

Peran manajemen strategi dalam pengembangan produk asuransi syariah untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat

Awalina Nazalia Putri

Program Studi Perbankan syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

e-mail: awalinaP145@gmail.com

Kata Kunci:

Manajemen strategi, asuransi syariah, kepercayaan masyarakat, inovasi produk, literasi keuangan

Keywords:

Strategic management, islamic insurance, public trust, product innovation, financial literacy

ABSTRAK

Asuransi syariah merupakan lembaga keuangan non-bank yang memiliki peran strategis dalam memberikan perlindungan terhadap risiko berdasarkan prinsip tolong-menolong (*ta'awun*) dan saling menanggung (*takaful*). Namun, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap produk asuransi syariah masih rendah dibandingkan dengan asuransi konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran manajemen strategi dalam pengembangan produk asuransi syariah untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik studi pustaka dari berbagai sumber akademik dan data industri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan manajemen strategi yang efektif melalui inovasi produk, peningkatan literasi keuangan, transparansi pengelolaan dana, dan transformasi digital dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap asuransi syariah. Selain itu, dukungan regulasi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan kolaborasi dengan lembaga keuangan syariah lainnya juga berperan penting dalam memperluas pangsa pasar dan membangun reputasi positif industri asuransi syariah di Indonesia.

ABSTRACT

Islamic insurance (*takaful*) is a non-bank financial institution that plays a strategic role in providing risk protection based on the principles of mutual help (*ta'awun*) and shared responsibility (*takaful*). However, public trust in Islamic insurance products remains lower than in conventional insurance. This study aims to analyze the role of strategic management in developing Islamic insurance products to increase public trust. The research method uses a qualitative descriptive approach with literature studies from academic sources and industry data. The results show that effective strategic management through product innovation, financial literacy improvement, fund management transparency, and digital transformation can strengthen public trust in Islamic insurance. Furthermore, regulatory support from the Financial Services Authority (OJK) and collaboration with other Islamic financial institutions play an important role in expanding market share and building a positive reputation for the Islamic insurance industry in Indonesia.



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.

Pendahuluan

Industri asuransi syariah merupakan bagian penting dari sistem keuangan syariah yang berfungsi sebagai sarana perlindungan bagi individu maupun perusahaan terhadap risiko yang tidak terduga. Prinsip utama dalam asuransi syariah adalah ta'awun (tolong-menolong) dan takaful (saling menanggung), di mana peserta berkontribusi pada dana bersama untuk membantu anggota yang mengalami musibah. Namun, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap asuransi syariah masih tergolong rendah. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2024), kontribusi asuransi syariah terhadap total premi nasional hanya sekitar 6,4%. Rendahnya tingkat literasi dan pemahaman masyarakat mengenai mekanisme asuransi syariah menjadi salah satu penyebab utama.

Kesenjangan antara harapan dan kenyataan layanan asuransi, sebagai contohnya adalah asuransi jiwa, menjadi salah satu faktor rendahnya minat masyarakat. Kurangnya pemahaman petugas terhadap prinsip syariah serta rendahnya kualitas pelayanan menimbulkan ketidakpuasan nasabah. Oleh karena itu, peningkatan literasi dan perbaikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam menjadi kunci dalam memperkuat kepercayaan publik terhadap industri asuransi syariah (Wicaksono & Trisasmitha, 2019).

Dalam konteks tersebut, peran manajemen strategi menjadi sangat penting. Manajemen strategi membantu organisasi dalam merumuskan visi, misi, dan rencana jangka panjang untuk mencapai keunggulan kompetitif. Bagi perusahaan asuransi syariah, penerapan strategi yang adaptif terhadap perubahan teknologi dan kebutuhan masyarakat modern dapat memperkuat citra serta meningkatkan kepercayaan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini fokus pada analisis peran manajemen strategi dalam pengembangan produk asuransi syariah yang berorientasi pada peningkatan kepercayaan masyarakat.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi pustaka (library research). Data diperoleh melalui berbagai sumber sekunder seperti jurnal ilmiah, buku, laporan OJK, dan publikasi resmi perusahaan asuransi syariah periode 2020–2024. Teknik analisis dilakukan dengan cara menelaah, merangkum, dan menyajikan hasil temuan yang relevan dengan topik penelitian. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan fenomena strategis secara mendalam dan sistematis tanpa melakukan pengumpulan data lapangan.

Pembahasan

Konsep Manajemen Strategi Dalam Lembaga Keuangan Syariah

Manajemen strategi merupakan proses perumusan, implementasi, dan evaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya (David, 2011). Dalam konteks keuangan syariah, strategi bisnis tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada keberkahan dan keadilan. Asuransi syariah harus mampu

menyeimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan spiritual dalam setiap strategi pengembangannya.

Oleh karena itu, perencanaan strategis dalam asuransi syariah tidak cukup hanya menekankan efisiensi dan pertumbuhan pasar, tetapi juga harus mempertimbangkan nilai-nilai etika dan prinsip syariah sebagai pedoman utama dalam pengambilan keputusan. Pendekatan ini menuntut lembaga asuransi syariah untuk senantiasa menjaga transparansi, keadilan dalam distribusi keuntungan, serta tanggung jawab sosial terhadap para pesertanya(Sayfullah, 2024). Dengan demikian, strategi yang diterapkan bukan hanya berfokus pada peningkatan kinerja keuangan, tetapi juga pada terciptanya keberlanjutan dan kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan syariah secara keseluruhan.

Tantangan Kepercayaan Masyarakat terhadap Asuransi Syariah

Konsep asuransi dalam perspektif Islam memiliki kemiripan dengan kegiatan menabung, namun dengan tujuan yang lebih luas, yaitu memberikan perlindungan terhadap risiko di masa depan. Jika menabung berfokus pada kepentingan individu untuk kebutuhan pribadi, maka asuransi syariah berlandaskan prinsip *ta'awun* (tolong-menolong) di mana dana yang dikumpulkan tidak hanya dimanfaatkan untuk diri sendiri, tetapi juga untuk membantu peserta lain yang mengalami musibah(Djalaluddin, 2018).

Prospek bisnis asuransi umum dalam perspektif hukum Islam sangat bergantung pada kemampuan lembaga asuransi dalam menerapkan prinsip-prinsip syariah secara konsisten, seperti *akad tabarru'* (hibah) dan *akad takaful* (saling menanggung risiko). Namun, di sisi lain, pengembangan asuransi syariah masih menghadapi sejumlah hambatan, antara lain rendahnya literasi masyarakat tentang konsep asuransi syariah, kurangnya inovasi produk, serta tantangan regulasi yang belum sepenuhnya mendukung sistem berbasis syariah(Arfan, 2009).

Selain itu, keberhasilan pengembangan asuransi syariah juga ditentukan oleh sejauh mana lembaga asuransi mampu membangun kepercayaan publik melalui transparansi pengelolaan dana dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Untuk mencapai hal tersebut, diperlukan peningkatan kapasitas sumber daya manusia yang memahami baik aspek teknis asuransi maupun hukum Islam. Di samping itu, kolaborasi antara pemerintah, otoritas keuangan, dan lembaga pendidikan menjadi kunci dalam memperkuat ekosistem asuransi syariah yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan langkah-langkah strategis tersebut, industri asuransi syariah diharapkan dapat berkembang lebih optimal serta memberikan kontribusi signifikan terhadap stabilitas ekonomi nasional.

Strategi Pengembangan Produk Asuransi Syariah

Pengembangan produk harus berorientasi pada kebutuhan masyarakat modern tanpa mengabaikan prinsip syariah(Rantisi & Winario, 2024). Strategi yang diterapkan meliputi:

1. **Inovasi Produk:** Pengembangan produk juga perlu disesuaikan dengan kebutuhan dan gaya hidup masyarakat modern yang semakin dinamis.

Pendekatan berbasis teknologi dan data pelanggan dapat membantu perusahaan asuransi syariah dalam merancang produk yang lebih personal, efisien, serta mudah diakses. Dengan demikian, inovasi tidak hanya berfokus pada variasi produk, tetapi juga pada peningkatan pengalaman pengguna dan kemudahan layanan, sehingga mampu menarik minat generasi muda yang menjadi segmen potensial dalam pasar keuangan syariah.

2. **Transformasi Digital:** Transformasi digital tidak hanya bertujuan mempercepat proses layanan, tetapi juga meningkatkan transparansi dan kepercayaan nasabah terhadap lembaga asuransi syariah. Melalui pemanfaatan teknologi seperti aplikasi mobile, artificial intelligence (AI), dan big data, perusahaan dapat memberikan pelayanan yang lebih efisien, responsif, serta akurat dalam pengelolaan klaim dan informasi polis. Selain itu, digitalisasi juga memungkinkan pengawasan yang lebih baik terhadap kepatuhan prinsip syariah, sekaligus memperluas jangkauan layanan ke segmen masyarakat yang sebelumnya sulit dijangkau secara konvensional.
3. **Edukasi dan Literasi Keuangan:** Edukasi dan literasi keuangan menjadi langkah strategis untuk menumbuhkan kepercayaan dan minat masyarakat terhadap asuransi syariah. Melalui kampanye literasi yang berfokus pada konsep *risk sharing* dan pemahaman akad syariah seperti *tabarru'* dan *takaful*, masyarakat dapat memahami bahwa asuransi syariah bukanlah bentuk spekulasi, melainkan sistem gotong royong yang berlandaskan nilai keadilan dan tolong-menolong. Program literasi ini dapat dilakukan melalui kolaborasi antara lembaga keuangan syariah, regulator, dan institusi pendidikan guna membangun kesadaran kolektif tentang pentingnya perlindungan berbasis syariah yang beretika dan berkeadilan sosial.
4. **Kolaborasi Strategis:** Kolaborasi strategis menjadi salah satu langkah kunci dalam memperkuat ekosistem asuransi syariah. Melalui kerja sama dengan BMT, bank syariah, dan lembaga zakat, perusahaan asuransi dapat memperluas jangkauan pasar serta memperkuat basis nasabah dari berbagai segmen masyarakat. Sinergi ini tidak hanya meningkatkan akses terhadap layanan keuangan syariah, tetapi juga menciptakan integrasi antara fungsi komersial dan sosial dalam sistem keuangan Islam. Dengan demikian, kolaborasi lintas lembaga mampu memperkuat keberlanjutan industri asuransi syariah sekaligus mendukung tujuan pembangunan ekonomi umat secara inklusif (Rantisi & Winario, 2024).

Dampak Strategi terhadap Kepercayaan Masyarakat

Implementasi strategi yang konsisten mampu meningkatkan persepsi positif terhadap asuransi syariah. Hasil studi menunjukkan peningkatan signifikan dalam loyalitas nasabah ketika perusahaan menerapkan prinsip keterbukaan dan pelayanan

berbasis nilai-nilai Islam. Dengan demikian, strategi yang tepat dapat menjadi pondasi dalam membangun reputasi industri yang sehat dan berkelanjutan.

Kesimpulan dan Saran

Manajemen strategi memiliki peran vital dalam pengembangan produk asuransi syariah dan peningkatan kepercayaan masyarakat. Melalui inovasi produk, edukasi publik, dan pemanfaatan teknologi digital, perusahaan asuransi syariah dapat meningkatkan daya saing dan membangun reputasi positif. Selain itu, dukungan pemerintah dan pengawasan OJK juga berperan penting dalam memperkuat fondasi industri ini. Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan studi empiris terhadap implementasi strategi di beberapa perusahaan asuransi syariah guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif dan aplikatif.

Untuk mendorong perkembangan asuransi syariah, perlu dilakukan peningkatan literasi keuangan masyarakat melalui edukasi berkelanjutan tentang prinsip risk sharing dan akad syariah, disertai inovasi produk yang relevan seperti microtakaful dan asuransi digital. Optimalisasi transformasi digital juga penting untuk meningkatkan efisiensi dan akses layanan. Selain itu, kolaborasi strategis antara lembaga asuransi syariah, bank syariah, BMT, dan lembaga zakat perlu diperkuat guna memperluas jangkauan pasar. Pemerintah pun diharapkan memberikan dukungan regulatif yang adaptif agar industri asuransi syariah dapat tumbuh lebih sehat dan kompetitif.

Daftar Pustaka

- Arfan, A. (2009). Prospek dan hambatan bisnis asuransi umum perspektif hukum Islam. *De Jure: Jurnal Hukum Dan Syar'iah*, 1(1). <http://repository.uin-malang.ac.id/1031/>
- David, F. R. (2011). *Strategic management concepts and cases*. Prentice hall.
- Djalaluddin, A. (2018). Asuransi atau menabung. <https://repository.uin-malang.ac.id/9280/>
- Rantisi, M. A., & Winario, M. (2024). Pengembangan Produk Perbankan Syariah untuk Menjangkau Segmen Pasar yang Lebih Luas. *Multidisciplinary Journal of Religion and Social Sciences*, 1(2), 42–49.
- Sayulloh, A. (2024). IMPLEMENTASI PRINSIP SYARIAH PADA ASURANSI JASINDO SYARIAH. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(12).
- Wicaksono, A. T. S., & Trisasmita, R. (2019). Pelayanan Asuransi Jiwa Syariah: Sudahkah Sesuai Harapan? *Kordinat: Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam*, 17(2), 303–324. <https://repository.uin-malang.ac.id/5094/>