

Perusahaan Asuransi Syariah Di Indonesia dan Pasar Asuransi Syariah

Hildan Fadlan *¹
Hikmal Faturahman ²
Muhamad Renaldi ³
Sidiq Pamungkas ⁴
Joni ⁵
Raihani Fauziah ⁶

^{1,2,3,4,5,6} Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi, Indonesia

*e-mail: 231002176@student.unsil.ac.id¹, 231002150@student.unsil.ac.id²,
231002158@student.unsil.ac.id³, 231002179@student.unsil.ac.id⁴, joni@unsil.ac.id⁵,
[*raihanifauziah@unsil.ac.id](mailto:raihanifauziah@unsil.ac.id)⁶

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan perusahaan asuransi syariah di Indonesia serta dinamika pasar asuransi syariah dalam lima tahun terakhir. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya kesadaran masyarakat Muslim terhadap pentingnya perlindungan keuangan sesuai prinsip syariah, yang tercermin dari pertumbuhan aset, investasi, kontribusi bruto, dan klaim dalam industri asuransi syariah. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) periode 2015–2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja industri asuransi syariah mengalami peningkatan yang konsisten, meskipun pangsa pasarnya masih relatif kecil dibandingkan dengan potensi yang ada. Rendahnya literasi keuangan syariah, keterbatasan inovasi produk, dan strategi pemasaran yang kurang optimal merupakan tantangan utama yang dihadapi industri ini. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penguatan literasi keuangan, inovasi produk, digitalisasi layanan, dan dukungan regulasi merupakan strategi penting untuk memperluas penetrasi pasar serta memperkuat kontribusi asuransi syariah terhadap perekonomian nasional.

Kata kunci: Asuransi Syariah, Keuangan Syariah, Literasi Keuangan, OJK, KNEKS

Abstract

This study aims to analyze the development of Islamic insurance companies in Indonesia and the dynamics of the Islamic insurance market in the last five years. The background of this research is based on the increasing awareness of Indonesian Muslims of the importance of financial protection in accordance with Sharia principles, as reflected in the growth of assets, investments, gross contributions, and claims in the Islamic insurance industry. The research method employs a descriptive approach using secondary data obtained from reports of the Financial Services Authority (OJK) and the National Committee for Islamic Economy and Finance (KNEKS) for the 2015–2019 period. The results indicate that the performance of the Islamic insurance industry has shown consistent growth, although its market share remains relatively small compared to its potential. Low Islamic financial literacy, limited product innovation, and less effective marketing strategies remain the main challenges faced by the industry. This study concludes that strengthening financial literacy, fostering product innovation, accelerating digitalization, and providing regulatory support are key strategies to expand market penetration and enhance the contribution of Islamic insurance to national economic growth.

Keywords: Islamic Insurance, Islamic Finance, Financial Literacy, OJK, KNEKS

PENDAHULUAN

Asuransi merupakan salah satu instrumen keuangan yang berperan penting dalam memberikan perlindungan dari berbagai risiko yang tidak terduga. Dalam praktiknya, asuransi berfungsi sebagai lembaga pelimpahan risiko sehingga mampu memberikan rasa aman baik bagi individu maupun badan usaha yang mengalami kerugian akibat suatu peristiwa (Wali Ullah et al., 2016). Seiring dengan perkembangan ekonomi global, masyarakat Indonesia, khususnya yang beragama Islam, semakin menyadari pentingnya keberadaan asuransi syariah sebagai alternatif dari asuransi konvensional. Hal ini tidak terlepas dari pandangan bahwa asuransi syariah

menawarkan sistem yang lebih adil dan menguntungkan dengan prinsip *risk sharing* atau berbagi risiko, bukan *risk transfer* seperti pada asuransi konvensional (Hidayati & Shofawati, 2018).

Sejak pertama kali diperkenalkan pada tahun 1994, industri asuransi syariah di Indonesia terus mengalami perkembangan signifikan. Peningkatan ini terlihat dari bertambahnya jumlah perusahaan, baik dalam bentuk unit usaha syariah maupun perusahaan penuh (*full fledge*). Misalnya, jumlah asuransi jiwa syariah penuh meningkat dari tiga menjadi tujuh perusahaan pada tahun 2017, sementara unit syariahnya bertambah dari 18 menjadi 23 unit. Bahkan, pada sektor reasuransi, yang sebelumnya tidak ada pada tahun 2015, mulai muncul dua perusahaan syariah pada periode 2016–2017 (Ismail et al., 2017). Data ini menunjukkan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap konsep takaful yang berlandaskan nilai-nilai Islam, yakni tolong-menolong (*ta'awun*) dan saling melindungi (*takaful*).

Perkembangan positif juga tercermin dari kinerja keuangan. Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), total aset asuransi syariah meningkat konsisten dari Rp26,52 triliun pada tahun 2015 menjadi Rp45,45 triliun pada 2019. Peningkatan serupa terjadi pada investasi yang naik dari Rp23,07 triliun menjadi Rp39,85 triliun, serta kontribusi bruto yang melonjak dari Rp10,48 triliun menjadi Rp16,70 triliun pada periode yang sama (OJK, 2019). Fakta ini menandakan bahwa industri asuransi syariah semakin dipercaya masyarakat, sekaligus menjadi subsektor terbesar dalam industri keuangan non-bank syariah dengan pangsa 58,8% dari total aset (KNEKS, 2020).

Namun demikian, terdapat kesenjangan yang cukup besar antara potensi pasar dan realisasi pertumbuhan. Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, tetapi tingkat penetrasi asuransi syariah masih relatif kecil. Rendahnya literasi keuangan syariah, keterbatasan inovasi produk, serta strategi promosi yang kurang optimal menjadi hambatan yang menyebabkan pangsa pasar asuransi syariah belum berkembang sesuai potensi yang ada (Hidayati & Shofawati, 2018; Wali Ullah et al., 2016). Di sisi lain, perkembangan teknologi digital menuntut industri ini untuk segera beradaptasi agar dapat bersaing dan menjangkau masyarakat lebih luas.

Sejumlah penelitian terdahulu lebih banyak menyoroti aspek kinerja keuangan perusahaan asuransi syariah, seperti determinan profitabilitas (Wali Ullah et al., 2016), pengaruh manajemen risiko, serta penerapan akad dalam produk asuransi (Agustina, 2016). Akan tetapi, penelitian mengenai dinamika pasar, literasi keuangan syariah, dan inovasi produk masih terbatas. Padahal, aspek-aspek tersebut sangat penting untuk memahami mengapa pangsa pasar asuransi syariah masih rendah meskipun kinerjanya secara agregat menunjukkan tren positif. Kesenjangan inilah yang menjadi celah penelitian untuk dianalisis lebih lanjut.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan perusahaan asuransi syariah di Indonesia serta dinamika pasar asuransi syariah dalam beberapa tahun terakhir. Analisis difokuskan pada kinerja keuangan, tantangan struktural, serta peluang yang dapat dimanfaatkan oleh industri untuk memperluas penetrasi pasar. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis berupa penguatan kajian literatur terkait industri asuransi syariah, sekaligus kontribusi praktis bagi regulator, akademisi, dan pelaku industri dalam merumuskan strategi pengembangan yang lebih efektif.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat pemahaman tentang hubungan antara pertumbuhan industri asuransi syariah dengan tingkat literasi keuangan masyarakat. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pemerintah, OJK, dan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) dalam menyusun kebijakan yang mendukung pengembangan industri. Selain itu, hasil penelitian juga bermanfaat bagi perusahaan asuransi syariah untuk meningkatkan inovasi produk, memperluas jangkauan digitalisasi, dan memperkuat strategi pemasaran agar lebih kompetitif di tengah dinamika ekonomi global.

Dengan latar belakang, tinjauan pustaka, kesenjangan penelitian, serta tujuan dan manfaat yang telah dipaparkan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai peran industri asuransi syariah dalam memperkuat ekosistem keuangan syariah nasional. Kerangka berpikir penelitian ini berangkat dari fenomena meningkatnya kinerja keuangan perusahaan asuransi syariah, namun belum sejalan dengan tingkat literasi dan penetrasi pasar. Oleh karena itu, fokus penelitian diarahkan pada upaya mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perkembangan pasar serta strategi yang dapat diterapkan untuk memaksimalkan potensi asuransi syariah di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan memanfaatkan data sekunder yang diperoleh dari berbagai laporan resmi, khususnya Statistik Industri Keuangan Non Bank Syariah (IKNB) OJK dan Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia (KNEKS) periode 2015–2019. Data tersebut meliputi indikator utama kinerja industri asuransi syariah, yaitu total aset, investasi, kontribusi bruto, dan klaim bruto.

Desain penelitian bersifat studi deskriptif longitudinal, karena bertujuan untuk menggambarkan perkembangan industri asuransi syariah dalam rentang waktu tertentu. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan gambaran tren pertumbuhan dan dinamika pasar, serta menganalisis kesenjangan antara potensi pasar yang besar dengan realisasi pertumbuhan yang relatif rendah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dengan menelusuri laporan tahunan OJK, publikasi resmi KNEKS, serta literatur terkait seperti jurnal, buku, dan artikel ilmiah yang relevan. Seluruh data sekunder tersebut kemudian diverifikasi keasliannya dan diseleksi berdasarkan relevansi terhadap topik penelitian.

Analisis data dilakukan secara deskriptif komparatif. Pertama, data kuantitatif berupa angka-angka keuangan industri asuransi syariah (total aset, investasi, kontribusi bruto, dan klaim bruto) ditabulasikan untuk memudahkan identifikasi pola pertumbuhan dari tahun ke tahun. Kedua, hasil tabulasi tersebut diinterpretasikan dengan membandingkan antara kinerja industri dan potensi pasar yang ada. Analisis juga dilengkapi dengan kajian literatur untuk menjelaskan faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat perkembangan industri asuransi syariah di Indonesia.

Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kondisi aktual perusahaan asuransi syariah di Indonesia, sekaligus mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dapat dimanfaatkan dalam memperkuat peran industri ini terhadap pertumbuhan keuangan syariah nasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Kinerja Industri Asuransi Syariah di Indonesia

Perkembangan industri asuransi syariah dalam lima tahun terakhir menunjukkan tren positif dan konsisten. Data berikut menggambarkan peningkatan aset, investasi, kontribusi bruto, dan klaim bruto asuransi syariah di Indonesia pada periode 2015–2019.

Tabel 1. Perkembangan Keuangan Asuransi Syariah Tahun 2015–2019

Nama Akun	2015	2016	2017	2018	2019
Total Aset	26.519	33.244	40.520	41.959	45.453

Investasi	23.070	28.807	35.310	36.969	39.846
Kontribusi Bruto	10.489	12.028	13.995	15.369	16.704
Klaim Bruto	3.342	4.336	4.948	7.583	10.605

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2019)

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa total aset asuransi syariah meningkat dari Rp26,52 triliun pada tahun 2015 menjadi Rp45,45 triliun pada tahun 2019. Peningkatan serupa juga terjadi pada investasi, yang naik dari Rp23,07 triliun menjadi Rp39,85 triliun. Dana investasi ini sebagian besar ditempatkan pada instrumen keuangan syariah seperti sukuk, deposito syariah, dan instrumen pasar modal syariah, yang berkontribusi terhadap pertumbuhan industri keuangan syariah nasional (KNEKS, 2020).

Kontribusi bruto, yang dapat disamakan dengan premi pada asuransi konvensional, juga menunjukkan tren positif, meningkat dari Rp10,48 triliun pada 2015 menjadi Rp16,70 triliun pada 2019. Hal ini menunjukkan semakin tingginya partisipasi masyarakat terhadap produk asuransi syariah.

Namun, peningkatan tersebut diiringi dengan kenaikan klaim bruto yang cukup signifikan, dari Rp3,34 triliun menjadi Rp10,60 triliun. Kenaikan klaim ini menggambarkan semakin banyak peserta yang merasakan manfaat perlindungan asuransi, tetapi juga menjadi tantangan bagi perusahaan untuk menjaga keseimbangan antara dana tabarru' dan pembayaran klaim (Wali Ullah et al., 2016).

Secara keseluruhan, kinerja industri asuransi syariah pada periode 2015–2019 menunjukkan perkembangan positif. Peningkatan aset, investasi, kontribusi bruto, dan klaim membuktikan bahwa industri ini semakin dipercaya masyarakat, sekaligus mempertegas perannya sebagai salah satu pilar penting dalam penguatan ekosistem keuangan Islam di Indonesia (OJK, 2019).

Tantangan Pengembangan Pasar Asuransi Syariah

Meskipun kinerja keuangan industri asuransi syariah menunjukkan tren positif, pangsa pasar yang dicapai masih jauh dari potensi yang tersedia. Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia seharusnya menjadi pasar potensial bagi asuransi syariah. Namun, tingkat penetrasi yang rendah menandakan adanya kesenjangan yang perlu dicermati (Hidayati & Shofawati, 2018).

Tantangan pertama yang dihadapi adalah **rendahnya literasi keuangan syariah** di masyarakat. Banyak masyarakat Muslim belum memahami konsep dasar *takaful*, termasuk perbedaan fundamentalnya dengan asuransi konvensional. Akibatnya, sebagian besar masih memilih produk konvensional meskipun asuransi syariah menawarkan prinsip keadilan dan tolong-menolong (*ta'awun*) (Sudarsono, 2018). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa tingkat literasi merupakan faktor penting dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap produk keuangan syariah, termasuk asuransi (KNEKS, 2018).

Tantangan kedua adalah **terbatasnya inovasi produk**. Produk asuransi syariah di Indonesia masih berkutat pada asuransi jiwa, kesehatan, dan umum, dengan variasi yang terbatas. Padahal, kebutuhan masyarakat modern semakin beragam, termasuk perlindungan pendidikan, pensiun, hingga perlindungan berbasis digital. Kurangnya inovasi membuat asuransi syariah sulit bersaing dengan produk konvensional yang lebih fleksibel (Antonio, 2001; Agustina, 2016).

Tantangan ketiga adalah **strategi pemasaran dan distribusi yang belum maksimal**. Perusahaan asuransi syariah masih mengandalkan pola pemasaran tradisional dan agen lapangan, sehingga kurang menjangkau segmen generasi muda yang akrab dengan teknologi digital. Padahal, pemanfaatan teknologi informasi dapat menjadi sarana efektif untuk meningkatkan literasi sekaligus memperluas pangsa pasar (Karim, 2010).

Selain itu, dari sisi kebijakan, meskipun OJK dan KNEKS telah memberikan dukungan regulasi, masih terdapat tantangan dalam bentuk **pengawasan dan perlindungan konsumen**. Regulasi yang ada perlu terus disesuaikan dengan perkembangan zaman, termasuk digitalisasi layanan keuangan syariah. Dalam laporan KNEKS (2020), disebutkan bahwa keberhasilan

pengembangan industri asuransi syariah tidak hanya ditentukan oleh kinerja perusahaan, tetapi juga dukungan regulasi dan kebijakan yang konsisten.

Dengan demikian, tantangan pengembangan pasar asuransi syariah di Indonesia mencakup rendahnya literasi keuangan, keterbatasan inovasi produk, strategi pemasaran yang belum efektif, serta perlunya penguatan regulasi. Untuk mengatasi hal tersebut, dibutuhkan sinergi antara perusahaan, regulator, dan masyarakat agar industri asuransi syariah mampu berkembang sesuai dengan potensi besar yang dimiliki bangsa Indonesia.

Peluang dan Strategi Penguatan Industri Asuransi Syariah

Meskipun industri asuransi syariah di Indonesia menghadapi berbagai tantangan, terdapat peluang besar yang dapat dimanfaatkan untuk memperkuat perannya dalam ekosistem keuangan nasional. Indonesia memiliki jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, yang secara teoritis menjadi pasar potensial bagi asuransi syariah. Populasi ini merupakan modal dasar bagi pengembangan produk dan layanan keuangan berbasis syariah, termasuk asuransi. Namun, potensi tersebut baru dapat dioptimalkan apabila perusahaan mampu merespons kebutuhan masyarakat dengan produk yang relevan, inovatif, dan mudah diakses (Antonio, 2001).

Peluang lain yang sangat mendukung adalah dukungan regulasi pemerintah. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) melalui *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia* (2020) dan *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024* (KNKS, 2018) menegaskan bahwa asuransi syariah merupakan salah satu sektor prioritas dalam pengembangan ekonomi syariah nasional. Dengan adanya roadmap tersebut, perusahaan asuransi syariah memiliki arahan strategis untuk memperkuat kinerja sekaligus meningkatkan penetrasi pasar.

Dari sisi produk, peluang besar muncul melalui digitalisasi layanan keuangan syariah. Pemanfaatan teknologi seperti aplikasi mobile, *big data*, dan sistem pembayaran digital dapat memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan efisiensi operasional. Menurut Karim (2010), inovasi berbasis teknologi merupakan salah satu cara untuk memperluas inklusi keuangan syariah, termasuk di sektor asuransi. Hal ini sejalan dengan kebutuhan generasi muda yang cenderung lebih responsif terhadap layanan digital dan transparan.

Selain itu, strategi penguatan dapat dilakukan melalui sinergi antar-lembaga keuangan syariah. Kolaborasi antara perusahaan asuransi syariah, perbankan syariah, serta lembaga keuangan mikro syariah dapat menciptakan ekosistem yang saling melengkapi. Dengan adanya sinergi ini, masyarakat akan semakin mudah mengakses produk keuangan syariah yang komprehensif, mulai dari tabungan, pembiayaan, hingga perlindungan asuransi (Ascarya, 2006).

Selanjutnya, peningkatan literasi keuangan syariah juga harus menjadi strategi utama. Edukasi masyarakat melalui kampanye digital, seminar, maupun program literasi keuangan berbasis komunitas dapat meningkatkan pemahaman dan minat masyarakat terhadap asuransi syariah. Hidayati & Shofawati (2018) menekankan bahwa literasi yang rendah menjadi salah satu hambatan paling signifikan dalam pertumbuhan industri asuransi syariah, sehingga peningkatan literasi akan berdampak langsung pada peningkatan partisipasi masyarakat.

Dengan memanfaatkan peluang yang ada dan menjalankan strategi penguatan seperti inovasi produk digital, dukungan regulasi, sinergi antar-lembaga, serta peningkatan literasi, industri asuransi syariah di Indonesia berpotensi memperluas pangsa pasar sekaligus memperkuat kontribusinya terhadap ekonomi nasional.

Kontribusi Asuransi Syariah terhadap Ekonomi Nasional

Industri asuransi syariah tidak hanya berperan sebagai instrumen perlindungan finansial, tetapi juga memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Melalui pengumpulan dana dari kontribusi peserta, perusahaan asuransi syariah tidak hanya menyalurkan dana untuk pembayaran klaim, tetapi juga mengelolanya dalam bentuk investasi pada instrumen keuangan syariah. Investasi tersebut antara lain ditempatkan pada sukuk negara, deposito syariah, serta instrumen pasar modal syariah yang berkontribusi langsung terhadap pendalaman pasar keuangan syariah di Indonesia (OJK, 2019).

Berdasarkan laporan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS, 2020), subsektor asuransi syariah merupakan penyumbang terbesar terhadap total aset industri keuangan non-bank syariah (IKNB Syariah) dengan pangsa 58,8%. Fakta ini menunjukkan bahwa asuransi syariah tidak hanya memberikan manfaat individu berupa perlindungan risiko, tetapi juga menjadi pilar utama dalam memperkuat struktur keuangan syariah nasional. Dengan kontribusi ini, asuransi syariah berperan penting dalam memperluas inklusi keuangan serta memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat.

Selain itu, industri asuransi syariah memiliki peran sosial yang sangat kuat. Melalui akad *tabarru'*, peserta saling menanggung risiko dan membantu satu sama lain, sehingga keberadaan industri ini sejalan dengan prinsip solidaritas sosial dalam Islam. Fungsi sosial ini memperlihatkan bahwa asuransi syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan (*tijarah*), tetapi juga pada semangat kebersamaan (*ta'awun*) (Agustina, 2016). Konsep ini menjadikan asuransi syariah berbeda dari asuransi konvensional, sekaligus menambah nilai tambahnya dalam konteks pembangunan ekonomi berbasis syariah.

Kontribusi lainnya adalah dalam aspek **stabilitas ekonomi**. Peningkatan jumlah aset, investasi, dan kontribusi bruto dalam industri asuransi syariah menjadi bukti bahwa industri ini mampu mendorong pertumbuhan ekonomi nasional secara berkelanjutan. Sudarsono (2018) menegaskan bahwa keberadaan lembaga keuangan syariah, termasuk asuransi syariah, dapat memperluas akses masyarakat terhadap sistem keuangan yang inklusif, aman, dan sesuai syariat Islam. Dengan demikian, asuransi syariah turut berkontribusi dalam menjaga stabilitas sistem keuangan nasional.

Dengan semakin berkembangnya industri asuransi syariah, kontribusinya terhadap perekonomian nasional akan semakin besar, baik melalui peningkatan inklusi keuangan, investasi produktif, maupun fungsi sosial. Hal ini sejalan dengan visi pemerintah dalam *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024* (KNKS, 2018), yang menempatkan asuransi syariah sebagai salah satu sektor strategis dalam mewujudkan Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah dunia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa industri asuransi syariah di Indonesia menunjukkan perkembangan yang positif dalam lima tahun terakhir, yang ditandai dengan peningkatan signifikan pada total aset, investasi, kontribusi bruto, dan klaim. Pencapaian tersebut mencerminkan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap produk asuransi berbasis prinsip syariah, sekaligus mempertegas kontribusi asuransi syariah sebagai salah satu pilar penting dalam ekosistem keuangan Islam nasional. Namun demikian, potensi pasar yang besar masih belum dimanfaatkan secara optimal karena rendahnya literasi keuangan syariah, keterbatasan inovasi produk, strategi pemasaran yang belum efektif, serta perlunya regulasi yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi. Dengan memanfaatkan peluang berupa dukungan regulasi, digitalisasi layanan, sinergi antar-lembaga keuangan syariah, dan peningkatan literasi masyarakat, industri asuransi syariah diharapkan mampu memperluas penetrasi pasar sekaligus memperkuat kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Keterbatasan penelitian ini adalah penggunaan data sekunder yang hanya mencakup periode 2015–2019, sehingga penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan data terbaru serta mengkaji faktor-faktor lain seperti perilaku konsumen dan efektivitas strategi digital dalam memperluas pasar asuransi syariah di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D. R. (2016). *Penerapan akad mudharabah pada produk takaful dana pendidikan (FULNADI) asuransi takaful keluarga cabang Palembang*. Palembang: UIN Raden Fatah.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.

Ascarya. (2006). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.

Hidayati, A. A., & Shofawati, A. (2018). Determinan kinerja keuangan asuransi syariah di Indonesia periode 2014–2016. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 5(11), 889–904. <https://doi.org/10.20473/vol5iss201811pp889-904>

Karim, A. A. (2010). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS). (2020). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2020*. Jakarta: KNEKS. Diakses dari <https://knks.go.id>

Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS). (2018). *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024*. Jakarta: KNKS. Diakses dari <https://knks.go.id>

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2019). *Statistik Industri Keuangan Non-Bank Syariah 2019*. Jakarta: OJK. Diakses dari <https://www.ojk.go.id>

Sudarsono, H. (2018). *Konsep Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Ekonisia.