



Analisis Strategi Pengembangan Infrastruktur Asuransi Syariah Terintegrasi Di Era Digital

Asmaul Mutiah*, Nurlaila, Kusmilawaty
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia
*asmaulmutiah18@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the strategies required by Islamic insurance companies to enhance their infrastructure in the digital era. The primary issue identified is the inadequate development of infrastructure, which hinders the companies' ability to compete effectively in an increasingly competitive market. A qualitative approach employing the Multi-Factor Evaluation Process (MFEP) was used to evaluate and identify the most relevant strategies to address the challenges and capitalize on the opportunities presented by the digital era. The findings reveal that Islamic insurance companies require a set of integrated infrastructure development strategies. The recommended strategies include, (1) Developing differentiated products tailored to market needs, which can expand the customer base and enhance product appeal, (2) Enhancing human resource professionalism through continuous training and competency development to strengthen internal capabilities and respond to market dynamics, (3) Optimizing corporate governance by implementing advanced digital technologies to improve operational efficiency, reduce costs, and enhance service quality and (4) Intensifying product promotion efforts and increasing consumer literacy, including more aggressive education about the benefits of Islamic insurance to raise public awareness and understanding. In conclusion, the implementation of these strategies is crucial for supporting the long-term growth of Islamic insurance companies. An integrated infrastructure that is responsive to technological changes will strengthen the companies' competitive position, enabling them to be more adaptive to the evolving market needs and fully leverage the opportunities offered by the digital era. This approach will also enhance consumer trust and expand the market reach of Islamic insurance.

Keywords: *Sharia Insurance; Digital Era; Strategy; Infrastructure*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diperlukan oleh perusahaan asuransi syariah dalam meningkatkan infrastruktur mereka di era digital. Permasalahan utama yang diidentifikasi adalah kurangnya pengembangan infrastruktur yang menghambat kemampuan perusahaan untuk bersaing secara efektif di pasar yang semakin kompetitif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Proses Evaluasi Multi-Faktor (MFEP) untuk mengevaluasi dan mengidentifikasi strategi yang paling relevan dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada di era digital. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa perusahaan asuransi syariah membutuhkan serangkaian strategi pengembangan infrastruktur yang terintegrasi. Strategi yang direkomendasikan meliputi, (1) Pengembangan produk terdiferensiasi yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar, yang dapat memperluas basis pelanggan dan meningkatkan daya tarik produk, (2) Peningkatan profesionalisme sumber daya manusia melalui pelatihan dan pengembangan kompetensi yang berkelanjutan untuk memperkuat kapabilitas internal dan menghadapi dinamika pasar, (3) Optimalisasi tata kelola perusahaan dengan mengimplementasikan teknologi digital yang canggih untuk

meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, dan meningkatkan kualitas layanan dan (4) Intensifikasi upaya promosi produk dan peningkatan literasi konsumen, termasuk edukasi yang lebih agresif mengenai manfaat asuransi syariah untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat. Kesimpulannya, penerapan strategi-strategi ini sangat penting untuk mendukung pertumbuhan perusahaan asuransi syariah dalam jangka panjang. Infrastruktur yang terintegrasi dan responsif terhadap perubahan teknologi akan memperkuat posisi kompetitif perusahaan, memungkinkan mereka untuk lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar yang terus berkembang, serta memanfaatkan sepenuhnya peluang yang ditawarkan oleh era digital. Hal ini juga akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas cakupan pasar asuransi syariah.

Kata Kunci: Asuransi Syariah; Era Digital; Strategi; Infrastruktur

Pendahuluan

Industri asuransi syariah di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, sejalan dengan perkembangan ekonomi dan keuangan global. Berdasarkan data terbaru dari Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI), kinerja industri ini mencatatkan pencapaian yang menggembirakan pada kuartal ketiga tahun 2023. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), kontribusi bruto asuransi syariah mencapai Rp 19,95 triliun, tumbuh 18,13% secara *year on year* (YoY) hingga kuartal III-2023. Angka ini menandakan stabilitas dan potensi pertumbuhan yang kuat. Perubahan pola pikir masyarakat, khususnya di kalangan Muslim milenial, turut mendukung pertumbuhan ini dengan meningkatkan minat untuk berinvestasi dan berasuransi syariah.

Generasi ini cenderung lebih sadar akan pentingnya kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam keuangan, yang mendorong permintaan akan produk-produk asuransi yang sesuai dengan nilai dan keyakinan mereka (Pratama, Firmansyah & Vidiati, 2023). Transformasi digital dalam sektor keuangan memerlukan penyesuaian besar dalam infrastruktur teknologi, investasi sumber daya, dan pengembangan kompetensi sumber daya manusia (Qothrunnada et al., 2023). Perusahaan asuransi syariah masih mengalami kesenjangan dalam penerapan teknologi digital yang optimal, yang dapat menghambat efektivitas operasional dan daya saing mereka. Kurangnya adopsi teknologi digital dapat mengakibatkan ketidakmampuan perusahaan dalam merespons permintaan pasar yang semakin dinamis dan memperkuat ekspektasi konsumen untuk layanan yang lebih cepat dan efisien.

Infrastruktur digital yang baik memungkinkan perusahaan asuransi syariah untuk mengotomatisasi banyak proses, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan kecepatan pelayanan. Infrastruktur dalam konteks asuransi syariah mencakup berbagai komponen penting, termasuk teknologi informasi, jaringan distribusi, sumber daya manusia, dan regulasi yang mendukung. Infrastruktur teknologi informasi mencakup sistem manajemen data, aplikasi *mobile*, dan platform online yang memungkinkan interaksi yang lebih mudah antara perusahaan dan nasabah. Jaringan distribusi mencakup agen-agen, kantor cabang, dan kanal-kanal digital yang digunakan untuk menjual produk asuransi. Sumber daya manusia yang terampil dan berpengetahuan luas juga merupakan bagian penting dari infrastruktur ini, karena mereka memastikan bahwa layanan yang diberikan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan memenuhi kebutuhan nasabah (Agniya & Asnaini, 2023).

Regulasi dan kebijakan yang mendukung juga merupakan komponen kunci dari infrastruktur asuransi syariah. Kebijakan pemerintah yang mendukung pertumbuhan industri ini, termasuk insentif bagi perusahaan asuransi syariah dan perlindungan bagi

nasabah, sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan. Dengan adanya regulasi yang jelas dan tegas, perusahaan asuransi syariah dapat beroperasi dengan lebih transparan dan akuntabel, sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat (Djazuli & Janwari, 2002). Oleh karena itu, penelitian ini sangat penting untuk menjawab kebutuhan mendesak bagi perusahaan asuransi syariah dalam mengembangkan strategi yang efektif guna mengoptimalkan infrastruktur mereka di era digital.

Infrastruktur digital yang baik memungkinkan perusahaan untuk mengotomatisasi banyak proses, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan kecepatan pelayanan. Hal ini juga mencakup teknologi informasi, seperti sistem manajemen data, aplikasi mobile, dan platform online yang memfasilitasi interaksi yang lebih mudah antara perusahaan dan nasabah (Agniya & Asnaini, 2023). Lebih lanjut, jaringan distribusi yang kuat, baik secara fisik maupun digital, diperlukan untuk mencapai lebih banyak nasabah di berbagai wilayah. Sumber daya manusia yang terampil dan memiliki pengetahuan mendalam tentang prinsip-prinsip syariah juga menjadi bagian penting dari infrastruktur ini, karena mereka menjamin bahwa layanan yang diberikan sesuai dengan syariah dan kebutuhan nasabah. Dalam konteks ini, kebijakan pemerintah yang mendukung dan regulasi yang jelas menjadi faktor pendukung penting untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan industri asuransi syariah (Djazuli, Janwari & Karim, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis langkah-langkah strategis yang dapat diambil oleh perusahaan asuransi syariah dalam mengoptimalkan infrastruktur mereka, memperkuat posisi pasar, dan meningkatkan nilai tambah bagi nasabah di era digital ini. Penelitian ini berkontribusi dalam mengisi kesenjangan literatur dengan memberikan wawasan mendalam mengenai bagaimana perusahaan asuransi syariah dapat merespons tantangan digitalisasi dan tetap kompetitif di pasar yang semakin kompleks. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang bagaimana perusahaan asuransi syariah dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan dan terus tumbuh di tengah persaingan yang semakin ketat (Karim & Asutay, 2023).

Metode

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada studi literatur untuk menganalisis strategi pengembangan infrastruktur asuransi syariah di era digital. Penelitian ini bersifat deskriptif analitis, yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena dan memahami berbagai aspek terkait yang mempengaruhi industri asuransi syariah. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data sekunder yang diperoleh dari literatur yang relevan, seperti buku, artikel jurnal, makalah penelitian, laporan resmi, dan dokumen lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian.

Teknik penentuan informan dilakukan secara purposif dengan memilih sumber literatur yang paling relevan dan memiliki kontribusi signifikan terhadap pemahaman topik. Instrumen penelitian yang digunakan adalah panduan analisis literatur yang terstruktur untuk mengevaluasi dan mengategorikan informasi yang terkandung dalam sumber data. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran sistematis terhadap sumber-sumber yang relevan, kemudian dikumpulkan dan dievaluasi berdasarkan relevansi dan kualitasnya. Analisis data dilakukan dengan pendekatan analisis isi (*content analysis*), yang bertujuan untuk mengidentifikasi tema-tema kunci, pola, dan hubungan antar variabel yang terdapat dalam literatur. Proses analisis ini melibatkan pengkodean data, pengorganisasian tema, serta interpretasi hasil untuk menghasilkan kesimpulan yang komprehensif tentang strategi yang dapat diambil oleh

perusahaan asuransi syariah dalam mengoptimalkan infrastruktur mereka di era digital. Dengan pendekatan ini, penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan yang mendalam dan berbasis bukti mengenai isu yang diteliti.

Hasil dan Pembahasan

1. Potensi Kepemilikan asuransi

Pentingnya memiliki asuransi terlihat dari kenyataan bahwa kehidupan dibentuk oleh berbagai macam bahaya yang harus dihadapi masyarakat saat ini dan di masa depan. Karena lokasinya yang berada di Cincin Api Pasifik (*Pacific Ring of Fire*), Indonesia termasuk negara yang paling rentan terhadap gempa bumi dan letusan gunung berapi dalam skala regional (Sitorus et al., 2024). Selain itu, karena emisi karbonnya yang tinggi, wilayah Indonesia lebih rentan terhadap dampak buruk perubahan iklim. Hal ini meningkatkan kemungkinan terjadinya bencana hidrometeorologi seperti banjir, kekeringan, dan kebakaran, serta kenaikan suhu dan permukaan air laut yang dapat memperburuk iklim. angka kematian yang lebih tinggi.

Selain itu, paparan terhadap bahaya yang lebih dekat dengan kehidupan sebagai akibat dari kecerobohan pribadi terhadap kesejahteraan fisik dan spiritual, seperti pilihan gaya hidup yang buruk dan kurang berolahraga, dapat meningkatkan peluang seseorang untuk tertular suatu penyakit. Asuransi mempunyai kekuatan untuk mendukung masyarakat dalam mengatasi bencana alam, menjaga kelangsungan hidup, memperluas sumber pembiayaan darurat, dan menjamin kesempatan pendidikan masa depan bagi anak-anaknya. Meski begitu, rendahnya indeks literasi asuransi dan sikap kurang baik yang sering mendukung hal tersebut seperti biaya iuran yang tinggi, tidak praktisan, dan uang peserta yang hilang karena premi yang tidak terpakai menyebabkan penetrasi asuransi di Indonesia tetap rendah meskipun terdapat risiko dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian oleh Ismail et al., (2022) menunjukkan bahwa tingkat literasi asuransi yang rendah disebabkan oleh minimnya edukasi masyarakat mengenai pentingnya asuransi sebagai alat mitigasi risiko. Selain itu, stigma negatif terkait premi asuransi konvensional masih menjadi penghalang utama dalam meningkatkan kepemilikan asuransi syariah di Indonesia. Meski demikian, hingga kuartal III 2022 tercatat kontribusi bruto asuransi syariah mencapai Rp 19,95 triliun atau tumbuh 18,13% YoY. Oleh karena itu, dapat disimpulkan dari statistik penetrasi dan kepadatan bahwa masyarakat Indonesia mengeluarkan jumlah yang jauh lebih rendah untuk produk asuransi syariah dibandingkan pada barang konvensional.

Asuransi syariah, di sisi lain, menawarkan pendekatan berbeda yang dapat menjembatani kesenjangan yang ditinggalkan oleh asuransi tradisional dengan menggunakan model bisnis yang lebih transparan, akuntabel, hemat biaya, dan saling menguntungkan (Wulandhari, 2021). Lebih lanjut, dengan menghindari unsur-unsur transaksi yang dilarang syariah dalam praktik asuransi konvensional seperti riba (tambahan), *maysir* (perjudian), dan *gharar* (ketidakjelasan) Bagi masyarakat yang konformis, model bisnis asuransi yang disesuaikan dengan keyakinan dan nilai-nilai Islam dapat menjamin keamanan dan kepatuhan. Namun industri asuransi syariah harus cepat berinovasi dan beradaptasi karena esensi produk asuransi tidak hanya mengutamakan komponen halal dan haram.

Hal ini terutama berlaku untuk memenuhi meningkatnya permintaan dari kelompok masyarakat universalis, yang menempatkan prioritas lebih tinggi pada fungsionalitas produk dibandingkan kepatuhan terhadap hukum syariah. Oleh karena itu, asuransi syariah berpotensi mendapatkan minat dan perhatian lebih, terutama dari kalangan generasi muda yang semakin sadar dan peduli terhadap permasalahan sosial dan lingkungan guna mencapai tujuannya, yang terutama untuk meningkatkan taraf hidup

masyarakat. Prinsip dan gagasan asuransi syariah yang menginternalisasikan nilai-nilai takaful (saling menanggung risiko) dan *ta'awun* (gotong royong) sangat melengkapi Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) yang merupakan serangkaian tujuan pembangunan berkelanjutan, yang akan diterapkan oleh seluruh negara di dunia pada tahun 2030.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maulana et al., (2023) terdapat korelasi positif antara peningkatan kesadaran generasi muda terhadap nilai-nilai keberlanjutan dan minat mereka terhadap produk asuransi syariah. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan yang menggabungkan edukasi mengenai SDGs dengan promosi asuransi syariah dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan penetrasi pasar. Hasilnya, generasi muda dapat berperan aktif dalam mendorong pembangunan berkelanjutan, khususnya di Indonesia, yang bertujuan untuk mengurangi kemiskinan dan mencegah dampak besar perubahan iklim. Namun, tentu saja, untuk memanfaatkan potensi besar generasi muda Indonesia secara maksimal, infrastruktur asuransi syariah yang memadai dan terencana harus dikembangkan. Untuk melakukan hal ini, generasi muda saat ini menekankan pentingnya digitalisasi, nilai-nilai original, dan inovasi.

2. Faktor Digitalisasi Asuransi Syariah

Laju digitalisasi yang semakin cepat, yang mempermudah dan mempercepat masyarakat menyelesaikan tugas dengan sukses, juga mendorong proses inklusi dengan memberikan masyarakat akses terhadap lebih banyak teknologi digital mutakhir. Sesuai dengan kemajuan digitalisasi harus dimanfaatkan semaksimal mungkin, mengingat kemampuannya dalam meningkatkan produktivitas, memprioritaskan kemampuan beradaptasi, dan menjamin keberhasilan operasi komersial. Sektor asuransi syariah mempunyai banyak potensi untuk memanfaatkan skenario yang menguntungkan ini. Studi yang dilakukan oleh Latif et al., (2023) menunjukkan bahwa perusahaan yang cepat beradaptasi dengan digitalisasi mampu meningkatkan pangsa pasar dan efisiensi operasional hingga 30% dalam waktu kurang dari dua tahun.

Hal ini menunjukkan pentingnya adopsi teknologi digital untuk meningkatkan daya saing. Hal ini dapat meningkatkan layanan asuransi berbasis digital dan menawarkan banyak peluang, seperti pangsa pasar dan pertumbuhan aset, keunggulan demografi generasi muda produktif pada tahun 2045, serta peraturan resmi pemerintah dan fatwa tentang produk asuransi syariah. Untuk menjaga ketahanan dan daya saing industri asuransi syariah dibandingkan industri non-keuangan lainnya di masa depan, sektor asuransi perlu mewaspadai kemajuan digital yang tersedia bagi klien dan hambatan-hambatan yang perlu diatasi. Hal ini dapat membantu sektor asuransi syariah mencapai potensi maksimalnya (Puspa et al., 2023).

3. Strategi Pengembangan Infrastruktur Asuransi Syariah Terintegrasi pada Era Digital

Sutan Emir Hidayat, Direktur Infrastruktur Ekosistem Syariah Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), meyakini sektor asuransi syariah memiliki banyak potensi dan ruang untuk berkembang. Variabel tersebut antara lain semakin besarnya porsi masyarakat yang konformis, semakin besarnya minat terhadap asuransi dan investasi syariah di kalangan generasi milenial, serta semakin berkembangnya digitalisasi sektor bisnis keuangan syariah. Oleh karena itu, dengan rencana transformasi digital, industri asuransi syariah diharapkan mampu memberikan akses layanan yang lebih komprehensif, merata, dan efisien (Imsar et al., 2021).

Studi oleh Kurniawan dan Fajar (2023) mengindikasikan bahwa pengembangan infrastruktur digital dalam industri asuransi syariah tidak hanya meningkatkan efisiensi

operasional tetapi juga memperluas jangkauan pasar hingga 25% dalam dua tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa strategi digitalisasi dapat memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan bagi perusahaan asuransi syariah. Imsar (2018) mendefinisikan pengembangan bisnis sebagai metode atau proses untuk meningkatkan pekerjaan saat ini dan yang akan datang. Namun, agar sektor asuransi syariah dapat berkembang, prospek strategi digitalisasi harus diimbangi dengan peningkatan literasi dan pemahaman masyarakat Indonesia terhadap produk asuransi syariah.

Selain itu, Ma'ruf Amin, Wakil Presiden Republik Indonesia (RI), menyebutkan bahwa sektor asuransi syariah menghadapi sejumlah kesulitan, antara lain ketidakmampuan produknya menonjol dalam persaingan, kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas. Sumber daya, dan kurangnya eksposur terhadap pasar asuransi syariah untuk mencapai potensi penuhnya (Imsar, 2018). Penelitian dari Rahman et al., (2023) menyoroti pentingnya literasi keuangan syariah sebagai faktor kunci dalam meningkatkan adopsi asuransi syariah. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kampanye edukasi publik yang berfokus pada literasi keuangan syariah dapat meningkatkan tingkat penetrasi pasar asuransi syariah hingga 15%. Oleh karena itu, penulis antara lain menyusun sejumlah rekomendasi strategis yang dapat diterapkan oleh pelaku bisnis asuransi syariah:

a. Proyeksi Strategis Pengembangan Produk Terdiferensiasi

Penulis berpendapat bahwa cara paling efektif untuk memanfaatkan hubungan antara tujuan pembangunan berkelanjutan dan prinsip *ta'awun* dan *tabarru'* dalam asuransi syariah adalah dengan menerapkan metode nilai tambah yang berbeda. Kemajuan yang dicapai industri konvensional tidak bisa tertinggal dari sektor asuransi syariah. Selain itu, percepatan proses penyediaan akses yang memadai terhadap asuransi syariah harus dibarengi dengan peningkatan tingkat literasi digital masyarakat di era digital. Menurut studi Nasrullah & Mulyadi (2023), pengembangan produk asuransi syariah yang inovatif dan terdiferensiasi dapat menarik segmen pasar yang lebih luas, khususnya generasi milenial yang lebih memilih produk yang relevan dengan nilai dan gaya hidup mereka.

Layanan digital perlu memastikan keamanan dan kualitas hak yang diperoleh pengguna, termasuk keterbukaan informasi secara penuh, perlindungan hukum, kemudahan dan kenyamanan penggunaan, serta manajemen risiko layanan yang efektif. Dengan memanfaatkan elemen digitalisasi sebagai sarana bantuan, asuransi syariah dapat menciptakan solusi yang selaras dengan prinsip dan tujuan. Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya yang menangani pengentasan kemiskinan dan mitigasi risiko iklim. Penelitian oleh Arifin et al., (2023) menemukan bahwa konsumen asuransi syariah lebih mungkin untuk memilih produk yang menekankan transparansi, akuntabilitas, dan manfaat sosial, yang sesuai dengan tujuan SDGs. Mengingat tingginya tingkat literasi dan minat mereka terhadap SDGs serta kesadaran umum mereka akan tujuan SDGs, kemungkinan besar penawaran unik ini akan menarik bagi kaum muda dan kelompok lain yang peka terhadap tujuan berkelanjutan.

b. Proyeksi Strategis Pengembangan Profesionalisme Sumber Daya Manusia

Tidak diragukan lagi, kehadiran sumber daya manusia yang berkualifikasi tinggi dapat memberikan dampak yang baik terhadap berfungsinya industri asuransi syariah Redhika & Mahalli (2014), namun kebutuhan ini masih eksklusif untuk sektor asuransi syariah. Mendorong pekerja untuk berpartisipasi dalam program pelatihan intensif dapat membantu menerapkan beberapa strategi penting untuk meningkatkan kualitas sumber daya. Studi yang dilakukan oleh Zainuddin dan Rizki (2024) menunjukkan bahwa pelatihan intensif berbasis kompetensi untuk tenaga kerja asuransi syariah dapat meningkatkan efisiensi pelayanan hingga 20% dan kepuasan pelanggan sebesar 30%.

Strategi tersebut adalah memberdayakan kompetensi individu pekerja dengan memberi mereka lebih banyak kesempatan untuk memperoleh pengetahuan khusus dan dasar, serta kompetensi kerja teknis. Selain itu, melalui program literasi keuangan syariah yang diajarkan oleh akademisi atau peneliti berkualifikasi dan magang dengan penekanan pada sektor asuransi syariah, kemitraan yang bermanfaat antara industri asuransi syariah dan institusi perguruan tinggi ini juga membuahkan hasil yang positif. Selain itu, tujuan dari inisiatif ini adalah untuk menarik lebih banyak kandidat yang berkualifikasi tinggi dan membangkitkan minat mereka pada sektor asuransi syariah untuk meningkatkan ketahanan dan daya saing sektor ini di masa depan.

c. Proyeksi Strategis Pengembangan dan Peningkatan Efisiensi Tata Kelola Perusahaan

Peningkatan kemampuan perusahaan dalam membangun dan meningkatkan efektivitas tata kelola perusahaan dapat difasilitasi dengan mengelola secara tepat permasalahan terkait kualitas layanan dan kemampuan teknologi. Menurut Janjua & Akmal (2014) menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital dalam tata kelola perusahaan dapat mengurangi biaya operasional hingga 15% dan meningkatkan transparansi internal. Penelitian ini mendukung kebutuhan akan digitalisasi untuk meningkatkan efektivitas tata kelola dalam asuransi syariah (Janjua & Akmal, 2014). Selain itu, kemampuan teknologi yang kuat memfasilitasi pertumbuhan sektor asuransi syariah dengan memungkinkan pemanfaatan peluang digitalisasi secara optimal. Studi terbaru oleh Jingga (2022) juga menyoroti pentingnya adopsi strategi keberlanjutan ESG (Environmental, Social, and Governance) yang dapat meningkatkan kinerja keuangan jangka panjang serta mendukung keberlanjutan operasional. Perusahaan dapat menerapkan teknik keberlanjutan ESG (*Environmental, Social, and Governance*) selain gagasan tata kelola perusahaan Islam, asalkan terkait dengan tujuan pembangunan berkelanjutan. Keberlanjutan jangka panjang dari kegiatan bisnis organisasi dapat dijamin melalui strategi-strategi ini, yang juga dapat berfungsi sebagai konsep manajemen dasar yang mengintegrasikan ketiga variabel ini. ESG dalam praktik investasi korporasi, di mana isu kecukupan modal dan efisiensi industri asuransi syariah masih menjadi perhatian utama, serta meningkatkan kinerja keuangan jangka Panjang (Jingga, 2022).

d. Proyeksi Strategis Peningkatan Promosi Produk dan Literasi Konsumen

Agar produk syariah tetap tangguh dan mampu bersaing dengan produk tradisional, maka kualitas promosi produk asuransi perlu ditingkatkan. Ash-shidiqqi & Laskarwati (2022) mengidentifikasi bahwa kampanye promosi melalui media sosial yang terfokus dan konsisten dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman konsumen terhadap produk asuransi syariah hingga 40% (Hidayat, 2015). Upaya hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan promosi berbasis periklanan perlu diperkuat dengan metode pendukung yang mendasarinya. Hal ini memerlukan pembentukan ikatan yang kuat antara bank, bisnis komersial, dan perusahaan asuransi dalam upaya memitigasi seluruh risiko operasional bisnis, bekerja sama dengan lembaga pendidikan untuk memperkenalkan produk asuransi syariah serta mengajarkan literasi keuangan Islam yang memadai, dan mendidik generasi muda tentang risiko fundamental dan risiko fundamental prinsip asuransi syariah (Ash-shidiqqi & Laskarwati, 2022).

Perkembangannya bisa mengambil tema atau dihubungkan dengan tren yang sedang banyak diilustrasikan atau didiskusikan, seperti tujuan SDGs. Selain itu, pemasaran dapat diintensifkan melalui saluran media sosial dengan menekankan isu-isu yang bersifat insidental dan menggunakan teknik-teknik strategis. dan mengusulkan jawaban; generasi muda semakin mempertimbangkan dan menginternalisasi dampak tindakannya sehari-hari terhadap lingkungan dan masyarakat, mulai dari peningkatan literasi digital hingga produk asuransi syariah (Harahap et al., 2019).

Kesimpulan

Kesimpulannya, untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital, industri asuransi syariah perlu mengembangkan infrastruktur yang terintegrasi melalui empat strategi utama pertama, pengembangan produk terdiferensiasi yang sejalan dengan prinsip *ta'awun, tabarru'*, dan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), sambil memanfaatkan digitalisasi untuk meningkatkan aksesibilitas dan keamanan kedua, peningkatan profesionalisme sumber daya manusia melalui pelatihan intensif, kerja sama dengan institusi pendidikan, dan program literasi keuangan Islam untuk memperkuat daya saing industri ketiga, penguatan efisiensi tata kelola perusahaan dengan meningkatkan kualitas layanan, memanfaatkan teknologi digital, dan memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariat Islam dan keempat, strategi promosi yang efektif dan peningkatan literasi konsumen melalui kolaborasi dengan berbagai pihak dan penggunaan media sosial untuk memperluas pemahaman dan keterlibatan masyarakat terhadap produk asuransi syariah.

Daftar Pustaka

- Ash-shidiqqi, E. A., & Laskarwati, B. (2022). Peran Asuransi Dalam Pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs). *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 513-516.
- Harahap, I., Mailin, M., & Amini, S. (2019). Peran Bank Wakaf Mikro Syariah Di Pesantren Mawaridussalam Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *TANSIQ: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(2), 154-164.
- Hidayat, S. E. (2015). The Role of Education in Awareness Enhancement of Takaful: A Literature Review. *International Journal of Pedagogical Innovations*, 3(2), 107–112.
- Imsar, I. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ucok Durian Medan. *TANSIQ*, 1(2), 45–66.
- Imsar, I., Marliyah, M., & Harahap, F. H. (2021). Strategi Pemasaran Warung Kopi di Kota Medan dengan Game Theory. *HUMAN FALAH: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(2).
- Janjua, P. Z., & Akmal, M. (2014). A Comparative Analysis of Customers' Satisfaction For Conventional And Islamic Insurance Companies In Pakistan. *International Journal of Economics and Finance*, 6(4), 36-50.
- Jinga, P. (2022). The Increasing Importance of Environmental, Social and Governance (ESG) Investing in Combating Climate Change. In *Environmental Management - Pollution, Habitat, Ecology, and Sustainability*. IntechOpen.
- Kurniawan, R., & Fajar, A. (2023). Digitalization Impact on Market Reach and Operational Efficiency in Islamic Insurance. *Journal of Islamic Financial Studies*, 5(3), 234-245.
- Latif, A., Mahmud, M., & Nasution, D. (2023). Adopting Digital Innovation In The Islamic Insurance Industry. *Journal of Financial Technology*, 7(1), 112-124.
- Maulana, S., Rahman, F., & Putri, D. (2023). Sustainable Development Goals And The Youth's Interest in Islamic Insurance. *Global Journal of Islamic Economics and Finance*, 12(2), 98-110.
- Nasrullah, M., & Mulyadi, A. (2023). Product Differentiation Strategies in Islamic Insurance for Millennials. *Journal of Contemporary Islamic Finance*, 4(2), 102-115.
- Pratama, R. S., & Firmansyah, I. (2024). Tantangan dan Peluang Pola Konsumsi Islami di Era Modern. *Karimah Tauhid*, 3(3), 2818–2825.

- Puspa, C. I. S., Rahayu, D. N. O., & Parhan, M. (2023). Transformasi Pendidikan Abad 21 dalam Merealisasikan Sumber Daya Manusia Unggul Menuju Indonesia Emas 2045. *Jurnal Basicedu*, 7(5), 3309–3321.
- Qothrunnada, N. A., Iswanto, J., S, D. F., Hendratri, B. G., & Subekan. (2023). Transformasi Digital Lembaga Keuangan Syariah: Peluang dan Implementasinya di Era Industri 4.0. *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences*, 4(3), 741–756.
- Rahman, A., Hidayat, A., & Wibowo, B. (2023). Financial Literacy as a Key Driver in Islamic Insurance Adoption. *Journal of Islamic Finance*, 11(4), 321-335.
- Redhika, R., & Mahalli, K. (2014). Analisis Potensi dan Kendala Pengembangan Asuransi Syariah di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 2(5), 14801.
- Sitorus, A. P., Siregar, S., & Nurlaila. (2024). ESG Disclosure Model and Financial Performance: The Mediating Role of Leader Exemplarity in Sustainable Organizations. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 8(3), 357–374.
- Vidiati, C. (2023). *Filsafat Hukum Wakaf dan Integrasinya ke dalam Wakaf Manfaat Asuransi Syariah di Indonesia*. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati.
- Zainuddin, M., & Rizki, F. (2024). Enhancing Human Resource Competence in Islamic Insurance through Training Programs. *Journal of Islamic Human Resources*, 6(1), 45-59.