

ANALISIS TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP ASURANSI SYARIAH: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN DAN ADOPSI PRODUK

Levidra¹, M Faiz Akbar², Muhamad Aji Purwanto³

levidrabks@gmail.com¹, m.faizakbar122@gmail.com², ajipurwanto100@gmail.com³

STAIN Bengkalis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepercayaan masyarakat terhadap asuransi syariah dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan adopsi produk asuransi syariah. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan melalui survei terhadap sampel yang mewakili masyarakat di wilayah tertentu. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode statistik seperti analisis regresi untuk menguji pengaruh faktor-faktor seperti pengetahuan tentang asuransi syariah, persepsi kepatuhan syariah, kepercayaan terhadap lembaga keuangan syariah, dan faktor-faktor demografis terhadap tingkat kepercayaan dan adopsi produk asuransi syariah. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi industri asuransi syariah dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mempromosikan produk-produk mereka dengan lebih efektif.

Kata Kunci: Asuransi Syariah, Kepercayaan Masyarakat, Penerimaan Produk, Adopsi Produk, Faktor-Faktor Yang Mempengaruh.

ABSTRACT

This study aims to analyze the level of public trust in sharia insurance and identify factors that influence the acceptance and adoption of sharia insurance products. Using a quantitative approach, data is collected through surveys of samples that are representative of people in a particular region. Data analysis was conducted using statistical methods such as regression analysis to examine the influence of factors such as knowledge of Islamic insurance, perception of sharia compliance, trust in Islamic financial institutions, and demographic factors on the level of trust and adoption of Islamic insurance products. The results of the study are expected to provide valuable insights for the Islamic insurance industry in increasing public trust and promoting their products more effectively.

Keyword: Islamic Insurance, Public Trust, Product Acceptance, Product Adoption, Influencing Factors.

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan manusia sebagai makhluk sosial, Allah SWT telah menjadikan setiap manusia saling membutuhkan satu sama lain agar mereka saling tolong-menolong, saling bahu membahu, serta saling membutuhkan. Manusia tidak dapat hidup tanpa adanya interaksi dan kerjasama dengan manusia lain. Makhluk sosial merupakan predikat yang harus dijalani dalam menjalankan proses kehidupan. Melalui bermuamalah, manusia dapat melakukan segala aktivitas kehidupan dalam rangka memenuhi kebutuhan sendiri dan kepentingan orang lain, serta mencapai kemaslahatan umat .

Salah satu bentuk muamalah yang penting dalam masyarakat adalah asuransi, yang bertujuan untuk memberikan perlindungan finansial dan mengelola risiko. Dalam konteks ini, industri asuransi syariah telah berkembang pesat, menawarkan alternatif yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah bagi masyarakat Muslim yang mencari perlindungan finansial. Namun demikian, tingkat adopsi dan penerimaan produk asuransi syariah di kalangan masyarakat masih relatif rendah dibandingkan dengan asuransi konvensional . Salah satu faktor penting yang mempengaruhi penerimaan dan adopsi produk asuransi syariah adalah tingkat kepercayaan masyarakat terhadap industri ini.

Kepercayaan merupakan elemen kunci dalam pengambilan keputusan konsumen, terutama dalam konteks produk dan layanan keuangan yang melibatkan risiko dan ketidakpastian. Kurangnya pemahaman tentang konsep dan mekanisme asuransi syariah, serta keraguan terhadap kepatuhan syariah dan tata kelola perusahaan asuransi syariah, dapat menghambat kepercayaan masyarakat dan pada akhirnya mempengaruhi keputusan mereka untuk mengadopsi produk-produk tersebut.

Oleh karena itu, penting untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap asuransi syariah. Dengan memahami faktor-faktor ini, industri asuransi syariah dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk membangun kepercayaan masyarakat dan meningkatkan adopsi produk mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor seperti pengetahuan tentang asuransi syariah, persepsi kepatuhan syariah, kepercayaan terhadap lembaga keuangan syariah, serta faktor-faktor demografis dan sosio-ekonomi yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan dan penerimaan produk asuransi syariah di kalangan masyarakat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kajian pustaka (literature review) untuk menganalisis tingkat kepercayaan masyarakat terhadap asuransi syariah dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan adopsi produk asuransi syariah. Kajian pustaka dilakukan dengan mengumpulkan, mengkaji, dan mensintesis berbagai sumber literatur yang relevan, seperti jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, dan publikasi lainnya. Proses kajian pustaka dimulai dengan pencarian literatur yang terkait dengan topik penelitian melalui database online seperti Google Scholar, ScienceDirect, Emerald Insight, dan lainnya. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian literatur mencakup "asuransi syariah", "kepercayaan masyarakat", "penerimaan produk", "adopsi produk", "faktor-faktor yang mempengaruhi", dan kombinasi kata kunci lainnya yang relevan. Setelah mengidentifikasi sumber-sumber literatur yang relevan, dilakukan proses seleksi berdasarkan kriteria tertentu, seperti relevansi dengan topik penelitian, kredibilitas sumber, dan waktu publikasi. Literatur yang terpilih kemudian dikaji secara mendalam untuk mengekstraksi informasi penting yang berkaitan dengan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap asuransi syariah, faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan adopsi produk, dan temuan-temuan penelitian sebelumnya yang terkait.

Analisis dilakukan dengan mensintesis informasi dari berbagai sumber literatur, mengidentifikasi pola, kesamaan, dan perbedaan dalam temuan-temuan penelitian sebelumnya. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang topik penelitian dan mengidentifikasi kesenjangan atau area yang memerlukan penelitian lebih lanjut. Melalui kajian pustaka, peneliti dapat membangun landasan teori yang kuat, mengidentifikasi faktor-faktor penting yang mempengaruhi kepercayaan masyarakat dan adopsi produk asuransi syariah, serta mengembangkan kerangka konseptual atau hipotesis penelitian yang akan diuji lebih lanjut dalam penelitian selanjutnya, baik secara kuantitatif maupun kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Asuransi Syariah

Asuransi syariah, yang juga dikenal dengan istilah takaful, merupakan konsep perlindungan finansial yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah Islam. Secara harfiah, kata "takaful" berasal dari bahasa Arab yang bermakna saling menanggung atau saling melindungi antara sesama peserta asuransi. Konsep ini bertujuan untuk memberikan solusi perlindungan finansial kepada para peserta dengan cara saling berbagi risiko dan

saling menolong dalam menghadapi kesulitan atau musibah yang mungkin terjadi.

Dalam asuransi syariah, para peserta secara kolektif menyumbangkan dana ke dalam suatu kumpulan dana takaful. Dana ini kemudian dikelola oleh perusahaan asuransi syariah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Ketika salah satu peserta mengalami musibah atau kerugian yang dijamin, maka dana klaim akan diambil dari kumpulan dana takaful tersebut. Dengan demikian, terjadi proses saling menanggung dan saling melindungi di antara para peserta dalam menghadapi risiko yang mungkin timbul.

Operasional asuransi syariah didasarkan pada beberapa prinsip utama yang bersumber dari ajaran Islam. Prinsip pertama adalah prinsip tauhid, yang menegaskan bahwa segala sesuatu berasal dari Allah SWT dan seluruh aktivitas manusia harus sesuai dengan syariah Islam. Prinsip kedua adalah prinsip tolong-menolong (ta'awun), di mana asuransi syariah dibangun atas dasar saling tolong-menolong dan saling melindungi antara para peserta dalam menghadapi risiko yang mungkin terjadi. Prinsip ketiga adalah prinsip keadilan ('adl), yang menjamin keadilan dalam pembagian risiko dan keuntungan di antara para peserta.

Selanjutnya, prinsip kerelaan (ridha) menegaskan bahwa semua transaksi dalam asuransi syariah harus didasarkan pada kerelaan dan keikhlasan dari kedua belah pihak, baik dari pihak perusahaan asuransi maupun dari pihak peserta. Terakhir, prinsip amanah (kejujuran) menegaskan bahwa semua pihak yang terlibat dalam asuransi syariah harus berperilaku jujur dan bertanggung jawab dalam menjalankan setiap aktivitasnya. Asuransi syariah memiliki perbedaan mendasar dengan asuransi konvensional dalam beberapa aspek. Pertama, dari segi konsep dasar, asuransi syariah dibangun atas prinsip saling tolong-menolong dan berbagi risiko, sedangkan asuransi konvensional didasarkan pada transfer risiko dari tertanggung kepada penanggung dengan imbalan premi. Kedua, dalam hal akad dan transaksi, asuransi syariah menggunakan akad-akad yang sesuai dengan syariah, seperti akad tabarru' (hibah) dan akad tijarah (bisnis), sedangkan asuransi konvensional menggunakan akad pertukaran (mu'awadhat) yang mengandung unsur gharar (ketidakpastian) dan maisir (perjudian).

Aspek lain yang membedakan asuransi syariah dengan asuransi konvensional adalah pengelolaan dan investasi dana yang terkumpul dari peserta. Dalam asuransi syariah, dana yang terkumpul harus diinvestasikan pada instrumen keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti saham syariah dan sukuk. Sedangkan dalam asuransi konvensional, investasi dana dapat dilakukan pada instrumen keuangan konvensional yang mengandung unsur riba (bunga). Selain itu, pembagian keuntungan dari investasi dana dalam asuransi syariah dilakukan secara proporsional antara perusahaan dan peserta berdasarkan nisbah yang disepakati, sedangkan dalam asuransi konvensional, seluruh keuntungan menjadi milik perusahaan asuransi. Praktik asuransi syariah di Indonesia didasarkan pada landasan hukum yang berasal dari Al-Quran, Hadits, dan fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga fatwa terkemuka, seperti Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) dan Akademi Fiqh Islam Organisasi Konferensi Islam (OKI). Fatwa-fatwa utama yang mengatur asuransi syariah di Indonesia antara lain Fatwa DSN-MUI No. 21/DSN-MUI/X/2001 tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah dan Fatwa DSN-MUI No. 53/DSN-MUI/III/2006 tentang Takaful pada Asuransi Jiwa Syariah. Fatwa-fatwa ini memberikan panduan tentang prinsip-prinsip, akad-akad, dan operasional asuransi syariah yang sesuai dengan syariah Islam.

Dengan berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah, industri asuransi syariah menawarkan alternatif perlindungan finansial yang sesuai dengan nilai-nilai dan keyakinan umat Islam. Asuransi syariah tidak hanya memberikan solusi perlindungan finansial, tetapi juga menjadi media untuk menerapkan prinsip-prinsip tolong-menolong, keadilan, dan kejujuran dalam kegiatan muamalah modern.

2. Tingkat Kepercayaan Masyarakat terhadap Asuransi Syariah

Kepercayaan masyarakat merupakan salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan industri asuransi syariah. Tanpa adanya kepercayaan dari masyarakat, terutama masyarakat Muslim, maka penerimaan dan adopsi produk-produk asuransi syariah akan mengalami hambatan. Oleh karena itu, penting untuk memahami persepsi masyarakat terhadap asuransi syariah serta tingkat kepercayaan mereka terhadap industri ini .

Secara umum, persepsi masyarakat terhadap asuransi syariah masih beragam. Sebagian masyarakat memandang asuransi syariah sebagai alternatif yang lebih sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam dibandingkan dengan asuransi konvensional. Namun, sebagian lainnya masih memiliki keraguan dan kurangnya pemahaman mengenai konsep dan operasional asuransi syariah. Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap asuransi syariah dipengaruhi oleh beberapa faktor penting. Pertama, transparansi operasional dari perusahaan asuransi syariah. Masyarakat cenderung lebih percaya pada perusahaan yang menerapkan prinsip keterbukaan dan akuntabilitas dalam mengelola dana peserta serta investasi yang dilakukan. Transparansi ini dapat meyakinkan masyarakat bahwa operasional perusahaan benar-benar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah .

Faktor kedua adalah tata kelola perusahaan (corporate governance) yang baik. Masyarakat akan lebih percaya pada perusahaan asuransi syariah yang memiliki struktur tata kelola yang jelas, termasuk adanya Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang mengawasi kepatuhan operasional terhadap prinsip-prinsip syariah. Tata kelola yang baik juga mencerminkan integritas dan profesionalisme perusahaan dalam mengelola risiko dan melindungi kepentingan peserta.

Faktor ketiga adalah kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Masyarakat akan cenderung lebih percaya pada perusahaan asuransi syariah yang benar-benar mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek operasionalnya, mulai dari akad-akad yang digunakan, pengelolaan dana, hingga investasi yang dilakukan. Kepatuhan ini menjadi indikator penting bagi masyarakat Muslim untuk memastikan bahwa asuransi syariah yang mereka ikuti tidak bertentangan dengan ajaran agama.

Selain faktor-faktor tersebut, tingkat kepercayaan masyarakat juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti sosialisasi dan edukasi yang dilakukan oleh perusahaan asuransi syariah, serta pengalaman dan testimoni dari peserta yang sudah menggunakan produk-produk asuransi syariah. Semakin banyak masyarakat yang memahami konsep dan manfaat asuransi syariah, serta mengetahui pelayanan yang baik dari perusahaan asuransi syariah, maka tingkat kepercayaan mereka terhadap industri ini akan semakin meningkat.

Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap asuransi syariah menjadi tantangan utama bagi industri ini. Perusahaan asuransi syariah perlu terus berupaya menjaga transparansi, tata kelola yang baik, serta kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam setiap aktivitasnya. Selain itu, sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat juga perlu terus dilakukan agar masyarakat dapat memahami dengan baik konsep dan manfaat asuransi syariah, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan dan penerimaan masyarakat terhadap industri ini.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Dan Adopsi Produk Asuransi Syariah Oleh Masyarakat

Penerimaan dan adopsi produk asuransi syariah oleh masyarakat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait. Pemahaman terhadap faktor-faktor ini menjadi penting bagi industri asuransi syariah untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam meningkatkan penerimaan dan penetrasi pasar mereka.

Salah satu faktor penting yang mempengaruhi penerimaan asuransi syariah adalah tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang konsep dan operasional asuransi

syariah. Kurangnya edukasi dan sosialisasi yang memadai dapat menyebabkan masyarakat kurang memahami perbedaan antara asuransi syariah dan asuransi konvensional, serta manfaat dan keunggulan yang ditawarkan oleh asuransi syariah. Rendahnya tingkat pemahaman ini dapat menghambat penerimaan dan adopsi produk asuransi syariah di kalangan masyarakat .

Faktor lain yang berpengaruh adalah persepsi masyarakat terhadap kepatuhan syariah dari perusahaan asuransi syariah. Masyarakat Muslim cenderung lebih menerima dan mengadopsi produk asuransi syariah jika mereka yakin bahwa perusahaan asuransi tersebut benar-benar menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek operasionalnya, mulai dari akad, pengelolaan dana, hingga investasi. Persepsi kepatuhan syariah ini sangat penting untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap industri asuransi syariah. Kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah secara umum juga menjadi faktor yang mempengaruhi penerimaan produk asuransi syariah. Jika masyarakat memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga keuangan syariah, seperti bank syariah dan lembaga keuangan lainnya, maka mereka cenderung lebih mudah menerima dan mengadopsi produk-produk dari industri asuransi syariah.

Selain itu, faktor-faktor demografis dan sosio-ekonomi juga memainkan peran dalam penerimaan dan adopsi produk asuransi syariah. Faktor-faktor seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pendapatan, status perkawinan, dan lokasi tempat tinggal (perkotaan atau pedesaan) dapat mempengaruhi kecenderungan masyarakat dalam mengadopsi produk asuransi syariah. Misalnya, masyarakat dengan tingkat pendidikan dan pendapatan yang lebih tinggi cenderung lebih mudah memahami dan menerima konsep asuransi syariah. Faktor budaya dan religiusitas juga dapat mempengaruhi penerimaan dan adopsi produk asuransi syariah. Masyarakat yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi dan kuat berpegang pada nilai-nilai Islam cenderung lebih tertarik dan terbuka untuk mengadopsi produk-produk keuangan syariah, termasuk asuransi syariah.

Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan adopsi produk asuransi syariah, industri asuransi syariah dapat mengembangkan strategi yang tepat sasaran, baik dalam hal edukasi dan sosialisasi, peningkatan layanan dan produk, maupun upaya membangun kepercayaan masyarakat terhadap kepatuhan syariah mereka. Hal ini akan membantu meningkatkan penerimaan dan adopsi produk asuransi syariah di kalangan masyarakat secara lebih luas.

4. Strategi Peningkatan Kepercayaan dan Adopsi Produk Asuransi Syariah

Untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mendorong adopsi produk-produk asuransi syariah, industri asuransi syariah perlu mengembangkan strategi yang komprehensif dan terintegrasi. Strategi ini dapat mencakup berbagai aspek, mulai dari edukasi dan sosialisasi, peningkatan layanan dan produk, hingga kolaborasi dengan lembaga-lembaga terkait.

Aspek pertama yang perlu diperhatikan adalah edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat. Kurangnya pemahaman tentang konsep dan manfaat asuransi syariah dapat menjadi hambatan utama bagi penerimaan dan adopsi produk-produk ini. Oleh karena itu, perusahaan asuransi syariah perlu melakukan upaya edukasi yang intensif dan berkelanjutan melalui berbagai saluran, seperti kampanye publik, seminar, workshop, dan media sosial . Edukasi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang prinsip-prinsip syariah yang mendasari operasional asuransi syariah, serta keunggulan dan manfaat yang ditawarkan dibandingkan dengan asuransi konvensional.

Selain edukasi, peningkatan kualitas layanan dan pengembangan produk yang inovatif juga menjadi strategi penting. Perusahaan asuransi syariah harus memberikan pelayanan yang prima dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Produk-produk yang ditawarkan

juga harus beragam dan disesuaikan dengan kebutuhan spesifik dari berbagai segmen masyarakat, seperti produk asuransi jiwa, asuransi kesehatan, asuransi pendidikan, dan lain sebagainya. Inovasi produk yang terus-menerus juga diperlukan untuk menghadapi perubahan kebutuhan masyarakat dan persaingan di industri asuransi .

Aspek lain yang tidak kalah penting adalah peningkatan transparansi dan tata kelola perusahaan yang baik. Masyarakat akan lebih percaya pada perusahaan asuransi syariah yang menerapkan prinsip keterbukaan dan akuntabilitas dalam mengelola dana peserta dan investasi yang dilakukan. Selain itu, adanya Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang mengawasi kepatuhan operasional terhadap prinsip-prinsip syariah juga menjadi faktor penting untuk membangun kepercayaan masyarakat. Kolaborasi dengan lembaga-lembaga terkait, seperti lembaga keuangan syariah lainnya, organisasi masyarakat, lembaga pendidikan, dan lembaga pemerintah, juga dapat menjadi strategi yang efektif. Kolaborasi ini dapat dilakukan dalam bentuk kemitraan, program bersama, atau kegiatan promosi yang saling mendukung. Dengan kolaborasi yang erat, industri asuransi syariah dapat memanfaatkan jaringan dan sumber daya yang lebih luas untuk menjangkau masyarakat secara lebih efektif.

Selain itu, pemanfaatan teknologi digital juga menjadi strategi yang penting dalam menghadapi perkembangan zaman. Perusahaan asuransi syariah dapat memanfaatkan platform digital untuk mempermudah akses masyarakat terhadap produk dan layanan mereka, serta meningkatkan efisiensi dalam proses pendaftaran, pembayaran, dan klaim asuransi. Namun, aspek keamanan data dan privasi harus tetap menjadi prioritas dalam penerapan teknologi digital ini.

Dengan mengimplementasikan strategi-strategi tersebut secara konsisten dan terkoordinasi, industri asuransi syariah dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mendorong adopsi produk-produk mereka secara lebih luas. Hal ini tidak hanya memberikan manfaat bagi perusahaan asuransi syariah itu sendiri, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ekonomi syariah secara keseluruhan dan perlindungan finansial bagi masyarakat Muslim di Indonesia.

KESIMPULAN

Asuransi syariah merupakan konsep perlindungan finansial yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam seperti tolong-menolong, keadilan, dan kerelaan. Ia berbeda dengan asuransi konvensional dalam hal konsep, akad, dan pengelolaan dana yang harus sesuai syariah. Kepercayaan masyarakat menjadi faktor kunci bagi penerimaan dan adopsi asuransi syariah. Tingkat kepercayaan dipengaruhi oleh transparansi, tata kelola, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Selain itu, pengetahuan masyarakat, persepsi kepatuhan syariah, kepercayaan pada lembaga keuangan syariah, serta faktor demografis dan sosio-ekonomi juga berpengaruh. Untuk meningkatkan kepercayaan dan adopsi, strategi yang dapat dilakukan mencakup edukasi, peningkatan layanan dan produk, peningkatan transparansi dan tata kelola, serta kolaborasi dengan lembaga terkait. Pemanfaatan teknologi digital juga penting. Strategi ini diharapkan dapat mendorong perkembangan asuransi syariah dan memberikan perlindungan finansial bagi masyarakat Muslim.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). Metode penelitian kualitatif. CV. Syakir Media Press.
- Ajib, M. (2019). Asuransi syariah.
- Alfajar, A. I., Patrio, F., Rahmi, L., Gustina, M., Rahayu, M., Husna, M., & Fadilah, N. L. (2023). ANALISIS PERILAKU NASABAH DALAM PENGGUNAAN PRODUK KEUANGAN SYARIAH. BORJUIS: JURNAL OF ECONOMY, 1(1), 33-45.
- Alfajar, A. I., Patrio, F., Rahmi, L., Gustina, M., Rahayu, M., Husna, M., & Fadilah, N. L. (2023).

- ANALISIS PERILAKU NASABAH DALAM PENGGUNAAN PRODUK KEUANGAN SYARIAH. *BORJUIS: JURNAL OF ECONOMY*, 1(1), 33-45.
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019, August). Persepsi masyarakat terhadap asuransi syariah. In *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics* (pp. 127-132).
- Ichsan, N. (2020). Asuransi Syariah Teori, Konsep, Sistem Operasional, Dan Praktik. PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Indra, N. M. (2023). Perkembangan Peraturan Asuransi Di Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 10707-10718.
- Kholis, N. (2020). Studi Komparatif Tingkat Efisiensi Perusahaan Asuransi Syariah dan Konvensional di Indonesia pada Tahun 2018–2020.
- Muharam, A. (2023). INTEGRASI EKONOMI SYARIAH DALAM SISTEM KEUANGAN GLOBAL. *Jurnal Inovasi Global*, 1(1), 6-13.
- Nasution, S. A., & Aslami, N. (2022). Analisa Peningkatan Minat Terhadap Produk Asuransi Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(2), 254-262.
- Nurrahimah, S., Audia, S. R., & Masse, R. A. (2023). Asuransi Syariah di Indonesia: Perkembangan, Faktor Pendukung, dan Strategi. *Al-fiqh*, 1(3), 119-129.
- Sabda, P. F., Nurbaiti, N., & Harahap, M. I. (2023). Implementasi Digitalisasi sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Asuransi Syariah: Studi Kasus Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai. *JIEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 1311-1346.
- Saputra, A., & Aji Purwanto, M. . (2023). JUAL BELI DENGAN NON-MUSLIM DALAM KONTEKS FIKIH MUAMALAH DAN NILAI KEMASLAHATAN: (Studi Kasus Kabupaten Bengkalis). *Qawānīn Journal of Economic Syaria Law*, 7(1), 68–80. <https://doi.org/10.30762/qaw.v7i1.223>