

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara tingkat solvabilitas, pertumbuhan aset, dan pertumbuhan biaya promosi terhadap pertumbuhan pendapatan premi. Periode penelitian ini diambil selama 3 tahun yaitu sejak tahun 2013 – 2015. Sampel dalam penelitian ini yaitu perusahaan asuransi yang terdaftar dalam Asosiasi Asuransi Umum Indonesia (AAUI). Berdasarkan pengujian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, maka kesimpulan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat solvabilitas terhadap pertumbuhan pendapatan premi. Artinya yaitu adanya peningkatan maupun penurunan pendapatan premi tidak dipengaruhi oleh tingkat solvabilitas suatu perusahaan asuransi.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pertumbuhan aset terhadap pertumbuhan pendapatan premi. Artinya yaitu ketika terjadi peningkatan pertumbuhan aset maka akan diikuti dengan peningkatan pendapatan premi suatu perusahaan asuransi, begitupun sebaliknya.
3. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pertumbuhan biaya promosi terhadap pendapatan premi. Artinya yaitu adanya peningkatan maupun penurunan pendapatan premi tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan biaya promosi suatu perusahaan asuransi .

## B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka beberapa implikasi yang diperoleh dari hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan asuransi sebaiknya tidak fokus hanya kepada peningkatan *risk based capital* saja, karena banyak pihak luar maupun masyarakat yang masih belum mengerti makna dari *risk based capital* itu sendiri. Namun perusahaan asuransi sebaiknya juga fokus kepada peningkatan rasio keuangan lainnya seperti rasio investasi, rasio klaim, dan rasio likuiditas. Selain itu perusahaan asuransi sebaiknya juga meningkatkan pertumbuhan aset dan membuat strategi baru yang mengikuti perkembangan teknologi saat ini seperti melakukan kegiatan promosi melalui media internet agar biaya yang dikeluarkan untuk biaya promosi tersebut dapat efisien dan menarik minat pihak luar maupun masyarakat, sehingga pendapatan preminya pun akan meningkat.
2. Promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan asuransi selalu membuat pihak luar maupun masyarakat tertarik untuk membeli produk asuransinya. Namun sebelum membeli suatu produk asuransi sebaiknya pihak luar maupun masyarakat mencari informasi sebanyak – banyaknya mengenai perusahaan asuransinya, seperti keuntungan yang akan didapatkan dengan melihat dan memahami makna dari *risk based capital* dan rasio keuangan lain, serta pertumbuhan asetnya. Dengan demikian pihak luar dan masyarakat dapat mengetahui keuntungan yang akan didapatkan dan akan menambah kepercayaannya dalam memilih produk asuransi yang diinginkannya tersebut.

### C. Saran

Berdasarkan implikasi penelitian yang telah dikemukakan, maka peneliti mencoba memberikan saran-saran yang dapat dijadikan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan sebagai berikut :

#### 1. Bagi Perusahaan – Perusahaan Asuransi

Perusahaan – perusahaan asuransi sebaiknya tetap mempertahankan tingkat solvabilitas sesuai dengan ketentuan dari pemerintah, meningkatkan komponen lain atau rasio keuangan lain selain RBC, meningkatkan pertumbuhan aset, serta meningkatkan kegiatan promosi melalui internet untuk meyakinkan pihak luar untuk membeli produk asuransinya. Sebaiknya perusahaan asuransi juga mempublikasikan *annual report* secara lengkap untuk memberi informasi kepada pihak luar mengenai kinerja perusahaannya.

#### 2. Bagi Pihak Luar

Pihak luar maupun masyarakat diharapkan memahami informasi yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan asuransi seperti RBC dan komponen lain atau rasio keuangan lain, sehingga dapat mengambil suatu keputusan yang tepat dan menguntungkan dalam membeli produk asuransinya.

#### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sampel penelitian hanya terbatas pada perusahaan asuransi yang mempublikasikan biaya promosi dalam *annual report* selama 3 tahun berturut-turut, sehingga sampel yang didapat masih relatif sedikit, yaitu sebanyak 69 sampel (23 x 2 tahun) dari 84 perusahaan asuransi yang terdaftar. Variabel-variabel yang mempengaruhi pertumbuhan pendapatan

premi dalam penelitian ini hanya terbatas pada variabel tingkat solvabilitas, pertumbuhan aset, dan pertumbuhan biaya promosi saja. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan penelitian selanjutnya dapat menemukan faktor – faktor lain yang mempengaruhi pertumbuhan pendapatan premi.