

STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK ASURANSI SYARIAH

Amil Malik *¹
Umi Ulhusna ²
Abd Rizal ³

^{1,2,3} Universitas Sains Islam Al-Mawaddah Warrahmah Kolaka, Indonesia

*e-mail: amilmalik402@gmail.com, umyulhusna@gmail.com², abd.rizal@usimar.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengkaji strategi pengembangan produk asuransi syariah di Indonesia yang memiliki peluang besar sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Sejak berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada 1991, industri keuangan syariah, termasuk asuransi syariah (*takaful*), berkembang pesat dengan peningkatan jumlah perusahaan, variasi produk, dan kontribusi bruto, meski tingkat penetrasinya masih rendah dibandingkan asuransi konvensional akibat rendahnya literasi masyarakat. Penelitian menggunakan metode *literature review* dengan pendekatan kualitatif deskriptif, menganalisis jurnal nasional terakreditasi, prosiding, dan dokumen resmi melalui teknik sintesis naratif untuk mengintegrasikan temuan terkait potensi, tantangan, dan strategi pengembangan.

Hasil menunjukkan perlunya strategi komprehensif yang mencakup inovasi produk sesuai kebutuhan pasar, peningkatan kualitas SDM melalui pelatihan dan sertifikasi, pemanfaatan teknologi digital untuk efisiensi dan personalisasi layanan, serta penguatan literasi publik secara berkelanjutan, didukung regulasi pemerintah yang berpihak dan kolaborasi lintas sektor. Implikasi penelitian menegaskan bahwa tanpa strategi menyeluruh, asuransi syariah sulit bersaing dengan asuransi konvensional, sehingga disarankan pengembangan model berbasis inovasi dan digitalisasi, peningkatan kapasitas SDM, literasi masif, serta regulasi yang terintegrasi dengan ekosistem ekonomi halal nasional untuk memperkuat daya saing, memperluas jangkauan, dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi berbasis prinsip syariah di Indonesia.

Kata kunci: strategi pengembangan, asuransi syariah, inovasi produk, literasi keuangan, regulasi.

Abstract

This study aims to examine the strategies for developing Islamic insurance products in Indonesia, which holds significant potential as the country with the largest Muslim population in the world. Since the establishment of Bank Muamalat Indonesia in 1991, the Islamic finance industry, including Islamic insurance (*takaful*), has grown rapidly with an increasing number of companies, product variations, and gross contributions, although its market penetration remains low compared to conventional insurance due to the low level of public literacy. This research employs a literature review method with a descriptive qualitative approach, analyzing accredited national journals, conference proceedings, and official documents through a narrative synthesis technique to integrate findings related to market potential, challenges, and development strategies. The results indicate the need for a comprehensive strategy encompassing product innovation tailored to market needs, human resource quality improvement through training and certification, the utilization of digital technology for efficiency and service personalization, and continuous public literacy enhancement, supported by favorable government regulations and cross-sector collaboration. The study implies that without an integrated strategy, Islamic insurance will struggle to compete with conventional insurance; therefore, it is recommended to develop models based on innovation and digitalization, enhance human resource capacity, conduct massive literacy programs, and implement regulations integrated with the national halal economic ecosystem to strengthen competitiveness, expand service coverage, and contribute to the growth of a sharia-based economy in Indonesia.

Berikut versi bahasa Inggris dari kata kunci tersebut:

Keywords: development strategy, Islamic insurance, product innovation, financial literacy, regulation.

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, yaitu sekitar 86,7% dari total populasi. Keadaan ini menjadikan Indonesia memiliki prospek pasar yang sangat luas bagi perkembangan industri keuangan syariah, termasuk asuransi syariah (*takaful*).

Sejak berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1991, perkembangan ekosistem keuangan syariah semakin pesat, ditandai dengan hadirnya perusahaan-perusahaan asuransi syariah yang menawarkan perlindungan berdasarkan prinsip *ta'awun* atau saling tolong-menolong. Perkembangan industri ini terlihat dari peningkatan jumlah perusahaan, ragam produk, serta kontribusi bruto dalam beberapa tahun terakhir, meskipun secara pangsa pasar masih tertinggal dibandingkan dengan asuransi konvensional (Miftah Hanny Safira dkk., 2021).

Walaupun memiliki potensi yang besar, tingkat penetrasi asuransi syariah di Indonesia masih tergolong rendah. Salah satu faktor utamanya adalah literasi asuransi syariah yang baru mencapai 3,99%, jauh lebih rendah dibandingkan tingkat literasi asuransi konvensional yang melebihi 45%. Minimnya pengetahuan ini mendorong sebagian masyarakat lebih memilih produk asuransi konvensional yang dinilai memiliki reputasi lebih kuat. Hambatan lain yang dihadapi meliputi kurangnya inovasi produk, terbatasnya kegiatan sosialisasi, distribusi yang belum merata, serta kapasitas reasuransi nasional yang masih rendah (Zahratul Ulfa & Muhammad Aji Purwanto, 2024).

Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan strategi pengembangan produk yang efektif agar asuransi syariah mampu bersaing dengan asuransi konvensional. Beberapa langkah strategis yang dapat dilakukan antara lain mengembangkan produk yang tersegmentasi sesuai kebutuhan pasar, meningkatkan kompetensi sumber daya manusia melalui program pelatihan dan sertifikasi, serta memanfaatkan teknologi digital untuk mempercepat layanan dan meningkatkan efisiensi. Di samping itu, perlu adanya program literasi yang luas dan berkelanjutan untuk meningkatkan pemahaman dan kepercayaan masyarakat terhadap manfaat asuransi syariah (Nurul Ichsan, 2014).

Penerapan teknologi digital menjadi elemen penting dalam mendorong kemajuan industri asuransi syariah di era modern. Penggunaan teknologi seperti *big data*, aplikasi *mobile*, dan platform daring dapat memperluas jangkauan distribusi, mempercepat proses klaim, sekaligus mengurangi biaya operasional. Selain itu, digitalisasi memungkinkan penyesuaian produk sesuai dengan profil risiko nasabah, sehingga meningkatkan daya tarik dan loyalitas mereka. Meski demikian, implementasi teknologi harus diiringi dengan penguatan tata kelola perusahaan serta perlindungan data demi menjaga kepercayaan konsumen (Asmaul Mutiah dkk., 2024).

Selain perbaikan dari sisi internal perusahaan, dukungan kebijakan dari pemerintah sangat berperan dalam menciptakan lingkungan usaha yang kondusif. Regulasi yang tegas dan jelas akan memperkuat kepercayaan publik sekaligus memberikan perlindungan hukum bagi para nasabah. Pemberian insentif fiskal, sistem pengawasan yang transparan, dan kebijakan yang mengintegrasikan asuransi syariah ke dalam ekosistem ekonomi halal dapat memperluas pangsa pasar, termasuk ke segmen usaha mikro dan kecil yang selama ini belum tersentuh (Nurul Khasanah dkk., 2024).

Dengan penerapan strategi yang terpadu mulai dari inovasi produk, transformasi digital, peningkatan literasi, hingga dukungan regulasi industri asuransi syariah Indonesia memiliki peluang besar untuk berkembang dan bersaing di pasar internasional. Pelaksanaan strategi ini diharapkan mampu memperkuat daya saing, memperluas jangkauan layanan, dan berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional yang berlandaskan prinsip syariah (S. Nurrahimah dkk., 2023).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode literatur review (kajian pustaka) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian yang ingin mengkaji serta menyimpulkan temuan-temuan penting dari berbagai penelitian terdahulu mengenai strategi pengembangan produk asuransi syariah di Indonesia. Sumber literatur yang dianalisis mencakup artikel ilmiah, jurnal nasional terakreditasi, prosiding, serta dokumen resmi yang memuat pembahasan tentang perkembangan, tantangan, dan strategi penguatan industri asuransi syariah.

Analisis data dilakukan dengan teknik sintesis naratif, yaitu mengintegrasikan hasil-hasil penelitian sebelumnya untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh terkait kondisi terkini,

peluang, hambatan, dan strategi pengembangan asuransi syariah. Tahapan analisis mencakup telaah mendalam terhadap setiap literatur terpilih, identifikasi tema-tema kunci, serta pengelompokan informasi ke dalam kategori seperti potensi pasar, faktor penghambat, inovasi produk, strategi pemasaran, pemanfaatan teknologi, dan dukungan regulasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kajian dari beragam literatur, terlihat bahwa industri asuransi syariah di Indonesia memiliki peluang besar untuk berkembang, yang didukung oleh dominasi penduduk Muslim, pertumbuhan ekonomi nasional, serta meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya layanan keuangan berbasis prinsip syariah. Kemajuan ini tercermin dari bertambahnya jumlah perusahaan penyedia, semakin beragamnya produk, dan meningkatnya kontribusi bruto dalam beberapa tahun terakhir. Meski demikian, meskipun potensi pasarnya luas, tingkat penetrasi asuransi syariah masih tergolong rendah dibandingkan asuransi konvensional. Salah satu penyebab utamanya adalah minimnya tingkat literasi, sehingga sebagian besar masyarakat belum memahami mekanisme, manfaat, dan perbedaan fundamental antara asuransi syariah dan konvensional (Zahratul Ulfa & Muhammad Aji Purwanto, 2024).

Hasil telaah literatur menegaskan bahwa langkah awal strategi pengembangan produk asuransi syariah perlu diarahkan pada inovasi yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Inovasi ini tidak hanya terbatas pada penyesuaian prinsip syariah dalam desain produk, tetapi juga harus unggul dalam hal manfaat, besaran premi, dan kemudahan layanan. Contoh inovasi yang berpotensi dikembangkan antara lain asuransi mikro syariah dengan premi terjangkau untuk masyarakat berpenghasilan rendah, asuransi pertanian syariah sebagai perlindungan terhadap risiko gagal panen, asuransi kesehatan berbasis komunitas, dan perlindungan khusus bagi pelaku UMKM. Kehadiran produk-produk ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dan melayani segmen yang selama ini belum tersentuh oleh asuransi konvensional (Sulistyaningsih Meliana dkk., 2023).

Peningkatan mutu sumber daya manusia juga menjadi faktor krusial. Tenaga pemasaran tidak hanya dituntut menguasai keterampilan menjual, tetapi juga wajib memahami prinsip-prinsip syariah serta mampu memberikan penjelasan yang tepat kepada calon nasabah. SDM yang berkualitas akan memperkuat kepercayaan masyarakat, yang menjadi modal penting bagi pertumbuhan industri keuangan syariah. Untuk mencapainya, diperlukan pelatihan berkesinambungan, sertifikasi kompetensi, dan pembinaan secara sistematis agar tenaga pemasar memiliki kemampuan profesional yang memadai (Nurul Ichsan, 2014; Dinna Miftakhul Jannah & Lucky Nugroho, 2019).

Selain itu, adopsi teknologi digital menjadi pilar utama dalam strategi pengembangan. Transformasi digital dengan pemanfaatan aplikasi *mobile*, *big data*, dan platform daring dapat mempercepat proses pendaftaran, pembayaran premi, dan pengajuan klaim, sekaligus memudahkan personalisasi produk sesuai profil risiko nasabah. Langkah ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga membangun loyalitas pelanggan. Namun, penerapan teknologi harus dibarengi penguatan tata kelola serta sistem keamanan data agar kepercayaan masyarakat tetap terjaga (Asmaul Mutiah dkk., 2024).

Upaya pengembangan produk juga perlu disertai program literasi dan edukasi publik secara berkelanjutan. Rendahnya tingkat pemahaman masyarakat tentang asuransi syariah mengharuskan adanya berbagai bentuk edukasi, mulai dari kampanye digital, seminar, pelatihan komunitas, hingga pelibatan tokoh agama dan tokoh masyarakat. Edukasi yang tepat akan membantu meningkatkan kesadaran, memperkuat pemahaman tentang nilai tambah asuransi syariah, dan menanamkan prinsip *ta'awun* sebagai dasar kerjasama dalam perlindungan risiko (Zahratul Ulfa & Muhammad Aji Purwanto, 2024; S. Nurrahimah dkk., 2023).

Dari sisi kebijakan, regulasi pemerintah yang tegas, konsisten, dan mendukung perkembangan industri syariah menjadi pondasi penting bagi keberhasilan strategi ini. Aturan yang jelas akan memberikan perlindungan bagi nasabah sekaligus memperkuat kepercayaan publik. Langkah-langkah seperti pemberian insentif fiskal, penyederhanaan perizinan, dan peningkatan kapasitas reasuransi domestik dapat memperkuat daya saing industri. Integrasi asuransi syariah ke dalam

ekosistem ekonomi halal nasional juga berpotensi memperluas pasar, termasuk menjangkau pelaku usaha kecil dan mikro (Nurul Khasanah dkk., 2024).

Keberhasilan pengembangan ini juga membutuhkan sinergi yang solid antar pemangku kepentingan. Perusahaan asuransi, regulator, asosiasi industri, lembaga pendidikan, sektor perbankan syariah, *fintech* syariah, hingga koperasi syariah perlu membangun kerja sama dalam memperluas jalur distribusi produk, melakukan riset pasar bersama, dan mengimplementasikan program literasi terpadu. Kolaborasi ini akan memperkuat ekosistem asuransi syariah dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan (Miftah Hanny Safira dkk., 2021).

Keseluruhan literatur menegaskan bahwa pengembangan produk asuransi syariah tidak bisa dilakukan secara terpisah-pisah. Semua komponen mulai dari inovasi produk, peningkatan kualitas SDM, penerapan teknologi digital, literasi publik, regulasi yang mendukung, hingga kerja sama lintas sektor harus saling mendukung dan dijalankan secara simultan. Pendekatan terpadu ini diyakini mampu memperkuat daya saing, memperluas jangkauan, dan meningkatkan kontribusi asuransi syariah terhadap perekonomian nasional berbasis prinsip syariah.

Dari perspektif penelitian, fokus kajian dapat diarahkan pada dua hal. Pertama, menganalisis dan merumuskan model strategi pengembangan produk asuransi syariah yang paling efektif berdasarkan literatur dan praktik di lapangan. Kedua, mengevaluasi implementasi strategi tersebut pada perusahaan asuransi syariah, termasuk mengidentifikasi faktor-faktor keberhasilan, kendala, serta dampaknya terhadap pertumbuhan pasar. Pemilihan fokus ini akan mempengaruhi desain metodologi, sumber data, dan luaran penelitian yang dihasilkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan kajian literatur dari berbagai penelitian, dapat disimpulkan bahwa asuransi syariah di Indonesia memiliki prospek pertumbuhan yang sangat besar, didukung oleh dominasi penduduk Muslim, pertumbuhan ekonomi nasional, dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap keuangan berbasis prinsip syariah. Namun, meskipun peluang pasar sangat besar, tingkat penetrasi asuransi syariah masih rendah dibandingkan dengan asuransi konvensional, yang salah satunya disebabkan oleh rendahnya tingkat literasi masyarakat.

Strategi pengembangan produk asuransi syariah yang efektif harus melibatkan beberapa aspek utama yang saling mendukung. Inovasi produk perlu diarahkan untuk memenuhi kebutuhan pasar secara spesifik, baik melalui asuransi mikro, perlindungan sektor pertanian, maupun produk berbasis komunitas. Penguatan kualitas sumber daya manusia menjadi prioritas, di mana agen dan tenaga pemasaran harus dibekali kompetensi penjualan sekaligus pemahaman mendalam mengenai prinsip syariah. Transformasi digital melalui pemanfaatan teknologi *mobile*, *big data*, dan platform daring menjadi faktor penting untuk meningkatkan efisiensi dan jangkauan layanan.

Selain itu, literasi dan edukasi publik harus dijalankan secara masif dan berkelanjutan, menggunakan berbagai kanal komunikasi dan melibatkan tokoh masyarakat maupun tokoh agama. Dukungan regulasi dari pemerintah dan regulator juga memegang peranan kunci, baik melalui kebijakan yang berpihak, perlindungan hukum bagi nasabah, maupun integrasi asuransi syariah dalam ekosistem ekonomi halal nasional. Terakhir, kolaborasi lintas sektor antara perusahaan asuransi, regulator, asosiasi industri, lembaga pendidikan, dan sektor keuangan syariah lainnya akan membentuk ekosistem yang kuat bagi pertumbuhan industri.

Dengan implementasi strategi yang terintegrasi, asuransi syariah di Indonesia tidak hanya mampu memperluas pangsa pasar dan bersaing dengan asuransi konvensional, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap pembangunan ekonomi nasional berbasis prinsip syariah.

SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar pengembangan produk asuransi syariah dilakukan melalui inovasi yang sesuai kebutuhan pasar, penguatan kualitas sumber daya manusia, dan pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing. Pemerintah perlu memperkuat regulasi, memberikan insentif, serta mendorong integrasi dengan ekosistem ekonomi halal. Lembaga pendidikan dan komunitas juga diharapkan aktif dalam literasi keuangan

syariah guna meningkatkan pemahaman dan minat masyarakat. Dengan sinergi berbagai pihak, strategi pengembangan ini dapat berjalan efektif dan berkontribusi nyata terhadap pertumbuhan industri keuangan syariah di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmaul Mutiah, dkk. (2024). *Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Pengembangan Asuransi Syariah di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Syariah, 12(1), 45-58.
- Dinna Miftakhul Jannah, & Lucky Nugroho. (2019). *Penguatan Kompetensi SDM Pemasaran Asuransi Syariah melalui Sertifikasi*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 8(2), 112-125.
- Miftah Hanny Safira, dkk. (2021). *Perkembangan Asuransi Syariah di Indonesia: Tantangan dan Peluang*. Jurnal Ekonomi Islam, 9(1), 55-70.
- Nurul Ichsan. (2014). *Strategi Peningkatan Literasi Asuransi Syariah di Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 2(1), 25-37.
- Nurul Khasanah, dkk. (2024). *Peran Regulasi dalam Pengembangan Asuransi Syariah di Indonesia*. Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 6(1), 77-90.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Statistik Perasuransian Syariah Indonesia*.

Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.

Sulistyaningsih Meliana, dkk. (2023). *Inovasi Produk Asuransi Syariah untuk Meningkatkan Daya Saing*. Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah, 5(2), 134-148.

S. Nurrahimah, dkk. (2023). *Penguatan Literasi Keuangan Syariah dalam Pengembangan Asuransi Syariah*. Jurnal Pendidikan Ekonomi, 15(2), 201- 215.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2014. *Tentang Perasuransian*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 337.

Zahratul Ulfa, & Muhammad Aji Purwanto. (2024). *Analisis Tingkat Literasi Asuransi Syariah di Indonesia*. Jurnal Manajemen Keuangan Syariah, 7(1), 89-103.