

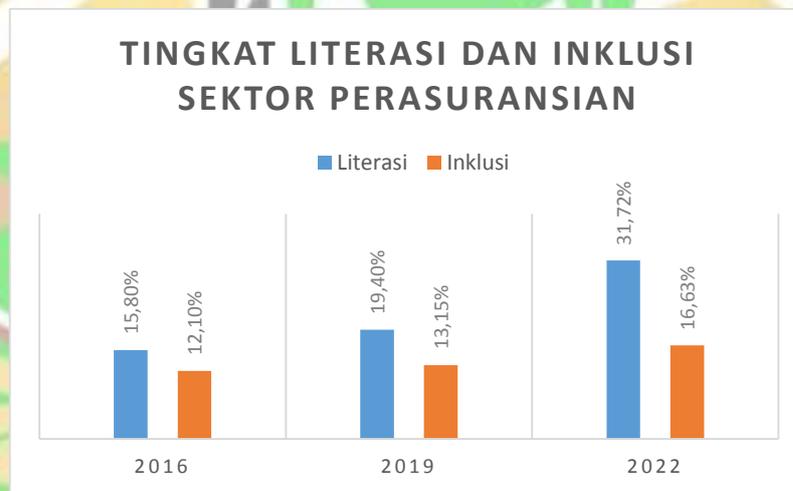
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor keuangan memiliki tingkat kompetisi yang tinggi. Sektor keuangan tersusun atas lembaga perbankan dan lembaga nonbank (Pandia, 2012). Lembaga nonbank, seperti asuransi mengalami kendala tingkat persaingan yang tinggi di tengah rendahnya literasi perasuransian. Masyarakat masih banyak yang enggan membeli produk asuransi. Hal ini terlihat pada salah satu negara anggota APEC, yaitu Indonesia yang tingkat literasi dan inklusi keuangan perasuransian masih rendah (dalam gambar 1.1). Sehingga agar dapat terus bertahan, lembaga asuransi dituntut untuk memperluas pangsa pasarnya.

Gambar 1.1 Tingkat Literasi dan Inklusi Sektor Perasuransian



Sumber : OJK, 2022

Berdasarkan data survei literasi dan inklusi keuangan (SNLIK) yang diterbitkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2022 diketahui bahwa, literasi dan inklusi keuangan perasuransian masyarakat Indonesia masih di angka 31.72% dan 16.63%. Ada selisih sebesar 15.09% antara literasi dan inklusi keuangan

perasuransian di Indonesia. Artinya, masyarakat dinilai sudah memiliki kesadaran atas pentingnya asuransi untuk melindungi diri di hari tua, namun masih banyak yang belum membuat keputusan untuk membeli produk asuransi.

Rendahnya inklusi di bidang asuransi disebabkan oleh beberapa alasan, seperti pengetahuan beserta pemahaman masyarakat yang minim akan asuransi; faktor agen yang tidak tepat dalam menjelaskan; faktor ekonomi; dan adanya persepsi negatif di kalangan masyarakat. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa, “ketika berusia muda, mereka belum memiliki tanggungan”, sehingga asuransi bukanlah suatu produk yang diperlukan. Kondisi seperti ini membuat inklusi perasuransian rendah dan secara tidak langsung berakibat pada rendahnya pertumbuhan ekonomi nasional serta perlambatan ekonomi global (Angraini 2022; Wahono dan Leng, 2022).

Persaingan yang tinggi juga terjadi pada perbankan dan menimbulkan suatu masalah. Sebuah pandangan konvensional tentang “*competition fragility*” menyatakan bahwa, persaingan yang semakin ketat akan mengikis kekuatan bank karena mendorong bank mengambil risiko yang lebih besar untuk mencapai laba yang lebih esar (Wibowo, 2016). Hal ini menyebabkan terjadinya kompetisi ketat antar bank dalam berbagai kegiatannya. Kompetisi dalam memperebutkan deposito juga akan mengikis sikap kehati-hatian bank. Helman, dkk. dalam Wibowo (2016) mengamati krisis perbankan yang terjadi di Amerika Serikat dan Jepang, kemudian mendapati bahwa perilaku bank yang mengambil risiko yang berlebihan tersebutlah yang menjadi asal muasal krisis perbankan.

Krisis perbankan yang terjadi mendesak bank untuk harus memiliki jalan lain untuk mendapat pendapatan untuk menunjang kegiatan operasionalnya dan terus bertahan di pasar. Salah satunya dengan melakukan jasa-jasa keuangan selain bunga pinjaman. Penelitian yang dilakukan Addai dkk., (2022) menunjukkan bahwa beberapa dekade terakhir, bank telah berkembang dari bisnis simpan dan pinjam konvensional ke serangkaian aktivitas perbankan non-tradisional atau aktivitas jasa non keuangan.

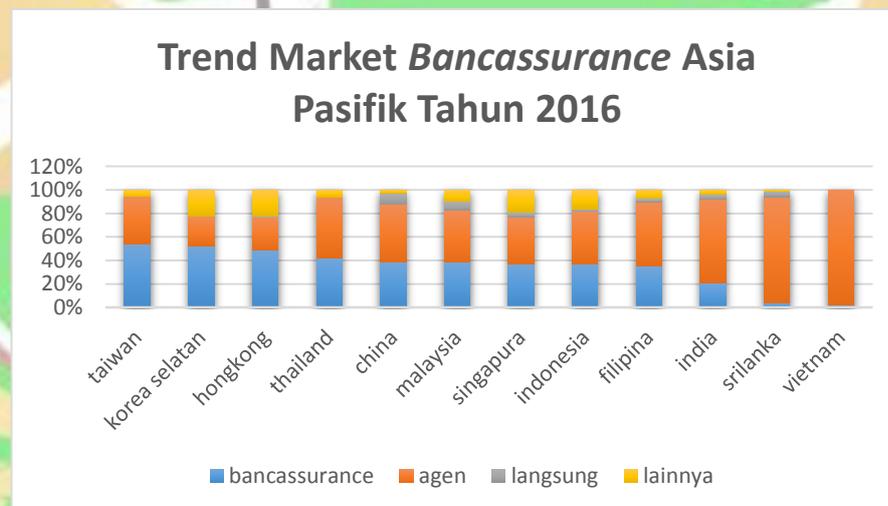
Berdasarkan uraian di atas, sektor keuangan yang terbagi atas lembaga perbankan dan lembaga non perbankan memiliki kendala dalam hal meningkatkan pangsa pasar dan pendapatan. Lembaga non perbankan, seperti asuransi memiliki pangsa pasar yang rendah. Lembaga perbankan memiliki persaingan yang ketat yang menyebabkan pendapatan bank menipis. Untuk mengatasi tantangan dan keluhan tersebut, dikembangkanlah suatu produk kerjasama yang diberi nama *bancassurance*. *Bancassurance* yaitu suatu bentuk kerjasama antara perusahaan perbankan dan perusahaan asuransi (Sendra, 2007). *Bancassurance* menjanjikan solusi untuk masalah keuangan jangka panjang sektor keuangan dari beberapa institusi yakni perusahaan asuransi dan perbankan sekaligus.

Melalui *bancassurance*, perusahaan asuransi mencoba menggaet bank sebagai media promosinya. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan pangsa pasar. Bank dinilai memiliki kepercayaan publik yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan asuransi. Selain itu, alasan kenyamanan serta harga yang lebih menarik menjadi poin lebih bank lebih diminati naabah daripada asuransi . Di sisi lain, bank mendapat komisi dari *bancassurance* sebagai upaya untuk meningkatkan laba.

Sehingga kedua keluhan baik asuransi dan perbankan, dapat diatasi oleh *bancassurance*.

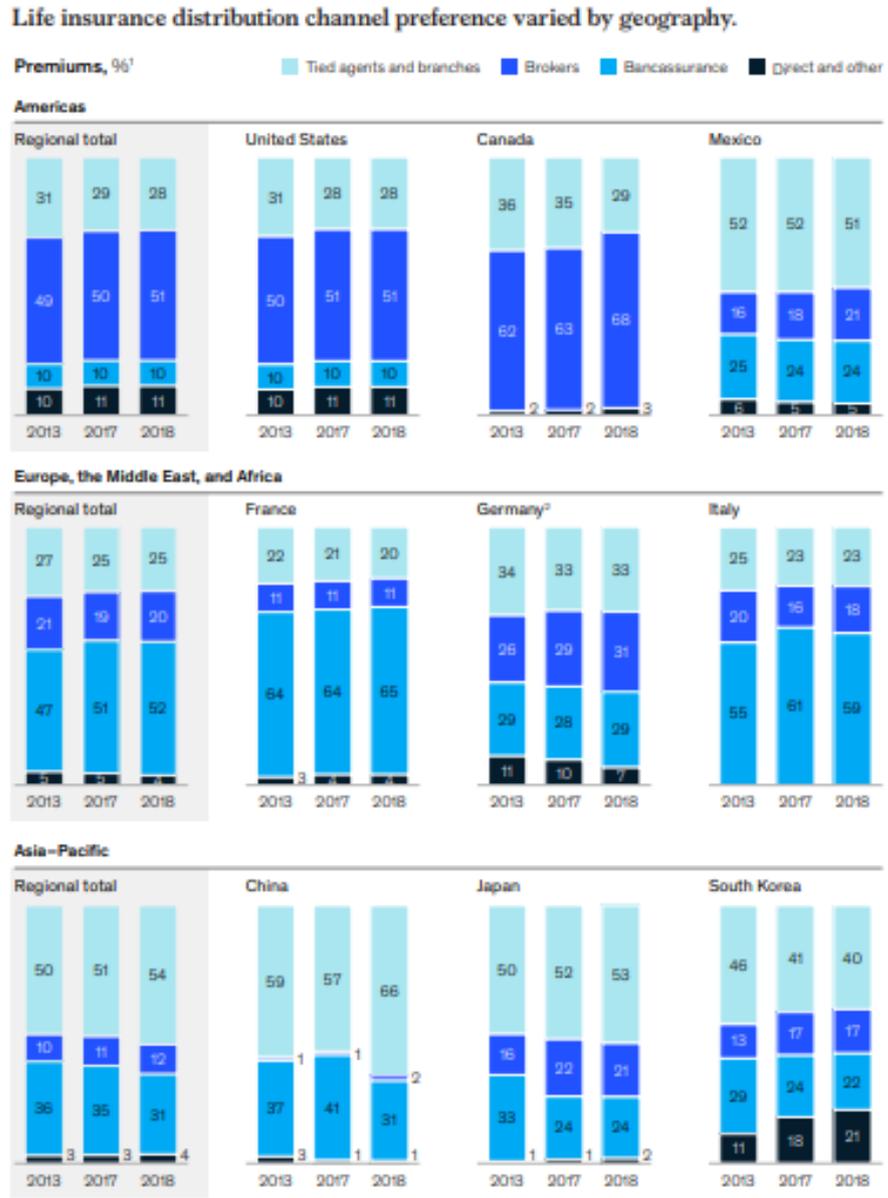
Bancassurance sangat sukses di Eropa, kemudian berkembang di Asia bahkan menjadi saluran distribusi asuransi terbesar setelah agent asuransi. Menurut survei *bancassurance* oleh FALIA di tahun 2016 (dalam gambar 1.2), pasar *bancassurance* merupakan saluran utama distribusi asuransi bagi tiga negara di Asia Pasifik dan anggota APEC yaitu Taiwan, Korea Selatan, dan Hongkong. Ketiga negara tersebut memperoleh pendapatan premi sebesar 50%-60% dari *bancassurance*. *Bancassurance* juga merupakan saluran distribusi terbesar kedua setelah agen asuransi bagi negara-negara berkembang lainnya.

Gambar 1.2 Tren Market *Bancassurance* Asia Pasifik Tahun 2016



Sumber : FALIA Survei, 2016

Gambar 1.3 Preferensi Saluran Distribusi Asuransi Berdasarkan Geografi



Sumber : McKinsey & Company, 2021

Informasi serupa juga diterbitkan oleh McKinsey & Company yang merupakan lembaga multinasional milik Amerika Serikat. McKinsey menginformasikan bahwa di Asia Pasifik, *bancassurance* merupakan preferensi saluran asuransi jiwa kedua setelah agent dengan rata-rata 31% di tahun 2018. Perkembangan *bancassurance* dimasing-masing negara anggota APEC yang

tersohor seperti China (31%), Japan (24%), Mexico (24%), Korea Selatan (22%), Amerika (10%), dan Kanada belum terindeks *bancassurance* (McKinsey, 2021).

Jika dibandingkan dengan *bancassurance* yang menjadi saluran utama asuransi di Eropa, tentu *bancassurance* di Asia masih belum maksimal. Namun, perkembangan *bancassurance* di kawasan Asia Pasifik dapat dikatakan cukup baik yakni di angka 30-50% di negara berkembang dan 10-30% di negara maju. *Bancassurance* ini cukup baik menjadi salah satu jasa yang dilakukan bank untuk meningkatkan *fee based income* untuk menunjang total pendapatan bank.

Perbedaan pelaksanaan *bancassurance* di tiap negara APEC dapat disebabkan karena adanya perbedaan regulasi dan budaya masyarakat masing-masing negara. Dari sisi positif perkembangan *bancassurance* ini, beberapa sumber memprediksi bahwa pangsa distribusi asuransi mungkin akan menjadi 50% *bancassurance*, 30% agen, dan 20% saluran lainnya di masa depan (FALIA Survei, 2016). Terlebih APEC adalah negara-negara dengan rata-rata populasi penduduk yang cukup padat sehingga bisnis asuransi masih cukup menjanjikan dan masih memiliki prospek panjang di masa depan.

Negara-negara anggota APEC sebagian adalah negara adipower yang merupakan kiblat ekonomi dunia, seperti Amerika Serikat, China, Japan, India, dan sisanya adalah negara-negara berkembang yang memiliki potensi dalam dunia perdagangan (Wang dan Lin, 2021). Kebijakan apapun yang dilakukan negara-negara tersebut akan berdampak, dan bahkan diikuti oleh negara lainnya. Sehingga pengujian efek *bancassurance* terhadap kinerja bank di negara anggota APEC (*Asia*

Pacific Economic Cooperation), dapat memberi bukti empiris dan informasi bagi para pembuat keputusan tentang *bancassurance*.

Menurut Sendra (2007) *bancassurance* tidak hanya meningkatkan *fee based income* bank tetapi juga memberi efek jangka panjang pada hubungan bank dengan nasabah. Penyediaan dan penjualan produk asuransi, akan membuat nasabah bank menjalin hubungan lebih lama, sehingga pangsa pasar bank terlindungi dari persaingan bank lain. Hal ini tentu akan meningkatkan pandangan positif dan keinginan investor untuk berinvestasi pada bank yang memiliki *bancassurance*. Meningkatnya minat investor, meningkatkan jumlah permintaan saham bank di pasar modal, yang membuat harga saham bank akan meningkat. Hal ini merefleksikan peningkatan nilai perusahaan perbankan .

Sektor perbankan menjadi salah satu sektor yang menarik minat investor dipasar modal. Bank bertugas sebagai lembaga penghubung yang menghimpun dana dari masyarakat untuk selanjutnya dialirkan kembali kepada masyarakat sebagai modal pengembangan dunia usaha lewat kredit atau pinjaman (Rivai, dkk., 2007). Selain tugas tersebut, alasan lain investor ingin memiliki saham perbankan adalah pengelolaan perbankan yang memiliki lembaga pemerintahan khusus untuk mengawasi (Pratiwi, dkk., 2022). Sehingga, pengelolaan dana nasabah bank akan selalu profesional dan transparan. Hal ini tentu akan memberikan kepercayaan dan nilai serta reputasi positif di mata masyarakat.

Sebagai lembaga keuangan, operasional bank akan sangat tergantung pada kepercayaan nasabah terutama para deposan atau pemilik dana. Jika kepercayaan pada bank pudar maka bank akan mengalami risiko yang cukup besar bahkan bisa

mengalami kegagalan. Selain itu, keberhasilan pembangunan ekonomi juga bergantung pada kemampuan sebuah perusahaan dalam menerapkan pengetahuan skill sumber daya manusianya. Nuryaman (2015) mengungkapkan bahwa, nilai ekonomi dari suatu entitas bisnis dapat dinilai dari kemampuan, kehandalan, dan skill tenaga kerja, kemampuan perusahaan dalam mengurai masalah bisnis dan memiliki keunggulan kompetitif. Kemampuan ini akan mendorong peningkatan nilai pasar perusahaan. *Bancassurance* adalah salah satu keunggulan kompetitif perusahaan perbankan. *Bancassurance* dinilai dapat meningkatkan nilai perusahaan perbankan dan meningkatkan daya tarik investor untuk berinvestasi pada bank.

Di Indonesia serta Malaysia, komisi *bancassurance* tidak secara langsung dipublikasikan di dalam laporan keuangan masing-masing bank. Sehingga, untuk menilai adanya pengaruh *bancassurance* terhadap minat investor berinvestasi pada bank, memerlukan suatu variabel perantara. Dalam beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Azhar dan Wijayanto (2018); Hamidy, dkk., (2015); Klein dan Weill (2022); Mehzabin dkk. (2022); Sofiatin (2020) secara konsisten memberikan hasil bahwa peningkatan kinerja keuangan melalui rasio profitabilitas (ROA-ROE) berbanding lurus dengan permintaan saham oleh investor dan nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, kinerja keuangan yang diindikasikan rentabilitas atau profitabilitas dapat digunakan sebagai perantara pengaruh rasio *bancassurance* terhadap nilai perusahaan perbankan.

Penelitian kuantitatif tentang *bancassurance* masih belum banyak diteliti. Hasil penelitian terdahulupun masih bertolak belakang. Penelitian terbaru topik *bancassurance* dilakukan di Indonesia oleh Tanta (2019) dan Pambudi (2018). Pada

tahun 2019, Tanta menguji efek *bancassurance* terhadap efisiensi dan profitabilitas bank dengan sampel bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode data sampel 2013-2017. Hasil penelitian yang dilakukan Tanta menunjukkan bahwa, *bancassurance* tidak memiliki efek terhadap efisiensi dan profitabilitas, tetapi menunjukkan arah yang positif terhadap penambahan profitabilitas.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Prapanca R. Pambudi di tahun 2018 tentang pengaruh *bancassurance* terhadap profitabilitas bank di Indonesia. Hasil penelitian Pambudi menemukan bahwa, *bancassurance* memiliki pengaruh pada ROA namun tidak pada ROE (Pambudi 2018). Demikian juga penelitian Fiordelisi dan Ricci (2011) yang menguji pengaruh *bancassurance* terhadap efisiensi bank di Italia. Pengujian Fiordelisi menunjukkan hasil bahwa *cost efficiency* pada bank tidak berpengaruh atau disebabkan akibat *bancassurance*.

Bertolak belakang dengan hasil penelitian yang tersebut di atas, Peng dkk. di tahun 2017 melakukan pengujian efek *bancassurance* terhadap efisiensi dan profitabilitas bank di Taiwan. Peng dkk. menemukan bahwa *bancassurance* berhasil memberikan efek terhadap efisiensi dan profitabilitas bank di Taiwan. Semakin tinggi keikutsertaan bank dalam *bancassurance*, akan semakin tinggi kinerja bank secara keseluruhan. Hal ini didukung dengan deregulasi di sektor perbankan yang mempercepat pertumbuhan *bancassurance* di Taiwan. Begitu juga dengan penelitian oleh Arora dan Jain tahun 2013. Arora dan Jain meneliti tentang kontribusi *bancassurance* dalam kinerja keuangan bank di India. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa, *bancassurance* berdampak positif dan signifikan pada penambahan profitabilitas perusahaan perbankan.

Penelitian topik lain juga menjadi referensi yang dimodifikasi dalam penelitian *bancassurance* ini yaitu, penelitian yang dilakukan oleh Asni dan Agustia (2021), Nuryaman (2015), dan Niyas dan Kavida (2023). Asni dan Agustia (2021) menguji peran mediasi kinerja keuangan dalam hubungan *green innovation* dan nilai perusahaan manufaktur di ASEAN. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa peran profitabilitas yang dihasilkan dari kemampuan perusahaan untuk terus berinovasi, berdampak positif terhadap penciptaan nilai oleh perusahaan. *Bancassurance* dinilai sebagai perwujudan kemampuan perusahaan untuk terus berinovasi.

Nuryaman (2015) menganalisis influensi *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel mediasi. Hasil dari penelitian mengungkapkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas berfungsi sebagai variabel mediasi dalam hubungan kausal antara modal intelektual dan nilai perusahaan. Modal intelektual merupakan sumber daya perusahaan yang berbasis pengetahuan yang dapat menjadi *value added* bagi perusahaan. Kapasitas intelektual perusahaan akan menambah poin keyakinan para investor, sehingga dapat memberikan dampak pada peningkatan nilai perusahaan. *Bancassurance* pun dinilai sebagai kebijakan yang memanfaatkan sumber daya perusahaan yang ada untuk mendapat komisi yang lebih banyak.

Niyas dan Kavida (2023) menguji mengenai dampak *financial brand* pada profitabilitas dan nilai perusahaan di India. Niyas dan Kavida mengungkapkan bahwa *financial brand* memiliki dampak positif terhadap profitabilitas dan nilai

perusahaan. Niyas dan Kavida meneliti dampak *financial brand* atas sektor *fast moving consumer good* (FMCG) yang pangsa pasar nya hanya 0,68% di India karena menghadapi persaingan besar-besaran merek multinasional. Profitabilitas diukur dalam rasio ROA dan ROE, serta nilai perusahaan diukur melalui rasio Tobin's Q. Studi ini mengungkapkan bahwa *brand* yang kuat akan sangat menguntungkan.

Rangkuman beberapa penelitian topik lain terdahulu di atas, menunjukkan hasil yang konsisten yaitu terdapat hubungan signifikan antara rentabilitas atau profitabilitas dengan nilai perusahaan. Kemudian beberapa penelitian bertema *bancassurance* juga mengungkapkan terdapat pengaruh antara komisi *bancassurance* terhadap profitabilitas. Berdasarkan temuan-temuan tersebut, profitabilitas dapat menjadi variabel yang memediasi hubungan komisi *bancassurance* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang akan dilakukan ini merupakan modifikasi dari penelitian Peng,dkk., (2017) dan Asni dan Agustia (2021) dengan objek, rentang waktu, serta variabel uji yang berbeda. Objek penelitian adalah bank umum konvensional di kawasan Asia Pasifik, lebih spesifik adalah negara anggota APEC dengan rentang waktu selama 6 tahun sejak 2016-2021. Wilayah Asia Pasifik khususnya negara anggota APEC dipilih karena perkembangan *bancassurance* yang cukup baik hanya di beberapa negara ternama, serta APEC merupakan salah satu penggerak ekonomi dunia, tentu kebijakan apapun yang dilakukan masing-masing negara akan berdampak, dan bahkan diikuti oleh negara lainnya.

Rentang waktu dipilih dengan alasan bahwa, perkembangan asuransi jiwa melalui *bancassurance* berkembang pesat ditahun tersebut, dan survei pertama *bancassurance* di kawasan Asia-Pasifikpun baru dilakukan di tahun 2016 dan diprediksi *bancassurance* akan terus bertumbuh untuk masa depan. Apalagi bagi negara negara yang mayoritas memiliki penduduk yang padat, tentu akan menambah luas pasar dari produk asuransi itu sendiri. Kemudian dalam penelitian ini juga akan menambahkan pengujian variabel nilai perusahaan yang diukur dengan tobins Q untuk menggambarkan keadaan pasar saham bank dengan adanya *bancassurance* ini.

Penelitian yang akan dilakukan ini juga meneruskan kritikan Afifah tahun 2022 atas ukuran variabel independen *bancassurance* penelitian Tanta (2019) dan Pambudi, (2018). Kedua penelitian ini menggunakan data dari pos provisi dan komisi lainnya di laporan keuangan untuk komisi *bancassurance* bank. Dalam laporan keuangan tidak ditemukan pos yang secara khusus menyatakan besaran komisi *bancassurance* bank dari perusahaan asuransi. Pos relevan yang disajikan dalam laporan keuangan adalah provisi dan komisi lainnya. Pos provisi dan komisi lainnya ini dinyatakan sebagai komponen integral dari suku bunga efektif yang terkait aset atau kewajiban, yang termasuk pendapatan komisi dan provisi lainnya adalah terkait kegiatan *bancassurance*, ekspor-impor, manajemen kas, provisi atas jasa yang mempunyai jangka waktu tertentu. Sehingga pos tersebut belum murni sebagai data komisi *bancassurance* bank dari asuransi. Untuk mengatasi hal ini, penelitian ini akan menggunakan komisi *bancassurance* dari pos *Insurance Commisisions, Fees, and Premiums* dalam database *refinitif eikon thomson reuters*.

Berdasarkan masalah yang dituliskan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melanjutkan dan memperbarui penelitian sebelumnya terkait pengaruh *bancassurance* terhadap nilai perbankan dengan rentabilitas sebagai variabel mediasi di Asia Pasifik. Kinerja bank (rentabilitas bank) dalam penelitian akan memiliki fungsi ganda. Pertama, rentabilitass bank berfungsi sebagai variabel terikat atas rasio *bancassurance*. Kedua, rentabilitass bank juga berperan sebagai pemediasi atas pengaruh rasio *bancassurance* terhadap nilai perusahaan perbankan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan menjadi fokus penelitian, yaitu:

- 1) Apakah *bancassurance* memiliki pengaruh terhadap rentabilitas bank di Asia Pasifik?.
- 2) Apakah *bancassurance* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan perbankan di Asia Pasifik?.
- 3) Apakah rentabilitas bank memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan perbankan di Asia Pasifik?.
- 4) Apakah *bancassurance* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan perbankan melalui rentabilitas bank di Asia Pasifik?.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh *bancassurance* terhadap rentabilitas bank di Asia Pasifik.
2. Mengetahui pengaruh *bancassurance* terhadap nilai perusahaan perbankan di Asia Pasifik.
3. Mengetahui pengaruh rentabilitas bank terhadap nilai perusahaan perbankan di Asia Pasifik.
4. Mengetahui pengaruh *bancassurance* terhadap nilai perusahaan perbankan melalui rentabilitas bank di Asia Pasifik.

1.4. Batasan Penelitian

Penelitian ini difokuskan untuk menguji pengaruh *bancassurance* terhadap nilai perusahaan dan rentabilitas sebagai variabel mediasinya yang dibatasi objek dan kurun waktunya. Objek penelitian dibatasi hanya pada negara anggota APEC. Pengamatan dibatasi hanya pada tahun 2016-2021.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membuktikan secara empiris mengenai peran *bancassurance* pada peningkatan kinerja dan nilai perusahaan perbankan. Informasi yang disajikan diharapkan dapat menjadi evaluasi bagi bank dan asuransi pelaksana *bancassurance*, referensi untuk pengambilan keputusan *bancassurance* di negara yang belum maksimal melaksanakannya, serta akan menjadi bahan kajian pembuatan peraturan oleh pemerintahan negara yang belum optimal menerapkan *bancassurance*.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman dalam penelitian ini, penulis menggunakan sistematika penulisan yang dijabarkan dalam lima bab yang terdiri dari pendahuluan, tinjauan pustaka, metode penelitian, hasil dan pembahasan, serta penutup. Bab pendahuluan merupakan bagian pembuka yang menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Bab tinjauan pustaka menjelaskan beberapa teori dan konsep dasar yang berhubungan dengan masalah penelitian, hasil penelitian terdahulu, petunjuk tentang pengembangan hipotesis, dan pengembangan hipotesis.

Bab metode penelitian memuat desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik dan sumber pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, metode analisis data, dan prosedur pengujian hipotesis. Kemudian bab hasil dan pembahasan akan menjabarkan hasil pengujian hipotesis, interpretasi hasil, serta argumentasi hasil penelitian. Serta bab penutup berisi tentang kesimpulan dan keterbatasan penelitian. Pada bagian ini juga akan dimuat saran untuk peneliti selanjutnya guna mengatasi keterbatasan penelitian yang ada.

