

# Analisis mengenai berbagai faktor yang memengaruhi nasabah dalam memilih asuransi syariah

Nurul Ramadhoni

program studi Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang,<sup>2</sup>  
e-mail: nurulramadani362@gmail.com

## Kata Kunci:

Asuransi syariah; indonesia;  
perkembangan; edukasi;  
masyarakat.

## Keywords:

Sharia insurance ; Indonesia;  
development; education;  
public.

## ABSTRAK

Artikel ini memiliki tujuan untuk menganalisis pertumbuhan asuransi syariah di Indonesia serta berbagai faktor yang memengaruhi pilihan masyarakat terhadap produk asuransi syariah. Industri asuransi syariah di Indonesia menghadapi kemajuan yang berarti dalam beberapa tahun terakhir, ditandai dengan adanya kenaikan aset dan jumlah perusahaan yang terlibat. Asuransi syariah menawarkan berbagai keunggulan seperti transparansi, keadilan, dan sistem bagi hasil yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam, sehingga semakin diminati oleh masyarakat Muslim. Namun, meskipun banyak keuntungan, terdapat tantangan seperti proses klaim yang lebih lama dan terbatasnya cakupan produk. Untuk itu, artikel ini juga membahas

pentingnya edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat, serta strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan asuransi syariah, seperti promosi yang efektif dan peningkatan kualitas pelayanan, guna meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap asuransi syariah. Oleh karena itu, artikel ini diharapkan dapat memberikan pemahaman terkait perkembangan asuransi syariah dan upaya untuk mendorong pertumbuhannya lebih lanjut di Indonesia.

## ABSTRACT

This article aims to analyze the growth of sharia insurance in Indonesia as well as various factors that influence people's choice of sharia insurance. The sharia insurance industry in Indonesia has experienced significant progress in recent years, marked by an increase in assets and the number of companies involved. Sharia insurance offers various advantages such as transparency, fairness and a profit sharing system that is in line with Islamic principles, making it increasingly popular among Muslim communities. However, despite the many benefits, there are challenges such as a longer claims process and limited product coverage. For this reason, this article also discusses the importance of education and outreach to the public, as well as strategies that can be implemented by sharia insurance companies, such as effective promotion and improving service quality, to increase public awareness and participation in sharia insurance. Therefore, it is hoped that this article can provide an understanding regarding the development of sharia insurance and efforts to encourage its further growth in Indonesia.

## Pendahuluan

Indonesia merupakan Negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar didunia, yaitu sekitar 86,7% dari keseluruhan populasi. Dengan sebagian besar penduduknya beragama Islam, pasar keuangan yang berbasis syariah di Indonesia sangat potensial. Pertumbuhan keuangan syariah diawali dengan didirikannya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1991, yang menjadi pendorong bagi para cendekiawan Muslim untuk mengembangkan lembaga keuangan yang berbasis syariah, baik yang beroperasi di sektor perbankan maupun non-perbankan. Kesadaran masyarakat yang semakin tinggi terhadap layanan keuangan syariah juga memicu berdirinya lembaga keuangan syariah



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

yang lain. Salah satu jenis produk keuangan syariah yang lain adalah asuransi, yang keberadaannya terus berkembang dan memberikan kontribusi signifikan dalam industri asuransi Indonesia. Masyarakat Indonesia semakin menyadari betapa pentingnya asuransi dalam kehidupan mereka, sehingga membuka peluang besar bagi perusahaan asuransi untuk memperluas operasionalnya.

Asuransi syariah merupakan jenis produk keuangan yang tumbuh dengan cepat di Indonesia sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga kesejahteraan finansial dengan metode yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Berbeda dengan asuransi konvensional yang berfokus pada keuntungan dan keuntungan finansial semata, asuransi syariah mengedepankan prinsip tolong-menolong, keadilan, serta menghindari elemen-elemen yang tidak diperbolehkan dalam Islam, seperti riba, gharar, dan maysir. Produk ini memberikan alternatif yang lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang menginginkan keamanan finansial tanpa melanggar ajaran agama. Namun, meskipun peluang pasar asuransi syariah di Indonesia sangat menjanjikan, tingkat perkembangan asuransi syariah masih terbilang rendah dibandingkan dengan asuransi konvensional. Salah satu faktor yang memengaruhi terhadap hal ini adalah pemahaman nasabah terhadap konsep asuransi syariah yang masih terbatas. Selain itu, faktor kepercayaan terhadap lembaga penyedia produk asuransi syariah, serta faktor sosial dan ekonomi, turut berperan dalam keputusan nasabah dalam memilih produk ini.

Penulis berminat untuk menganalisis pertumbuhan pemahaman masyarakat dan menunjukkan bahwa keberadaan asuransi syariah awal dikenal di kalangan masyarakat Indonesia. Peran agen asuransi syariah dalam pemasaran juga berfungsi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk asuransi syariah, yang pada gilirannya memperluas pasar asuransi syariah di Indonesia. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih asuransi syariah dibandingkan dengan asuransi konvensional. Dengan mengetahui berbagai faktor ini, perusahaan asuransi syariah dapat merancang pendekatan pemasaran yang lebih efisien, serta mengembangkan pemahaman dan kepercayaan masyarakat terhadap produk asuransi yang sesuai dengan prinsip syariah. Artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan industri asuransi syariah di Indonesia dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam memilih asuransi yang lebih sesuai dengan nilai-nilai agama.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode literatur reseach yang mengandalkan pengumpulan dan analisis informasi dari berbagai referensi tertulis, seperti buku, jurnal, dan referensi lainnya. Dalam kajian ini, jenis data yang digunakan berasal dari berbagai referensi yang relevan, termasuk buku dan jurnal. Metode pengumpulan data literature reseach yang melibatkan analisis mendalam terhadap informasi yang tersedia. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara sistematis untuk menarik kesimpulan mengenai strategi yang dibahas. Dengan demikian, penelitian ini tergolong dalam kategori penelitian terstruktur, dimana pengumpulan data dilakukan dengan mengikuti pendekatan yang sistematis dan berbasis pada sumber-sumber yang valid. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang

“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah dalam Memilih Asuransi Syariah” dengan menyusun sintesis dari berbagai literature yang ada. Kesimpulan yang diambil dari penelitian ini diharapkan dapat berperan sebagai landasan untuk penelitian selanjutnya dan memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori di bidang ini.

## Pembahasan

Sejak tahun 1994, industri asuransi syariah mulai tumbuh di Indonesia dengan didirikannya perusahaan asuransi syariah pertama, yaitu takaful (Effendi, 2016). Pada mulanya, keberadaan perusahaan ini sempat menimbulkan perdebatan di kalangan umat Islam, karena sebagian menganggap asuransi bertentangan dengan konsep takdir, yaitu keyakinan bahwa kecelakaan, kematian, dan peristiwa lainnya adalah takdir Allah yang tidak bisa dihindari. Namun, di sisi lain, terdapat juga pandangan yang berpendapat bahwa Islam mengajarkan umatnya untuk merencanakan masa depan dan menghadapi kemungkinan-kemungkinan yang dapat terjadi (Aisyaturridho, 2014). Dalam konteks inilah, takaful sebagai konsep asuransi syariah merupakan solusi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, karena menekankan jaminan sosial dan saling menanggung risiko diantara sesama muslim secara bersama-sama (Burhanuddin, 2013). Asuransi syariah berkembang sebagai produk komersial yang memberikan alternatif perlindungan risiko berdasarkan prinsip-prinsip syariah, yang menghindarkan praktik riba, gharar, maisir, dan zulm (Susanto & Suwandi, 2023). Selain itu, pemasaran asuransi syariah harus dilakukan dengan menjunjung tinggi nilai keadilan, kejujuran, keterbukaan, dan kewajaran, sehingga keuntungan yang diperoleh tidak melanggar prinsip syariah dan memberikan manfaat yang adil bagi semua pihak (Rohimah et al., 2023).

Asuransi syariah adalah salah satu bentuk asuransi yang saat ini semakin banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Industri asuransi syariah di tanah air pun mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Asuransi syariah adalah jenis asuransi yang mengikuti prinsip-prinsip Islam. Prinsip utamanya adalah tabarru, yaitu iuran yang bersifat sukarela. Dengan kata lain, nasabah menyetor dana awal dan ikut dalam skema asuransi untuk membayar premi dan mendapatkan perlindungan melalui sistem bagi hasil. Tujuan asuransi ini adalah untuk memberikan perlindungan finansial dan rasa aman bagi masyarakat Muslim di Indonesia, sesuai dengan ajaran Islam (Syuhada & Mursyid, 2024).

Memanfaatkan asuransi syariah memberikan berbagai keuntungan kepada nasabah. Salah satu dari keuntungan utamanya adalah perlindungan yang ditawarkan oleh asuransi ini. Asuransi syariah turut menawarkan transparansi dalam pembayaran premi dan biayanya membuat nasabah merasa lebih aman dan nyaman saat menggunakan layanan ini. Di samping itu, proses klaim asuransi syariah juga cenderung lebih mudah dan tanpa hambatan. Asuransi syariah dapat dimanfaatkan untuk berbagai kebutuhan seperti asuransi jiwa, kesehatan, kendaraan bermotor, dan rumah. Secara umum, asuransi syariah dapat diterapkan dalam berbagai aspek kehidupan yang memerlukan perlindungan dan keamanan, baik dari segi finansial maupun risiko lainnya (Mukhsinun & Fursotun, 2019).

### **Kelebihan Asuransi Syariah**

Asuransi syariah memiliki beberapa keunggulan jika dibandingkan dengan jenis asuransi yang lain. Berikut adalah beberapa keunggulan dari asuransi syariah (Basri, 2024):

#### **Bebas dari Praktik Riba**

Berbeda dengan asuransi konvensional yang mengandung unsur riba, asuransi jiwa Syariah tidak melibatkan bunga atau riba. Kontribusi yang dibayarkan peserta hanya digunakan sebagai iuran untuk menanggung risiko yang dijamin. Jika risiko tidak terjadi, iuran tersebut tidak dikembalikan. Karena bebas riba, asuransi ini sesuai dengan prinsip Islam.

#### **Perlindungan yang Lebih Baik**

Asuransi jiwa Syariah dianggap memberikan perlindungan lebih baik karena berlandaskan prinsip tolong-menolong (tabarru'). Selain membayar klaim, perusahaan asuransi juga memberikan dukungan dan nasihat kepada peserta saat risiko terjadi.

#### **Mengutamakan Kepentingan Peserta**

Perusahaan asuransi Syariah mengelola dana peserta secara hati-hati dan transparan, serta wajib memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami tentang produk kepada peserta dan calon peserta. Hal ini menunjukkan fokus yang lebih besar pada kepentingan peserta dibandingkan asuransi konvensional.

#### **Memiliki Prinsip Keberlanjutan**

Asuransi jiwa Syariah tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, tetapi juga memperhatikan kelangsungan usaha dan lingkungan. Oleh karena itu, investasi dilakukan pada instrumen yang sesuai syariah dan ramah lingkungan.

#### **Potensi Keuntungan Lebih Besar**

Karena berinvestasi pada instrumen syariah yang memiliki potensi hasil lebih tinggi dibanding instrumen konvensional, asuransi jiwa Syariah dapat memberikan keuntungan yang kemudian dibagi secara adil antara peserta dan perusahaan.

### **Kekurangan Asuransi Syariah**

Selain keunggulannya, asuransi syariah juga memiliki beberapa tantangan dalam perkembangannya. Berikut adalah beberapa tantangan dari asuransi syariah (Rubiatus et al., 2024):

#### **Kurangnya Pemahaman Masyarakat tentang Asuransi Syariah**

Masih minimnya informasi yang menyeluruh mengenai keunggulan dan mekanisme asuransi syariah menjadi hambatan terbesar dalam pertumbuhan industri ini. Akibatnya, masyarakat kurang tertarik menggunakan asuransi syariah dan lebih memilih asuransi konvensional yang sudah lebih lama dikenal. Kesadaran masyarakat untuk berasuransi juga masih rendah, terbukti dari hanya sekitar 3% penduduk Indonesia yang memiliki polis asuransi individual. Keraguan terhadap kehalalan produk asuransi konvensional

juga memengaruhi minat masyarakat, sehingga edukasi mengenai asuransi syariah yang bebas dari unsur riba, gharar, dan maisir sangat diperlukan.

### **Keterbatasan Sumber Daya Manusia Profesional**

Perkembangan asuransi syariah belum diimbangi dengan ketersediaan tenaga kerja yang kompeten khususnya dalam bidang asuransi syariah. Seringkali, pembukaan cabang atau divisi baru asuransi syariah hanya didukung oleh jumlah SDM yang terbatas, sehingga menghambat ekspansi dan pelayanan optimal.

### **Modal yang Terbatas**

Rendahnya modal menjadi salah satu penyebab penetrasi pasar asuransi syariah masih relatif kecil. Dana yang terbatas juga memengaruhi efektivitas promosi dan edukasi pasar. Selain itu, belum berkembangnya industri penunjang seperti broker, agen, dan adjuster khusus asuransi syariah turut menjadi kendala. Produk dan layanan yang belum unggul dibandingkan produk konvensional serta kurangnya inovasi produk yang benar-benar berlandaskan prinsip syariah juga menjadi tantangan.

### **Dukungan Pemerintah yang Belum Optimal**

Berbeda dengan Malaysia yang memiliki regulasi khusus seperti Takaful Act, Indonesia belum memiliki peraturan khusus yang mengatur asuransi syariah secara menyeluruh. Hal ini menimbulkan kekhawatiran akan ketidakaturan dalam pengelolaan industri ini. Dukungan dari pemerintah, ulama, akademisi, dan masyarakat sangat dibutuhkan untuk memberikan kontrol dan meningkatkan kemampuan asuransi syariah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

### **Keterbatasan Dana untuk Promosi**

Dana promosi yang terbatas menyebabkan perusahaan asuransi syariah kesulitan melakukan edukasi pasar secara efektif. Hal ini berdampak pada rendahnya penetrasi pasar dan kurangnya keunggulan produk dibandingkan asuransi konvensional. Posisi pasar yang belum mantap karena ketidakpastian penerapan prinsip syariah dalam praktik bisnis juga menjadi kendala yang harus diatasi dalam strategi promosi.

### **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pilihan Nasabah**

Berikut ini adalah beberapa faktor yang dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk asuransi syariah:

#### **Edukasi dan Kesadaran**

Edukasi asuransi syariah bertujuan untuk memberikan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat tentang konsep, prinsip, manfaat, dan produk asuransi syariah. Tujuan utama dari edukasi ini adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang aturan-aturan syariah dan bagaimana produk tersebut dapat memberikan perlindungan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Sementara itu, kesadaran asuransi syariah semakin tinggi kesadaran masyarakat semakin besar, kemungkinan mereka menggunakan produk asuransi syariah sebagai bentuk perlindungan finansial, karena produk ini sesuai dengan nilai-nilai dan keyakinan mereka.

### **Promosi dan Citra Produk**

Dalam konteks asuransi syariah, “promosi” merujuk pada berbagai upaya pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan minat masyarakat terhadap produk asuransi syariah. Promosi ini bisa berupa penyuluhan, seminar, pameran, iklan, dan berbagai metode pemasaran lainnya yang bertujuan untuk mengenalkan, memberikan informasi, dan meyakinkan masyarakat tentang manfaat yang ditawarkan oleh produk asuransi syariah. Sementara itu, gambaran tentang produk asuransi syariah mencerminkan bagaimana produk tersebut dipandang oleh masyarakat. Gambaran ini mencakup aspek-aspek seperti kepercayaan, transparansi, kepastian, dan manfaat yang dirasakan oleh calon nasabah. Gambaran yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan kesetiaan masyarakat terhadap produk asuransi syariah, yang gilirannya mempengaruhi pilihan mereka untuk memilih produk tersebut.

### **Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan**

Pelayanan pelanggan asuransi syariah meliputi semua layanan yang diberikan oleh perusahaan asuransi syariah kepada pemegang polis atau calon pelanggan. Ini termasuk proses klaim, pendaftaran polis, penjelasan produk, dan tanggapan terhadap pertanyaan atau ketidakpuasan pelanggan. Pelayanan yang memuaskan dan cepat sangat berperan dalam membina hubungan jangka panjang dengan klien. Kepuasan nasabah asuransi syariah merupakan indikator seberapa puas pelanggan terhadap layanan yang disediakan oleh perusahaan. Kepuasan ini akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan. Faktor-faktor yang mencerminkan kepuasan pelanggan meliputi kemudahan dalam proses klaim, kepatian data produk, kecepatan layanan pelanggan, dan keselarasan antara keinginan pelanggan dengan perusahaan.

### **Strategi Peningkatan Pemilihan Terhadap Asuransi Syariah**

Untuk mengembangkan ketertarikan pada asuransi syariah, perusahaan asuransi dapat menerapkan berbagai strategi yang tepat. Beberapa pendekatan yang dapat digunakan seperti edukasi dan sosialisasi, promosi, dan meningkatkan kualitas pelayanan. Untuk meningkatkan pelayanan yang berkualitas, perusahaan asuransi syariah bisa menyelenggarakan pelatihan bagi karyawan, memanfaatkan teknologi untuk mempermudah komunikasi, mengutamakan pemenuhan kebutuhan dan kepuasan nasabah di setiap kesempatan. Tindakan-tindakan ini akan mendukung perusahaan dalam membangun kepercayaan klien, meningkatkan kepuasan konsumen, dan memperkuat reputasi perusahaan sebagai institusi profesional yang peduli terhadap kebutuhan nasabah (Tamba et al., 2024).

### **Kepercayaan Terhadap Asuransi Syariah**

Kepercayaan terhadap asuransi syariah sangat penting dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Kepercayaan juga berpengaruh positif dan signifikan dalam membentuk niat untuk memilih asuransi syariah. Kepercayaan ini mencerminkan tingkat keyakinan seorang nasabah terhadap perusahaan serta produk asuransi syariah. Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan rata-rata responden terhadap asuransi syariah cukup signifikan. Hal ini terutama didorong oleh kepercayaan bahwa perusahaan asuransi syariah memiliki komitmen yang kuat untuk memberikan

pelayanan terbaik kepada nasabah, sesuai dengan prinsip dan nilai-nilai syariah. Perbedaan dalam prinsip operasional syariah ini menjadi pembeda utama antara produk asuransi syariah dan konvensional.

Responden juga meyakini bahwa perusahaan-perusahaan asuransi syariah teguh dalam menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam aktivitas bisnis mereka. Instansi-instansi ini dibawah pengawasan otoritas pemerintah seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), yang memiliki peran signifikan dalam memastikan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam sektor keuangan di Indonesia. Aspek kejujuran yang ditampilkan oleh perusahaan asuransi syariah juga menjadi fondasi kepercayaan yang kuat bagi responden. Kejujuran dalam menyampaikan informasi mengenai biaya dan risiko secara terbuka merupakan elemen dari rukun kontrak syariah yang harus diikuti oleh pengelola industri keuangan, termasuk asuransi. Di samping itu, perusahaan asuransi syariah juga diharapkan dapat memenuhi kebutuhan perlindungan yang diinginkan nasabah.

Di antara enam petunjuk pengukuran kepercayaan, elemen yang memiliki penilaian paling minim adalah masih adanya keraguan di kalangan responden bahwa perusahaan asuransi syariah telah sepenuhnya mengimplementasikan apa yang dijanjikan kepada nasabah. Sebagian responden masih percaya bahwa tidak ada perbedaan yang substansional antara produk asuransi syariah dan konvensional, karena keduanya memiliki kemiripan, hanya berbeda dalam sebutannya. Misalnya, meskipun asuransi konvensional mengenal riba, dalam asuransi syariah dikenal dengan keuntungan yang terakumulasi seiring waktu. Bahkan, menurut beberapa responden, keuntungan yang diterapkan dalam lembaga keuangan syariah terkadang lebih besar dibandingkan yang terdapat dalam sistem keuangan konvensional (Dwinanda Delanuari & Srikartikowati, 2020).

## Kesimpulan dan Saran

Perkembangan asuransi di Indonesia menunjukkan kecenderungan yang sangat baik dalam beberapa tahun terakhir, dengan peningkatan signifikan dalam jumlah aset dan perusahaan yang terlibat di sektor ini. Seiring dengan pertumbuhan ini, kesadaran masyarakat Indonesia terhadap pentingnya perlindungan keuangan yang sejalan dengan prinsip syariah juga semakin berkembang. Masyarakat semakin memilih asuransi syariah karena memberikan transparansi, keadilan, serta sistem keuntungan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Namun, meskipun memiliki banyak keunggulan seperti keadilan, transparansi, dan perlindungan finansial, asuransi syariah juga menghadapi tantangan, seperti kurangnya pemahaman masyarakat tentang asuransi syariah, keterbatasan sumber daya manusia profesional, keterbatasan modal, dukungan pemerintah yang belum memadai, dan keterbatasan dana untuk promosi. Oleh karena itu, edukasi yang lebih mendalam dan sosialisasi yang luas tentang asuransi syariah sangat diperlukan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat.

Strategi untuk meningkatkan pemilihan asuransi syariah dapat mencakup edukasi, promosi, serta peningkatan kualitas pelayanan. Dengan menerapkan strategi ini, perusahaan asuransi syariah dapat lebih dikenal, diterima, dan dipilih oleh masyarakat

sebagai alternatif perlindungan finansial yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Peningkatan kualitas pelayanan dan kecepatan proses klaim juga dapat membantu memperkuat kepercayaan nasabah dan meningkatkan kepuasan mereka, yang pada gilirannya akan mendukung pertumbuhan industri asuransi syariah di Indonesia. Selain itu kepercayaan terhadap asuransi syariah sangat penting untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dan niat memilih produk tersebut. Meskipun tingkat kepercayaan responden relatif tinggi, masih ada keraguan mengenai kemampuan perusahaan asuransi syariah dalam memenuhi janji-janji mereka. Beberapa responden juga meyakini bahwa produk asuransi syariah dan konvensional tidak memiliki perbedaan yang substansial. Oleh karena itu, perusahaan asuransi syariah perlu meningkatkan transparansi dan komunikasi untuk membangun kepercayaan yang lebih kuat di kalangan nasabah.

## Daftar Pustaka

- Aisyaturridho. (2014). ADAKAH DIMENSI MAYSIR , GHARAR , DAN RIBA DALAM ASURANSI SYARIAH ? ( Studi Akad Asuransi Bumiputera Cabang Syariah ) UNIVERSITAS ISLAM NEGERI. 131–177.  
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/41452/1/AISYATULRIDHO-SPS.pdf>
- Basri, A. D. (2024). Analisis Hukum Asuransi Syariah Dengan Hukum Asuransi Konvensional. *Istishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah*, 5(4), 605–616.
- Burhanuddin, S. (2013). PENERAPAN PRINSIP SYARIAH DALAM LEMBAGA PERASURANSIAN DI INDONESIA. *Jurnal Syariah Dan Hukum*, 5(1), 97–106.  
<http://repository.uin-malang.ac.id/2151/7/2151.pdf>
- Dwinanda Delanuari, M. N., & Srikartikowati, R. (2020). Pengaruh Kesadaran, Norma Subyektif dan Kepercayaan Terhadap Intensi Menggunakan Produk Asuransi Syariah dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderasi di Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, XII(1), 86–105.  
<https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/download/7854/6785>
- Effendi, A. (2016). Asuransi Syariah di Indonesia (Studi Tentang Peluang ke Depan Industri Asuransi Syariah). *Wahana Akademia*, 3(2), 73. <https://doi.org/10.59996/al-fiqh.v1i3.299>
- Mukhsinun, M., & Fursotun, U. (2019). Dasar Hukum Dan Prinsip Asuransi Syariah Di Indonesia. *Jurnal Labatila*, 3(01), 53–73. <https://doi.org/10.33507/lab.v2i01.107>
- Rohimah, W., Rofika, H., Meylianingrum, K., & Mounadil, Abdelaziz, Asnawi, N. (2023). SOCIAL MEDIA TECHNOLOGY IN IMPROVING MARKETING OF SHARIA INSURANCE PRODUCTS (TAKAFUL) TO ISLAMIC BANKING ACADEMICS. *International Conference of Islamic Economics and Business*, 37–42. <http://repository.uin-malang.ac.id/16093/2/16093.pdf>
- Rubiatun, Sarina, & Aji, P. M. (2024). Analisis perkembangan dan tantangan asuransi syariah di era vuca. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Terpadu*, 8(6), 289–299.



- Susanto, B., & Suwandi. (2023). Does Muslim Society in Indonesia Have a Good Understanding of and Trust in Sharia Insurance? *Jurisdictie: Jurnal Hukum Dan Syariah*, 14(2), 335–353. <http://repository.uin-malang.ac.id/18019/2/18019.pdf>
- Syuhada, E. F., & Mursyid, M. (2024). Mekanisme Asuransi Berbasis Keuangan Syariah. *At-Tawazun, Jurnal Ekonomi Syariah*, 12(01), 12–22. <https://doi.org/10.55799/tawazun.v12i01.367>
- Tamba, A. A., Arafli, M. Z., Alvian, D., & Setiawan, A. (2024). Analisis Peningkatan Minat Terhadap Produk Asuransi Syariah. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 3(3), 201–207.