri asuransi syariah. Prudential syariah baru di launching pada 5 September 2007, namun dengan kekuatan jumlah agen yang sangat besar (49. 000 agen per akhir desember 2007), modal yang cukup dan belanja iklan yang memadai membuat pasar asuransi syariah semakin bergairah. Tak heran jika Pru berhasil menarik puluhan ribu pemegang polis dalam waktu singkat. Prudential syariah memfokuskan diri pada produk unit link baik single premium maupun regular premium serta pilihan fund yang komplet (Managed, Fixed Income, dan Equity).

Masuknya kedua perusahaan tersebut, mendorong dua perusahaan besar lainnya merevitalisasi program pemasaran mereka. Kedua perusahaan tersebut adalah Asuransi Takaful Keluarga dan AJB Bumiputera 1912 Syariah

ASURANSI TAKAFUL KELUARGA (The Blue)

Asuransi Takaful yang merupakan market leader pasar asuransi jiwa syariah meluncurkan beberapa produk dan program baru antara lain:

- Takaful Safari
Merupakan asuransi perjalanan dengan inovasi baru berupa pendaftaran dan pembayaran premi melalui sms. Produk ini merupakan hasil kerjasama antara Asuransi Takaful Keluarga dengan Telkomsel
- Takafulink Alia
Merupakan salah satu produk unggulan unit link asuransi takaful keluarga yang memadukan antara manfaat asuransi dengan hasil investasi pada instrumen investasi yang sesuai dengan kaidah syariah
- Takaful Investa Cendekia
Dalam produk ini Asuransi Takaful Keluarga menggandeng Bank Syariah Mandiri untuk menawarkan produk bancassurance bagi nasabah BSM.

AJB BUMIPUTERA 1912 (The Blue & The Red)

Asuransi Bumiputera Syariah yang merupakan perusahaan asuransi jiwa tertua dan terbesar di Indonesia juga meluncurkan program baru, antara lain: Marketing tag baru "Bila syariah juga ada di Bumiputera, mengapa pilih yang lain?"

Bukti keseriusan Bumiputera antara lain ditandai dengan pembukaan 7 kantor wilayah yang membawahi 46 kantor cabang yang tersebar di 46 kota di Indonesia. Kantor wilayah tersebut tersebar dari medan, Bandung, Jakarta, Semarang, Surabaya dan Makassar. Untuk memenuhi kebutuhan SDM yang memahami asuransi syariah AJB Bumiputera juga menyelenggarakan serangkaian training di bidang asuransi syariah.

Hasilnya cukup menggembirakan, AJB Bumiputera Cabang syariah mendapat penghargaan dari Majalah Investor (2006 dan 2007) dan KARIM Business Consulting (2006) sebagai salah satu asuransi jiwa syariah terbaik di negeri ini.

III. Segmentasi Pasar

Sebagaimana asuransi jiwa konvensional, di asuransi jiwa syariah produk primadona dalam beberapa tahun terakhir adalah produk unit link. Tidak seperti produk tradisional seperti kesehatan, pembiayaan maupun produk lainnya, unit link memberikan kombinasi antara proteksi dan investasi. Pemegang polis dapat tetap memiliki manfaat - manfaat asuransi sekaligus mendapatkan return dari investasi. Unit link juga memberikan fleksibilitas dan kelebihan bagi pemegang polis, antara lain :

- fleksibilitas dalam menentukan jumlah premi dan top up
- tidak 100% premi asuransi menjadi ujah/fee perusahaan di tahun pertama, karena pembayaran klaim berasal dari dana tabarru' dan bukan dari dana perusahaan sehingga dana tabarru' harus sudah terbentuk sejak tahun pertama.
- fleksibilitas jumlah uang pertanggungan (dapat naik atau turun dalam batas tertentu dengan mengikuti ketentuan underwriting)
- Premium holiday (cuti pembayaran premi untuk jangka waktu tertentu)
- Switching (pengalihan antar fund, jika perusahaan asuransi tersebut memiliki lebih dari satu fund maka pemegang polis bisa melakukan pengalihan antar fund)
- Withdrawal atau surrender
- Surplus underwriting (karena dalam asuransi syariah surplus underwriting adalah hak peserta asuransi maka setiap periode akan dihitung surplus underwriting dan dibagikan kepada peserta yang memenuhi ketentuan underwriting sebagaimana kesepakatan antara peserta dengan perusahaan.

Daftar Unit Link Syariah, Desember 2007

Nama Perusahaan	Unit Link Syariah
Prudential	Pru Link Syariah Rupiah Managed Fund
	Pru Link Syariah Rupiah Equity Fund
	Pru Link Syariah Fixed Income Fund
Manulife	Manulife Dana Equitas Syariah
AIA	AIA Asya balance Rupiah Fund
Panin Life	Panin Syariah RP. Cash Fund
	Panin Syariah RP. Managed Fund
	Panin Syariah RP. Equity Fund
	Panin Syariah USD Managed Fund
Bni Life	B- Life Syariah Stabil
	B- Life Syariah Berimbang
	B-Life Syariah Fixed Income
	B-Life Syariah Managed Fund
	B-Life Syariah Optimal
	B-Life Syariah Equity Fund
Allianz Life	Allisya Cash Fund
	Allisya Fixed Income Fund
	Allisya balance Fund
Sinarmas	Excellink Dinamic Syariah
	Excellink Agrssive Syariah
Takaful	Takafulink Alia
	Takafulink Istiqomah
	Takafulink Mizan - Syariah Investa Link

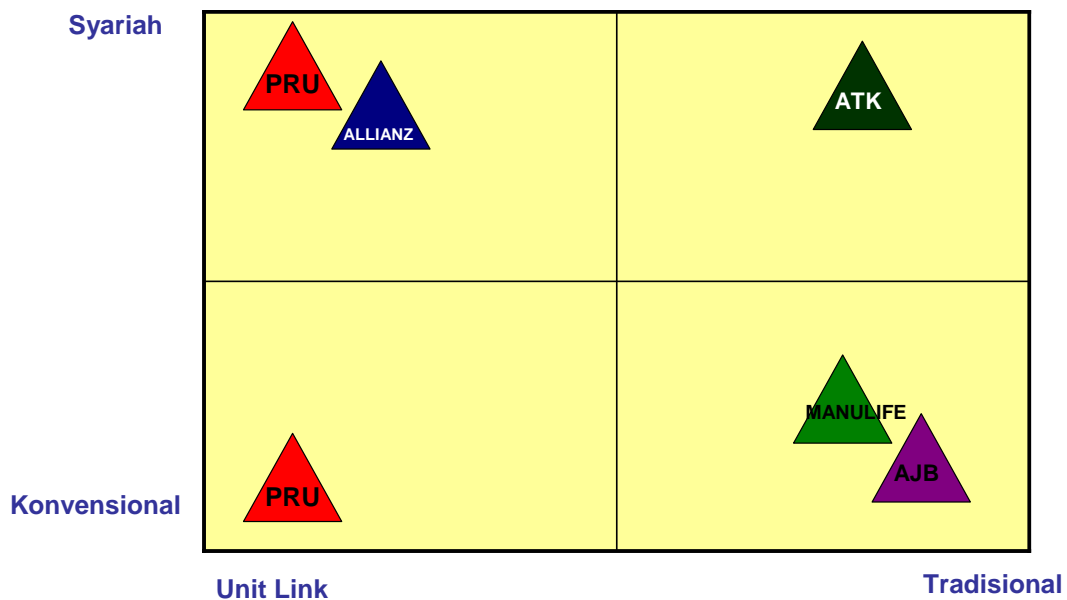
Sumber : Business Indonesia, Desember 2007

Di pasar asuransi jiwa syariah saat ini persaingan semakin ketat. Masuknya asuransi syariah baru dengan dukungan pemasaran dan permodalan yang kuat membuat persaingan semakin bergairah. Beberapa perusahaan menjadi leader di beberapa produk maupun segmen pasar tertentu. Misalnya AJB Bumiputera 1912 menguasai produk tradisional insurance konvensional dengan banyaknya jaringan dan agen yang dimiliki. Bumiputera pun mulai mengoptimalkan jaringan tersebut untuk membesarkan syariahnya.

Prudential yang memiliki kinerja sangat bagus di unit link konvensional berusaha membawa keberhasilan itu bagi unit link syariah yang baru diluncurkannya. Dengan dukungan jumlah agen dan belanja iklan yang besar dibanding asuransi lain, Prudential mulai menunjukkan kelasnya sebagai penguasa unit link syariah. Demikian juga Allianz Life yang menunjukkan kinerja sangat baik di awal - awal peluncurannya semakin memantapkan diri memperluas pemasaran melalui bancassurance.

Di sisi lain, Asuransi Takaful Keluarga terus berupaya mempertahankan posisinya sebagai market leader di produk Asuransi Tradisional tradisional seperti asuransi yang ordinary dan asuransi kesehatan. Sedangkan Manulife yang menguasai pasar tradisional konvensional juga sedang mempersiapkan diri untuk memasuki bisnis syariah.

Market Leader Asuransi Jiwa Syariah



Peta persaingan di asuransi jiwa syariah di tahun 2008 akan semakin ketat dengan masih akan masuknya pemain baru bermodal besar, bahkan perusahaan asuransi syariah baru (bukan cabang syariah). Dengan komitmen dari industri maupun regulator untuk bersama - sama meningkatkan kinerja asuransi syariah maka kita optimis tahun-tahun mendatang industri asuransi jiwa syariah akan semakin menunjukkan pamornya.