



## Inovasi Produk Asuransi Syariah : Tinjauan Literatur terhadap Tren Pasar dan Preferensi Konsumen

Pristiwanto Bani

Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi Trisakti, Jakarta, Indonesia

Alamat: Jl. Jenderal Ahmad Yani No. 85 RT.15/Rw.7, Kayu Putih, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Jakarta 13210

Korespondensi penulis: [pristiwanto.bani@gmail.com](mailto:pristiwanto.bani@gmail.com)

**Abstract :** *This study aims to conduct a narrative review of the sharia insurance product innovation literature, focusing on market trends and consumer preferences. This study is intended to provide a comprehensive understanding of the current developments in the Sharia insurance industry and identify opportunities for future product innovation. This literature review uses a narrative literature review method, conducted using academic databases from leading books and articles such as Scopus, Google Scholar and Web of Science. Searches using the keywords “product innovation,” “sharia insurance or takaful,” “market trends,” and “consumer preferences” resulted in a selection of relevant articles, which were then analyzed and categorized based on the main themes of sharia insurance market trends, consumer preferences, and product innovation. The review period covers publications from 2015 to 2024 to capture the current dynamics in the industry. The review results show a significant increase in interest in sharia insurance, especially after the global financial crisis. Market trends show a steady growth in adopting Sharia insurance across countries, with increasing consumer preference for products under Islamic principles. Product innovation has evolved from traditional models such as Mudarabah and Wakalah to more sophisticated approaches, including hybrid and Waqf-based products. The study also reveals the need for more diverse products tailored to the specific needs of local markets. The review highlights the need for further research on innovative Takaful product development. Sharia Insurance companies need to focus on better understanding consumer preferences and developing products that comply with Shariah principles and offer competitive added value. In addition, there is a need to explore the integration of digital technologies in the development and distribution of Takaful products. The study provides a comprehensive view of the current landscape of product innovation in the Takaful industry, emphasising market trends and consumer preferences. The review not only fills the gap in the existing literature but also provides a foundation for future research in this emerging field.*

**Keywords:** *Sharia Insurance, Product Innovation, Market Trends, Consumer Preferences*

**Abstrak :** Studi ini bertujuan untuk melakukan tinjauan narrative terhadap literatur yang berkaitan dengan inovasi produk asuransi syariah, dengan fokus pada tren pasar dan preferensi konsumen. Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan pemahaman komprehensif tentang perkembangan terkini dalam industri asuransi syariah dan mengidentifikasi peluang untuk inovasi produk di masa depan. Tinjauan literatur ini menggunakan metode narrative literature review, dilakukan dengan menggunakan database akademik dari buku dan artikel terkemuka seperti Scopus, Google Scholar dan Web of Science. Pencarian dengan menggunakan kata kunci “inovasi produk,” “asuransi syariah or takaful,” “tren pasar,” dan “preferensi konsumen”, menghasilkan pemilihan artikel yang relevan, yang kemudian dianalisis dan dikategorikan berdasarkan tema utama yaitu tren pasar asuransi syariah, preferensi konsumen, dan inovasi produk. Periode tinjauan mencakup publikasi dari tahun 2015 hingga 2024 untuk menangkap dinamika terkini dalam industri. Hasil tinjauan menunjukkan peningkatan signifikan dalam minat terhadap asuransi syariah, terutama setelah krisis keuangan global. Tren pasar menunjukkan pertumbuhan yang stabil dalam adopsi asuransi syariah di berbagai negara, dengan preferensi konsumen yang semakin meningkat terhadap produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Inovasi produk telah berkembang dari model-model tradisional seperti Mudharabah dan Wakalah menuju pendekatan yang lebih canggih, termasuk produk hybrid dan berbasis Waqf. Studi juga mengungkapkan kebutuhan akan produk yang lebih beragam dan disesuaikan dengan kebutuhan spesifik pasar lokal. Tinjauan ini menyoroti perlunya penelitian lebih lanjut tentang pengembangan produk asuransi syariah yang inovatif. Perusahaan asuransi syariah perlu memfokuskan upaya mereka pada pemahaman yang lebih baik tentang preferensi konsumen dan mengembangkan produk yang tidak hanya memenuhi prinsip-prinsip syariah tetapi juga menawarkan nilai tambah yang kompetitif. Selain itu, ada kebutuhan untuk mengeksplorasi integrasi teknologi digital dalam pengembangan dan distribusi produk asuransi syariah. Studi ini memberikan pandangan komprehensif tentang lanskap terkini inovasi produk dalam industri asuransi syariah, dengan penekanan khusus pada tren pasar dan preferensi konsumen. Tinjauan ini tidak hanya

mengisi kesenjangan dalam literatur yang ada tetapi juga menyediakan landasan untuk penelitian masa depan dalam bidang yang berkembang ini.

**Kata kunci:** Asuransi Syariah, Inovasi Produk, Tren Pasar, Preferensi Konsumen

## **1. LATAR BELAKANG**

Perkembangan asuransi syariah (Takaful) merupakan bidang minat yang signifikan bagi pasar keuangan dan para akademisi keuangan Islam. Dengan pesatnya pertumbuhan industri keuangan Islam global, pemahaman tentang inovasi dalam produk asuransi syariah dan tren pasar serta preferensi konsumen menjadi sangat penting. Asuransi syariah terus mengalami perkembangan pesat dalam menanggapi perubahan tren pasar dan preferensi konsumen global maupun lokal. Inovasi produk menjadi kunci utama dalam memastikan relevansi dan daya saing asuransi syariah di tengah perkembangan kebutuhan masyarakat modern yang semakin kompleks. Melalui inovasi yang berorientasi pada tren pasar dan preferensi konsumen, asuransi syariah tidak hanya mampu meningkatkan daya tariknya di kalangan konsumen muslim, tetapi juga menjadi alternatif perlindungan yang inklusif bagi masyarakat umum. Langkah ini dapat memperkuat posisi asuransi syariah sebagai bagian integral dari sistem keuangan global yang berkelanjutan dan beretika.

### **Konsep Asuransi syariah**

Asuransi syariah merupakan salah satu instrumen keuangan yang dirancang untuk memberikan perlindungan kepada individu atau kelompok berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Sebagai bagian dari sistem keuangan syariah, asuransi syariah mengedepankan nilai-nilai keadilan, kerja sama, dan tanggung jawab sosial. Prinsip-prinsip dasar asuransi syariah berakar pada hukum Islam, menekankan nilai-nilai etika dan moral, pembagian risiko, dan dukungan masyarakat. Tidak seperti asuransi konvensional, yang sering menggabungkan unsur-unsur riba (riba), spekulasi (maysir), dan ketidakpastian (gharar), asuransi syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip yang mempromosikan saling membantu dan solidaritas sosial. Prinsip utama asuransi syariah meliputi berbagi risiko dimana asuransi syariah berfokus pada pembagian risiko di antara peserta daripada mentransfernya, menumbuhkan rasa kebersamaan dan kerjasama (Syuhada dan Mursyid, 2024). Dalam asuransi syariah terdapat dana tabarru' dimana kontribusi diberikan sebagai sumbangan (tabarru') ke dana bersama, yang digunakan untuk mendukung anggota pada saat dibutuhkan, menghindari perhitungan berbasis untung-untungan. Asuransi syariah mengikuti kepatuhan syariah dimana Dewan Pengawas Syariah (DPS) memastikan bahwa semua operasi mematuhi prinsip-prinsip Islam, memberikan

pengawasan dan bimbingan (Lubis, 2024). Perbedaan dari asuransi konvensional yaitu, asuransi syariah didasarkan pada hukum Islam, sedangkan asuransi konvensional mengikuti peraturan keuangan sekuler (Eriyanto et al., 2024). Asuransi konvensional sering melibatkan bunga dan praktik spekulatif, yang dilarang dalam asuransi syariah (Ramadhan dan Fahlevi, 2023). Dan asuransi syariah menekankan kesejahteraan kolektif dan tanggung jawab etis, kontras dengan sifat asuransi konvensional yang digerakkan oleh keuntungan (Syamsuri et al., 2024).

### **Inovasi Produk**

Inovasi dalam produk asuransi syariah menjadi hal yang semakin mendesak seiring dengan perubahan preferensi konsumen dan dinamika kebutuhan masyarakat modern. Sebagai salah satu instrumen keuangan berbasis syariah, asuransi syariah dituntut untuk tidak hanya mematuhi prinsip-prinsip syariah tetapi juga mampu menawarkan produk yang kompetitif, relevan, dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Dalam teori Diffusion of Innovation (Rogers, 2003), menjelaskan bagaimana inovasi diterima oleh masyarakat melalui lima tahapan: awareness, interest, evaluation, trial, dan adoption. Dalam konteks asuransi syariah, penyebaran inovasi bergantung pada sejauh mana produk tersebut dapat memenuhi nilai-nilai syariah sambil tetap menawarkan manfaat yang unggul dibandingkan produk konvensional. Menurut Kamali (2008), inovasi produk asuransi syariah harus selaras dengan tujuan syariah (*maqāḥid al-sharī'ah*), yaitu melindungi agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Teori ini menjadi dasar untuk memastikan bahwa setiap produk tidak hanya memenuhi kebutuhan finansial tetapi juga memberikan dampak positif pada kehidupan spiritual dan sosial peserta. Teori Value Co-Creation menekankan kolaborasi antara perusahaan dan pelanggan dalam menciptakan nilai. Dalam konteks asuransi syariah, pelanggan dapat dilibatkan dalam merancang produk melalui survei, forum, atau diskusi komunitas, sehingga produk yang dihasilkan lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar (Prahalad dan Ramaswamy, 2004). Teori Behavioral Economics menjelaskan bahwa preferensi pasar sering kali dipengaruhi oleh perilaku non-rasional yang mencerminkan bias dan heuristik. Inovasi produk asuransi syariah dapat memanfaatkan teori ini untuk memahami pola pengambilan keputusan konsumen dan mendesain produk yang lebih menarik bagi segmen pasar tertentu (Kahneman, 2011).

## **Tren Pasar**

Teori yang berhubungan dengan tren pasar asuransi syariah mencakup berbagai disiplin ilmu seperti ekonomi, pemasaran, perilaku konsumen, dan manajemen strategis. Teori-teori ini membantu menjelaskan bagaimana tren pasar terbentuk, bagaimana konsumen merespons, dan bagaimana perusahaan dapat beradaptasi atau memanfaatkan tren untuk menciptakan nilai. Teori Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle Theory) oleh Kotler dan Keller (2016), memberikan konsep bahwa produk di pasar memiliki siklus kehidupan yang terdiri dari empat tahap: pengenalan, pertumbuhan, kedewasaan, dan penurunan. Relevansi dengan tren pasar asuransi syariah sering dipengaruhi oleh posisi suatu produk dalam siklus ini. Seperti, produk dalam tahap pengenalan sering memanfaatkan tren untuk menarik perhatian pasar, sementara produk di tahap penurunan mungkin kehilangan daya tarik karena tren berubah. Teori Kompetisi Pasar (Market Competition Theory) oleh Wilson dan Kunkel (2019), menyatakan pasar dibentuk oleh persaingan antara pelaku usaha untuk menarik konsumen. Jenis persaingan bisa berupa harga, kualitas, atau inovasi. Relevansi dengan tren pasar asuransi syariah sering kali mendorong perusahaan untuk bersaing lebih inovatif, misalnya melalui digitalisasi atau keberlanjutan. Tren asuransi syariah ditandai dengan kepatuhannya terhadap prinsip-prinsip Islam, membedakannya secara signifikan dari asuransi konvensional. Fitur utama asuransi syariah termasuk pembagian risiko, investasi, etis, dan dukungan masyarakat, yang selaras dengan nilai-nilai Islam. Pendekatan ini menumbuhkan lingkungan kerja sama di antara peserta, kontras dengan sifat asuransi konvensional yang digerakkan oleh keuntungan.

## **Preferensi Konsumen**

Konsep “teori preferensi pasar” (teori preferensi pasar) berkisar pada pemahaman bagaimana pilihan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk utilitas, atribut produk, dan persepsi individu. Teori ini memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumen dengan menyoroti proses pengambilan keputusan yang memandu kebiasaan pembelian. Teori pilihan konsumen meneliti bagaimana individu mengalokasikan sumber daya mereka yang terbatas untuk memaksimalkan kepuasan, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti harga, kualitas, dan preferensi pribadi (Valentia, 2023). Konsumen sering memprioritaskan atribut seperti warna, kebersihan, dan harga ketika memilih produk, sebagaimana dibuktikan oleh studi tentang preferensi beras di Cikarang, di mana warna merupakan faktor paling signifikan yang mempengaruhi pilihan (Adriyan et al., 2024). Dalam konteks belanja online, preferensi konsumen dibentuk oleh nilai-nilai seperti keluarga dan kesuksesan, dengan persentase signifikan konsumen yang menyukai platform seperti Shopee

untuk kenyamanan dan efektivitas biaya (Roseh dan Pasaribu, 2023 ; Rosseh dan Pasaribu, 2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen online termasuk hiburan, personalisasi, dan kualitas informasi yang tersedia, yang meningkatkan pengalaman berbelanja (Rosseh dan Pasaribu, 2024). Preferensi konsumen mencerminkan suka atau tidak suka individu terhadap produk, yang dibentuk melalui persepsi dan pengalaman pribadi (Ruggeri, 2022). Memahami preferensi ini sangat penting bagi perusahaan asuransi syariah untuk menyesuaikan penawaran dan strategi pemasaran mereka secara efektif. Teori preferensi pasar memberikan wawasan berharga tentang perilaku konsumen, penting untuk menyadari bahwa faktor eksternal, seperti kondisi ekonomi dan pengaruh budaya, juga dapat secara signifikan mempengaruhi pilihan dan preferensi konsumen.

Tinjauan pustaka ini bertujuan untuk memberikan analisis mendalam tentang wacana ilmiah terkini tentang pengembangan asuransi syariah, perbandingannya dengan asuransi konvensional, tren pasar, faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen, dan peluang untuk inovasi produk dalam sektor asuransi syariah. Dengan mengkaji studi terkini dan mengidentifikasi kesenjangan dalam literatur, tinjauan ini berupaya untuk menawarkan wawasan tentang dinamika pengembangan produk asuransi yang sesuai dengan syariah dan keselarasannya dengan kebutuhan pasar dan prinsip-prinsip Islam.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode narrative literature review. Narrative literature review adalah metode tinjauan pustaka yang digunakan untuk merangkum, mengevaluasi, dan mensintesis informasi dari berbagai sumber literatur secara deskriptif. Metode ini sering digunakan untuk memberikan pemahaman umum terhadap topik tertentu, mengidentifikasi kesenjangan penelitian, dan menyediakan konteks bagi penelitian baru. Karakteristik narrative literature review: (1) berfokus pada narasi alur ide, konsep, dan hasil studi yang relevan, (2) fleksibilitas dimana metode ini tidak terikat pada prosedur seleksi literatur yang ketat, (3) memungkinkan eksplorasi luas, dan (4) tidak replikasi dimana metode ini biasanya dilakukan untuk mengeksplorasi area penelitian baru atau memberikan pemahaman awal (Baumeister dan Leary, 1997 ; Green et al., 2006).

Tahapan metode narrative literature review dilakukan dengan enam langkah. Langkah pertama dengan melakukan identifikasi topik atau masalah penelitian dengan menentukan topik atau permasalahan utama yang akan ditinjau. Tahap ini menjelaskan secara rinci ruang lingkup penelitian, tujuan, dan signifikansinya (Torraco, 2005). Langkah kedua mengumpulkan

literatur yang relevan dengan cara literatur dikumpulkan berdasarkan relevansi terhadap topik penelitian. Sumber literatur berasal dari jurnal ilmiah, buku, laporan, atau artikel yang terpercaya, pencarian dilakukan melalui database Scopus, ScienceDirect, dan Google Scholar. Menggunakan kata kunci spesifik yang relevan dengan topik untuk memastikan bahwa semua literatur yang signifikan teridentifikasi dengan kata kunci “inovasi produk,” “asuransi syariah or takaful,” “tren pasar,” dan “preferensi konsumen”, dengan periode tinjauan mencakup publikasi dari tahun 2015 hingga 2024 (Snyder, H., 2019). Langkah ketiga dengan mengevaluasi dan seleksi literatur, setelah literatur dikumpulkan, kami mengevaluasi kualitas, relevansi, dan kredibilitas setiap literatur serta memilih literatur yang paling relevan dan berkualitas tinggi untuk dimasukkan ke dalam tinjauan. Kriteria seleksi meliputi keterbaruan, metodologi, dan relevansi dengan tujuan penelitian (Green et al., 2006). Langkah keempat melakukan analisis literatur secara tematik. Kami mengidentifikasi pola, hubungan, celah penelitian, dan kontribusi masing-masing literatur terhadap pemahaman topik secara keseluruhan serta mengelompokkan informasi ke dalam tema-tema kunci yang relevan dengan penelitian (Baumeister dan Leary, 1997). Langkah kelima melakukan sintesa dan penyajian temuan dari berbagai literatur disintesis dan disajikan secara naratif. Struktur penyajian berbasis tema, kronologi, atau metodologi, berdasarkan tujuan penelitian serta menyajikan argumen kritis mengenai implikasi temuan untuk bidang studi (Jesson et al., 2011). Langkah terakhir adalah menyusun hasil review menjadi naskah yang sistematis dimana setiap bagian mengalir secara logis dengan argumen yang kuat dengan menambahkan bagian diskusi untuk memberikan refleksi kritis mengenai literatur dan rekomendasi penelitian lebih lanjut (Grant dan Booth, 2009).

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pencarian literatur dengan kata kunci “inovasi produk,” “asuransi syariah or takaful,” “tren pasar,” dan “preferensi konsumen”, dengan periode tinjauan mencakup publikasi dari tahun 2015 hingga 2024 menghasilkan literature – literatur yang relevan dengan tujuan penelitian. Hasil tinjauan literatur menunjukkan dengan jelas bahwa tren inovasi produk asuransi syariah saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, terutama dalam hal penyediaan produk yang secara optimal sesuai dengan prinsip syariah dan kebutuhan pasar yang semakin beragam. Inovasi tersebut meliputi polis asuransi dengan manfaat tambahan yang lebih relevan dan sesuai dengan prinsip syariah, proses klaim yang jauh lebih transparan dan mudah diakses, serta penawaran harga yang benar-benar kompetitif di pasaran. Literatur

yang ditinjau kami kelompokan berdasarkan tujuan penelitian dan dilakukan sintesa berdasarkan tujuan dan pertanyaan penelitian.

### **Perkembangan Asuransi syariah**

Bagian ini fokus pada pertanyaan penelitian tentang perkembangan asuransi syariah, memberikan gambaran umum yang komprehensif tentang pertumbuhan dan tantangan pasar asuransi syariah global. Mensintesisasikan studi terkini untuk menyoroti pengaruh signifikan lembaga politik di negara-negara OKI terhadap konsumsi asuransi syariah, ketahanan asuransi syariah selama tekanan ekonomi seperti pandemi COVID-19, dan tantangan efisiensi yang dihadapi perusahaan asuransi syariah dibandingkan dengan asuransi konvensional. Selain itu, bagian ini menggarisbawahi peran penting kerangka regulasi, hukum, dan kebutuhan akan inovasi dan teknologi dalam pembangunan berkelanjutan industri asuransi syariah di kawasan seperti Bangladesh dan Indonesia. Secara kolektif, wawasan ini menunjukkan bahwa menangani efisiensi politik, ekonomi, dan manajemen sangat penting untuk perluasan pasar asuransi syariah secara global.

#### **a. Perkembangan Pasar Asuransi syariah Global**

Studi terbaru memberikan pemahaman bernuansa tentang pertumbuhan dan tantangan yang dihadapi pasar asuransi syariah global. Mohamad et al. (2022) mengungkapkan bahwa lembaga politik secara signifikan memengaruhi konsumsi asuransi syariah di negara-negara OKI, yang menunjukkan lingkungan kelembagaan unik yang dapat mendorong pertumbuhan pasar asuransi syariah di wilayah ini. Sebaliknya, studi ini tidak menemukan dampak serupa di negara-negara berkembang non-OKI, yang menunjukkan potensi hambatan pertumbuhan atau dinamika pasar yang berbeda. As-Salafiah (2024), berfokus pada Indonesia, menunjukkan bahwa sementara pandemi COVID-19 berdampak negatif pada efisiensi asuransi konvensional, asuransi syariah tetap tangguh, mengisyaratkan ketahanan model asuransi syariah di bawah tekanan ekonomi. Furqan et al. (2023), membandingkan efisiensi asuransi syariah versus asuransi konvensional di Pakistan, menyoroti perlunya perusahaan Asuransi syariah untuk meningkatkan berbagai efisiensi untuk meningkatkan kehadiran pasar mereka. Terakhir, Bossalem et al. (2022), mengevaluasi industri asuransi syariah Qatar, menggarisbawahi pasar asuransi syariah yang relatif kecil namun dikelola secara efektif, yang dapat menjadi model bagi negara-negara Arab lainnya. Secara kolektif, temuan ini menggarisbawahi potensi pasar asuransi syariah untuk berkembang secara global, asalkan efisiensi politik, ekonomi, dan manajemen ditangani.

## b. Regulasi dan Kerangka Hukum

Perkembangan industri asuransi syariah di Bangladesh dan Indonesia sangat dipengaruhi oleh kerangka regulasi dan hukum. Tinjauan yang dilakukan oleh Lubaba et al. (2022), menyoroti peran penting kerangka regulasi yang canggih di samping pengembangan kumpulan bakat dan promosi kesadaran dan pendidikan di sektor asuransi syariah. Lebih jauh, hal ini menekankan pentingnya inovasi dan teknologi dalam menciptakan lapangan bermain yang setara dengan asuransi konvensional untuk meningkatkan pertumbuhan industri asuransi syariah di kedua negara. Tantangan dan rekomendasi khusus untuk setiap negara juga dibahas, memberikan wawasan berharga bagi para pembuat kebijakan dan pemangku kepentingan yang bertujuan pada pembangunan berkelanjutan sektor asuransi syariah (Lubab et al., 2022).

Meskipun semakin banyak literatur tentang asuransi syariah, masih terdapat kesenjangan yang signifikan, khususnya dalam memahami dinamika perkembangannya di berbagai wilayah geografis dan dalam berbagai kondisi ekonomi. Khususnya, dampak lembaga politik terhadap konsumsi asuransi syariah di negara-negara OKI dibandingkan negara-negara berkembang non-OKI masih kurang dieksplorasi. Lebih jauh lagi, dampak diferensial pandemi COVID-19 terhadap asuransi syariah dibandingkan asuransi konvensional di pasar-pasar tertentu, seperti Indonesia, menghadirkan jalan lain untuk penelitian. Terakhir, efisiensi dan kinerja keuangan perusahaan asuransi syariah di pasar-pasar berkembang dan negara-negara tertentu seperti Pakistan dan Qatar menawarkan wawasan, tetapi juga menyoroti perlunya analisis komparatif di berbagai konteks ekonomi yang lebih beragam. Untuk mengatasi kesenjangan ini, agenda penelitian berikut diusulkan adalah menyelidiki pengaruh stabilitas politik terhadap pertumbuhan dan efisiensi industri Takaful di berbagai negara, termasuk negara berkembang OKI dan non-OKI.

### **Tren Pasar Asuransi syariah**

Studi terbaru memberikan wawasan tentang perbedaan dan persamaan antara asuransi konvensional dan asuransi syariah, dengan fokus pada tren pasar, penawaran produk, dan cakupan. Rifas et al. (2023), menyoroti dasar asuransi syariah, menekankan kepatuhannya terhadap prinsip-prinsip syariah, yang membedakannya dari asuransi konvensional dengan menghindari unsur-unsur yang dianggap berbahaya dalam Islam. Sementara itu, Rifas et al. (2023) dan mitranya Nasir et al. (2022), yang tampaknya membahas studi yang sama,

menyelidiki sektor asuransi perjalanan di Malaysia, membandingkan Asuransi Perjalanan dengan Asuransi Perjalanan Syariah. Mereka mengungkapkan kesenjangan yang signifikan dalam ketersediaan rencana antara keduanya, dengan rencana asuransi syariah lebih sedikit tetapi menggabungkan fitur-fitur unik yang memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, seperti Qurban dan Wakaf, dan menanggapi secara inovatif tantangan kontemporer seperti pandemi COVID-19. Temuan-temuan ini menggarisbawahi pentingnya penawaran yang sesuai dengan syariah di pasar asuransi dan menunjukkan ceruk yang berkembang untuk produk-produk asuransi syariah yang selaras dengan nilai-nilai Islam sambil memenuhi kebutuhan konsumen modern. Tidak seperti asuransi konvensional, asuransi syariah menghindari transaksi berbasis bunga, memastikan kepatuhan terhadap hukum Islam dan mempromosikan keadilan dalam transaksi keuangan (Syuhada dan Mursyid, 2024 ; Izaty et al., 2024). Prinsip mudharabah (bagi hasil) dan musyarakah (usaha patungan) diterapkan untuk mengelola dana secara transparan, memastikan bahwa semua peserta diperlakukan secara adil (Pramono et al., 2024).

Meskipun ada analisis mendalam tentang asuransi syariah (Takaful) dan perkembangannya di Malaysia yang disediakan oleh penelitian yang ada, masih ada beberapa kesenjangan penelitian dalam memahami tren di pasar asuransi syariah. Untuk mengatasi kesenjangan ini, kami mengusulkan agenda penelitian berikut pemeriksaan persepsi dan pemahaman konsumen tentang asuransi syariah dibandingkan dengan asuransi konvensional, untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan dan preferensi mereka. Analisis dampak perubahan regulasi terhadap pertumbuhan industri asuransi syariah dan strategi yang diadopsi oleh operator asuransi syariah untuk menavigasi perubahan ini. Investigasi tentang peran kemajuan teknologi dalam membentuk masa depan asuransi syariah dan meningkatkan daya tariknya bagi khalayak yang lebih luas. Area-area ini akan memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman lebih mendalam tentang dinamika pasar asuransi berbasis syariah.

### **Preferensi Konsumen dalam Asuransi syariah**

Bagian ini membahas pertanyaan penelitian tentang preferensi konsumen dalam asuransi syariah yang mengungkap bahwa faktor intrinsik dan ekstrinsik secara signifikan memengaruhi pilihan konsumen. Studi oleh Chetioui et al. (2024), menunjukkan bahwa religiusitas, kualitas layanan, keunggulan komparatif, dan sikap konsumen terhadap kompleksitas produk memainkan peran penting. Selain itu, penelitian oleh Rumaf et al. (2024), menggarisbawahi pentingnya edukasi konsumen tentang prinsip-prinsip Syariah untuk meningkatkan penerimaan

produk asuransi syariah. Temuan ini menyoroti berbagai faktor penentu preferensi konsumen di sektor asuransi syariah.

a. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pilihan Konsumen

Dalam mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam asuransi syariah, dua penelitian memberikan wawasan tentang aspek sosial-ekonomi dan kualitas layanan yang mempengaruhi pilihan konsumen. Chetioui et al. (2024), menyoroti pentingnya keunggulan komparatif, religiusitas, dan sikap positif terhadap adopsi asuransi syariah di Maroko, dengan mencatat dampak negatif dari persepsi kompleksitas. Lestari et al. (2024), menekankan pentingnya kualitas layanan dan keunggulan produk dalam membentuk preferensi masyarakat terhadap perusahaan asuransi syariah di Desa Sikara Kara 1, Kabupaten Natal Madina. Kedua penelitian secara kolektif menunjukkan bahwa nilai-nilai intrinsik seperti religiusitas dan faktor-faktor eksternal seperti kualitas layanan secara kritis menentukan preferensi konsumen di pasar asuransi Islam.

b. Persepsi Konsumen terhadap Produk Asuransi syariah

Temuan utama dari penelitian Rumaf (2024), bahwa tingkat pemahaman prinsip-prinsip syariah secara signifikan mempengaruhi persepsi dan penerimaan konsumen terhadap produk asuransi syariah. Penelitian ini menyoroti perlunya perusahaan asuransi syariah untuk fokus mendidik calon klien mereka tentang aspek kepatuhan syariah dari produk mereka untuk meningkatkan tingkat adopsi. Preferensi pasar dalam asuransi syariah meliputi keberlanjutan dan kepatuhan syariah dimana pasar asuransi syariah cenderung sensitif terhadap isu kepatuhan syariah. Transparansi dalam pengelolaan dana, pembagian surplus underwriting, dan kebijakan investasi menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen. Konsumen semakin mengutamakan kemudahan dalam mengakses produk, baik melalui kanal digital maupun melalui jaringan mitra seperti bank syariah dan lembaga keuangan mikro syariah. Manfaat yang kompetitif, preferensi pasar menunjukkan bahwa produk asuransi syariah yang menawarkan manfaat tambahan, seperti pengembalian dana atau pembagian surplus, memiliki daya tarik lebih tinggi dibandingkan produk yang hanya fokus pada proteksi. Peningkatan literasi keuangan syariah dimana preferensi konsumen dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan syariah. Kampanye edukasi yang efektif dapat meningkatkan minat dan kepercayaan terhadap produk asuransi syariah.

Meskipun penelitian terkini telah menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap asuransi syariah, masih ada beberapa kesenjangan yang dapat diatasi oleh penelitian di masa mendatang. Pertama, interaksi antara faktor sosial ekonomi dan efektivitas strategi pemasaran terhadap adopsi asuransi Islam perlu dieksplorasi lebih lanjut. Kedua, dampak kualitas layanan terhadap preferensi konsumen telah dipelajari di lokasi tertentu, menunjukkan perlunya penelitian di berbagai lokasi geografis dan budaya untuk memahami perilaku konsumen yang lebih luas. Terakhir, meskipun faktor-faktor sosial dan antropologis yang mempengaruhi adopsi asuransi syariah telah diidentifikasi, peran transformasi digital dalam membentuk preferensi konsumen dalam asuransi syariah masih kurang dieksplorasi.

### **Inovasi dan Strategi Pengembangan Produk Asuransi syariah**

Bagian ini, fokus pada tujuan penelitian tentang inovasi asuransi syariah dalam menangkap peluang dan strategi pengembangan produk, memberikan gambaran singkat tentang strategi dan peluang untuk pengembangan produk di sektor asuransi, khususnya dalam domain asuransi syariah. Studi-studi yang disorot secara kolektif menggarisbawahi dampak signifikan asuransi syariah terhadap pertumbuhan ekonomi, pengurangan kemiskinan, dan mitigasi risiko keuangan di Indonesia dan efek positif kepemimpinan kewirausahaan terhadap inovasi, keunggulan kompetitif, dan keberlanjutan di perusahaan asuransi syariah Yordania. Wawasan ini menunjukkan bahwa memanfaatkan atribut unik asuransi syariah dan menekankan kepemimpinan kewirausahaan dapat menjadi strategi penting untuk meningkatkan nilai kompetitif dan mendorong pengembangan produk di industri asuransi.

#### *a. Identifikasi Kebutuhan Pasar Lokal*

Mengidentifikasi kebutuhan pasar lokal untuk asuransi syariah melibatkan pemahaman berbagai faktor yang mempengaruhi permintaan di berbagai wilayah. Kondisi ekonomi secara signifikan mempengaruhi permintaan asuransi syariah di berbagai wilayah, terutama melalui biaya perawatan kesehatan dan faktor ekonomi makro. Interaksi antara elemen-elemen ini membentuk perilaku konsumen dan pertumbuhan pasar asuransi syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Saleh dan Abida (2024), mengungkapkan wawasan signifikan terhadap faktor penentu profitabilitas perusahaan asuransi komersial dan syariah di Irak, yang menunjukkan strategi potensial untuk pengembangan produk di pasar lokal. Makalah oleh Mustafa et al. (2019), menyoroti bahwa meningkatnya biaya perawatan kesehatan di Malaysia mendorong permintaan untuk Asuransi Kesehatan Medis dan Asuransi syariah, karena individu mencari perlindungan finansial terhadap

perawatan medis yang mahal, terutama di daerah di mana sistem perawatan kesehatan publik kurang dapat diakses atau efisien. Tingkat pendapatan yang lebih tinggi berkorelasi positif dengan permintaan asuransi syariah, karena individu lebih cenderung berinvestasi dalam produk asuransi ketika mereka memiliki pendapatan sekali pakai dimana faktor ekonomi makro seperti pendapatan dan inflasi secara signifikan mempengaruhi permintaan asuransi syariah di seluruh wilayah, dengan urbanisasi juga memainkan peran penting (Akhter dan Khan, 2017). Penelitian oleh Sherif dan Hussnain (2017), menyoroti inflasi yang berdampak pada permintaan asuransi syariah secara bervariasi; meskipun dapat meningkatkan biaya, hal itu juga dapat mendorong konsumen mencari asuransi syariah untuk perlindungan finansial terhadap kenaikan pengeluaran di wilayah Middle East dan North Africa (MENA ). Di kawasan ASEAN, pembangunan sektor keuangan meningkatkan permintaan asuransi syariah, sedangkan di wilayah MENA, faktor sosio-demografis seperti pendidikan dan rasio ketergantungan memainkan peran yang lebih penting (Akhter dan Khan, 2017 ; Sherif dan Hussnain, 2017). Daerah perkotaan menunjukkan permintaan yang lebih tinggi untuk asuransi syariah karena kesadaran dan akses yang lebih baik ke produk keuangan, kontras dengan daerah pedesaan di mana produk tersebut mungkin kurang dipahami (Akhter dan Khan, 2017). Pasar asuransi syariah lokal menunjukkan beberapa karakteristik utama yang membedakannya dari sistem asuransi konvensional. Memahami karakteristik ini sangat penting bagi para pemangku kepentingan yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan jangkauan produk asuransi syariah. Studi oleh UDDIN (2023), mengidentifikasi karakteristik utama pasar asuransi syariah lokal, termasuk keselarasan mereka dengan prinsip-prinsip Islam, potensi pertumbuhan pasar, kerangka hukum, pertimbangan etika, dan tantangan yang ditimbulkan oleh sistem asuransi konvensional, yang sangat penting untuk meningkatkan peran asuransi syariah di Bangladesh. Makalah oleh Hamzeh dan Ghanbarzadeh (2023), mengidentifikasi karakteristik utama pasar asuransi syariah lokal, termasuk ekonomi, sosial, faktor demografis, strategi pemasaran, pendekatan penjualan, dan fitur spesifik produk asuransi syariah, yang sangat penting untuk memahami dan meningkatkan permintaan di industri asuransi Iran. Penelitian oleh Abdurasulov (2024), menekankan pentingnya dukungan regulasi, preferensi konsumen yang berkembang, dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam sebagai faktor signifikan yang mempengaruhi dinamika industri asuransi syariah di Malaysia.

b. *Peningkatan Nilai Tambah Kompetitif*

Subbagian ini mensintesis temuan dari dua penelitian yang mengeksplorasi peran asuransi syariah dalam meningkatkan nilai kompetitif di Indonesia dan Yordania. Penelitian oleh Anugrah et al. (2024), mengungkapkan bahwa asuransi syariah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia dengan mendukung pembangunan nasional, mengurangi kemiskinan, dan mengurangi risiko keuangan, yang secara tidak langsung meningkatkan keunggulan kompetitif. Di Yordania, penelitian oleh Alshurideh et al. (2024), menunjukkan peran penting kepemimpinan kewirausahaan di perusahaan asuransi syariah, menyoroti dampak positifnya pada inovasi organisasi, keunggulan kompetitif, dan keberlanjutan organisasi. Secara keseluruhan, temuan-temuan ini menunjukkan bahwa memanfaatkan aspek-aspek unik dari asuransi syariah dan berfokus pada kepemimpinan kewirausahaan dalam perusahaan-perusahaan ini, dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan nilai tambah kompetitif mereka di pasar masing-masing.

c. *Digitalisasi Layanan*

Inovasi berbasis teknologi seperti penggunaan platform digital untuk distribusi produk, sistem klaim otomatis, dan aplikasi berbasis blockchain telah menjadi tren utama. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga memperluas aksesibilitas produk asuransi syariah. Integrasi teknologi digital dalam pengembangan dan distribusi produk asuransi syariah menghadirkan manfaat yang signifikan dan tantangan penting. Teknologi keuangan digital, seperti blockchain, kecerdasan buatan (AI), dan analitik data besar, dapat meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan dalam kerangka keuangan syariah (Muradova, 2024) ; Sudarmanto et al., 2024). Namun, adopsi teknologi ini harus menavigasi kompleksitas kepatuhan syariah dan risiko keamanan siber (Muradova, 2024; Rahmadhani et al., 2024). Manfaat teknologi digital di asuransi syariah dapat meningkatkan efisiensi operasional seperti: otomatisasi proses seperti manajemen klaim dan penilaian risiko dapat merampingkan operasi (Altwijry et al., 2023). Meningkatkan pengalaman pelanggan dimana teknologi seperti robo-advisory dan big data analytics dapat mempersonalisasi layanan dan meningkatkan keterlibatan pelanggan (Nurhayati, 2023) serta meningkatkan inklusi keuangan dimana platform digital dapat menjangkau populasi yang kurang terlayani, memperluas akses ke produk asuransi syariah (Sudarmanto et al., 2024).

Penggerak utama digitalisasi dalam layanan Asuransi syariah dalam industri asuransi beragam, mencakup kemajuan teknologi, dukungan peraturan, dan harapan konsumen yang berkembang. Elemen-elemen ini secara kolektif mendorong lingkungan yang kondusif untuk inovasi dan pertumbuhan dalam penawaran Asuransi syariah. Adopsi AI, IoT, dan blockchain telah mengubah interaksi pelanggan dan efisiensi operasional dalam layanan Asuransi syariah (Zhang, n.d.). Kemampuan analisis data yang ditingkatkan memungkinkan peningkatan penilaian risiko dan penawaran produk yang dipersonalisasi, penting untuk model unik Asuransi syariah (Doss, 2020). Investasi global yang signifikan di InsurTech telah mendukung pengembangan solusi digital yang disesuaikan untuk Asuransi syariah, meningkatkan kehadiran pasarnya (Sosnovska, 2021). Kemajuan teknologi memfasilitasi penciptaan produk Asuransi syariah inovatif yang memenuhi demografi tertentu, seperti penawaran yang berfokus pada kaum muda yang mengintegrasikan pilihan gaya hidup dengan manfaat finansial (Mustakim et al., 2023 ; "Takafultech reflects the Maqasid al-Shariah ethos in takaful", 2022). Bermitra dengan perusahaan teknologi besar dapat memperluas saluran distribusi dan meningkatkan visibilitas produk Asuransi syariah, mengatasi tekanan kompetitif dari perusahaan asuransi konvensional (Ahmad et al., 2023).

*d. Produk Hybrid*

Inovasi dalam produk Asuransi syariah hibrida terutama didorong oleh kemajuan teknologi, permintaan pasar, dan perubahan peraturan. Penggerak ini secara signifikan berdampak pada industri asuransi dengan meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan mendorong pengembangan produk baru. Kombinasi antara proteksi syariah dengan investasi (unit-linked) semakin populer. Produk ini memberikan fleksibilitas kepada peserta untuk mendapatkan manfaat perlindungan sekaligus pertumbuhan aset yang sesuai dengan prinsip syariah. Penelitian terkini mengeksplorasi berbagai aspek produk asuransi syariah dan pengembangannya. Penelitian telah menguji penerapan maqashid syariah dan fatwa DSN MUI pada produk takaful dana pendidikan, dengan menyoroti perlindungan dalam tiga aspek: akal, kekayaan, dan garis keturunan (Hakim Alfat, 2023). Produk asuransi syariah pemakaman telah diidentifikasi sebagai inovasi potensial, dengan kebutuhan pasar menjadi elemen prioritas tertinggi bagi nasabah Muslim (Saharuddin et al., 2023). Faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan takaful di Malaysia meliputi persepsi, fitur produk, promosi, manfaat, dan kualitas layanan (Idham et al., 2013). Model takaful dan wakaf (ITW)

terintegrasi telah diusulkan untuk meningkatkan manfaat pemegang polis, menggabungkan keuntungan duniawi dan spiritual dengan menginvestasikan sebagian dana premi ke lembaga wakaf (Habibi dan Yudha, 2017). Studi-studi ini berkontribusi pada pengembangan dan peningkatan produk takaful yang berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan konsumen Muslim.

*e. Asuransi Mikro Syariah*

Produk ini dirancang untuk menjangkau masyarakat berpenghasilan rendah, dengan premi yang terjangkau dan manfaat perlindungan yang relevan. Asuransi mikro syariah sering diintegrasikan dengan program pemberdayaan ekonomi masyarakat. Asuransi mikro takaful adalah bentuk asuransi mikro yang sesuai dengan ajaran Islam yang dirancang untuk melindungi dan mendukung individu berpenghasilan rendah dan usaha mikro (Ahmed, 2016). Asuransi ini bertujuan untuk menyediakan inklusi keuangan dan mengurangi kemiskinan dengan menawarkan perlindungan yang terjangkau terhadap berbagai risiko seperti kecelakaan, penyakit, dan kematian (Ghani et al., 2018; Hasim, 2014). Keberlanjutan dana mikro takaful merupakan tantangan utama, dengan usulan untuk memanfaatkan dana zakat sebagai solusi potensial (Ghani et al., 2018, 2019). Namun, pendekatan ini menimbulkan berbagai masalah terkait prinsip Islam tamlik (pengalihan kepemilikan) dalam penyaluran zakat (Ghani et al., 2018). Untuk mengatasi tantangan ini, para peneliti telah mengusulkan kerangka kerja konseptual yang mengintegrasikan mikro takaful dengan dukungan pemerintah, lembaga Islam seperti zakat dan wakaf, serta kontribusi dari organisasi internasional dan LSM (Hasim, 2014). Meskipun manfaatnya potensial, saat ini skema takaful mikro yang tersedia masih terbatas, sehingga menyoroti perlunya penelitian dan pengembangan lebih lanjut di bidang ini (Ghani et al., 2019).

*f. Asuransi Berbasis Wakaf*

Konsep ini memungkinkan peserta untuk memberikan kontribusi wakaf sebagai bagian dari premi, yang kemudian dikelola untuk mendukung program sosial dan keagamaan sesuai dengan prinsip syariah. Asuransi Berbasis Wakaf merupakan produk inovatif yang menggabungkan prinsip wakaf (dana abadi Islam) dan takaful (asuransi Islam). Konsep ini memungkinkan peserta untuk memberikan kontribusi pada dana wakaf sekaligus memperoleh perlindungan asuransi (Ahmad dan Rahman, 2011). Produk ini mematuhi hukum Islam dan telah didukung oleh fatwa dari otoritas agama (Zubaidi, 2020). Produk

ini mengatasi masalah tentang prinsip kepentingan yang dapat diasuransikan dengan membatasi kontribusi wakaf hingga 45% dari nilai polis, dengan sisanya dikembalikan kepada penerima manfaat (Habibaty dan Lathif, 2020). Sistem ini biasanya menggunakan kontrak tabarru' (donasi) untuk pembagian risiko dan mudharabah (pembagian keuntungan) untuk investasi (Harahap dan Harahap, 2023). Meskipun produk perintis di Malaysia dihentikan setelah tujuh tahun, konsepnya terus berkembang, dengan meningkatnya kesadaran dan adopsi wakaf tunai di kalangan umat Islam (Ahmad dan Rahman, 2011; Zubaidi, 2020), produk asuransi syariah berbasis wakaf masih dapat dikembangkan.

Meskipun terdapat wawasan berharga mengenai profitabilitas, kontribusi pertumbuhan ekonomi, dan dinamika kepemimpinan dalam sektor asuransi Islam di berbagai wilayah, beberapa kesenjangan penelitian masih belum tertangani. Kesenjangan ini menyoroti perlunya pemahaman yang lebih mendalam mengenai peluang dan strategi pengembangan produk dalam konteks ini. Untuk memajukan bidang ini, agenda penelitian berikut diusulkan meliputi analisis komparatif inovasi produk dan kepuasan pelanggan antara sektor asuransi Islam dan komersial di berbagai negara, investigasi tentang peran transformasi digital dalam meningkatkan daya saing dan portofolio produk perusahaan asuransi Islam serta studi mendalam tentang perilaku dan preferensi konsumen terhadap produk asuransi Islam di negara-negara non-mayoritas Muslim.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini menekankan pentingnya pemahaman preferensi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku mereka dalam memilih produk asuransi. Tinjauan pustaka menggarisbawahi pentingnya inovasi yang semakin meningkat dalam produk asuransi syariah untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang dan sejalan dengan prinsip-prinsip Islam. Hal ini mengungkapkan bahwa meskipun asuransi syariah telah menunjukkan ketahanan dan pertumbuhan, khususnya di negara-negara OKI, tantangan yang terkait dengan kerangka regulasi, edukasi konsumen, dan kemajuan teknologi masih ada. Tinjauan ini juga menyoroti kesenjangan yang signifikan dalam penelitian saat ini, khususnya dalam memahami perilaku konsumen, dampak transformasi digital, dan analisis komparatif antara produk asuransi Islam dan konvensional. Mengatasi kesenjangan ini melalui penelitian di masa mendatang akan sangat penting bagi pembangunan berkelanjutan industri asuransi syariah. Pada akhirnya,

tinjauan ini menyerukan pendekatan terpadu yang melibatkan para pemangku kepentingan di seluruh industri keuangan Islam untuk mendorong inovasi, meningkatkan penawaran produk, dan melayani komunitas Muslim dan non-Muslim yang tertarik dengan solusi asuransi yang etis dan sesuai Syariah dengan lebih baik.

## DAFTAR REFERENSI

- Ade, E., Eriyanto, F., Mazda, N., Zenila, F., & Sania, R. (2024). Islamic insurance and conventional insurance: What's the difference? *Jurnal Sosial Ekonomi*, 2(2). <https://doi.org/10.31942/jse.v2i2.10134>
- Ahm, E. R., & Uddin, M. (2023). Development of Islamic insurance (Takaful) in Bangladesh: Legal barriers and challenges. *Trabzon İlahiyat Dergisi*. <https://doi.org/10.33718/tid.1374161>
- Ahmad, W. I., & Rahman, A. B. (2011). The concept of Waqf and its application in an Islamic insurance product: The Malaysian experience. *Arab Law Quarterly*, 25, 203-219. <https://doi.org/10.1163/157302511X553994>
- Ahmad, Z., Mokal, M. N., & Rahman, M. (2023). Takaful industry in the era of technological advancement. <https://doi.org/10.54045/jeksyah.v3i02.726>
- Ahmed, M. H. (2016). Micro Takaful insurance as a tool for guaranteeing financing and protecting micro enterprises. *Journal of Business and Financial Affairs*, 1-11. <https://doi.org/10.4172/2167-0234.1000228>
- Akbar, R., & Pasaribu, N. (2023). Preferensi pelanggan terhadap pasar online: Studi kasus Marketplace Shopee. *El-Mal*, 5(3), 1636-1659. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.4772>
- Alshurideh, M., Alsharif, A., Alquqa, E., Hamadneh, S., Al-Hawary, S., Al-Momani, A., & Alawamleh, H. (2024). Entrepreneurial leadership: Key to sustainable innovation and competitiveness in Islamic insurance companies in Jordan.
- Annie, V. (2023). The theory of consumer choice: Understanding the decision-making process. *Social Science Research Network*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4508226>
- Anugrah, A., Samita, S., & Tenriwaru, T. (2024). Strengthening economic growth through Islamic insurance in Indonesia.
- As-Salafiyah, A. (2024). Does the Covid-19 have an impact on the insurance industry? A non-parametric approach to Asuransi syariah and conventional insurance in Indonesia.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1997). Writing narrative literature reviews. *Review of General Psychology*, 1(3), 311-320. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.1.3.311>
- Behzodbek, A. (2024). Navigating the dynamics and evolution of Malaysia's flourishing takaful industry. <https://doi.org/10.60078/2024-vol3-issm-pp421-422>

- Bossalem, A., Ghediri, D., & Serdouk, F. (2022). Evaluating the experience of the state of Qatar in the Islamic Asuransi syariah insurance industry as a pioneering model in the economies of Arab countries during the period (2013-2020).
- Chetioui, Y., Bouchikhi, Y., Lebdaoui, H., Ennassiri, M., Jannah, H., Yunsi, G., Zhar, I., & Ghamas, A. (2024). Modeling the socio-economic factors affecting Islamic insurance adoption: A structural equation modeling analysis.
- Doss, S. (2020). Digital disruption through data science: Embracing digital innovation in the insurance business, 20(3).
- Erwin, F., Mursyid, M., & Syuhada, M. (2024). Mekanisme asuransi berbasis keuangan syariah. *At-Tawazun: Jurnal Ekonomi Syariah/At-Tawazun*, 12(01), 12-22. <https://doi.org/10.55799/tawazun.v12i01.367>.
- Ferrari, R. (2015). Writing narrative style literature reviews. *Medical Writing*, 24(4), 230-235. <https://doi.org/10.1179/2047480615Z.000000000329>
- Fikri, A., Azzahra, F., & Mahatmayana, I. K. M. (2024). Analisis preferensi konsumen terhadap produk beras di Pasar Baru Cikarang Kabupaten Bekasi. *Paspalum*, 12(2). <https://doi.org/10.35138/paspalum.v12i2.740>
- Francesco, R., & Ruggeri, F. (2022). Teori kepuasan konsumen. <https://doi.org/10.31219/osf.io/wmg9r>
- Furqan, M., Ramzan, M., Ullah, B., Hayat, M., Khalil, J., & Shafiq, M. (2023). Assessing the efficiency of Asuransi syariah and insurance companies in emerging markets.
- Ghani, N. A., Sabri, I. I., Yaacob, S. E., Adnan, N. I., Salleh, A. D., Yakob, R., & Redzuan, H. (2019). Penggunaan dana zakat dalam pembangunan takaful mikro: Satu sorotan literatur. *Journal of Fatwa Management and Research*. <https://doi.org/10.33102/jfatwa.vol0no0.273>
- Grant, M. J., & Booth, A. (2009). A typology of reviews: An analysis of 14 review types and associated methodologies. *Health Information and Libraries Journal*, 26(2), 91-108.
- Green, B. N., Johnson, C. D., & Adams, A. (2006). Writing narrative literature reviews for peer-reviewed journals: Secrets of the trade. *Journal of Chiropractic Medicine*, 5(3), 101-117. [https://doi.org/10.1016/S0899-3467\(07\)60142-6](https://doi.org/10.1016/S0899-3467(07)60142-6)
- Habibaty, D. M., & Lathif, A. (2020). Insurance waqf phenomena in the insurable interest perspective. <https://doi.org/10.31330/PENAMAS.V33I2.409>
- Habibi, M., & Candra Yudha, A. T. (2017). Membangun integrated takaful dan wakaf model dalam upaya meningkatkan kemanfaatan pemegang polis. <https://doi.org/10.26740/al-uqud.v1n2.p139-155>
- Hakim, U. H., & Alfat, A. F. (2023). Review of Maqashid Sharia and MUI DSN fatwa on takaful products of education funds at PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta. *DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum*. <https://doi.org/10.35905/diktum.v21i1.4606>
- Harahap, N. K., & Manaf Harahap, A. (2023). Wakaf polis dan sistem investasi asuransi

- syariah dalam perspektif hukum Islam. *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi*.  
<https://doi.org/10.24952/yurisprudencia.v9i2.9824>
- Hasim, H. M. (2014). Developing a conceptual framework of microtakaful as a strategy towards poverty alleviation. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 5, 1-8.
- Helmy, S., Rahmawati, M., & Muhammad, W. A. (2024). Implementation of Sharia insurance in providing sustainable financial protection. *Technium Sustainability*, 6, 25-37.  
<https://doi.org/10.47577/sustainability.v6i.11150>
- Idham, M., Razak, I. R., Yusof, M. M., Jaapar, W. E., & Ali, M. N. (2013). Acceptance determinants towards takaful products in Malaysia. <https://doi.org/10.26740/al-uqud.v1n2.p139-155>
- Ihsan, H. L. (2024). Studi komparatif antara asuransi syariah dengan asuransi konvensional: Sejarah, sumber hukum, maysir, gharar, riba, dewan pengawas syariah, pengelolaan resiko dan premi. *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi*, 10(1), 233-251.  
<https://doi.org/10.24952/yurisprudencia.v10i1.11618>
- Jesson, J., Matheson, L., dan Lacey, F. M. (2011). *Doing your literature review: Traditional and systematic techniques*. London: SAGE Publications.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Kamali, M. H. (2008). *Maqasid al-Shariah Made Simple*. International Institute of Islamic Thought.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
- Lestari, E., Jannah, N., Nasution, J., 2024, Effect of Service Quality and Excellence in Islamic Insurance Products on Community Preferences in Choosing an Islamic Insurance Company in Sikara Kara 1 Village, Natal Kab. Madina
- Lubaba, S., Ahmad, A., Muneeza, A., 2022, Challenges Facing The Development Of Asuransi syariah Industry In Bangladesh And Indonesia: A Review
- Mohamad, M., Noordin, K., Mahani, M., 2022, The Impact of Political Institutions on General Insurance/ Asuransi syariah Consumption: A Comparative Study Between OIC Countries and Non-OIC Developing Countries
- Mohamed, Sherif., Sadia, Hussnain. (2017). Family Takaful in developing countries: the case of Middle East and North Africa (MENA). *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 10(3):371-399. doi: 10.1108/IMEFM-01-2016-0016
- Mustakim, M., Mohd Zameri, S. N. S., Ngabdullah, S. K., bin Mohammad Hatta, M. F., dan Jaafar, M. N. (2023). 4youth takaful in islamic insurance industry: technology and lifestyles. *Jistem Journal of Information Systems and Technology Management*.  
<https://doi.org/10.35631/jistm.833012>
- Nahidah, Mustafa., Fauzilah, Salleh., Asyraf, Afthanorhan., Wan, Norhayate, Wan, Daud., Ahmad, Shukri, Yazid., Norfadzilah, Rashid. (2019). A Systematic Literature Review and Meta-Analysis of Medical Health Insurance and Takaful: Evidence from Malaysia.

- The International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 9(1):1266-1282. doi: 10.6007/IJARBSS/V9-I1/5812
- Nasir, R., Rahman, A., 2022, Better Protection by Taking Travel Asuransi syariah? A Comparison in Malaysia
- Nik Abdul Ghani, N.A., Muhd Adnan, N.I., Salleh, A.D., Yaacob, S.E., Yakob, R., dan Redzuan, H. (2018). Analisis Hukum Penggunaan Dana Zakat untuk Pembangunan Model Takaful Mikro. *Journal of Contemporary Islamic Law*. <https://doi.org/10.26475/jcil.2018.3.2.04>
- Prahalad, C. K., dan Ramaswamy, V. (2004). *The Future of Competition: Co-Creating Unique Value with Customers*. Harvard Business School Press.
- Puteri, Alicia, Ramadhan., Shafa, Olivia, Ananda, Fahlevi. (2023). Asuransi Dalam Perspektif Islam. doi: 10.55606/srjyappi.v1i6.788
- Rifas, A., Rahman, A., Buang, A., 2023, Appraising the Universal Concepts of Insurance and Asuransi syariah: Similarities and Differences
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Rumaf, M., 2024, Societal Behavior Towards Islamic Insurance: A Sociological And Anthropological Perspective On Sharia Economic Law
- Saharuddin, D., Mufraini, M.A., Ghoni, A., Chusna, I., Mulazid, A.S., dan Supriyono, S. (2023). Takaful funeral; an innovation for Islamic insurance product. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*.
- Saleh, B., Abida, M., 2024, Determinants of the Profitability of Commercial and Islamic Insurance Companies in Iraq: An Applied Study (Workers in Iraqi and National Insurance Companies)
- Santi, Nailul, Izaty., Tsania, Umairo., Sabita, Khadiqoh., Aji, Gunawan., Rizky, Andrean. (2024). Financial management in the framework of sharia: exploring the basics of financial management based on islamic teachings. 3(01):48-68. doi: 10.62668/jisef.v3i01.1076.
- Setya, Pramono., Barizatutsani, Barizatutsani., Nisrina, Ulba., W., D., L.. (2024). Application of Sharia Principles in Management Risk on Industry Insurance Sharia. 1(3):123-130. doi: 10.61132/greeninflation.v1i3.55.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339.
- Takafultech reflects the Maqasid al-Shariah ethos in takaful (pp. 203–217). (2022). Routledge eBooks. <https://doi.org/10.4324/9781003262169-14>
- Torraco, R. J. (2005). Writing integrative literature reviews: Guidelines and examples. *Human Resource Development Review*, 4(3), 356–367.
- Waheed, Akhter., Saad, Ullah, Khan. (2017). Determinants of Takāful and conventional

insurance demand: A regional analysis. *Cogent economics dan finance*, 5(1):1291150-1291150. doi: 10.1080/23322039.2017.1291150

Wilson, R. T., dan Kunkel, J. H. (2019). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (13th ed.). McGraw-Hill Education.

Zhang, S. (n.d.). The Impact of Digital Transformation on the Insurance Business Model and Innovative Opportunities. *Financial Engineering and Risk Management*. <https://doi.org/10.23977/ferm.2023.061117>

Zubaidi, A. (2020). Penerapan Wakaf Pada Produk Asuransi syariah. <https://doi.org/10.34005/tahdzib.v3i2.893>