

Peran manajemen strategi dalam peningkatan kinerja asuransi syariah di indonesia

Izzul Mukarromah

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: izzulmukarromah758@gmail.com

Kata Kunci:

Manajemen strategi, kinerja, asuransi syariah, takaful, keuangan syariah.

Keywords:

Strategic management, performance, Islamic insurance, takaful, Islamic finance.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas peran manajemen strategi dalam meningkatkan kinerja asuransi syariah di Indonesia. Manajemen strategi berbasis syariah tidak hanya menekankan keuntungan ekonomi, tetapi juga nilai-nilai Islam seperti keadilan, amanah, dan keberkahan. Melalui perumusan, penerapan, dan evaluasi strategi, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi, daya saing, serta kepercayaan nasabah. Inovasi seperti asuransi mikro, produk hybrid, asuransi berbasis wakaf, dan digitalisasi layanan menjadi langkah penting menghadapi kebutuhan masyarakat modern. Namun,

tantangan seperti rendahnya literasi keuangan dan keterbatasan sumber daya manusia masih perlu diatasi. Dengan strategi yang tepat dan sesuai prinsip syariah, asuransi syariah di Indonesia dapat memperkuat inklusi keuangan dan berkontribusi pada sistem keuangan yang adil dan berkelanjutan.

ABSTRACT

This study examines the role of strategic management in improving the performance of Islamic insurance in Indonesia. Sharia-based strategic management emphasizes not only economic profit but also Islamic values such as justice, trustworthiness, and blessings. Through strategy formulation, implementation, and evaluation, companies can improve efficiency, competitiveness, and customer trust. Innovations such as microinsurance, hybrid products, waqf-based insurance, and service digitization are important steps to address the needs of modern society. However, challenges such as low financial literacy and limited human resources still need to be addressed. With appropriate strategies in accordance with Sharia principles, Islamic insurance in Indonesia can strengthen financial inclusion and contribute to a fair and sustainable financial system.

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Sekitar 86,7% dari total penduduk Indonesia beragama Islam. Dengan dominasi penduduk Muslim tersebut, potensi perkembangan pasar keuangan syariah di Indonesia sangat besar. Salah satu sektor yang memiliki peluang besar dalam industri keuangan syariah adalah produk asuransi berbasis syariah (Safira et al., 2021). Namun, kontribusi industri asuransi syariah terhadap total industri asuransi nasional masih tergolong rendah, yaitu hanya sekitar 5,4% dari total aset asuransi nasional per 2024. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun potensinya besar, kinerja industri asuransi syariah masih menghadapi



This is an open access article under the CC BY-NC-SA license.

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

berbagai tantangan struktural dan manajerial. Kinerja dalam konteks lembaga keuangan syariah dapat diukur dari aspek keuangan (profitabilitas, pertumbuhan kontribusi, dan efisiensi), operasional (kecepatan layanan, digitalisasi), serta non-keuangan (kepuasan nasabah dan reputasi).

Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat serta kebutuhan nasabah yang semakin beragam, peran manajemen strategi menjadi sangat penting untuk meningkatkan kinerja asuransi syariah. Menurut (Imam Qori , Basiran, 2023), manajemen strategi merupakan proses dinamis yang dilakukan secara berkelanjutan oleh suatu lembaga melalui berbagai tahapan dan pengambilan keputusan strategis guna menghasilkan output yang berkualitas sesuai dengan visi dan misi yang telah ditetapkan. Sementara itu, (Sukmiridiyanto, Pitojo Budiono, 2024) menjelaskan bahwa manajemen strategi mencakup perumusan, penerapan, dan evaluasi keputusan yang membantu organisasi mencapai tujuan jangka panjangnya. Dalam konteks asuransi syariah di Indonesia, manajemen strategi berperan penting dalam merumuskan kebijakan yang mampu menyesuaikan perusahaan terhadap dinamika pasar, kebutuhan nasabah, serta regulasi yang ditetapkan oleh OJK. Dengan penerapan strategi yang efektif dan sesuai prinsip syariah, perusahaan asuransi syariah dapat memperkuat daya saing, meningkatkan efisiensi, serta menjaga keberlanjutan pertumbuhan industri di Indonesia.

Asuransi syariah di Indonesia, yang dikenal dengan istilah *takaful*, merupakan salah satu sektor keuangan syariah dengan potensi pertumbuhan yang sangat besar. Menurut (Iqbal, 2006), asuransi syariah adalah mekanisme pengelolaan risiko yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam, dengan menekankan nilai tolong-menolong di antara para peserta melalui kerja sama antara peserta dan operator. Dalam praktiknya, model bisnis asuransi syariah dapat menggunakan akad *mudharabah* (bagi hasil), *wakalah bil ujrah* (perwakilan dengan imbalan), atau kombinasi dari keduanya. Selain itu, operasional asuransi syariah diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertugas memastikan seluruh kegiatan perusahaan sesuai dengan ketentuan dan nilai-nilai Islam.

Pembahasan

Konsep Manajemen Strategi dalam Konteks Syariah

Manajemen strategi berbasis syariah tidak hanya berfokus pada pencapaian tujuan ekonomi dan profitabilitas, tetapi juga berlandaskan pada prinsip-prinsip etika Islam yang menekankan nilai moral, keadilan, dan keberkahan. Pendekatan ini mengintegrasikan tiga pilar utama, yaitu etika syariah, efisiensi operasional, dan pencapaian keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dengan demikian, manajemen strategi berbasis syariah tidak semata-mata mengejar keuntungan dunia, melainkan juga menjadikan nilai-nilai spiritual sebagai fondasi utama dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan strategi.

Secara umum, manajemen strategi dapat diartikan sebagai seni dan ilmu dalam merumuskan, melaksanakan, serta mengevaluasi keputusan lintas fungsi untuk membantu organisasi mencapai tujuannya. Proses ini terdiri dari tiga tahap utama:

1. Perumusan Strategi

Tahapan ini meliputi penyusunan visi dan misi organisasi, identifikasi peluang dan ancaman eksternal, analisis kekuatan serta kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, pengembangan alternatif strategi, hingga pemilihan strategi terbaik yang sesuai dengan tujuan organisasi.

2. Penerapan Strategi

Pada tahap ini, organisasi menetapkan tujuan tahunan, menyusun kebijakan, memotivasi karyawan, serta mengalokasikan sumber daya secara efektif agar strategi dapat diimplementasikan dengan optimal. Tahap ini dikenal sebagai tahap aksi, di mana seluruh elemen organisasi — baik manajer maupun karyawan — berperan aktif dalam menjalankan strategi yang telah dirancang.

3. Penilaian Strategi

Tahapan ini berfungsi untuk mengevaluasi efektivitas strategi yang telah diterapkan. Manajer perlu menilai sejauh mana strategi berjalan sesuai rencana dan melakukan penyesuaian apabila terdapat hambatan atau ketidaksesuaian dalam pelaksanaannya (Meliana Sari, Ismawati, Siti Aminah, Audi Auliya Pertiwi, 2025).

Peran Manajemen Strategi Terhadap Peningkatan Kinerja

Peran manajemen strategi dalam organisasi publik menjadi semakin penting seiring dengan meningkatnya kompleksitas dan dinamika lingkungan kerja sektor publik. Organisasi publik dituntut untuk mampu beradaptasi dan berinovasi agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat secara efektif. Keberhasilan organisasi publik umumnya diukur melalui kinerja non-finansial, seperti kualitas layanan, efisiensi operasional, serta tingkat kepuasan masyarakat. Sebagaimana ditegaskan oleh (Alfiansyah & Safitri, 2022), setiap instansi pemerintah wajib menerapkan sistem manajemen kinerja PNS untuk memastikan efektivitas dan akuntabilitas dalam penyelenggaraan pelayanan publik. Dalam konteks ini, manajemen strategi memiliki peran vital dalam merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi kebijakan yang mendukung peningkatan kinerja organisasi secara menyeluruh. Proses manajemen strategi di sektor publik mencakup perencanaan jangka panjang, alokasi sumber daya, pengelolaan risiko, hingga evaluasi hasil kinerja.

Menurut (Poister et al., 2010), kinerja organisasi publik dapat dinilai dari sejauh mana organisasi mampu memenuhi kebutuhan dan harapan para pemangku kepentingan, termasuk masyarakat, pemerintah, dan pegawai. Efisiensi penggunaan sumber daya dan pencapaian tujuan strategis juga menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan organisasi publik. Selain itu, (Moynihan & Pandey, 2010) menambahkan bahwa kemampuan berinovasi dan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan merupakan faktor kunci dalam menjaga kinerja organisasi publik. Hal ini mencakup penerapan kebijakan baru, kemampuan merespons permasalahan secara cepat, serta menjaga konsistensi kualitas layanan di tengah kondisi yang terus berubah.

Dalam konteks syariah, manajemen strategi juga memastikan bahwa setiap aktivitas bisnis berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Dengan strategi yang baik, perusahaan dapat menjaga kepercayaan nasabah, memperluas pangsa pasar, serta mencapai keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan keberkahan (*barakah*). Secara keseluruhan, manajemen strategi menjadi kunci dalam menciptakan kinerja yang berkelanjutan dan bernilai tambah baik secara finansial maupun spiritual.

Strategi Inovasi dan Pengembangan Produk

Inovasi produk menjadi salah satu faktor kunci dalam menentukan keberhasilan asuransi syariah untuk tetap kompetitif di pasar. Seiring dengan perubahan preferensi konsumen dan kebutuhan masyarakat modern yang semakin beragam, inovasi dalam produk asuransi syariah menjadi semakin penting dan mendesak. Sebagai bagian dari sistem keuangan berbasis syariah, asuransi syariah tidak hanya harus mematuhi prinsip-prinsip Islam, tetapi juga perlu menghadirkan produk yang kompetitif, relevan, dan mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman.

Upaya inovasi dalam asuransi syariah berfokus pada strategi dan peluang pengembangan produk yang dapat memperkuat posisi industri di pasar. Dengan memanfaatkan karakteristik khas asuransi syariah serta menumbuhkan semangat kepemimpinan dan kewirausahaan, perusahaan dapat meningkatkan nilai kompetitifnya. Pendekatan ini tidak hanya mendorong pertumbuhan produk yang lebih kreatif dan sesuai kebutuhan masyarakat, tetapi juga memperkuat daya saing dan keberlanjutan industri asuransi syariah secara keseluruhan.

a. Identifikasi Kebutuhan Pasar Lokal

Identifikasi kebutuhan pasar lokal menjadi langkah awal penting dalam pengembangan asuransi syariah. Dengan memahami karakteristik, preferensi, dan tingkat literasi keuangan masyarakat, perusahaan dapat merancang produk yang sesuai dengan nilai dan kebutuhan nasabah. Pendekatan ini membantu menciptakan layanan yang relevan, mudah diakses, dan sesuai prinsip syariah. Selain itu, analisis terhadap kondisi sosial, ekonomi, dan budaya lokal memungkinkan perusahaan menyesuaikan strategi pemasaran dan distribusi agar lebih efektif dalam meningkatkan kepercayaan serta partisipasi masyarakat terhadap asuransi syariah.

b. Peningkatan Nilai Tambah Kompetitif

Dengan menerapkan teknologi digital dan memperkuat tata kelola berbasis syariah, perusahaan mampu menawarkan layanan yang lebih cepat, transparan, dan terpercaya. Selain itu, pengembangan produk yang relevan dengan kebutuhan masyarakat modern serta peningkatan literasi keuangan syariah turut memperkuat daya saing industri ini. Upaya tersebut tidak hanya meningkatkan kepercayaan nasabah, tetapi juga memperluas pangsa pasar asuransi syariah di tingkat nasional maupun global.

c. Digitalisasi Layanan

Digitalisasi layanan dalam asuransi syariah menjadi langkah penting untuk meningkatkan efisiensi dan memperluas jangkauan pasar. Melalui platform digital, sistem klaim otomatis, dan teknologi seperti blockchain, AI, serta big data, proses operasional menjadi lebih cepat dan transparan. Inovasi ini juga memungkinkan personalisasi layanan dan memperkuat pengalaman pelanggan. Selain itu, digitalisasi mendorong inklusi keuangan dengan menjangkau masyarakat yang sebelumnya sulit mengakses layanan asuransi syariah. Namun, penerapannya perlu memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah dan menjaga keamanan data nasabah.

d. Produk Hybrid

Produk hybrid dalam asuransi syariah merupakan inovasi yang menggabungkan berbagai fitur keuangan syariah, seperti perlindungan asuransi dengan elemen investasi atau tabungan berbasis syariah. Tujuannya adalah memberikan manfaat ganda bagi peserta, yaitu perlindungan risiko sekaligus potensi pengembangan dana. Melalui pendekatan ini, asuransi syariah dapat menarik lebih banyak nasabah yang mencari produk fleksibel, kompetitif, dan tetap sesuai prinsip syariah. Produk hybrid juga meningkatkan daya saing industri dengan menghadirkan solusi keuangan yang adaptif terhadap kebutuhan modern.

e. Asuransi Mikro Syariah

Asuransi mikro syariah ditujukan bagi masyarakat berpenghasilan rendah untuk memberikan perlindungan terhadap risiko dasar dengan premi yang terjangkau. Produk ini berperan penting dalam meningkatkan inklusi keuangan dan kesejahteraan sosial. Melalui prinsip tolong-menolong (*ta'awun*), asuransi mikro syariah membantu masyarakat kecil menghadapi risiko ekonomi tanpa melanggar prinsip syariah. Penggunaan platform digital juga memperluas jangkauan layanan sehingga lebih mudah diakses oleh masyarakat di daerah terpencil

f. Asuransi Berbasis Wakaf

Asuransi berbasis wakaf merupakan inovasi yang mengintegrasikan konsep perlindungan risiko dengan nilai sosial dan keberlanjutan. Peserta dapat mewakafkan sebagian dana kontribusinya, yang kemudian dikelola untuk kepentingan sosial, seperti pendidikan, kesehatan, atau pemberdayaan ekonomi umat. Skema ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi peserta, tetapi juga memberikan dampak sosial yang luas. Dengan demikian, asuransi berbasis wakaf memperkuat peran asuransi syariah sebagai instrumen keuangan yang mendukung kesejahteraan dan pembangunan berkelanjutan sesuai prinsip Islam.

Asuransi Syariah di Indonesia

Asuransi syariah di Indonesia merupakan bagian penting dari sistem keuangan syariah yang berkembang pesat dalam dua dekade terakhir. Inklusi keuangan syariah merujuk pada upaya memastikan bahwa semua individu dan entitas ekonomi, terlepas dari latar belakang ekonomi, sosial, atau geografis mereka, memiliki akses yang adil dan layak ke produk dan layanan keuangan yang mematuhi prinsip-prinsip syariah (Budianto & Dewi, 2018). Berdasarkan prinsip *ta'awun* (tolong-menolong) dan *takaful* (perlindungan bersama), asuransi syariah berfungsi sebagai instrumen perlindungan risiko yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dalam sistem ini, peserta saling berbagi risiko melalui dana *tabarru'*, yang dikelola oleh perusahaan sebagai pengelola (*operator*) dengan prinsip amanah dan transparansi. Pertumbuhan asuransi syariah di Indonesia didukung oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk keuangan halal dan dukungan regulasi dari pemerintah, seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang mengatur dan mengawasi industri keuangan syariah. Meskipun demikian, industri ini masih menghadapi beberapa tantangan, antara lain rendahnya literasi keuangan syariah, keterbatasan produk inovatif, serta kebutuhan akan peningkatan teknologi digital dan sumber daya manusia yang kompeten. Ke depan, asuransi syariah memiliki potensi besar untuk terus berkembang melalui inovasi digital, perluasan jaringan distribusi, serta kolaborasi dengan lembaga keuangan syariah lainnya. Dengan strategi yang tepat dan berlandaskan nilai-nilai Islam, asuransi syariah di Indonesia dapat berperan lebih luas dalam mendukung inklusi keuangan dan kesejahteraan masyarakat.

Adapun tantangan yang harus dihadapi seperti masih sedikit masyarakat yang memahami produk asuransi syariah dan masih sedikit pula masyarakat yang mampu memanfaatkan produk tersebut dengan baik. Ada beberapa tantangan yang akan dihadapi oleh industry asuransi yaitu:

1. Lambatnya pertumbuhan ekonomi **nasional** menyebabkan menurunnya permintaan terhadap produk asuransi syariah, karena masyarakat lebih memprioritaskan kebutuhan pokok dibandingkan membeli produk asuransi.
2. Meningkatnya persaingan dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) menuntut industri asuransi syariah Indonesia untuk lebih kompetitif dalam menghadapi perusahaan asing.
3. Keterbatasan sumber daya manusia yang memahami asuransi syariah menjadi hambatan dalam pengembangan dan pengelolaan industri ini.
4. Rendahnya tingkat kesadaran masyarakat terhadap pentingnya asuransi, yang dipengaruhi oleh tingkat pendidikan yang masih rendah, membuat minat terhadap asuransi syariah kurang optimal.
5. Minimnya variasi produk asuransi yang terjangkau oleh masyarakat berpenghasilan rendah, karena premi masih dianggap mahal, membatasi jangkauan pasar asuransi syariah.
6. Terbatasnya kapasitas risk coverage industri asuransi nasional, termasuk perusahaan reasuransi, menyebabkan kesulitan dalam menanggung risiko proyek berskala besar.

7. Rendahnya akses kantor asuransi di daerah terpencil membuat masyarakat di wilayah tersebut sulit mendapatkan layanan dan informasi tentang asuransi syariah.
8. Kurangnya kegiatan edukasi dan penyuluhan mengenai asuransi syariah mengakibatkan rendahnya literasi masyarakat serta munculnya anggapan bahwa proses klaim asuransi sulit dilakukan.

Hal ini termasuk kepatuhan terhadap peraturan dan perusahaan persyaratan tata kelola, kebutuhan peningkatan kapasitas sumber daya manusia, risiko manajemen dan pengendalian internal, strategi pengelolaan produk dan bisnis perusahaan aktivitas.

Kesimpulan dan Saran

Manajemen strategi memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja industri asuransi syariah di Indonesia. Melalui penerapan strategi yang terencana dan berlandaskan prinsip-prinsip syariah, perusahaan asuransi dapat mencapai keseimbangan antara tujuan ekonomi, sosial, dan spiritual. Manajemen strategi membantu organisasi dalam merumuskan visi dan misi yang sesuai dengan nilai Islam, mengoptimalkan sumber daya, serta menyesuaikan diri terhadap dinamika pasar dan perubahan lingkungan bisnis.

Dalam konteks industri asuransi syariah, manajemen strategi mendorong pengembangan produk yang inovatif seperti asuransi mikro, produk hybrid, dan asuransi berbasis wakaf, serta penerapan digitalisasi layanan untuk meningkatkan efisiensi dan jangkauan pasar. Selain itu, strategi yang baik juga berperan dalam memperkuat tata kelola perusahaan, meningkatkan kepercayaan nasabah, dan memperluas inklusi keuangan.

Dengan menghadapi tantangan seperti rendahnya literasi keuangan, keterbatasan SDM, serta persaingan global, manajemen strategi menjadi instrumen kunci untuk memastikan keberlanjutan dan daya saing industri. Secara keseluruhan, penerapan manajemen strategi berbasis syariah mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat posisi kompetitif, serta mewujudkan tujuan utama asuransi syariah—yakni memberikan perlindungan, keadilan, dan keberkahan bagi seluruh masyarakat.

Daftar Pustaka

- Alfiansyah, Z., & Safitri, R. (2022). Peran Mediasi Dari Kedisiplinan Pegawai Terhadap Pengaruh Aplikasi Siap Kerja Sebagai Peningkat Kinerja Pegawai. *Jurnal Dimensi*, 11(3), 528–542. <https://repository.uin-malang.ac.id/16447/>
- Budianto, E. W. H., & Dewi, N. D. T. (2023). *Akad sharf pada inklusi keuangan syariah: Studi pustaka(library research)*.
- Imam Qori , Basiran, F. (2023). PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA BERBASIS MANAJEMEN STRATEGIS PESANTREN. 13(2), 308–330. <https://repository.uin-malang.ac.id/18181/>
- Iqbal, M. (2006). Asuransi umum syariah dalam praktik: upaya menghilangkan gharar,

- maisir, dan riba. Gema Insani.
- Meliana Sari, Ismawati, Siti Aminah, Audi Auliya Pertiwi, A. M. (2025). PENDEKATAN MANAJEMEN STRATEGI BERBASIS SYARIAH: ANTARA ETIKA, EFISIENSI, DAN KEUNGGULAN KOMPETITIF. *Jurnal Penelitian Guru Indonesia*, 5(4), 3268–3283.
- Moynihan, D. P., & Pandey, S. K. (2010). The big question for performance management: Why do managers use performance information? *Journal of Public Administration Research and Theory*, 20(4), 849–866.
- Poister, T. H., Pitts, D. W., & Hamilton Edwards, L. (2010). Strategic management research in the public sector: A review, synthesis, and future directions. *The American Review of Public Administration*, 40(5), 522–545.
- Safira, M. H., Nasrullah, M. G., & Aulia, Y. F. (2021). Potensi Perkembangan Asuransi Syariah di Indonesia. *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business*, 1(3), 195–207. <https://doi.org/10.14710/djeb.16758>
- Sukmiridiyanto, Pitojo Budiono, M. M. (2024). Peran Krusial Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi Publik. *Jurnal Publicuho*, 7(3), 1183–1189.