



Problematika Dan Tantangan Pengembangan Asuransi Syariah Di Indonesia

Efriza Pahlevi Wulandari¹, Nurfadilah Sindika Sari², Sapri³

^{1,2} Universitas Tadulako

³ Universitas Islam DDI AGH Abdurrahman Ambo Dalle

e-mail: ¹ efriza.febi@gmail.com

Abstrak : Asuransi syariah memiliki potensi besar pada negara-negara muslim termasuk di Indonesia karena didukung dengan populasi penduduk muslim yang sangat besar. Namun demikian problem dan tantangan yang dihadapi industri asuransi syariah cukup kompleks. Sehingga penting diketahui penyebab lambatnya pengembangan asuransi syariah khususnya di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode *library research* yang berasal dari jurnal, buku, dan dokumen lain. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Penelitian ini mengumpulkan data-data yang menjadi permasalahan pengembangan asuransi syariah dari berbagai penelitian dan terdapat Sembilan belas problem dan tantangan pengembangan asuransi syariah yang membutuhkan sinergi dari banyak pihak, perusahaan, pemerintah, akademisi, media, dan masyarakat harus turut menjadi aktor dalam pengembangan asuransi syariah khususnya di Indonesia akademik dan praktis dalam perbaikan tata kelola syariah di sektor perbankan syariah Indonesia.

Kata Kunci: Asuransi Syariah, Takaful, Problematika dan Tantangan

PENDAHULUAN

Di era yang semakin kompleks ini, kemungkinan akan membawa risiko yang cukup besar terhadap kehidupan manusia. Oleh karena itu, dalam menghadapi risiko yang mungkin sewaktu-waktu dapat terjadi, masyarakat harus memiliki jaminan untuk menjamin kelangsungan kehidupan seperti kesehatan dan kebahagiaan hari tua dan pendidikan anak. Asuransi adalah salah satu solusi yang baik dimana orang bisa mendapatkan jaminan tersebut dan masyarakat mendapatkan rasa aman atas kepemilikan asuransi.

Asuransi syariah memiliki potensi besar pada negara-negara muslim termasuk di Indonesia karena memiliki produk yang beragam. Di dukung pula oleh jumlah populasi penduduk Indonesia sebanyak 279 juta jiwa pada tahun 2024 atau naik sebesar 0,02% dari tahun sebelumnya. Dapat diprediksi bahwa asuransi syariah akan menjadi pilihan setiap warga negara di negara-negara Muslim (Hassan, 2020). Kehadiran perusahaan asuransi syariah didukung oleh populasi penduduk muslim yang besar dan membutuhkan lembaga keuangan syariah agar semua interaksi muamalah yang dilakukan sesuai syariah.

Modal dasar telah dipegang oleh asuransi syariah dan aktor di sektor keuangan syariah, yaitu komunitas populasi muslim besar dunia. Secara teoritis, dengan populasi Muslim 229 juta, sekitar 82% dari total populasi Indonesia (*World Population Review, 2024*) ini adalah pasar yang menggiurkan bagi perusahaan syariah. Juga daya tarik Islam selama dua dekade terakhir ini mengalami pertumbuhan. Tapi jangan tertipu oleh angka populasi yang besar yang sudah barang tentu pasar keuangan berbasis syariah juga ikut berkembang pesat. Teori kerap kali berbeda dengan kondisi *riil* di masyarakat. Kita harus

menyadari bahwa realitanya tidak begitu besar. Terbukti meski keuangan syariah telah beroperasi selama tiga dekade, namun pencapaiannya belum sesuai harapan.

Cukup banyak dari masyarakat berpikir bahwa asuransi ibarat mendahului takdir Tuhan. Selain itu, kurangnya sosialisasi tentang keberadaan asuransi syariah, juga mempengaruhi keinginan masyarakat untuk menggunakan produk asuransi syariah. Oleh karena itu, sosialisasi tentang asuransi syariah harus semakin gencar dipublikasikan.

Asuransi saat ini jauh lebih memberikan manfaat daripada beberapa periode yang lalu. Apalagi sejak merebaknya kasus pandemi covid-19 yang mewabah bahkan diseluruh negara. Memberikan makna bahwa kesehatan sangatlah berarti daripada segala bentuk materil yang ada. Asuransi yang sampai saat ini banyak digunakan oleh sebagian besar masyarakat adalah asuransi konvensional, bukan asuransi syariah.

Penelitian ini menjadi penting dilakukan untuk mengkaji problematika dan tantangan yang dihadapi industri asuransi syariah agar dapat lebih berkembang dan dapat mendukung kemajuan ekonomi syariah dan pertumbuhan ekonomi nasional khususnya di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Asuransi Syariah

Hadirnya asuransi Syariah dilatarbelakangi oleh kecemasan penduduk muslim terhadap produk asuransi yang dianggap mengandung unsur maghrib (*maysir, gharar dan riba*) dan bertentangan dengan ajaran Islam. Asuransi syariah memiliki dasar tolong menolong dan melindungi sesama peserta asuransi. Secara umum menurut Soemitra alasan para ulama menentang praktek

asuransi, antara lain: a) Asuransi merupakan pertaruhan dan perjudian (*maysir*); b) Asuransi ada unsur ketidakpastian (*gharar*); c) Asuransi jiwa adalah usaha yang mendahului kehendak Allah; d) Pembayaran premi pada asuransi jiwa, tidak diketahui berapa kali pembayarannya sampai yang bersangkutan (pihak bertanggung) meninggal; e) Perusahaan asuransi menginvestasikan dana dari pembayaran premi dengan adanya unsur bunga. Jika pihak bertanggung meninggal, maka akan mendapat kelebihan bayar dari jumlah dana yang telah dibayarkan. Ini termasuk dalam riba; f) Bahwa segala kegiatan asuransi yang berdasarkan riba dilarang syariah Islam (Soemitra, 2009).

Fatwa DSN MUI No.21/DSN-MUI/X/2001 tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah bahwa *takaful*, *ta'min*, *tadhamun* yang merupakan makna dari asuransi syariah adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong antara sejumlah orang melalui investasi dalam bentuk aset dan/atau *tabarru* yang menyediakan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad yang sesuai dengan prinsip syariah. Maksud akad yang sesuai syariah yaitu akan yang bebas dari unsur ketidakjelasan, untung-untungan (judi), riba, *zulmu* (aniaya), *riswah*, haram dan maksiat (DSN-MUI, 2001).

Berikut perbedaan antara asuransi syariah dan asuransi konvensional:

Tabel 1.
Perbedaan Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional

Aspek	Asuransi Syariah	Asuransi Konvensional
DPS	(DPS) yang bertugas mengawasi produk yang dipasarkan dan pengelolaan investasi dananya.	Tidak ada
Akad Investasi	<i>Tabarru'</i> dan <i>ta'awun</i> Bagi hasil	Mirip jual beli (<i>tabadduli</i>) bunga sebagai dasar perhitungan investasi
Kepemilikan dana	Merupakan hak pihak bertanggung (peserta) dan perusahaan sebagai pemegang amanah pengelolaan dana sesuai dengan syariah	Premi yang dibayarkan menjadi kuasa atau milik perusahaan asuransi dan perusahaan bebas mengalokasikan dananya
Mekanisme	Tidak ada dana hangus. Apabila sebelum habis kontrak pihak bertanggung tidak mampu membayar premi dan mengundurkan diri, maka premi yang telah dibayarkan dapat diambil, kecuali dana yang telah diniatkan untuk kebajikan	Hangus
Klaim	Dari dana <i>tabarru</i> semua peserta asuransi yang telah diniatkan untuk tolong menolong	Dari rekening perusahaan, karena premi yang dibayarkan oleh peserta menjadi milik perusahaan
Keuntungan	Ditentukan berdasarkan proporsi bag hasil perusahaan dan peserta	keuntungan milik perusahaan
Risiko	menggunakan sistem <i>sharing of risk</i> (saling menanggung sesama peserta)	<i>Transfer of risk</i> (pengalihan risiko)
Akuntansi	Cash Basis	Acrual basis
Zakat	Kewajiban membayar zakat dari keuntungan	Tidak ada
Unsur Maghrib	Tidak ada	Ada

Sumber: Fatwa DSN MUI No.21/DSN-MUI/X/2001

Mekanisme Pengelolaan Dana

Pengelolaan dana dengan unsur tabungan (*saving*), Rekening dibagi menjadi: a) Rekening Tabungan, merupakan rekening kumpulan dana peserta asuransi dan akan dibayarkan kepada peserta jika: 1) Perjanjian berakhir; 2) meninggal dunia; 3) mengundurkan diri. b) Rekening *Tabarru'*, merupakan rekening kumpulan dana yang telah diniatkan peserta untuk kebajikan dan tolong menolong. Dana akan dibayarkan kepada peserta jika: 1) surplus dana; 2) meninggal dunia.

Seluruh dana dari peserta akan diinvestasikan oleh perusahaan asuransi sesuai dengan prinsip syariah. Kemudian dibagikan kepada peserta dan perusahaan, misalnya 70% untuk peserta dan 30% untuk perusahaan.

Pengelolaan dana tanpa unsur tabungan (*non-saving*): a) Premi yang telah dibayar peserta dan dikurangi dengan biaya pengelolaan kemudian dimasukkan ke rekening *tabarru'*; b) Dana peserta asuransi diinvestasikan berdasarkan prinsip syariah; c) Perolehan investasi akan dimasukkan dalam kumpulan dana peserta, selanjutnya dikurangi beban asuransi baik berupa klaim maupun premi. d) Surplus dana peserta akan dibagikan, misalnya 30% untuk peserta dan 70% untuk perusahaan.

Posisi perusahaan asuransi syariah merupakan *mudharib* (wali amanat). Mudharib wajib membayar klaim jika salah satu peserta mengalami suatu musibah. Mereka juga dituntut untuk menjaga serta menjalankan tugasnya secara adil, transparan dan professional.

Lembaga keuangan takaful memiliki fungsi untuk mengedukasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menyisihkan hartanya dalam bentuk *saving*, bahkan kelebihan menabung di asuransi syariah

dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya yaitu selain tabungan untuk peserta sendiri, ada rezeki yang disumbangkan untuk membantu sesama yang menderita akibat bencana atau musibah (Janwari, 2005).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode *library research*. *Library research* merupakan metode penelitian yang memanfaatkan sumber-sumber informasi yang tersedia di perpustakaan, baik dalam bentuk buku, jurnal, artikel, maupun sumber digital lainnya (Creswell, 2014). Metode ini sangat penting dalam pengembangan ilmu pengetahuan karena memungkinkan peneliti untuk mengkaji dan menganalisis temuan-temuan penelitian sebelumnya, mengidentifikasi gap penelitian, serta membangun landasan teoretis yang kuat untuk penelitian baru (Kumar, 2019). *Library research* juga membantu peneliti untuk menghindari duplikasi penelitian dan memastikan bahwa penelitian yang dilakukan memiliki kontribusi yang signifikan terhadap bidang ilmu yang dikaji (Saunders, M., Lewis & Thornhill, 2019).

Dalam era digital seperti sekarang, *library research* telah berkembang pesat dengan adanya akses ke berbagai database online, jurnal elektronik, dan repositori digital. Peneliti dapat mengakses ribuan sumber informasi dari berbagai belahan dunia tanpa harus mengunjungi perpustakaan secara fisik (Zina, 2019). Namun, hal ini juga menuntut peneliti untuk memiliki kemampuan literasi digital yang baik dalam mengevaluasi kredibilitas sumber, mengelola informasi, dan mengutip sumber dengan benar sesuai dengan standar akademik yang berlaku (Creswell, 2014)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri keuangan syariah telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Namun, Perkembangan ini tidak diikuti oleh industri asuransi syariah yang ada di Indonesia. Hingga April 2023 jumlah perusahaan asuransi syariah sebanyak 15 perusahaan dan 43 unit usaha syariah. Data ini sama dibandingkan periode tahun sebelumnya. Sedangkan jika mengamati tahun 2021, data tersebut cenderung mengalami penurunan sebanyak satu perusahaan asuransi syariah dan sebanyak 2 unit usaha syariah. Disamping itu, jumlah modal aset dan modal juga mengalami penurunan seiring dengan menurunnya jumlah perusahaan asuransi syariah di Indonesia ((OJK), 2023).

Realitas pasar industri asuransi syariah menghadapi banyak problem dan tantangan dalam perkembangannya (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2020). Hal ini menunjukkan asuransi syariah tidak mencapai produktivitas yang optimal. Diantaranya: Pertama, minimnya sumber daya manusia yang unggul serta profesional termasuk juga profesi pendukung seperti agen, *broker* dan *adjuster*. Semakin banyaknya perusahaan takaful di Indonesia tidak diimbangi ketersediaan SDM, baik secara kuantitas juga kualitas. Pentingnya agen asuransi yang didukung oleh keterampilan dan keahlian berpengaruh terhadap tumbuhnya usaha asuransi syariah. Kepercayaan klien (peserta asuransi) terhadap agen dipengaruhi oleh komunikasi dan keahlian agen serta citra para agen asuransi syariah (Abdul Shukor, 2020; Suparmin, 2019; Surbakti & Rahmi, 2022; Zainta & Aslami, 2022). Kepercayaan pada agen akan mempengaruhi loyalitas dan niat peserta asuransi untuk melanjutkan menggunakan produk asuransi syariah pada perusahaan tersebut.

Kedua, mengatasi minimnya modal atau dana. Keterbatasan dana mengakibatkan pada rendahnya anggaran yang dimiliki oleh perusahaan seperti anggaran perusahaan asuransi syariah untuk melakukan promosi, sosialisasi, dan edukasi pasar (Rani et al., 2022; Suparmin, 2019; Surbakti & Rahmi, 2022; Zainta & Aslami, 2022). Selain itu juga, modal dasar perusahaan asuransi sebagian besar berasal dari premi nasabah (Rani et al., 2022). Ini justru menjadi risiko besar bagi perusahaan asuransi syariah karena modal berasal dari pihak ketiga yang wajib untuk sewaktu-waktu diklaim oleh pemilik polis.

Ketiga, memberikan inovasi pada produk dan juga layanan yang meningkatkan nilai guna dan keterjangkauan seluruh lapisan masyarakat, terutama yang berdasarkan konsep atau akad syariah. Produk asuransi syariah yang ada tidak jauh berbeda dengan produk asuransi konvensional yang menyebabkan inovasi menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh industri keuangan khususnya perusahaan asuransi sebagai dampak munculnya beragam produk keuangan syariah yang ada (Hassan, 2020; Surbakti & Rahmi, 2022). Inovasi merupakan strategi yang tepat untuk memperluas pasar takaful di Indonesia (Nugraheni & Muhammad, 2019). Merupakan hal utama bagi perusahaan asuransi syariah adalah menyediakan produk yang memenuhi kebutuhan masyarakat, bersaing dengan produk umum dan tentunya berpedoman pada prinsip syariah. Sehingga asuransi syariah diharapkan memberikan produk dan layanan yang simple, mudah serta digital based.

Keempat, meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang asuransi syariah. Sekarang ini, tingkat literasi masyarakat

terkait dengan asuransi syariah masih tergolong rendah bahkan banyak masyarakat yang belum tau pentingnya jaminan sosial ini (Handayani et al., 2023; Rani et al., 2022; Shoumi et al., 2022; Suparmin, 2019; Surbakti & Rahmi, 2022; Zainta & Aslami, 2022). Juga menganggap bahwa konsep dalam asuransi syariah adalah konsep yang mendahului kehendak Tuhan (Simatupang & Atika, 2022). Faktor-faktor promosi, sosialisasi, edukasi sangat mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan produk asuransi syariah (Salman & Hassan, 2020). Ini menyebabkan citra asuransi syariah sampai saat ini masih belum mapan dalam pandangan masyarakat (Surbakti & Rahmi, 2022). Sinergi antar lembaga juga merupakan kunci meningkatkan inklusi keuangan syariah khususnya takaful sehingga masyarakat dapat memahami bahwa pasar keuangan telah menyediakan solusi manajemen risiko yang sesuai syariah.

Kelima, Pasar bebas ASEAN berdampak pada pembukaan perusahaan asuransi asing di Indonesia yang didukung pula oleh teknologi digital. Faktanya, industri asuransi syariah di Indonesia masih memiliki keterbatasan dalam hal infrastruktur, cabang dan teknologi untuk menjangkau masyarakat. Sehingga menyebabkan pencapaian produktivitas asuransi syariah di Indonesia belum optimal akibat rendahnya perubahan terhadap teknologi (Sukmaningrum et al., 2020).

Keenam, mendorong penguatan regulasi sebagai wujud dukungan pemerintah dalam membangun industri asuransi syariah. Kurangnya pedoman yang mengatur asuransi syariah menyebabkan banyak masalah pada operasional (Khan et al., 2018; Surbakti & Rahmi, 2022), struktur tata kelola asuransi syariah yang belum rapi (Alsakinah et al., 2022). Hal ini

membutuhkan dukungan dari para pemangku kepentingan bersama juga mendorong penguatan regulasi asuransi syariah sebagaimana Undang-Undang Perbankan Syariah dan juga Fatwa Dewan Syariah Nasional yang diharapkan dapat mempercepat pertumbuhan asuransi syariah di Indonesia.

Ketujuh, mendorong industri asuransi syariah untuk tumbuh dan berkembang lebih cepat melalui insentif. Terutama terkait dengan beban iuran OJK yang tidak dihitung berdasarkan total aset dan peraturan pajak yang mewajibkan pembayaran pajak ditambah kewajiban zakat 2,5% dari total laba yang diterima. Selain itu, ada harapan sektor asuransi untuk ikut serta mendorong ketersediaan sumber daya keuangan jangka panjang, termasuk juga untuk infrastruktur. Akibatnya, insentif dapat diberikan kepada perusahaan dan pelanggan melalui pemotongan pajak atas surat berharga obligasi dan pajak penghasilan (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2020).

Kedelapan, menjalin hubungan kerjasama dengan perusahaan induk asuransi. Unit usaha syariah yang telah berubah menjadi perusahaan asuransi syariah setelah spin-off sebaiknya terus bekerja sama dengan induk perusahaan. Langkah ini menjadi penting untuk memastikan standar layanan kepada peserta asuransi. Apalagi teknologi informasi digital membutuhkan investasi yang besar jika membangun dari nol (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2020).

Kesembilan, menghindari kebocoran dana dari bisnis yang berbasis syariah ke asuransi konvensional. Konteks ini berkaitan dengan kesediaan komitmen oleh perusahaan untuk mengembangkan perusahaan asuransi syariah. Tidak dipungkiri, objek pertanggunganaan pada bisnis syariah diproteksi asuransi

konvensional karena dengan berbagai alasan diantaranya, ketersediaan produk, kapasitas maupun insentif untuk agen asuransi. Penyimpangan bisnis seperti ini yang dapat menyebabkan image buruk bagi institusi keuangan (Mahalizikri, 2020) dan pastinya akan berdampak buruk terhadap kepercayaan masyarakat.

Kesepuluh, mendorong didirikannya lembaga yang menjamin polis sesuai dengan Undang-undang Perasuransian. Kasus dari perusahaan milik pemerintah seperti gagal bayar, menjadi seruan akan vitalnya *risk based supervision* sebagai mitigasi sehingga tindakan yang diperlukan dapat diambil secara cepat dan tepat. Data jumlah pengaduan perkara asuransi dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dan Yayasan Lembaga Konsumen Asuransi Indonesia (YLKAI) menunjukkan jumlah angka yang relatif tinggi. Pengaduan yang dilaporkan seperti masalah penolakan klaim, klaim yang dipersulit, jumlah pembayaran klaim, dan lainnya. Praktik seperti halnya ini yang dipandang konsumen sangat merugikan (Mahalizikri, 2020). Pengawasan pada keseluruhan kegiatan perusahaan diperlukan untuk mengendalikan terhadap penyimpangan aturan. Lemahnya pengawasan akan berdampak pada kecurangan serta penyelewengan yang dapat mengakibatkan kerugian berbagai pihak (Nurhasanah, 2013).

Kesebelas, penurunan permintaan pasar asuransi akibat perlambatan ekonomi dan pasar modal. Pertumbuhan pasar asuransi juga tergantung pada sektor riil, dengan adanya perlambatan ekonomi pada beberapa tahun terakhir cukup berdampak terhadap pasar asuransi. Karena hampir semua masyarakat lebih memiliki memenuhi kebutuhan utamanya dibandingkan asuransi (Ramadhani, 2015; Zainta & Aslami, 2022)

Keduabelas, kesadaran masyarakat yang rendah terhadap pentingnya penjaminan asuransi. Hal ini disebabkan salah satunya yaitu kurangnya kesadaran terhadap manfaat asuransi yang juga berdampak pada kepercayaan yang menurun juga (Poan et al., 2021). Kesadaran masyarakat berpengaruh terhadap penerapan asuransi syariah (Ali et al., 2019). Kesadaran dan pengetahuan masyarakat yang rendah tentang asuransi juga mempengaruhi kurangnya minat masyarakat menggunakan asuransi. Secara umum masyarakat masih memiliki kesadaran yang rendah terhadap keuangan syariah (Islam & Rahman, 2017). Peran agen asuransi syariah disini menjadi sangat penting, yaitu sebagai akses informasi asuransi syariah dan produk asuransi syariah kepada masyarakat (Hariyadi & Triyanto, 2020).

Ketigabelas, kurangnya dukungan dari Pemerintah. Pemerintah sendiri belum terpesona dengan hadirnya takaful, sehingga produk asuransi syariah juga belum menjadi pilihan setiap warganya (Zainta & Aslami, 2022). Masyarakat akan terus awam jika pemerintah tetap belum memberikan perhatian dan respon mengenai lembaga keuangan syariah khususnya asuransi syariah. Bukti dari negara Malaysia dimana kurang lebih 75% aset industri keuangan syariah. Hal ini menjadi bukti adanya dukungan dari pemerintah Malaysia (Suparmin, 2019). Malaysia dan Indonesia sebenarnya memiliki kesamaan dasar, namun aspek hukum di Indonesia kurang berperan dan kurang responsif terhadap perkembangan asuransi syariah sehingga menyebabkan asuransi syariah di Indonesia tertinggal dibanding dengan asuransi syariah yang ada di Malaysia (Agustin, 2020). Dukungan para pihak khususnya pemerintah, akademisi, ulama dan masyarakat diharapkan dapat mendorong penyelenggaraan bisnis asuransi syariah.

Keempat belas, rendahnya kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menjadi bagian terpenting setiap perusahaan agar mampu bersaing memberikan kepuasan melalui pemenuhan kebutuhan dan juga keinginan para konsumen. Permasalahan yang sering terjadi pada industri asuransi adalah pelayanan yang diberikan belum dirasakan maksimal oleh peserta asuransi sehingga masih ditemukan adanya ketidakpuasan. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Abdur Rehman et al., 2020; Akhter et al., 2021; Ratnawati & Kholis, 2019; Zainta & Aslami, 2022). Dimana Dampak dari ketidak puasan klien bisa berpindah ke perusahaan lain, dan merugikan pihak asuransi syariah. Ketidakpuasan timbul karena adanya kesenjangan antara harapan dengan kenyataan yang dirasakan. Keberhasilan sistem dalam asuransi syariah didukung oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut.

Asuransi syariah merupakan sektor bisnis yang bersaing cukup ketat. Persaingan ini memaksa perusahaan untuk merencanakan strategi apa yang harus dilakukan untuk mempertahankan loyalitas peserta asuransi. Oleh karenanya, perusahaan asuransi syariah perlu adanya standar kualitas pelayanan yang dapat memberikan pengaruh pada kepuasan dan loyalitas peserta pemegang polis (Shukor, 2020; Akhter et al., 2021). Sehingga asuransi syariah dapat terus memiliki eksistensi dalam pasar keuangan nasional.

Kelimabelas, efek dari bagian unit usaha syariah pada perusahaan konvensional. Instrumen investasi syariah tetap memiliki risiko seperti gagal bayar, namun sampai saat ini hampir tidak ada kasus gagal bayar pada asuransi jiwa syariah yang telah berdiri sendiri. Beberapa asuransi jiwa yang bermasalah

memang memiliki unit usaha Syariah, yang menyebabkan ikut terseret pada permasalahan-permasalahan kompleks pada perusahaan induk (Kholilah et al., 2024).

Keenambelas, kepercayaan masyarakat terhadap produk asuransi syariah. Sejauh ini, tingkat kepercayaan masyarakat justru semakin turun disebabkan oleh berbagai hal diantaranya manajemen pelayanan yang kurang baik seperti penerimaan pembayaran dana pertanggungan oleh asuransi syariah. Uang pertanggungan tidak akan diterima ahli waris apabila kurun waktu meninggalnya pemilik polis belum memenuhi syarat minimal 3 bulan (Rani et al., 2022). Stigma negatif yang beredar di masyarakat yang tidak didukung oleh kebijakan pemerintah yang kurang tegas untuk menindak pelaku yang mengatasnamakan asuransi syariah (Handayani et al., 2023), bayang-bayang sulitnya mengajukan klaim, dan ketakutan tidak mampu membayar, juga merupakan hal penting untuk mendapat solusi terbaik agar kepercayaan masyarakat meningkat (Shoumi et al., 2022).

Ketujuh belas, *market share* dan jangkauan asuransi syariah masih rendah (Rani et al., 2022; Surbakti & Rahmi, 2022). Sebagian besar minat terhadap produk asuransi syariah hanya berlaku bagi orang dengan penghasilan menengah keatas karena setiap bulan atau periode tertentu harus membayar premi asuransi, serta letak geografis tempat tinggal masyarakat yang ada di perkotaan dan pedesaan juga mempengaruhi akses terhadap perusahaan asuransi syariah (Zainta & Aslami, 2022).

Kedelapanbelas, produk asuransi syariah yang tidak jauh berbeda dengan produk asuransi konvensional (Surbakti & Rahmi, 2022). Dalam perkembangannya banyak produk

asuransi yang hanya mendongkrak persaingan keuangan syariah untuk mempertahankan eksistensinya dimata masyarakat. Sehingga mereka memilih untuk mengadopsi produk asuransi konvensional yang mengatasnamakan produk asuransi syariah. Disisi lain, skema pengelolaan dana asuransi syariah masih mengacu pada asuransi konvensional.

Kesembilan belas, promosi yang masih kurang dan belum dilaksanakan secara efektif (Suparmin, 2019; Surbakti & Rahmi, 2022). Di sisi lain belum adanya industri yang mendukung asuransi syariah, keunggulan produk yang masih kalah dengan produk asuransi konvensional, kondisi pasar masih dalam keraguan antara penerapan syariah dengan kondisi usaha yang ada dilapangan yang terkadang sangat jauh dari prinsip syariah menyebabkan perusahaan asuransi syariah harus bekerja ekstra untuk mempromosikan dan menjual produknya. Strategi marketing asuransi syariah. marketing asuransi konvensional telah menerapkan startegi yang tepat dana efektif untuk menarik keinginan masyarakat menggunakan produk asuransinya dibanding dengan asuransi syariah (Shoumi et al., 2022).

SIMPULAN

Industri keuangan syariah khususnya industri takaful di Indonesia memiliki peluang yang besar. Permintaan produk dan layanan takaful akan terus mengalami peningkatan seiring berkembangnya waktu. Tumbuhnya industri takaful harus diimbangi dengan mudahnya akses informasi kepada masyarakat mengenai manfaat asuransi syariah yang juga didukung oleh penduduk Indonesia yang cukup banyak dan negara dengan penduduk muslim terbesar dunia.

Permasalahan yang dihadapi oleh industri asuransi syariah menjadi tantangan bagi banyak pihak, tidak hanya dari perusahaannya saja. Tetapi peran dan sinergi pemerintah, akademisi, media, dan masyarakat turut menjadi aktor dalam pengembangan asuransi syariah di Indonesia.

DAFTAR RUJUKAN

- O. J. K. (2023). *Statistik IKNB Syariah Periode April*. <https://ojk.go.id>
- Abdul Shukor, S. (2020). Trust in takaful agents: antecedents and consequences. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, ahead-of-p.
- Abdur Rehman, M., Osman, I., Aziz, K., Koh, H., & Awais, M. (2020). Get connected with your Takaful representatives: Revisiting customer loyalty through relationship marketing and service quality. *Journal of Islamic Marketing*, 11(5), 1175–1200.
- Agustin, I. (2020). Perbandingan Pengembangan Asuransi Syariah di Indonesia dan Malaysia (Analisis Aliran Mazhab Sejarah dan Law as a Tool of Social Engineering). *Al-Ahkam Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Hukum*, 5, 37–57.
- Akhter, W., Jamil, H., & Fam, K. S. (2021). Islamic influence on customer satisfaction: evidence from Takaful and conventional insurance industry. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(4), 524–543.
- Ali, M., Raza, S. A., Pua, C. H., & Amin, H. (2019). Consumer acceptance toward takaful in Pakistan: An application of diffusion of innovation theory. *International Journal of Emerging Markets*, 14(4), 620–638.
- Alsakinah, R., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Perkembangan Asuransi Syariah Indonesia Pada Masa

- Pandemi Covid-19. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(2), 111–121.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- DSN-MUI. (2001). Fatwa DSN MUI Nomor 21/DSN-MUI/IV/2001.
- Handayani, N. P., Widiastuti, D., Anwar, A., & Zahara, A. E. (2023). Problematika Asuransi Syariah (Takaful) di Indonesia. *GANAYA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 6, 1068–1076.
- Hariyadi, E., & Triyanto, A. (2020). Peran Agen Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Tentang Asuransi Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 19–38.
- Hassan, H. A. (2020). Takaful models: origin, progression and future. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1801–1819.
- Islam, J., & Rahman, Z. (2017). Awareness and Willingness towards Islamic Banking among Muslims: An Indian Perspective. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 10, 92–101.
- Janwari, Y. (2005). *Asuransi Syariah*. Pustaka Bani Quraisy.
- Khan, I., Abdul Rahman, N. N. B., Zulkifli Bin Mohd Yusoff, M. Y., Mohd Nor, M. R., & Bin Noordin, K. (2018). A narrative on Islamic insurance in Bangladesh: problems and prospects. *International Journal of Ethics and Systems*, 34(2), 186–199.
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2020). *Asuransi Syariah Capai Pertumbuhan Produktif 2020*. *KNEKS Insight*, 9, 10.
- Kumar, R. (2019). *Research Methodology: A Step-by-Step Guide for Beginners* (5th ed.). SAGE Publications.
- Mahalizikri, I. F. (2020). Komunikasi Produk Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Market Share. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 37–52.
- Nugraheni, P., & Muhammad, R. (2019). Innovation in the takaful industry: a strategy to expand the takaful market in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing, ahead-of-p*.
- Nurhasanah, N. (2013). Pengawasan Islam dalam operasional lembaga keuangan syariah [Islamic monitoring in the operation of syariah financial institutions]. *Mimbar: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 29(1), 11–18.
- Poan, R., Komalasari, F., & Merizka, V. (2021). The importance of trust factor in the intentions to purchase Islamic insurance (takaful) in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 13.
- Ramadhani, H. (2015). Prospek dan Tantangan Perkembangan Asuransi Syariah di Indonesia. *Al-Tijary*, 1(1), 57–66.
- Rani, Hansen Rusliani, & Refky Fielnanda. (2022). Peluang Dan Tantangan Agen Dalam Meningkatkan Nasabah Asuransi Syariah (Studi Pada Perusahaan Asuransi Syariah Bumi Putera Cabang Jambi). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1), 81–89.
- Ratnawati, A., & Kholis, N. (2019). Measuring the service quality of BPJS health in Indonesia: a sharia perspective. *Journal of Islamic Marketing, ahead-of-p*.
- Salman, S., & Hassan, R. (2020). Motivating factors for consumers to participate in takāful: a survey by Indian insurance policyholders. *Journal of Islamic Accounting and Business Research, ahead-of-p*.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research Methods for Business Students* (8th ed.). Pearson Education.

- Shoumi, I. N. H., Kurniawan, A. R., & Roziqin, M. K. (2022). Faktor Masyarakat Lebih Memilih Asuransi Konvensional Daripada Asuransi Syari'Ah. *Al Hisab: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 16–34.
- Simatupang, S. D., & Atika, M. (2022). Pengaruh Stigma Negatif Asuransi Terhadap Produk Asuransi Syariah (Studi Kasus Nasabah PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 368–373.
- Soemitra, A. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Kencana Prenada Media Group.
- Sukmaningrum, P., Hendratmi, A., Rusmita, S., Ramadhani, M., & Gusti, R. (2020). Productivity Analysis at Sharia Life Insurance Companies In Indonesia: Malmquist Productivity Index (MPI). *Global Conference on Business and Social Sciences Proceeding*, 11, 119.
- Suparmin, A. (2019). Asuransi Syariah Di Indonesia Hukum Prospek Dan Tantangan. *El-Arbah: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan Syariah*, 1(01), 1–30.
- Surbakti, A., & Rahmi, S. (2022). Analisis Potensi Dan Kendala Pengembangan Asuransi Syariah Pada Asuransi Takaful Keluarga Cabang Medan. *Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 2(1), 55–63.
- Kholilah, U., Salamah, R., Salsabila, C., Sari, R. N., Solihah, R. A., & Abadi, M. T. (2024). Perkembangan Asuransi Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Research and Development Student*, 2(1), 37-46.
- World Population Review. (2024). *World Population Review*. <https://worldpopulationreview.com/>
- Zainta, S. Y., & Aslami, N. (2022). Hambatan-Hambatan yang Dialami Perusahaan Asuransi Syariah Dalam Memasarkan Produknya. Transformasi Manageria: *Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 36–50.
- Zina, O. (2019). *The Essential Guide to Doing Your Research Project* (3rd ed.). SAGE Publications.