



Analisis Faktor-Faktor Penyebab Kurangnya Pemahaman Masyarakat Tentang Asuransi di Indonesia

Yulia Febrianti^{1*}, Zainarti Zainarti²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Email: yuliafebrianti481@gmail.com^{1*}, zainartimm60@gmail.com²

Abstract, *The purpose of this study is to examine the elements that contribute to the Indonesian population's poor insurance knowledge. Even though insurance plays a significant role in offering financial security, public involvement is still minimal. This study highlights a number of important elements, such as a strong sense of communal solidarity, limitations in commercial communication, and inadequate financial literacy. People often rely on unofficial social assistance, which makes them believe that insurance is not necessary. Misunderstandings about the advantages of insurance are also a result of insurance firms' poor marketing strategies and lack of socialization. Data was gathered from a variety of pertinent literature sources using a literature review and qualitative analysis process. The results show that more successful teaching approaches that are appropriate for the local cultural context are required to improve public awareness and involvement in insurance. It is anticipated that this research will aid in the creation of programs and policies that will raise insurance literacy in Indonesia.*

Keywords: *insurance, public understanding, marketing communication, insurance education, Indonesia.*

Abstrak, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji variabel-variabel yang berkontribusi terhadap rendahnya pengetahuan masyarakat Indonesia tentang asuransi. Meskipun asuransi berperan penting dalam memberikan keamanan finansial, keterlibatan masyarakat masih cukup rendah. Studi ini menemukan sejumlah elemen kunci, seperti rasa solidaritas sosial yang kuat, hambatan dalam komunikasi pemasaran, dan kurangnya literasi keuangan. Karena mereka sering bergantung pada bantuan sosial tidak resmi, banyak yang tidak menganggap asuransi sebagai hal yang penting. Selain itu, strategi pemasaran yang buruk dan kurangnya komunikasi dari penyedia asuransi seringkali menimbulkan kesalahpahaman mengenai manfaat asuransi. Tinjauan pustaka dengan analisis kualitatif merupakan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini, yang mengumpulkan informasi dari berbagai sumber literatur yang relevan. Temuan studi ini menunjukkan bahwa pendekatan pengajaran yang lebih efektif dan sesuai dengan budaya diperlukan untuk meningkatkan kesadaran dan keterlibatan masyarakat dalam asuransi. Penelitian ini diharapkan dapat membantu menciptakan program dan kebijakan yang dapat meningkatkan literasi asuransi di Indonesia.

Kata Kunci: asuransi, pemahaman masyarakat, komunikasi pemasaran, edukasi asuransi, Indonesia.

1. PENDAHULUAN

Asuransi memainkan peran penting dalam memberikan keamanan finansial kepada masyarakat dan masyarakat secara keseluruhan. Asuransi berfungsi sebagai alat manajemen risiko di Indonesia, membantu masyarakat dalam menghadapi berbagai potensi kerugian, termasuk kerusakan harta benda, masalah kesehatan, dan kerugian finansial yang disebabkan oleh bencana alam. Data menunjukkan bahwa penetrasi asuransi di Indonesia masih rendah jika dibandingkan dengan negara-negara Asia Tenggara lainnya, meskipun nilai asuransi sangat ditekankan. Fenomena ini menggambarkan kesenjangan antara kesadaran masyarakat terhadap keunggulan produk asuransi dan ketersediaannya. (Tambunan & Lubis, 2022).

Manusia sebagai masyarakat sosial menghadapi berbagai bahaya dalam aktivitas sehari-harinya yang berdampak langsung pada individu dan keluarganya. Bahaya ini muncul karena suatu kejadian yang tidak dapat dihindari, seperti kecerobohan atau tragedi alam yang telah ditentukan oleh Tuhan. Orang-orang bisa kehilangan harta benda dan diri mereka sendiri akibat risiko ini, yang bisa terjadi secara tiba-tiba dan tanpa peringatan. Masyarakat mengantisipasi bahaya dengan berbagai cara, termasuk dengan membeli asuransi, berdasarkan pengetahuan masyarakat, baik yang berasal dari diri mereka sendiri maupun dari sumber lain. Persoalan bagaimana masyarakat umum memandang asuransi syariah tidak bisa dipisahkan dari persoalan bagaimana setiap orang memandang ciri-ciri hukum asuransi. Meskipun sebagian besar wilayah metropolitan telah terkena dampak modernitas, mereka mungkin belum sepenuhnya memahami asuransi, khususnya asuransi syariah, karena terdapat kesalahpahaman yang meluas bahwa asuransi syariah dan asuransi konvensional dapat dipertukarkan (Handayani et al., 2024).

Tingkat kemahiran yang dicapai setelah selesainya kegiatan belajar disebut pemahaman. Sepanjang proses pembelajaran, kemampuan setiap orang dalam memahami apa yang dipelajari berbeda-beda (Zainarti, 2020). Ada orang yang bisa memahami sepenuhnya, ada yang hanya bisa memahami, dan ada pula yang tidak mampu memahami arti penting dari apa yang telah mereka pelajari, sehingga mereka hanya mempunyai kemampuan untuk mengetahui. Berdasarkan ketersediaan dan penyerapan informasi, keterampilan pemahaman seseorang dapat dibagi menjadi tiga tahap, menurut Daryanto (2008: 106). Tahapan tersebut meliputi ekstrapolasi (ekstrapolasi), penerjemahan (interpreting), dan penerjemahan (interpreting). Namun, kemungkinan seseorang gagal belajar sangatlah tinggi, meskipun mereka memiliki ekspektasi yang tinggi dan kurva belajar yang cepat. Hal ini dikarenakan pembelajaran merupakan suatu proses yang mempunyai banyak segi dengan beberapa komponen yang mempengaruhi (Hariyadi & Triyanto, 2020).

Belum semua orang mengetahui asuransi syariah, khususnya di daerah pedesaan seperti Kaligandu, Serang, dan Banten, menjadi alasan masyarakat Indonesia masih belum terlalu menyadarinya. Hal ini disebabkan karena asuransi syariah belum memberikan dampak sosialisasi yang signifikan dalam memberikan pemahaman yang menyeluruh dan memadai kepada masyarakat. Memiliki asuransi berarti mempersiapkan Anda dan orang yang Anda cintai jika terjadi penyakit atau kecelakaan. sakit, tidak mampu, meninggal dunia, dan lain-lain, atau bersiap-siap seandainya pencari nafkah meninggal dunia (Asmayawati, 2019)

Ketidaktahuan masyarakat terhadap asuransi di Indonesia dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel. Hal ini antara lain kurangnya sosialisasi perusahaan asuransi, kurangnya ketersediaan informasi, budaya masyarakat yang cenderung mengandalkan bantuan keluarga ketika menghadapi masalah keuangan, dan pencapaian pendidikan. Hilangnya kepercayaan masyarakat terhadap sektor asuransi akibat pemberitaan media mengenai penipuan juga merupakan aspek penting lainnya. Kurangnya pilihan asuransi yang mengakomodasi norma dan keyakinan budaya daerah, seperti pilihan asuransi berbasis syariah, memperburuk masalah ini. Persoalan pemahaman masyarakat terhadap asuransi syariah tidak bisa dipisahkan dari persoalan bagaimana setiap orang mempersepsikan komponen hukum asuransi. Berbagai dugaan muncul dari berbagai kalangan mengenai reaksi hukum asuransi, pendapat halal dan ilegal, serta persepsi penipuan yang ada (FIRA et al., 2024).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji variabel-variabel yang berkontribusi terhadap ketidaktahuan masyarakat Indonesia tentang asuransi. Dengan menggunakan metode ini, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mengidentifikasi hambatan-hambatan utama namun juga menawarkan saran-saran taktis untuk meningkatkan literasi asuransi masyarakat. Strategi ini penting karena, selain menawarkan keuntungan finansial bagi individu, asuransi juga meningkatkan stabilitas perekonomian nasional dengan memfasilitasi manajemen risiko yang lebih baik.

Oleh karena itu, penelitian ini berfungsi sebagai cerminan kesulitan yang dihadapi sektor asuransi di Indonesia sekaligus landasan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai nilai asuransi dalam kehidupan sehari-hari. Meningkatnya kesadaran masyarakat diharapkan dapat meningkatkan kepesertaan program asuransi sehingga memberikan manfaat bagi masyarakat dan perekonomian Indonesia secara lebih luas.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Definisi Asuransi Syariah

Kata asuransi berasal dari kata Belanda "*assurantie*," meskipun dikenal sebagai "*verzekering*," atau asuransi, dalam hukum Belanda. Belakangan, kata "*assuradeur*" (penjamin) dan "*geassuranceerde*" (tertanggung) berevolusi dari kata ini. Menurut Undang-Undang Perasuransian tahun 1992 dan Pasal 246 Kitab Undang-undang Hukum Dagang (KUHD), asuransi pada umumnya adalah pertanggungan atau asuransi timbal balik karena suatu usaha menanggung risiko dari klien sebagai tertanggung yang mengalihkan risiko tersebut kepada usaha. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1992 Republik Indonesia tentang Perasuransian Suatu perjanjian antara dua pihak atau lebih yang mengikat

pihak penanggung dengan tertanggung dengan menerima premi asuransi dengan maksud memberi ganti rugi kepada tertanggung atas segala kerugian, kerusakan, atau kehilangan. perkiraan keuntungan atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin dialami tertanggung sebagai akibat dari keadaan yang tidak terduga atau pembayaran dana berdasarkan kematian tertanggung (A. M. Sari & Aslami, 2022).

Menurut Manan (2014: 237), asuransi syariah merupakan suatu pengertian yang mengacu pada asuransi yang dikenal dengan istilah syariah, takaful, atau ta'min. Takaful mengacu pada bantuan timbal balik yang diberikan manusia, sebagai makhluk sosial, satu sama lain. Istilah "*amanah*" (mendatangkan keselamatan, ketentraman, rasa aman, dan terbebas dari teror) merupakan akar kata dari kata "*ta'min*". Asuransi syariah yang dikenal juga dengan sebutan ta'min, takaful, atau tadhmun, didefinisikan dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 21/DSNMUI/X/2001 tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah sebagai upaya untuk melindungi dan membantu sejumlah individu atau pihak melalui investasi pada suatu aset dan/atau tabarru' yang menawarkan pola imbal hasil untuk menghadapi risiko tertentu melalui suatu akad (perikatan) yang sesuai syariah. Akad yang tidak melibatkan gharar (penipuan), maysir (perjudian), riba, zhulm (penganiayaan), risywah (penyuapan), komoditas haram, atau maksiat dianggap sebagai akad (obligasi) yang sesuai syariah (Kasim, 2021).

Akad Asuransi Syariah

Secara umum akad yang termasuk dalam konsep asuransi syariah adalah akad tabarru' dan akad tijarah, menurut Huda dan Heykal (2010: 181). Akad tabarru' adalah suatu pemberian, sedangkan akad tijarah adalah akad mudharabah. Dalam akad tijarah, peserta berperan sebagai sahibul mal dan pelaku usaha asuransi syariah sebagai mudharib yang menangani uang peserta. Sesuai akad tabarru, dana hibah dikelola oleh perusahaan, dan peserta asuransi syariah memberikan hibah kepada peserta lain yang terkena dampak bencana. Berikut beberapa cara asuransi jiwa syariah menerapkan konsep mudharabah (Ramadhan, 2022):

- a. Adanya bagi hasil dalam deposito dan juga sertifikat deposito dari perbankan syariah.
- b. Adanya bagi hasil dalam direct investment (yang dilakukan oleh perusahaan asuransi syariah).
- c. Adanya bagi hasil antara peserta dengan perusahaan asuransi syariah atas hasil investasi yang ada berdasarkan atas skema yang dijanjikan.
- d. Bagi hasil dalam penentuan rate premi pada berbagai produk tabungan dan juga produk non tabungan.

Penggunaan akad mudarabah dalam menentukan “surplus penjaminan”, persyaratan pembayaran mudarabah, rumus perhitungan mudarabah, dan proses pembayaran asuransi syariah umum dengan akad mudarabah merupakan contoh bagaimana konsep mudarabah diterapkan dalam syariah umum. asuransi (Hasanah & Hastriana, 2024).

Pengertian Pemahaman

Pengertian menurut etimologinya berasal dari kata pengertian, yang dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan pengertian, pendapat, pemikiran, aliran, pandangan, dan pengertian yang sesungguhnya. Di sisi lain, pemahaman diartikan sebagai tindakan, proses, metode, atau proses pemahaman. Menurut Sadiman dalam Ramadhan (2015), pemahaman adalah kemampuan individu untuk memahami, menafsirkan, menjelaskan, atau mengartikulasikan sesuatu dengan caranya sendiri mengenai informasi yang diberikan kepadanya (Maryaningsih, 2023).

Menurut Sadiman dalam Ramadhan (2015), pemahaman adalah kemampuan individu untuk memahami, menafsirkan, menerjemahkan, atau mengartikulasikan sesuatu dengan caranya sendiri sehubungan dengan informasi yang diberikan kepadanya. Pemahaman (comprehension) diartikan sebagai kemampuan mempertahankan, membedakan, menebak (memperkirakan), memberikan contoh, menyimpulkan, menggeneralisasi, memperluas, menjelaskan, menulis ulang, dan memperkirakan (Arikunto 2009: 118). Proses interpretasi dimana pelanggan memahami atau memahami tindakan mereka dan elemen terkait di sekitarnya dikenal sebagai pemahaman (R. . Sari, 2013).

Sebaliknya, Bloom menyatakan dalam Anderson dan Krathwohl (2001) bahwa pemahaman adalah kemampuan untuk menyerap dan mempertahankan signifikansi dan makna suatu item tertentu. Kemampuan ini dapat ditunjukkan dengan merangkum dan menerjemahkan suatu objek menggunakan struktur kalimat sendiri, meramalkan hasil suatu peristiwa, menganalisis kecenderungan dalam susunan tertentu (misalnya grafik, gambar, dan lain-lain), dan merangkum pokok-pokok suatu objek. Oleh karena itu, kemampuan memahami atau memahami makna suatu gagasan yang dikenal luas dapat diartikan sebagai pemahaman. Pemahaman melibatkan lebih dari sekedar memahami; ini juga melibatkan bagaimana seseorang menyimpan apa yang mereka dapatkan dan dapat mengkomunikasikannya kepada orang lain (Kusmawati & Ginanjar S, 2016).

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemahaman

Kotler dan Bowen (2002: 191) menegaskan bahwa kualitas elemen-elemen seperti aspek ekonomi, sosial/lingkungan, psikologis, dan informasi mempunyai dampak yang signifikan terhadap pemahaman masyarakat (Langka, 2013).

a. Faktor Ekonomi

Karena masyarakat mungkin saja menempuh pendidikan tinggi untuk memperoleh pengetahuan dan informasi yang ada di masyarakat karena keadaan ekonomi, maka variabel ekonomi berpotensi mempengaruhi rendahnya derajat pemahaman masyarakat. Ketersediaan fasilitas yang diperlukan untuk kegiatan tertentu juga akan bergantung pada situasi keuangan seseorang.

b. Faktor Sosial/Lingkungan

Ada sistem kelas sosial di hampir setiap peradaban. Anggota kelas sosial mempunyai sikap, minat, dan perilaku yang sama, dan kesenjangan ini umumnya stabil dan terorganisir dengan baik. Lingkungan sekitar seseorang mempunyai dampak awal terhadap dirinya; tergantung pada dinamika kelompok, mereka mungkin mendapat pelajaran positif dan negatif. Seseorang akan memperoleh pengalaman di lingkungan sekitar yang akan membentuk proses berpikirnya.

c. Faktor Psikologis (Pendidikan dan Pengalaman)

Tiga faktor psikologis utama—motivasi, pembelajaran, dan keyakinan serta sikap individu—juga berdampak pada pemahaman. Saat tampil, individu juga terlibat dalam aktivitas pendidikan. Belajar adalah istilah yang digunakan untuk mengkarakterisasi perubahan perilaku yang disebabkan oleh pengalaman. Seseorang mengembangkan pandangan dan sikap melalui perilaku dan pendidikan, yang pada gilirannya mempengaruhi cara masyarakat memandangnya.

d. Faktor Informasi

Pemahaman seseorang akan dipengaruhi oleh informasi. Sekalipun seseorang memiliki pengetahuan yang sedikit, pemahamannya akan bertambah jika ia dihadapkan pada informasi yang berkualitas dari berbagai media, seperti surat kabar, radio, atau televisi..

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini mengkaji variabel-variabel yang mempengaruhi ketidaktahuan masyarakat Indonesia tentang asuransi dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metodologi penelitian kepustakaan. Berdasarkan data sekunder yang dikumpulkan dari jurnal-jurnal sebelumnya, makalah ilmiah, laporan penelitian, dan publikasi lain yang berkaitan dengan masalah penelitian, pendekatan ini dipilih untuk menemukan dan memahami berbagai elemen. Tinjauan literatur memungkinkan akademisi mendapatkan analisis menyeluruh dan mendalam dari berbagai sudut pandang tanpa harus mengumpulkan data asli..

Publikasi nasional yang meliputi asuransi menjadi sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. Publikasi yang membahas aspek sosial dan ekonomi asuransi juga dimasukkan dalam daftar artikel yang digunakan. Sumber daya akademis termasuk Google Cendekia, ResearchGate, dan perpustakaan digital universitas digunakan untuk mencari dan memilih materi yang relevan sebagai bagian dari prosedur pengumpulan data. Relevansi subjek, kualitas sumber, dan orisinalitas penelitian (khususnya dalam sepuluh tahun terakhir) merupakan faktor seleksi.

Metode analisis isi digunakan untuk menganalisis data. Mengidentifikasi, mengkategorikan, dan menafsirkan tema-tema utama yang muncul dari materi yang dipelajari termasuk di antara prosesnya. Peneliti membagi variabel-variabel yang berkontribusi terhadap ketidaktahuan masyarakat terhadap asuransi ke dalam beberapa kategori, antara lain terbatasnya ketersediaan informasi, rendahnya literasi asuransi, dan hambatan komunikasi pemasaran. Dengan metode ini, peneliti dapat menetapkan karakteristik penting yang berkaitan dengan lingkungan Indonesia dan menemukan pola luas Hal ini muncul dari sejumlah penyelidikan sebelumnya.

Dengan melakukan triangulasi sumber yaitu mengevaluasi temuan dari berbagai publikasi dan makalah untuk menjamin kebenaran dan konsistensi informasi penelitian ini juga mempertimbangkan keabsahan data. Para sarjana juga melakukan tinjauan kritis terhadap literatur, dengan mempertimbangkan bias atau batasan masing-masing sumber. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis, khususnya dalam pengembangan rencana peningkatan literasi asuransi di Indonesia. Untuk memahami isu-isu literasi asuransi dan mengidentifikasi solusi yang bisa diterapkan, para akademisi, praktisi, dan pemangku kepentingan dapat memperoleh manfaat besar dari penelitian ini.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kurangnya pemahaman masyarakat Indonesia terhadap asuransi merupakan permasalahan yang cukup kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan (Rini, 2018). Isu ini tidak hanya terkait dengan kurangnya akses informasi, tetapi juga mencakup aspek sosial, ekonomi, budaya, dan regulasi yang memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap pentingnya asuransi dalam kehidupan sehari-hari (Suwandi, 2020). Berdasarkan hasil analisis, terdapat sejumlah faktor utama yang dapat diidentifikasi sebagai penyebab rendahnya tingkat pemahaman masyarakat mengenai konsep, manfaat, dan mekanisme asuransi (Herlambang, 2017). Setiap faktor ini memiliki dampak yang signifikan

terhadap persepsi dan tingkat partisipasi masyarakat dalam menggunakan layanan asuransi, baik konvensional maupun syariah (Marzuki, 2019).

1. Tingkat Edukasi dan Literasi Keuangan yang Rendah

Hambatan utama dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap ide asuransi di Indonesia adalah rendahnya tingkat literasi keuangan di negara ini. Namun masyarakat umum masih kurang memiliki literasi keuangan yang meliputi kemampuan memahami konsep dan fakta dasar termasuk premi, klaim, manfaat asuransi, dan prosedur administrasi. Karena produk asuransi dianggap sulit, banyak konsumen yang menghindarinya karena bahkan tidak tahu cara mendaftar, membayar premi, atau mengajukan klaim. Kurangnya akses terhadap pendidikan keuangan, baik melalui kurikulum resmi sekolah atau inisiatif literasi keuangan pemerintah atau sektor swasta, memperburuk kurangnya pengetahuan ini. Selain itu, penduduk di daerah pedesaan biasanya tidak mempunyai akses terhadap informasi asuransi yang dapat dipercaya dan dimengerti. Oleh karena itu, individu sering salah menafsirkan atau gagal melihat manfaat asuransi sebagai bentuk penting dari keamanan finansial untuk mengantisipasi potensi bahaya. Seringkali, ketidaktahuan ini membuat orang percaya bahwa asuransi tidak diperlukan, meskipun mereka sebenarnya membutuhkan perlindungan tersebut.

2. Kurangnya Sosialisasi dari Perusahaan Asuransi

Salah satu penyebab utama rendahnya tingkat keterlibatan masyarakat dalam program asuransi di Indonesia adalah tidak adanya upaya sosialisasi yang dilakukan oleh perusahaan asuransi. Dunia usaha sering kali lebih berkonsentrasi pada pemasaran kepada masyarakat kelas menengah atas dan perkotaan, sehingga mereka yang tinggal di daerah pedesaan atau terpencil tidak mempunyai informasi yang cukup. Pesan yang disampaikan tidak efektif karena metode yang digunakan seringkali bersifat formal dan tidak disesuaikan dengan kebutuhan dan tingkat pemahaman masyarakat setempat. Selain itu, semakin sulit bagi individu untuk memahami ide asuransi karena materi promosi yang sering menggunakan kata-kata teknis tanpa menguraikan manfaatnya. Alhasil, informasi yang seharusnya bermanfaat justru menimbulkan kesalahpahaman. Selain itu, perusahaan asuransi seringkali gagal melibatkan lembaga lokal atau tokoh masyarakat yang mempunyai pengaruh besar dalam penyampaian pendidikan asuransi, sehingga upaya penjangkauan kurang berhasil dan sulit menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

3. Budaya dan Persepsi Masyarakat

Salah satu kendala utama dalam meningkatkan kepesertaan asuransi adalah budaya dan pandangan masyarakat Indonesia. Secara umum, masyarakat Indonesia memiliki rasa solidaritas yang kuat, dan keluarga besar atau komunitas sering kali berbagi risiko keuangan.

Misalnya, dalam hal biaya perawatan kesehatan, individu cenderung lebih mengandalkan dukungan keluarga atau kolaborasi tingkat komunitas, seperti acara sosial atau sumbangan amal. Hal ini memberi kesan kepada mereka bahwa karena sudah ada jaringan dukungan sosial yang tidak resmi, maka asuransi tidak diperlukan. Selain itu, banyak orang yang menganggap asuransi sebagai kebutuhan yang tidak mendesak, terutama bagi kelompok berpenghasilan rendah yang lebih memprioritaskan kebutuhan seperti pangan, perumahan, dan pendidikan bagi anak-anaknya. Asuransi umumnya dipandang sebagai layanan mahal yang hanya cocok untuk orang terkaya. Kesan ini diperparah dengan kurangnya pengetahuan tentang pentingnya perlindungan risiko jangka panjang yang diberikan asuransi.

4. Budaya dan Persepsi Masyarakat

Budaya dan persepsi masyarakat Indonesia menjadi salah satu tantangan besar dalam meningkatkan partisipasi asuransi. Salah satu kendala utama dalam meningkatkan kepesertaan asuransi adalah budaya dan pandangan masyarakat Indonesia. Secara umum, masyarakat Indonesia memiliki rasa solidaritas yang kuat, dan keluarga besar atau komunitas sering kali berbagi risiko keuangan. Misalnya, dalam hal biaya perawatan kesehatan, individu cenderung lebih mengandalkan dukungan keluarga atau kolaborasi tingkat komunitas, seperti acara sosial atau sumbangan amal. Hal ini memberi kesan kepada mereka bahwa karena sudah ada jaringan dukungan sosial yang tidak resmi, maka asuransi tidak diperlukan. Secara umum, masyarakat Indonesia memiliki rasa solidaritas yang kuat, dan keluarga besar atau komunitas sering kali berbagi risiko keuangan. Misalnya, dalam hal biaya perawatan kesehatan, individu cenderung lebih mengandalkan dukungan keluarga atau kolaborasi tingkat komunitas, seperti acara sosial atau sumbangan amal. Hal ini memberi kesan kepada mereka bahwa karena sudah ada jaringan dukungan sosial yang tidak resmi, maka asuransi tidak diperlukan. Selain itu, banyak orang yang menganggap asuransi sebagai kebutuhan yang tidak mendesak, terutama bagi kelompok berpenghasilan rendah yang lebih memprioritaskan kebutuhan seperti pangan, perumahan, dan pendidikan bagi anak-anaknya. Asuransi umumnya dipandang sebagai layanan mahal yang hanya cocok untuk orang terkaya. Kesan ini diperparah dengan kurangnya pengetahuan tentang pentingnya perlindungan risiko jangka panjang yang diberikan asuransi.

5. Kurangnya Kepercayaan terhadap Perusahaan Asuransi

Di Indonesia, kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan asuransi masih menjadi permasalahan kritis. Setelah mengetahui kejadian penipuan, tidak dibayarnya klaim, atau pengalaman negatif pelanggan lainnya, banyak konsumen yang meragukan kejujuran perusahaan asuransi. Insiden-insiden seperti ini sering kali memberikan dampak buruk terhadap sektor asuransi secara keseluruhan, bahkan terhadap perusahaan-perusahaan

terkemuka sekalipun. Selain itu, sebagian konsumen percaya bahwa prosedur klaim yang berbelit-belit dan berlarut-larut menunjukkan bahwa perusahaan asuransi tidak benar-benar peduli terhadap kliennya. Faktor lain yang berkontribusi terhadap berkurangnya kepercayaan adalah ketidakjelasan proses administrasi dana asuransi. Masyarakat sering mempertanyakan apakah uang yang mereka bayarkan untuk premi ditangani dengan benar dan dimanfaatkan sebaik-baiknya.

6. Minimnya Pemahaman tentang Asuransi Syariah

Indonesia, sebagai negara mayoritas Muslim, mempunyai potensi besar dalam pengembangan asuransi syariah. Meskipun demikian, asuransi syariah masih belum dipahami dengan baik oleh masyarakat umum. Banyak orang yang tidak menyadari bahwa asuransi syariah mengikuti hukum Islam dalam hal pengelolaan dana dan konsep pembagian risiko atau *tabarru'*. Banyak umat Islam yang enggan menggunakan asuransi karena kurangnya pengetahuan mereka, sehingga membuat mereka percaya bahwa segala bentuk asuransi bertentangan dengan prinsip Islam.. Pada kenyataannya, asuransi syariah memberikan pilihan perlindungan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dalam mengelola risiko keuangan selain sesuai dengan syariah. Hambatan utama untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat juga adalah tidak adanya iklan dari penyedia asuransi syariah dan kurangnya bantuan dari para pemimpin atau organisasi agama dalam menyebarkan gagasan ini.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan studi tersebut, kurangnya pengetahuan masyarakat Indonesia tentang asuransi merupakan permasalahan pelik yang dipengaruhi oleh sejumlah variabel. Pertama, hambatan yang signifikan adalah kurangnya pengetahuan keuangan, karena banyak orang tidak memiliki pemahaman dasar tentang kata-kata yang berhubungan dengan asuransi seperti premi dan klaim. Kedua, individu di pedesaan tidak memperoleh informasi yang cukup karena strategi pemasaran yang tidak efisien dan lebih berkonsentrasi pada wilayah metropolitan dan kelas menengah atas. Ketiga, asuransi dianggap tidak penting karena rasa solidaritas yang kuat di Indonesia, yang memungkinkan masyarakat mengelola risiko keuangan dengan bantuan keluarga atau komunitasnya.

Studi ini juga menunjukkan bagaimana keterlibatan tokoh masyarakat dalam pendidikan asuransi dan tidak adanya sosialisasi dari perusahaan asuransi berkontribusi terhadap rendahnya pemahaman ini. Oleh karena itu, taktik komunikasi dan edukasi yang lebih baik diperlukan untuk meningkatkan literasi asuransi, termasuk penciptaan produk yang mempertimbangkan norma dan nilai budaya pasar lokal. Untuk mendorong lebih banyak

keterlibatan dalam program asuransi, yang pada akhirnya dapat memberikan keamanan finansial yang lebih baik bagi individu dan masyarakat secara keseluruhan, upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap asuransi sangatlah penting.

DAFTAR REFERENSI

- Asmayawati, A. (2019). *Tingkat Pemahaman Masyarakat Kaligandu Kota Serang Banten Terhadap Asuransi Syariah (Studi Deskriptif Pada Masyarakat Kaligandu Kota Serang Banten)*. 66, 68–69.
- FIRA, M., Nurdin, A., Fitria, U., & Kurnia, R. (2024). PEMAHAMAN MASYARAKAT PEDESAAN TERHADAP MANFAAT ASURANSI KESEHATAN INDONESIA. *Public Health Journal*, 1(2).
- Handayani, S., Izwana, R., & Porwanto, M. A. (2024). Analisis Faktor Pemilihan Nasabah pada Produk Asuransi Pendidikan. *Musyteri: Neraca Manajemen Ekonomi*, 5(10).
- Hariyadi, E., & Triyanto, A. (2020). Peran Agen Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Tentang Asuransi Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 19–38. <https://doi.org/10.46899/jeps.v5i1.164>
- Hasanah, N., & Hastriana, A. Z. (2024). AKAD-AKAD DALAM ASURANSI SYARIAH. *Sahaja: Journal Sharia and Humanities*, 3(1), 243–256.
- Kasim, A. (2021). Penerapan Sistem Akuntansi Syariah Dalam Asuransi Syariah Di Indonesia. *Al-'Aqdu: Journal of Islamic Economics Law*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.30984/ajiel.v1i1.1469>
- Kusmawati, L., & Ginanjar S, G. (2016). Peningkatan Kemampuan Pemahaman Konsep Perkalian Melalui Pendekatan Pembelajaran Konstruktivisme Pembelajaran Matematika Di Kelas 3 Sdn Cibaduyut 4. *Didaktik : Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 1(2), 262–271. <https://doi.org/10.36989/didaktik.v1i2.32>
- Langka, E. (2013). Pemahaman Masyarakat Terhadap Produk Murabahah Di BNI Syariah Cabang Makasar. *Pemahaman Masyarakat Terhadap Produk Murabahah Di BNI Syariah Cabang Makasar*, 53(9), 1689–1699.
- Maryaningsih, R. (2023). Analisis Kesalahan Siswa Dalam Menulis Kata Baku Dan Tidak Baku Pada Mata Pelajaran Bahasa Indonesia. *MEMACE: Jurnal Linguistik, Pendidikan Bahasa Indonesia, Dan Asing*, 1(2), 55–59. <https://doi.org/10.55681/memace.v1i2.947>
- Ramadhan, T. (2022). Akad-Akad Dalam Asuransi Syariah. *Sahaja*, 1(1), 45–56. <https://doi.org/10.61159/sahaja.v1i1.12>
- Sari, A. M., & Aslami, N. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Asuransi Syariah. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 57–72. <https://doi.org/10.47467/manageria.v2i1.870>
- Sari, R. . (2013). Studi Deskriptif tentang Pemahaman Guru Matematika SMA terhadap Materi Geometri di Kecamatan Tampan Pekanbaru. *Slideshare.Net*, 2(1), 545–555.

<https://www.slideshare.net/ALBICEE/lembar-observasi-siswa-50178674>

Tambunan, E. R., & Lubis, F. A. (2022). Tingkat Pemahaman Masyarakat Kota Binjai terhadap Asuransi Syariah pada PT Prudential Syariah Binjai. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(2), 420–429. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i2.1414>

Zainarti. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Reformulasi Sumber Daya Manusia Berkarakter Islami*.