

STRATEGI MENINGKATKAN EKSISTENSI ASURANSI SYARIAH DI INDONESIA

Dinna Miftakhul Jannah¹⁾, Lucky Nugroho²⁾

¹⁾Universitas Padjadjaran, ²⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

¹⁾dinna17001@mail.unpad.ac.id, ²⁾lucky.nugroho@mercubuana.ac.id

ABSTRACT

Islamic insurance (takaful) in Indonesia has the potential to grow, along with the increase in the Islamic financial market. The purpose of this paper is to find out how the attitude of public behavior towards the existence of Islamic insurance and identify the factors that support the existence of insurance and public awareness of Islamic insurance in Indonesia. The research method used in this study is qualitative, which is supported by data and analysis of studies that have been carried out by previous researchers. The results of the study show that the existence of Islamic insurance in Indonesia can be increased if it has a limited legal basis, which is currently still very minimal to regulate Islamic insurance. Besides, the role of sharia insurance agents is needed to bridge information to the public about the products, systems, uses, and benefits of Islamic insurance (increasing Islamic financial literacy).

ABSTRAK

Asuransi syariah di Indonesia berpotensi untuk tumbuh seiring dengan peningkatan pasar keuangan syariah. Tujuan dari penulisan ini adalah mengetahui bagaimana sikap perilaku masyarakat terhadap eksistensi asuransi syariah dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung eksistensi asuransi dan kesadaran masyarakat terhadap asuransi syariah di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif yang didukung oleh data-data dan analisa kajian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eksistensi asuransi syariah di Indonesia dapat ditingkatkan apabila memiliki dasar hukum yang khusus yang saat ini masih sangat minim untuk mengatur asuransi syariah. Selain itu diperlukan peran agen asuransi syariah untuk menjembatani informasi kepada masyarakat tentang produk, sistem, kegunaan, dan manfaat asuransi syariah (meningkatkan literasi asuransi syariah).

Kata kunci: Strategi; Asuransi Syariah; Literasi Asuransi Syariah

1. PENDAHULUAN

Asuransi syariah telah lama di industri keuangan Islam di dunia. Indonesia sebagai salah satu negara di dunia yang penduduknya besar juga mayoritas adalah beragama Islam sehingga diperkirakan akan berkembang sekitar 15-20% per tahun. Hal tersebut selalu menjadi sorotan khususnya dibidang syariah. Eksistensi asuransi syariah atau *takaful* terus tumbuh dan menunjukkan kontribusinya di pasar asuransi Indonesia. Sebagai negara muslim terbesar, yang memiliki populasi 271 juta orang (Indonesia, Negara Berpenduduk Muslim Terbesar Dunia | Databoks 2016). Jumlah ini merupakan pasar potensial yang sangat besar untuk produk asuransi syariah. Perkembangan asuransi syariah nasional dari 2014 hingga 2016 berdasarkan

Asosiasi Masyarakat Asuransi Syariah di Indonesia atau AASI.

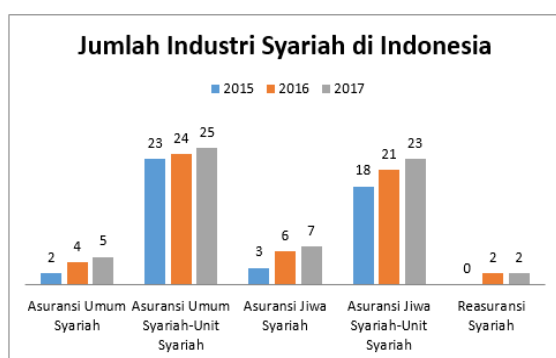
Tabel 1. Perkembangan Asuransi Syariah Nasional

Indikator	2014	2015	Growth (%)	2016	Growth (%)
Aset	17,198	23,803	27,75	28,967	17,83
Investasi	14,816	20,808	28,80	25,726	19,12
Kontribusi	2,085	2,497	16,50	2,753	9,30

Sumber: Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia, 2016

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan bahwa jumlah aset, investasi, dan kontribusi asuransi syariah selama 2014 hingga 2016 perlahan meningkat melalui pertumbuhannya yang sedikit

menurun. Selain itu, kontribusinya atau pangsa pasar premium dibandingkan dengan rekan-rekannya hanya 5,79% dan penetrasi ke total populasi nasional hanya 0,095% pada tahun 2016 (Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia, 2016). Ini menunjukkan bahwa asuransi syariah harus menembus pasar lebih banyak dengan melakukan strategi pengembangannya. Pengembangan industri syariah masih tergolong dalam *infant industry*, secara global semakin berkembang dan mengalami pertumbuhan yang cukup baik.



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2018

Gambar 1. Jumlah Industri Syariah di Indonesia

Data gambar 1 diatas menjelaskan bahwa sejak tahun 2015-2017, jumlah industri syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Perusahaan asuransi baik yang berupa unit usaha atau asuransi syariah *full fledge* mengalami peningkatan. Terbukti dengan jumlah asuransi umum syariah *full fledge* mengalami peningkatan dari dua perusahaan menjadi lima perusahaan, sedangkan asuransi umum yang memiliki unit syariah meningkat dari 23 menjadi 25 perusahaan pada tahun 2017. Selain itu asuransi jiwa syariah *full fledge* mengalami peningkatan dari tiga perusahaan menjadi tujuh perusahaan, serta yang memiliki unit syariah juga mengalami peningkatan dari 18 unit menjadi 23. Begitu pula dengan reasuransi yang pada tahun 2015 tidak ada menjadi dua perusahaan selama 2016-2017. Hal tersebut membuktikan bahwa sedikit demi sedikit masyarakat akan mengetahui asuransi syariah dan akan menambah eksistensi asuransi syariah di Indonesia. Dalam industri syariah, baik asuransi umum, asuransi jiwa dan reasuransi syariah diketahui bahwa adanya peran seorang agen yang memiliki pengaruh langsung terhadap asuransi syariah. Sistem pemasaran yang terdapat dalam perusahaan asuransi dilakukan oleh seorang agen yang berperan utama dalam meningkatkan pemasaran asuransi. Keberadaannya diharapkan dapat membantu

meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap asuransi syariah.

Menurut Nugroho et al. (2017) dan Sukmadilaga & Nugroho (2017) prinsip syariah pada lembaga keuangan syariah adalah saling membantu sesama atau persaudaraan di muka hukum sehingga dapat memberikan manfaat untuk umat (maslahat). Oleh karenanya untuk merealisasikan prinsip kekeluargaan dan kebersamaan tersebut dibutuhkan adanya kerja sama, tolong-menolong, dan saling menjamin di antara umat manusia. Dengan demikian menurut Arafah & Nugroho 2016 dan Nugroho et al., (2018), aktivitas hubungan manusia dengan manusia atau *habluminannas* didasarkan prinsip sebaik-baiknya manusia adalah mereka yang bermanfaat bagi semua makhluk ciptaan Tuhan (manusia dan lingkungan). Menjalin persaudaraan sesama umat manusia memang sangat penting karena dalam kenyataannya manusia tidak bisa hidup sendiri tanpa bantuan pihak lain. Oleh karena itu, dalam menjalani kehidupan ini diperlukan kerja sama antar-umat manusia. Pada saat ini masalah kekhawatiran, keamanan, risiko jiwa dan harta serta perlunya asuransi merupakan isu yang menyibukkan pikiran untuk memikirkan keselamatan dan keamanan di masa akan datang. Oleh karena itu sangatlah wajar bila seseorang meminimkan risiko jiwa dan harta benda yang dimiliki (Doktoralina et al., 2018; Utami and Chotib 2014).

2. TINJAUAN PUSTAKA

Perkembangan pesat industri keuangan Islam berkorelasi positif dengan pertumbuhan asuransi syariah. Sistem asuransi syariah memiliki konsep pembagian risiko daripada transfer risiko seperti asuransi konvensional. Asuransi syariah merupakan suatu cara dalam mengelola risiko yang datang sesuai dengan azas tolong menolong antar sesama. Dewan Syariah Nasional dalam fatwa DSN No.21/DSN-MUI/X/2001 mengenai pengertian asuransi syariah (*ta'min, takaful, atau tadhamum*) adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah tolong-menolong, adil, dan bahkan saling menguntungkan antara sesama pemegang polis maupun perusahaan. Sehingga asuransi syariah dikenal tidak mementingkan keuntungan namun tujuannya adalah sosial, saling membantu yang kesusahan dalam menghadapi musibah sesuai dengan Al-Quran dan As-Sunnah. Berdasarkan fatwa DSN-MUI No.21/DSN-MUI/X/2001 tentang pedoman asuransi syariah dijelaskan bahwa akad dalam

asuransi syariah yaitu akad *ijarah* yang merupakan *Mudharabah* sedangkan yang dimaksud dengan akad *tabarru'* adalah *hibah*. Dalam akad *ijarah*, perusahaan asuransi sebagai *mudharib* (pengelola) dan peserta sebagai *shahibul maal* (pemegang polis). Sehingga dapat dikatakan bahwa akad *ijarah* merupakan asuransi kerugian sedangkan akad *tabarru'* cenderung untuk asuransi jiwa. Adapun penjelasan mengenai ketiga macam asuransi adalah:

- Asuransi kerugian adalah perjanjian asuransi yang memberikan jasa dalam menghadapi risiko atas kerugian, kehilangan, manfaat, dan tanggung jawab hukum.
- Asuransi jiwa adalah suatu jasa yang diberikan oleh perusahaan dalam menghadapi risiko yang berkaitan dengan jiwa atau meninggalnya seseorang diri.
- Reasuransi adalah perjanjian asuransi yang memberikan jasa dan pertanggungungan ulang terhadap risiko yang dihadapi.

Sedangkan dalam asuransi syariah dikenal dengan *takaful* keluarga (asuransi jiwa), *takaful* umum (asuransi kerugian) dan *retakaful* (reasuransi). *Takaful* keluarga adalah bentuk asuransi syariah yang utamanya memberikan layanan, perlindungan dan bantuan mengenai asuransi jiwa dan keluarga untuk mensejahterakannya Echchabi et al., (2014). Selanjutnya *takaful* umum yang merupakan asuransi kerugian mengenai asuransi risiko pembangunan gedung, motor, musibah, dan berupa kejadian yang menimbulkan kerugian dan *retakaful* merupakan pengembangan dari industri konvensional yang tujuannya sama dengan syariah. Perbedaan dalam sistem asuransi konvensional dan Islami dijelaskan oleh (Soemitra 2017) pada tabel 2.

Skema asuransi syariah mengandung aspek nilai syariah yang tidak dimiliki oleh sistem asuransi konvensional, yaitu prinsip keadilan, transparansi, dan pembagian risiko. Prinsip pembagian risiko yang dimiliki oleh asuransi Islam akan memperpanjang perlindungan properti atau kehidupan bagi anggota yang kurang beruntung. Jika perusahaan asuransi syariah memiliki surplus dana, maka ia dapat digunakan untuk membayar zakat atau didistribusikan untuk membantu pembangunan proyek infrastruktur publik, seperti pembangunan sekolah, rumah sakit, dan hal-hal lain yang diizinkan oleh hukum Islam (Swartz & Coetzer 2010). Keuntungan lainnya adalah bahwa produk asuransi Islam tidak hanya dapat dipasarkan ke komunitas Muslim tetapi juga non-Muslim.

Sebagai contoh, pangsa pasar compliant Syariah di daerah provinsi non-Muslim seperti Nusa Tenggara Timur dan Sulawesi Utara mengalami pertumbuhan yang menggembirakan. Selain itu, produk asuransi Islam bahkan telah menarik komunitas non-Muslim, meskipun perbedaan agama dan budaya yang jelas di Malaysia sebagai negara multi-rasial, (Swartz & Coetzer 2010). Tabel 2 di bawah ini adalah aspek-aspek yang membedakan antara asuransi syariah dengan asuransi konvensional.

Tabel 2. Perbedaan Asuransi Syariah dan Konvensional

Aspek	Asuransi Syariah	Asuransi Konvensional
Adanya Pengawasan	Adanya Dewan Pengawas Syariah	Tidak Ada
Kontrak	Akad Tabarru, Tijarah	Jual Beli
Aktivitas Investasi	Prinsip Syariah, Bagi Hasil	Investasi dana berdasarkan Bunga
Kepemilikan Dana	Dana yang terkumpul dari nasabah merupakan milik peserta. Perusahaan hanya mengelola.	Dana yang terkumpul dari nasabah merupakan milik perusahaan, sehingga perusahaan bebas untuk investasinya.
Pembayaran Klaim	Dari Rekening Tabarru	Dari Rekening dana perusahaan
Profit	Dibagi sesuai dengan prinsip bagi hasil	Seluruhnya menjadi milik perusahaan
Sistem Akuntansi	Kas Basis	Akrual Basis
Prinsip Dasar	<i>Risk Sharing</i>	<i>Risk Transfer</i>

Sumber: Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No: 21/DSN-MUI/X/2001,2001

Beberapa penelitian sebelumnya tentang asuransi Islam menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi asuransi Islam seperti Md Husin et al., (2016), hasil dari penelitiannya adalah faktor individu seperti kesadaran, pengetahuan, dan dampak paparan terhadap partisipasi *takaful* (asuransi syariah). Studi oleh Akhter & Hussain (2012) menganalisis tentang standar *takaful* dan persepsi pelanggan yang mempengaruhi praktik *takaful*.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa survei yang dilakukan pada pelanggan asuransi mengungkapkan bahwa mayoritas responden (91%) tidak menyadari konsep *takaful* dan

pendidikan ditemukan menjadi faktor yang mempengaruhi pendapat responden, persepsi, dan tingkat kesadaran takaful. Penelitian lain dilakukan oleh Md Husin et al., (2016) membahas tentang peran media masa, *work of mouth*, dan norma subyektif dalam niat pembelian takaful keluarga, hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa norma subyektif, *word of mouth*, dan media masa secara signifikan mempengaruhi niat konsumen untuk membeli takaful keluarga. Penelitian lain dilakukan oleh Coolen-Maturi (2013) dijelaskan tentang asuransi Islam di Inggris, hasilnya mengungkapkan survei tentang kecenderungan responden untuk membeli asuransi mobil, kesehatan, rumah, dan propertinya jika memiliki bentuk transaksi yang sama seperti asuransi konvensional serta harga yang kompetitif serta kurangnya kesadaran takaful dan prinsip-prinsip utamanya.

Prinsip-prinsip asuransi syariah yang harus dijadikan pedoman dalam mewujudkan kesejahteraan umat adalah:

- Saling bertanggung jawab yang merupakan kewajiban setiap muslim. Kewajiban tersebut dapat menjadikan sikap saling tolong menolong, menyayangi, mencintai dan saling meningkatkan kebersamaan sesama muslim.
- Saling bekerja sama dan saling membantu. Islam mengajarkan untuk selalu membantu dan kerja sama diantara sesamanya tanpa mengharapkan imbalan apapun.
- Saling melindungi yaitu orang yang kuat melindungi yang lemah, orang kaya melindungi yang miskin dan membutuhkan, serta pemerintah pun menjadi pelindung bagi masyarakat untuk mensejahterakan dan menjaga keamanannya.
- Mewujudkan keselamatan setiap masyarakat untuk menolong yang sedang kesusahan dan mempunyai perasaan dan pemikiran saling menolong.
- Mewujudkan sikap adil terhadap sesama manusia termasuk dirinya sendiri. Sikap adil diperlukan ketika asuransi syariah menentukan bagi hasil dalam *surplus under writing* dan bagi hasil investasi antara perusahaan dan peserta, hal tersebut sangat penting karena akan transparansi dalam asuransi.

Asuransi syariah dalam meningkatkan eksistensinya tidak luput dari bantuan para agen perusahaan yang membantu memasarkan produk asuransi syariah. Agen asuransi syariah merupakan orang yang bekerja sendiri atau badan usaha yang bertindak atas nama perusahaan

asuransi syariah dan memenuhi persyaratan untuk mewakili perusahaan memasarkan produk asuransi syariah. Peran seorang agen sangat penting dan harus diperhatikan dengan baik dan benar, dimana agen merupakan aset yang berharga bagi perusahaan asuransi. Seorang agen dalam menjalankan tugas dan kewajibannya harus berpegang pada kode etik dan berperan sebagai penasihat yang baik, memiliki wawasan, pengetahuan akan produk asuransi syariah, memiliki akhlak, sopan santun, peduli dan mudah bergaul. Sikap seorang agen merupakan modal yang penting agar masyarakat dapat dengan mudah memahami produk dan jasa dari asuransi syariah.

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan kajian pustaka atau *library research* dengan pendekatan deskriptif yang merupakan bagian dari kualitatif. Data yang digunakan berupa tulisan, grafik, gambar dan bukan angka-angka. Semua yang dikumpulkan menjadi kunci terhadap apa yang diteliti. Data tersebut berasal dari jurnal, buku, website, dan dokumen resmi lainnya. Penulis menggunakan pendekatan deskriptif dikarenakan membahas mengenai eksistensi asuransi syariah yang merupakan bagian dari metodologi kualitatif dan *intellectual research* yaitu untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan yang dapat diamati serta memusatkan perhatian pada prinsip umum yang mendasari perwujudan dari fenomena yang ada.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Asuransi atau *Takaful* praktiknya sudah ada sebelum Islam berkembang. Asuransi sendiri dikenal dengan al-aqilah. Berkembangnya asuransi syariah atau *takaful* sangat cepat di dunia khususnya Indonesia (Ramadhani 2015). Hal tersebut membuat asuransi cukup banyak diminati masyarakat. Masyarakat mengetahui bahwa dengan praktiknya, *takaful* sebagai lembaga keuangan asuransi syariah memiliki azas-azas transaksi yang membuat timbulnya rasa tenang karena aman, rasa saling tolong-menolong antar sesama, bersikap adil, bisa saling menguntungkan antar sesama pemegang polis maupun perusahaan asuransi sendiri. Adapun menurut Sukmadilaga & Nugroho (2017) azas-azas transaksi syariah adalah sebagai berikut: (i) Persaudaraan (ii) Keadilan, (iii) Kemaslahatan (iv) Keseimbangan (v) Universalisme.

Selanjutnya terdapat seorang Dewan Pengawas Syariah dalam asuransi syariah ini dengan tujuan untuk tetap menjalankan kegiatan usaha dalam aturan syariah atau Islamiah. Selain itu, peran agen asuransi sangat diperlukan untuk meningkatkan eksistensi asuransi syariah. Suatu usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya memiliki tujuan yang hendak dicapai yaitu harapan dan cita-cita untuk maju dan berkembang. Faktor yang dapat membuat industri asuransi syariah maju dan berkembang dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan adanya peluang dalam memanfaatkan pertumbuhan ekonomi, mencapai harapan dan cita-citanya di Indonesia (Rahman 2009; Saputra & Mahalli 2014). Selain itu dalam aspek pemasaran yang merupakan kegiatan utama pada perusahaan merupakan salah satu kesalahan besar bagi para pelaku bisnis yang tidak memperhatikan aspek pemasaran dimana dapat meningkatkan eksistensi asuransi syariah (Kotler 1994). Pada sisi lain sumber daya manusia di bidang syariah masih belum dapat memenuhi kebutuhan industri syariah (Alamsyah 2012; Nugroho, Husnadi, et al. 2017; Perry: Ekonomi Syariah Kurangi Gangguan Nilai Tukar | *Republika Online Mobile* 2018). Dengan demikian jumlah pegawai dengan kemampuan dan kapasitas baik memahami transaksi keuangan atau produk-produk dari asuransi serta pemahamannya dari aspek syariah masih terbatas (Nugroho and Anisa 2018; Rusydiana 2016).

Aktivitas pemasaran produk asuransi syariah tidak luput dari bantuan jasa agen pemasaran yang memasarkan produk asuransi syariah, sebagai perannya bukan hanya sebatas pada pemasaran saja namun juga kepada pelayanan kepada calon peserta. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang baik dan benar dalam meningkatkan peran seorang agen asuransi syariah. Berikut merupakan tugas dan kewajiban dari seorang agen asuransi dalam memasarkan produk asuransi syariah dengan baik dan benar:

- Seorang agen mempunyai tugas dan kewajiban untuk memasarkan kepada masyarakat serta membuat mereka yakin dan percaya dalam memilih produk asuransi. Agen asuransi mempunyai akses sebagai jembatan yang memberikan informasi kepada masyarakat. Hal tersebut dikarenakan masih banyak masyarakat yang belum tersentuh niatnya dalam memilih produk asuransi di syariah.
- Adanya kegiatan promosi, memberikan informasi sampai dengan menjual produk asuransinya kepada masyarakat. Hal tersebut

dilakukan untuk menjaga citra perusahaan asuransi syariah. Kegiatan tersebut harus dilakukan secara bersama-sama tanpa menghilangkan satu kegiatan serta menjauhkan dari kesalahan yang fatal dilakukan para agen. Dampak dari kesalahan yang dibuat dapat merusak citra perusahaan asuransi. Seorang agen asuransi harus terampil dalam memasarkan sebuah produk asuransinya, sehingga hal tersebut menjadi unsur utama yang berfungsi menjaga citra dan reputasi perusahaan serta eksistensi asuransi syariah di Indonesia.

Dengan mengetahui kondisi hubungan masyarakat dengan asuransi syariah, maka ada beberapa upaya yang harus dilakukan seorang agen asuransi syariah sebagai berikut:

- Meningkatkan Kesadaran masyarakat akan kebutuhan asuransi yang masih rendah. Peran agen asuransi dapat melalui pendampingan yang memberikan informasi kepada peserta asuransinya, misalnya mengadakan workshop dengan tema keuntungan dan manfaat berasuransi syariah. Dengan begitu, diharapkan masyarakat memahami dan mengetahui akan pentingnya manfaat serta keuntungan berasuransi syariah.
- Membuat masyarakat memiliki kesadaran dengan menyusun strategi komunikasi berdasarkan tingkat pendidikan dan pendapatan. Cara yang dapat digunakan untuk dapat menyusun strategi adalah dengan melihat latar belakang pendidikan calon peserta serta tingkat pendapatannya. Dengan begitu dapat dengan mudah seorang agen asuransi untuk memberikan pemahaman sehingga calon nasabah asuransi syariah tertarik dan menjadi mitra.
- Membantu para peserta untuk dapat memahami dan yakin akan ilmu yang didapat dari agen asuransi syariah. Hal tersebut dikarenakan masih ada keraguan di masyarakat untuk dapat menyampaikan apa yang sudah didapatnya tentang asuransi syariah. Selain itu, seorang agen juga harus membuat para peserta percaya akan pengetahuan yang didapat sehingga ilmunya dapat dibagikan kepada keluarga, masyarakat atau calon peserta lainnya.

Peluang yang besar bagi asuransi syariah dimana dengan jumlah peserta yang masih minim dapat menjadikan sebagai tantangan untuk meningkatkan pangsa pasar. Hal tersebut

sangat sejalan dengan berbagai keperluan masyarakat seperti: kebutuhan akan menyekolahkan anak-anak setinggi mungkin, meningkatnya biaya kesehatan yang tidak bisa kita biarkan begitu ketika memang musibah sakit datang, serta kebutuhan lainnya yang diperlukan untuk menunjang kehidupan yang lebih baik. Selain itu dengan jumlah penduduk mayoritas Islam di Indonesia menjadikan peluang bagi asuransi syariah untuk dapat mempromosikan dirinya (Ichsan 2016). Hal ini dikarenakan seorang muslim yang paham dengan ajaran Islam pasti akan memilih yang sesuai dengan ajaran Islam dan melaksanakannya secara totalitas-kaffah (Nugroho, Utami, et al. 2017)). Begitu juga dengan keputusan untuk berasuransi yang dibutuhkan untuk masa depan pasti lebih memilih yang sesuai ajaran Islam daripada konvensional. Dimana para calon peserta telah memahami perbedaan prinsip asuransi syariah dengan asuransi konvensional, apalagi dalam masalah kehalalannya (Zinman et al. 2009).

Konsep asuransi syariah yang memiliki keunggulan dalam memenuhi rasa keadilan merupakan peluang untuk berkembang, misalnya dengan adanya konsep bagi hasil dalam asuransi syariah dimana jumlah yang dibagi sesuai dengan proporsi hasil yang didapat sehingga tidak ada yang dirugikan (Hasanah 2013; Hussain & Pasha 2011). Dengan adanya bagi hasil dapat membuat perusahaan asuransi syariah bertahan terhadap krisis ekonomi tahun 1997, oleh karena itu sudah banyak perusahaan asuransi konvensional yang mulai melirik produk asuransi syariah (Ascarya, 2013). Konsep yang sesuai dengan syariah dan bersifat universal dapat menjadikan asuransi syariah tidak hanya akses oleh negara yang berpenduduk mayoritas muslim saja melainkan di negara-negara yang non muslim. Peluang dari usaha asuransi syariah sudah tersebar di beberapa negara yaitu hingga kini sekitar empat puluh lima negara sudah memasukinya, yaitu Singapura, Swiss, Amerika Serikat, dan lainnya. Di Indonesia mempunyai keunggulan konsep asuransi syariah dalam memenuhi peningkatan tuntutan *fairness* atau rasa keadilan dari masyarakat, jumlah penduduk beragama Islam di Indonesia lebih dari 270 juta orang, meningkatnya kesadaran khususnya masyarakat yang membutuhkan jasa asuransi. Asuransi Syariah di Indonesia merupakan peluang bisnis yang prospektif karena seiring dengan perkembangan ke arah stabilitas politik dan ekonomi, dengan jumlah penduduk lebih dari 270 juta jiwa, Indonesia merupakan salah satu

portofolio investasi yang mulai kembali dilirik para investor manca negara.. Di lain pihak, sebagian umat Islam memerlukan jaminan bahwa segala interaksi muamalah yang dilakukannya dalam upaya mencapai kesejahteraan, sesuai dengan syariah. Kebutuhan akan lembaga keuangan Islami bertambah kuat seiring dengan berkembangnya sektor industri jasa keuangan secara umum.

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Upaya meningkatkan eksistensi serta potensi pasar asuransi syariah dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut:

1. Asuransi syariah harus memiliki dasar hukum yang khusus dan masih sangat minim untuk mengatur asuransi syariah.
2. Masih minimnya pemahaman masyarakat dan kesadaran mengenai asuransi syariah sehingga peran agen asuransi syariah sangat diperlukan untuk menjembatani informasi kepada masyarakat tentang produk, sistem, kegunaan, manfaat asuransi syariah.
3. Seorang agen asuransi juga berperan memberikan solusi serta pelayanan yang terbaik terhadap calon peserta dalam memilih produk asuransi syariah.
4. Pelayanan yang terbaik untuk calon peserta yaitu memberikan pemahaman yang benar sesuai praktik tanpa adanya rekayasa.

Oleh karena itu seorang agen asuransi syariah merupakan orang kepercayaan perusahaan yang menjaga citra baik perusahaan asuransi syariah dimata masyarakat.

5.2. Saran

Diharapkan adanya peluang inovasi berupa kehadiran produk yang sejalan dengan konsep serta nilai agama yang dapat diterima oleh masyarakat luas serta konsep asuransi syariah yang dapat meningkatkan keadilan sehingga masyarakat memilih asuransi syariah sebagai mitra dalam bisnis dan kebutuhannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhter, Waheed, and Tajammal Hussain. 2012. "Takāful Standards and Customer Perceptions Affecting Takāful Practices in Pakistan: A Survey." *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 5(3): 229–40.
- Alamsyah, Halim. 2012. "Perkembangan Dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia: Tantangan Dalam Menyongsong MEA

- 2015.” *Milad ke-8 Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI)* (April 2012): 1–8.
- Arafah, Willy, and Lucky Nugroho. 2016. “Maqhashid Sharia in Clean Water Financing Business Model at Islamic Bank Maqhashid Sharia in Clean Water Financing Business Model at Islamic Bank.” *International Journal of Business and Management Invention* 5(2): 22–32.
- Ascarya. 2013. “Solutions to Prevent Financial Crisis in Islamic Economic Perspective: Anp Approach.” In *Proceedings of the International Symposium on the Analytic Hierarchy Process*,
- Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia. 2016. “Data Bisnis Asuransi Dan Reasuransi Syariah AASI Q1 2016.Pdf - Google Drive.” <https://drive.google.com/file/d/0B28pVtvX2oU8T2FuVUMwRV9OOVU/view> (June 20, 2019).
- Coolen-Maturi, Tahani. 2013. “Islamic Insurance (Takaful): Demand and Supply in the UK.” *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 6(2): 87–104.
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia NO: 21/DSN-MUI/X/2001. 2001. *FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL NO: 21/DSN-MUI/X/2001*. http://mui.or.id/wp-content/uploads/files/fatwa/21-Pedoman_Asuransi_Syariah.pdf (June 23, 2019).
- Doktoralina, Caturida Meiwanto, Dewi Angraini, and Shinta Melzatia. 2018. “The Importance of Sustainability Reports In Non-Financial Companies.” *Jurnal Akuntansi* 22(03): 368–84.
- Echchabi, Abdelghani, Lukman Ayinde Olorogun, and Dhekra Azouzi. 2014. “Islamic Insurance Prospects in Tunisia in the Wake of the Jasmine Revolution” ed. Neila Boulila Taktak. *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 5(1): 15–28.
- Hasanah, Uswatun. 2013. “Asy-Syir’ah Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam.” *Jurnal Ilmu Syari’ah dan Hukum* 47(1).
- Hussain, Mher Mushtaq, and Ahmad Tisman Pasha. 2011. “Conceptual And Operational Differences Between General Takaful And Conventional Insurance.” *Australian Journal of Business and Management Research* 1(8): 23–28.
- Ichsan, Nurul. 2016. “Peluang Dan Tantangan Inovasi Produk Asuransi Umum Syariah.” *Jurnal Ekonomi Islam* 7(2).
- “Indonesia, Negara Berpenduduk Muslim Terbesar Dunia | Databoks.” 2016. *Dkatadata.co.id*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/11/indonesia-negara-berpenduduk-muslim-terbesar-dunia> (June 20, 2019).
- Kotler, Philip. 1994. “Reconceptualizing Marketing: An Interview with Philip Kotler.” *European Management Journal* 12(4): 353–61.
- Md Husin, Maizaitulaidawati, Noraini Ismail, and Asmak Ab Rahman. 2016. “The Roles of Mass Media, Word of Mouth and Subjective Norm in Family Takaful Purchase Intention.” *Journal of Islamic Marketing* 7(1): 59–73. 9).
- Nugroho, Lucky, and Nurul Anisa. 2018. “Pengaruh Manajemen Bank Induk, Kualitas Aset, Dan Efisiensi Terhadap Stabilitas Bank Syariah Di Indonesia (Periode Tahun 2013-2017).” *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 6(2): 114–22.
- Nugroho, Lucky, Nurul Hidayah, and Ahmad Badawi. 2018. “The Islamic Banking, Asset Quality: ‘Does Financing Segmentation Matters’ (Indonesia Evidence).” *Mediterranean Journal of Social Sciences* 9(5): 221–35.
- Nugroho, Lucky, Tengku Chandra Husnadi, Wiwik Utami, and Nurul Hidayah. 2017. “Maslahah and Strategy to Establish A Single State-Owned Islamic Bank in Indonesia.” *Tazkia Islamic Finance and Business Review* 10(1): 17–33. <http://www.tifbr-tazkia.org/index.php/TIFBR/article/view/97/106>.
- Nugroho, Lucky, Wiwik Utami, Citra Sukmadilaga, and Tettet Fitrianti. 2017. “The Urgency of Allignment Islamic Bank to Increasing the Outreach (Indonesia Evidence).” *International Journal of Economics and Financial Issues* 7(4): 283–91.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2018. “Statistik Asuransi - Januari 2018.” <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/asuransi/Pages/Statistik-Asuransi---Januari-2018.aspx> (June 20, 2019).
- “Perry: Ekonomi Syariah Kurangi Gangguan Nilai Tukar | Republika Online Mobile.” 2018. *Republika Newspaper*. <https://www.republika.co.id/amp/pb3syk377> (June 14, 2019).

- Rahman, Zuriah Abdul. 2009. "Takaful : Potential Demand and Growth Growth." *Journal of King Abdulaziz University-Islamic Economics* 22(1): 55–72.
- Ramadhani, Herry. 2015. "Prospek Dan Tantangan Perkembangan Asuransi Syariah Di Indonesia." *Al-Tijary* 1(1): 57–66.
- Rusydiana, Aam Slamet. 2016. "Analisis Problem Pengembangan Perbankan Syariah Di Indonesia: Aplikasi Metode Analytic Network Process." *Esensi* 6(2): 237–46.
- Saputra, Randi, and Kasyful Mahalli. 2014. "Analisis Potensi Dan Kendala Pengembangan Pegadaian Syariah Di Kota Medan." *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 2(4): 221–35.
- Soemitra, Andri. 2017. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Pertama. Jakarta: Prenada Media.
- Sukmadilaga, Citra, and Lucky Nugroho. 2017. *Pengantar Akuntansi Perbankan Syariah "Prinsip, Praktik Dan Kinerja"*. Pusaka Media, Bandar Lampung, Indonesia.
- Swartz, Nico P, and Pieter Coetzer. 2010. "Takaful: An Islamic Insurance Instrument." *Journal of Development and Agricultural Economics* 2(10): 333–39.
- Utami, Wiwik, and Achmad Chotib. 2014. "Studi Kinerja PT BNI Syariah Sesudah Pemisahan (Spin Off) Dari Pt Bank Bni (Persero) Tbk." *Akuntabilitas* VII(2): 94–108.
- Zinman, Jonathan et al. 2009. "Observing Unobservables: Identifying Information Asymmetries With a Consumer Credit Field Experiment." *Econometrica* 4(3): 1993–2008.