

Menyatukan Langkah, Memajukan Negeri

INSIGHT

Buletin Ekonomi Syariah



OPTIMISME
Asuransi Syariah Capai Pertumbuhan
Produktif 2020



Diterbitkan oleh:
KOMITE NASIONAL EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
Kantor KNEKS, Gedung Permata Kuningan Lantai PH
Jalan Kuningan Mulia No. 9C



FOKUS UTAMA

OPTIMISME Asuransi Syariah Capai Pertumbuhan Produktif 2020

WAWANCARA



07

INDUSTRI ASURANSI SYARIAH "Hadapi Peluang dan Tantangan 2020"

Erwin Noekman – *Direktur Eksekutif Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI)*



11

ALLIANZ SYARIAH "Tingkatkan Kinerja dengan Berinovasi"

Yoga Prasetyo – *Kepala Unit Bisnis Syariah Allianz Life Indonesia*

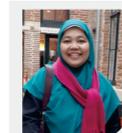
AKADEMIA



15

Mengapa Asuransi Konvensional Tak Sejalan Syariah?

Delil Khairat, MBA – *Vice President Market Underwriter & Client Manager Swiss Re Retakaful*



Nina Mudrikah Hariyati
Pengurus Pusat Masyarakat Ekonomi Syariah (MES)



Khairunnisa Mesari
Dosen Tetap Prodi Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Jember

17

Asuransi Syariah Menjelang Spin-Off 2024, Peluang dan Tantangan



Aditya Hadid Riyadi



Rifka Mustafida



Zahra Nabila Kurnia

21

Penerapan BLOCKCHAIN Sebagai Katalisator Industri Takaful

Pengurus ISEFID chapter Malaysia dan Mahasiswa S2 Islamic Banking and Finance IUI Malaysia



Ventje Rahardjo Soedigno
Executive Director of KNEKS

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur senantiasa kami panjatkan kehadiran Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga Buletin Insight edisi Februari 2020 ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik. Sholawat dan salam juga tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad *Shallallahu'alaihi Wa Sallam* yang merupakan suri tauladan bagi seluruh ummat manusia.

Perkembangan asuransi syariah di Indonesia dimulai sejak didirikannya PT Syarikat Takaful Indonesia (Takaful Indonesia) pada tahun 1994. Kelahiran Takaful Indonesia sebagai *holding company* PT Asuransi Takaful Keluarga dan PT Asuransi Takaful Umum Asuransi Jiwa dan Umum Syariah pertama di Indonesia merupakan hasil dari komitmen dan kepedulian berbagai elemen bangsa terhadap perkembangan ekonomi syariah khususnya asuransi syariah di Indonesia. Kelahiran Takaful Indonesia merupakan buah dari prakarsa berbagai elemen yaitu Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) melalui Yayasan Abdi Bangsa, Bank Muamalat Indonesia Tbk, PT Asuransi Jiwa Tugu Mandiri, Departemen Keuangan Republik Indonesia, para pengusaha Muslim Indonesia. Pertumbuhan asuransi syariah di Indonesia juga telah didukung oleh ketentuan regulasi yang menjamin kepastian hukum kegiatan asuransi syariah diantaranya Undang-Undang No. 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian dan adanya Peraturan Pemerintah No. 73 Tahun 1992 tentang Penyelenggaraan Usaha Perasuransian, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah No. 63 Tahun 1992. Kemudian untuk mendukung perkembangan asuransi syariah di Indonesia, Dewan Syariah Nasional (DSN) pada tahun 2001 telah mengeluarkan fatwa No.21/DSN-MUI/X/2011 tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah, yang menjadi acuan dari sisi syariah dalam penyelenggaraan kegiatan asuransi syariah di Indonesia. Menurut data OJK, hingga tahun 2019 terdapat 49 perusahaan asuransi yang memiliki unit usaha syariah (OJK, 2019). Rinciannya, 23 pada asuransi jiwa, 24 pada perusahaan asuransi umum, dan 2 pada reasuransi. Selain itu, terdapat 13 perusahaan asuransi syariah yang sudah *spin off* dengan rincian tujuh perusahaan asuransi jiwa syariah, lima perusahaan asuransi umum syariah, serta satu perusahaan reasuransi syariah. Geliat pertumbuhan asuransi syariah sebagai salah satu instrumen keuangan syariah belum secepat pertumbuhan perbankan syariah dimana hal ini bisa dilihat dari sisi pangsa pasarnya. Menurut data OJK, per November 2019, aset asuransi syariah terhadap asuransi konvensional menunjukkan angka 6,17% atau sebesar Rp 44,75 triliun (OJK, 2019). Sehingga ke depannya untuk meningkatkan pangsa pasar asuransi syariah perlu dukungan dari semua pihak baik itu Pemerintah, Industri serta seluruh *stakeholders* khususnya dalam upaya meningkatkan literasi asuransi syariah secara efektif dan masif melalui kegiatan promosi, sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat.

Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) sendiri sedang menyusun kajian tentang pembentukan asuransi syariah (*takaful*) yang berkelas (*world class takaful operator*). Sehingga diharapkan terbentuknya asuransi syariah yang berkelas ini nantinya dapat meningkatkan pangsa pasar asuransi syariah yang masih rendah. Sementara dari segi peningkatan literasi, KNEKS juga telah mempublikasikan Cetak Biru Strategi Nasional Pengembangan Materi Edukasi untuk Peningkatan Literasi Ekonomi dan Keuangan Syariah di Indonesia dimana didalamnya terdapat strategi pengenalan terhadap asuransi syariah sejak usia dini. Berbagai kajian itu diharapkan dapat mengoptimalkan peran ekonomi dan keuangan syariah bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat menuju Indonesia yang mandiri, makmur dan madani. Selamat Membaca.

*Wabillahitaufik Walhidayah
Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh*

DEWAN REDAKSI

DEWAN PENGARAH KNEKS & MANAJEMEN EKSEKUTIF

PIMPINAN UMUM

Sutan Emir Hidayat

PIMPINAN REDAKSI

GINANJAR DEWANDARU

REDAKTUR PELAKSANA

M. QURAI SY

REDAKTUR AHLI

Mohamad Soleh Nurzaman

Sudarmawan Samidi

Luqyan Tamanni

Yosita Nur Wirdayanti

Intan Natasha Putri

Bazari Azhar Azizi

Lisa Mariana Silaban

Cindy Cintokowati

Farah Rizky Arina

Ziyan Muhammad Farhan

REDAKSI

Citra Atrina Sari

Annissa Permata

Nadiah Hidayati

Diterbitkan oleh:

Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS)

Gedung Permata Kuningan, Lantai PH
Jalan Kuningan Mulia No. 9C, Jakarta,
12980, Indonesia

E-mail: redaksi-knksinsight@knks.go.id

Website: www.knks.go.id



OPTIMISME Asuransi Syariah Capai Pertumbuhan Produktif 2020



Perang dagang antara Amerika Serikat dan China yang tak berkesudahan membuat demam ekonomi dunia berlanjut. Situasi geopolitik yang dipengaruhi perang dagang antara dua negara raksasa ekonomi tersebut terus mendera kondisi ekonomi global yang dampak buruknya dirasakan hampir semua negara.

Problematika makin kompleks dengan serangan virus corona yang menyebar dari Wuhan, China, ke puluhan negara lain. Ekonomi dunia semakin memunculkan gejolak. Pemerintah China kini sedikit melupakan ekonomi untuk berkonsentrasi penuh mengatasi virus yang sampai tulisan ini dibuat sudah membunuh 910 orang. Sejenak China menjadi terisolasi, pergerakan manusia keluar-masuk dibatasi, begitu pula pergerakan perdagangan yang sangat memberikan dampak ekonomi.

Pada kondisi demikian, sebagaimana banyak diprediksi oleh para ekonom, pertumbuhan ekonomi dunia akan semakin melambat. Indonesia, di tengah dinamika ekonomi global yang kurang kondusif akan terpengaruh secara signifikan. Apalagi Indonesia memiliki transaksi perdagangan baik ekspor maupun impor yang tinggi dengan China, pukulan yang kita rasakan akan semakin keras.

Bank Dunia memperkirakan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada 2020 mencapai 5,1 persen, sedangkan di RAPBN 2020 pertumbuhan ekonomi ditarget 5,3 persen. Dengan mengacu pada pengalaman tahun sebelumnya, target pertumbuhan tersebut sulit untuk dicapai, bahkan memenuhi target Bank Dunia pun berat. Kita lihat pada 2019 lalu, pertumbuhan ekonomi yang juga ditargetkan 5,3 persen hanya terpenuhi 5,02 persen.

Masalahnya adalah, ketika pertumbuhan ekonomi melambat, maka nyaris seluruh bisnis akan ikut melambat. Bisnis asuransi tak terkecuali. Begitu pula dengan asuransi syariah yang belum sampai tiga dasa warsa berkembang di Indonesia, jika tidak pandai berkelit dari kesulitan, maka akan ikut terseret dalam pusaran melemahnya ekonomi. Ini tantangan dari luar yang perlu dihadapi.

Tantangan dari dalam adalah inklusi keuangan syariah yang merosot dan merebaknya kasus kecurangan asuransi khususnya Asuransi Jiwasraya dan Asabri. Inklusi keuangan yang merosot berarti butuh kerja ekstra untuk memperkenalkan asuransi syariah. Sementara, kecurangan dalam pengelolaan asuransi berarti membuat kepercayaan masyarakat terhadap asuransi anjlok.

“

Modal dasar sudah dimiliki oleh asuransi syariah dan pelaku bisnis keuangan syariah lain, yakni jumlah penduduk muslim besar di dunia.

Secara teoritis dengan jumlah penduduk muslim sebanyak 235 juta (sekitar 90 persen total jumlah penduduk Indonesia) merupakan pasar menggiurkan bagi bisnis syariah. Apalagi ghirah keislaman dalam dua dekade terakhir ini menunjukkan peningkatan.”

”

Di sisi inklusi, berdasarkan Survei Nasional Literasi Keuangan (SNLK) 2019 yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), literasi keuangan syariah naik tipis dari 8,1 persen pada 2016 menjadi 8,93 persen pada 2019. Tapi ironisnya, pada periode yang sama, inklusi keuangan syariah turun dari 11 persen menjadi 9 persen.

Direktur Hukum Promosi dan Hubungan Eksternal KNEKS,

Taufik Hidayat pun cukup terkejut ketika mengetahui data itu. Logikanya jika tingkat literasi naik, maka inklusi keuangan pun meningkat. "Kita perlu melihat lebih dalam kenapa bisa menurun, kita tidak bisa simpulkan tanpa dikaji dulu, tapi seharusnya korelasi akan positif antara literasi dan inklusi," kata Taufik di Jakarta, beberapa waktu lalu.

Hasil survei keuangan syariah tersebut berbeda dengan keuangan konvensional dimana literasi berkorelasi positif dengan inklusi. Dari survey keuangan konvensional terlihat tingkat literasi naik dari 29,7 persen pada 2016 menjadi 38,03 persen pada 2019, dan pada periode yang sama inklusi keuangan melonjak drastis dari 67,8 persen menjadi 76,19 persen.

Tiga Tantangan

Tiga tantangan berupa melemahnya ekonomi global, merosotnya inklusi keuangan syariah, dan turunnya kepercayaan terhadap asuransi itulah yang harus dihadapi asuransi syariah pada 2020. Tentu tidak mudah untuk mengatasi tantangan demi tantangan tersebut, tapi tidak ada jalan lain, bisnis asuransi syariah harus berkembang. Bagaimanapun setelah perbankan syariah, menyusul asuransi syariah yang menjadi andalan dalam memajukan keuangan syariah di tanah air.

Modal dasar sudah dimiliki oleh asuransi syariah dan pelaku bisnis keuangan syariah lain, yakni jumlah penduduk muslim besar di dunia. Secara teoritis dengan jumlah penduduk muslim sebanyak 235 juta (sekitar 90 persen total jumlah penduduk Indonesia) merupakan pasar menggiurkan bagi bisnis syariah. Apalagi ghirah keislaman dalam dua dekade terakhir ini meningkat. Namun nasihat banyak orang, jangan terninabobokkan dengan

jumlah yang besar, bahwa seolah dengan jumlah masyarakat muslim yang besar maka keuangan syariah akan berkembang pesat. Teori acap kali berbeda dengan kondisi lapangan. Kita harus realistis bahwa kenyataan selama ini tidak indah itu. Terbukti meskipun sudah tiga dekade keuangan syariah beroperasi, pencapaiannya masih jauh dari harapan.

Berita baiknya adalah dalam dua dekade belakangan ini, sejumlah bisnis di sektor *riil* yang berbasis gaya hidup halal mencatatkan pertumbuhan menggembirakan, sebut saja *fashion*, kecantikan, kuliner, wisata dan lain-lain. Tinggal bagaimana para pelaku bisnis mensinkronkan bisnis *riil* tersebut dengan bisnis keuangan sehingga kedua sektor sama-sama mencatatkan kemajuan. Misalnya bagaimana kalangan asuransi syariah bisa menarik pada pemain sektor *riil* itu untuk memakai asuransi syariah.

Apakah asuransi syariah mampu menghadapi tantangan tersebut? Kunci dari setiap bisnis untuk tetap *survive* dan menjadi besar adalah inovasi. Tanpa inovasi tidak ada perusahaan yang akan bertahan, apalagi di tengah perkembangan teknologi yang sedemikian cepat. *Survival of the fittest*, siapa yang mampu beradaptasi dialah yang akan bertahan. Dan salah satu senjata untuk beradaptasi adalah inovasi.

Inovasi menjadi kata kunci untuk menghadapi tantangan tersebut, baik itu inovasi produk maupun inovasi pelayanan. Persaingan ketat sesama perusahaan asuransi syariah dan juga persaingan dengan asuransi konvensional menuntut perusahaan untuk selalu inovatif. Ada beberapa peluang inovasi yang bisa dilakukan oleh asuransi syariah. Sebagaimana ditulis di Sharianews.com, menurut salah

seorang pelaku asuransi syariah, asuransi syariah pertama perlu menyiapkan produk yang relevan dan kompetitif. Saat ini usia milenial mendominasi penduduk Indonesia, nah bagaimana produk asuransi bisa menawan mereka sehingga rela untuk berasuransi. Layanan yang berbasis *mobile app* perlu disiapkan untuk menjangkau para milenial.

Kedua inovasi dalam hal pemasaran. Pada masa sekarang, dimana lebih dari 100 juta pengguna *smartphone* di Indonesia yang menggunakan metode pemasaran konvensional tidak lagi efektif. Pola pemasaran yang bergerak ke *digital marketing* harus diikuti untuk memenuhi hasrat berasuransi para milenial. Dua poin ini intinya adalah digitalisasi.

Ketiga perlu inovasi dalam *distribution channel* yakni dengan strategi *end to end process* dimana mulai dari beli produk sampai proses klaim dilakukan melalui *e-channel*. Cara ini akan memudahkan bagi para nasabah, baik ketika membeli produk yang ditawarkan sampai kelak jika harus klaim. Selain inovasi, langkah yang tidak kalah penting adalah

“ Data yang pernah dipresentasikan OJK, mengatakan saat ini pemahaman masyarakat terhadap asuransi syariah hanya 6,9 persen. Dari total persentase tersebut 22 persen sudah memiliki produk asuransi, 17,7 persen menyatakan berminat, dan selebihnya tidak memiliki asuransi dan belum berminat. Hal ini yang sangat perlu diperhatikan oleh pemerintah dalam rangka menentukan langkah strategis kedepan untuk sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat tentang penting dan perlunya asuransi syariah. ”

sosialisasi asuransi syariah. Strategi ini terkait dengan rendahnya inklusi keuangan syariah, khususnya bagi asuransi syariah. Data yang pernah dipresentasikan OJK, saat ini pemahaman masyarakat terhadap asuransi syariah hanya 6,9 persen. Dari total persentase tersebut 22 persen sudah memiliki produk asuransi, 17,7 persen menyatakan berminat, dan selebihnya tidak memiliki asuransi dan belum berminat.

Data tersebut seolah menuntut bahwa sosialisasi asuransi syariah harus lebih ditingkatkan. Modal jaringan harus dimanfaatkan secara optimal dimana saat ini terdapat sekitar 1.500 jaringan kantor asuransi syariah di seluruh Indonesia – baik cabang syariah atau konvensional yang menyediakan layanan syariah. Sayangnya penyebaran kurang merata karena di Jawa dan Sumatera terlalu mendominasi dengan kapasitas 79 persen. Meski begitu, jaringan tersebut tetap bisa dioptimalkan untuk sosialisasi asuransi syariah ke masyarakat.

Berikutnya terkait dengan kasus Asuransi Jiwasraya dan Asabri yang telah menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan asuransi, termasuk tentunya asuransi syariah. Perlu dilakukan *re-building trust* untuk mengembalikan kepercayaan publik. Membangun kepercayaan publik tidak mudah, selain terus melakukan sosialisasi juga harus disertai pengelolaan asuransi yang kredibel, pengelolaan yang mengikuti *good corporate governance*. Pemerintah pun perlu turun tangan untuk memberikan rasa aman bagi masyarakat jika berasuransi.

Transformasi Digital di Asuransi Syariah

Disrupsi. Mendengar kata itu bagi sebagian orang dirasa mengerikan. Banyak bisnis yang



selama puluhan tahun tumbuh besar dan mengakar kuat seolah tak bisa digoyahkan, tiba-tiba tumbang karena disrupsi. Disrupsi yang di-*drive* oleh kalangan milenial tak lepas dari perkembangan teknologi digital.

Siapa sangka taksi Blue Bird yang dulunya begitu perkasa sampai ditakuti oleh perusahaan taksi lainnya, nyaris gulung tikar karena kehadiran taksi *online*. Beruntung manajemen Blue Bird segera beradaptasi dengan teknologi sehingga bisa selamat dan sampai kini perusahaan yang sudah berusia 53 itu tetap eksis. H&M (Hennes & Maurizt AB), raksasa ritel *fashion* dari Swedia itu harus menutup 170 gerainya di seluruh dunia. Penyebabnya, apa lagi kalau bukan maraknya toko *online*. Gerai di Indonesia yang tersebar di beberapa mall besar, masih bisa bertahan sampai sekarang, namun kabarnya juga sudah mulai kesulitan.

Sektor keuangan tak luput pula dari disrupsi. Meskipun belum sampai mematikan, tetapi kehadiran *financial technology* (*fintech*)

misalnya sudah mulai menggerogoti pasar perbankan, terutama untuk pembiayaan. Pembiayaan berupa *crowdfunding* kini menjadi favorit bagi pihak yang membutuhkan dana, dan juga favorit bagi pemilik dana yang ingin menginvestasikan dananya.

Blue Bird dan H&M hanya dua contoh dari puluhan bahkan ratusan perusahaan yang dihempas oleh gelombang disrupsi. Ada yang bisa bertahan meskipun dengan skala usaha yang semakin mengecil, ada yang benar-benar selesai karena tak mampu lagi bertahan. Istilah disrupsi populer dalam satu dekade terakhir yakni ketika banyak usaha rintisan yang 'mengganggu' perusahaan yang sudah besar dan mapan. Perusahaan-perusahaan pengganggu tersebut hadir menawarkan solusi yang basisnya adalah teknologi digital. Dengan begitu semua menjadi praktis, mengurangi interaksi langsung dengan sesama manusia karena sebagian besar tugasnya diambil alih oleh teknologi digital. Membuka rekening bank misalnya,

sekarang tidak perlu lagi datang ke bank. Beberapa bank yang sudah maju teknologinya memberikan kemudahan bagi nasabah untuk membuka rekening lewat telepon seluler. Untuk mengambil uang di ATM pun kini tidak perlu kartu ATM lagi melainkan cukup datang ke mesin anjungan dengan membawa *smartphone*.

Bahkan saat ini pembayaran warung makan ala warteg saja sudah digitalisasi. Sekali waktu mainlah ke warung-warung kecil waktu makan siang di pusat bisnis Jakarta, banyak sekali warung yang menerima pembayaran dengan aplikasi Go Pay atau Ovo. Hal serupa juga sudah bisa ditemukan di daerah atau tempat-tempat lain.

Digitalisasi adalah keniscayaan, tak bisa di jauhi apalagi dihindari. Begitu pun asuransi syariah, jika akan maju dan berkembang, harus melakukan transformasi digital. Langkah transformasi digital itu perlu dilakukan untuk mengintegrasikan seluruh proses bisnis secara digital. Tujuannya memberikan kemudahan akses

kepada nasabah dan sejumlah mitra bisnis, sekaligus menjawab perubahan dalam gaya hidup masyarakat.

Bagi nasabah yang paling penting adalah kemudahan akses, kecepatan, dan kenyamanan. Seluruh proses bisnis yang melibatkan nasabah secara teknis harus bisa diselesaikan cukup dengan memencet huruf dan angka di smartphone. *Mobile app* menjadi semacam keharusan. Prinsipnya segala pekerjaan yang bersifat teknis dan transaksi sederhana bisa diselesaikan dengan digitalisasi.

Pada 2016 lalu, PwC (*Price waterhouse Cooper*) melakukan survei tentang asuransi dan digitalisasi, hasilnya 90 persen perusahaan asuransi berencana melakukan transformasi teknologi sampai 18 bulan ke depan. Hasil survei itu dibenarkan kalangan asuransi karena mereka menyadari bahwa jika tidak melakukan digitalisasi, asuransi akan ketinggalan.

Survei PwC tersebut seolah menjawab kecenderungan masyarakat yang menyukai proses transaksi secara online karena dinilai lebih *simple*, cepat, dan praktis. Memang tidak semua transaksi asuransi bisa dilakukan secara online, tapi setidaknya untuk produk-produk sederhana dan bersifat ritel bisa dilakukan, misalnya asuransi perjalanan yang sedang marak.

Digitalisasi mau tidak mau juga merambah pada strategi pemasaran yang sekarang dikenal dengan *digital marketing*. Pada asuransi umum misalnya, sejumlah perusahaan asuransi gencar melakukan penjualan polis secara *online* dan hasilnya sangat menggembirakan. Begitu pula asuransi kerugian, mulai aktif melakukan *digital marketing* dengan melakukan penjualan secara *online*.

Transformasi digital sudah menjadi keharusan bagi asuransi agar tetap mampu bersaing di tengah situasi global yang tidak menentu. Asuransi syariah, harus mengantisipasi perkembangan jaman dengan melakukan transformasi digital. Asuransi syariah tidak bisa hanya mengandalkan *ghirah* keislaman untuk menggaet nasabah muslim, tetapi juga harus memberi layanan yang memudahkan lewat digital. Pada titik tertentu, penerapan transformasi digital bukan dilihat seberapa canggih teknologinya melainkan seberapa relevan strategi dan teknologi tersebut dengan kebutuhan masyarakat.

Asuransi Syariah dan Kecenderungan Milenial

Kaum milenial kini menjadi magnet bagi pebisnis apa pun untuk menyasar mereka. Tak heran kalau media promosi maupun iklan banyak menyasar ke kalangan muda yang boleh dikata haus belanja. Siapakah milenial? Beragam definisi tentang milenial, tapi jika dikaitkan dengan umur, maka kisaran umur mereka adalah 20-34 tahun.

Badan Pusat Statistik (BPS) menyajikan data bahwa kelompok usia itu menyumbang 23,95 persen dari total populasi Indonesia pada 2018. Dengan total populasi 265 juta jiwa berarti terdapat 63,4 juta jiwa yang berada di rentang usia milenial. Jumlah yang sangat besar, hampir dua kali lipat populasi Malaysia.

Menariknya, menurut riset *Accenture* mengenai *Customer Segmentation* Indonesia, kebanyakan milenial tak ingin dirinya menjadi beban finansial keluarga apabila dirinya mengalami dampak dari risiko dalam hidup. Milenial ingin menjaga dirinya mandiri dalam pengelolaan risiko. Riset lain dari Alvara memperlihatkan bahwa para

milenial suka berbagi. Mereka memiliki kemurahan hati untuk berbagi pada aktivitas sosial, *sharing content* baik *online* maupun *offline*. Kecenderungan berbagi ini memang belum masif dan masih euforia, namun jika dikelola dengan baik akan menjadi kebiasaan.

Survei yang dilakukan Tirto.id pada Mei 2018 menunjukkan data yang tidak kalah menarik. Dari 1.012 responden yang mayoritas milenial, seluruhnya rutin memberikan sumbangan atau zakat, infaq, wakaf dan sedekah (*ziswa*) sebesar 5-15 persen pendapatan per bulan. Diantara mereka 51,09 persen memberikan sumbangan rutin sebulan sekali, 26,19 persen rutin dua-tiga kali sebulan, 12,35 persen rutin 4-5 kali sebulan, dan 10,38 persen lebih dari 5 kali sebulan.

Hasil tiga riset itu secara tak langsung membuka peluang bagi asuransi syariah untuk menarik kaum milenial agar sejak dini bergabung dalam asuransi. Prinsip asuransi syariah yang mengusung asas gotong royong dan tolong menolong (*sharing of risk*) antar anggota sangat relevan dengan hasil riset yang menunjukkan bahwa generasi milenial merupakan generasi yang suka berbagi.

Kecenderungan suka berbagi itu diperkuat lagi dengan kemandirian mereka untuk mengelola risiko, yakni tidak mau merepotkan keluarga secara finansial jika sewaktu-waktu terjadi risiko dalam hidupnya. Disinilah asuransi syariah bisa menemukan maknanya yakni berbagi dan mandiri dalam mengelola risiko.

Sejauh ini pendekatan yang dilakukan perusahaan asuransi terhadap milenial beragam. Ada yang menjadikan mereka nasabah loyal, ada juga yang mengajak para milenial untuk menjadi mitra

dalam mengembangkan asuransi syariah. Menjadikan milenial sebagai mitra merupakan pilihan strategis sekaligus membantu mengkampanyekan inklusi keuangan yang cenderung masih rendah.

Berdasarkan data OJK per Desember 2019, jumlah asuransi syariah yang beroperasi di Indonesia ada 13, terdiri atas asuransi jiwa syariah (7), asuransi umum syariah (5), reasuransi syariah (1). Sedangkan jumlah UUS (unit usaha syariah) sejumlah 49 yang terdiri atas asuransi jiwa syariah (23), asuransi umum syariah (24), dan reasuransi syariah (2). Secara keseluruhan aset produktif asuransi syariah mencapai Rp38,9 triliun.

Dari data tersebut menunjukkan bahwa pangsa pasar asuransi syariah masih jauh di bawah asuransi (konvensional) yakni sekitar 5 persen. Realitas tersebut menjadi tantangan sekaligus peluang bagi industri asuransi untuk lebih mengoptimalkan kemampuannya agar peran asuransi syariah dalam ekonomi syariah, bahkan dalam pembangunan nasional semakin besar.

Seperti dikatakan Prof Bambang Brojonegoro saat masih menjadi Kepala Bappenas bahwa asuransi syariah memiliki peran penting dalam pembangunan nasional. Bentuk peran tersebut di antaranya mendukung pembiayaan lewat berbagai

investasi yang dilakukan perusahaan asuransi, meningkatkan akses terhadap industri keuangan syariah sehingga menciptakan inklusifitas, dan penyediaan dana jangka panjang dalam jumlah besar.

Industri keuangan syariah saatnya mengajak para milenial untuk berpartisipasi dalam pembangunan nasional. Dan jika mengacu pada pernyataan Prof Bambang Brojonegoro, maka mengajak milenial untuk bergabung di asuransi syariah menjadi perlu agar mereka tidak hanya memproteksi diri sendiri dan *sharing of risk*, tetapi juga berpartisipasi dalam membangun negara Indonesia.



MENGENAL LEBIH DEKAT MANFAAT ASURANSI SYARIAH

Asuransi Syariah adalah asuransi berdasarkan prinsip syariah dengan usaha tolong-menolong (*ta'awuni*) dan saling melindungi (*takafuli*) diantara para Peserta melalui pembentukan kumpulan dana (*Dana Tabarru'*) yang dikelola sesuai prinsip syariah untuk menghadapi risiko tertentu.

PRINSIP SYARIAH

- Akad tolong-menolong antar pemegang polis
- Risiko dibagi antar perusahaan dan peserta
- Berbagi dana hibah dalam rekening *tabarru'*
- Peserta sekaligus penanggung dan penerima dana hibah
- Transparan, tidak mengandung (*Maisir, Gharar dan Riba*)
- Klaim dicairkan dari tabungan bersama (*tabarru'*)
- Diinvestasikan ke lembaga keuangan berbasis syariah

SURPLUS UNDERWRITING

Jika terjadi kelebihan dana kontribusi peserta

Maka, peserta diberi 3 pilihan:

- Ditambahkan seluruhnya ke dana *tabarru'*
- Dibagi ke dana *tabarru'* dan peserta
- Dibagi ke dana *tabarru'*, peserta dan perusahaan

Kriteria penerima:

- Sudah membayar kontribusi
- Tidak dalam proses penyelesaian klaim
- Belum pernah menerima pembayaran klaim
- Polis tetap berlanjut selama periode perhitungan

Sumber: OJK, *Finansialku.com*, *Katadata.co.id*

INDUSTRI ASURANSI SYARIAH

“Hadapi Peluang dan Tantangan 2020”



Erwin Noekman

Direktur Eksekutif
Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia
(AASI)

Industri asuransi syariah mengalami penurunan pertumbuhan per 2019. Secara total aset industri asuransi syariah 2019 tumbuh 8,44 persen, dengan rincian pertumbuhan asuransi jiwa syariah, 8,74 persen, asuransi umum syariah, 5,02 persen, dan reasuransi syariah tumbuh 13,35 persen. Pertumbuhan aset tersebut tidak lepas dari pertumbuhan pendapatan kontribusi (*premi*) yang secara nasional tumbuh 8,69 persen. Dengan fenomena ini tantangan tahun 2020 menjadi sangat serius bagi industri asuransi syariah, untuk melihat peluang dan optimisme bisnis tahun 2020, tim buletin Insight KNEKS melakukan wawancara dengan Bapak Erwin Noekman selaku Direktur Eksekutif Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) perihal tantangan dan peluang bisnis asuransi syariah kedepan.

Terhitung sudah dua dekade produk dan jasa keuangan syariah berkembang di Indonesia. Diawali dengan produk perbankan, jasa dan produk keuangan syariah perlahan merambah ke ranah asuransi dan investasi, menurut bapak bagaimana awal mulanya asuransi syariah ini hadir dan berkembang di Indonesia?

Di tanah air, industri asuransi syariah merupakan pelengkap dari industri jasa keuangan syariah, utamanya adalah perbankan syariah. Secara global, asuransi syariah hadir sebagai penopang roda perekonomian. Tanpa kehadiran asuransi syariah, praktis tidak ada usaha perdagangan internasional dan tidak ada proyek-proyek berskala besar. Perkembangan asuransi syariah di Indonesia hadir, justru setelah

mendapatkan pengaruh dari negeri tetangga. Di tahun 1994, berdiri perusahaan asuransi syariah pertama di tanah air. Kehadiran perusahaan ini melengkapi kehadiran bank syariah pertama di Indonesia, yang sudah terlebih dulu hadir di tahun 1991.

Ketika perusahaan asuransi syariah berdiri dan beroperasi, di kala itu belum ada satu pun regulasi yang menyebut, apalagi mengatur asuransi syariah. Selang 7 tahun kemudian, baru diterbitkan *fatwa* dari Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia yaitu tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah dengan *Fatwa* Nomor 21 tahun 2001. Lebih jauh, untuk level perundangan, aturan yang menyamakan posisi asuransi syariah dengan asuransi konvensional baru ada beberapa tahun terakhir, yaitu melalui Undang-Undang Nomor 40 tahun 2014. Di Undang-Undang ini, baru dengan tegas dinyatakan keberadaan asuransi syariah yang disebutkan beriringan dengan asuransi konvensional.

Pun demikian, sejak tahun 1994 hingga saat ini, industri asuransi syariah terus menunjukkan pertumbuhan yang menjanjikan, baik dari sisi jumlah pelaku usaha maupun dari aset dan perolehan pendapatan kontribusi. Pertumbuhan jumlah pelaku usaha asuransi syariah menunjukkan optimisme pasar dan *opportunity* yang terbuka bagi pemain baru.

Menurut data yang di rilis OJK, aset asuransi syariah telah mencapai kurang lebih RP45,45 triliun pada akhir tahun 2019, dengan pangsa pasar syariah terhadap konvensional menunjukkan angka 6,18%. Melihat perkembangan positif ini bagaimana menurut Bapak prospek dan optimisme asuransi syariah pada tahun 2020 ini?



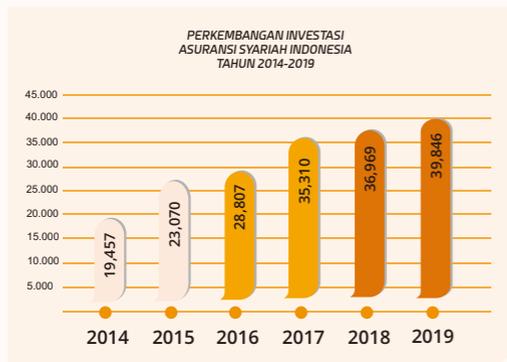
Keterangan	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ASET	22,364	26,519	33,244	40,520	41,915	45,453
KONTRIBUSI	9,181	10,499	12,028	13,995	15,369	16,704
KLAIM	2,989	3,342	4,336	4,958	7,583	10,605
INVESTASI	19,457	23,070	28,807	35,310	36,969	39,846

Data OJK untuk posisi 31 Desember 2019, menunjukkan total aset perusahaan asuransi syariah nasional sebesar Rp.45,45 triliun. Angka ini tumbuh 8,44% dibandingkan periode tahun sebelumnya. Bila dibandingkan dengan total aset industri asuransi konvensional sebesar Rp.735 triliun, maka asuransi syariah hanya mempunyai porsi sebesar 6,18%. Apabila ditarik dalam rentang waktu sejak 2014 pasca Undang-Undang 40 tahun 2014, industri asuransi syariah sudah mengalami pertumbuhan hampir 2 kali lipat. Melihat data statistik dan *trend* yang ada, dirasakan optimis untuk pertumbuhan ke depannya.

AASI memiliki misi untuk mendukung tenaga kerja asuransi syariah yang tersertifikasi secara objektif, kredibel dan terpercaya, apa langkah strategis yang dilakukan AASI untuk merealisasikan hal tersebut? Secara bergandengan tangan, Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) dan *Islamic Insurance Society* (IIS) sejak tahun 2003 sudah menyediakan program pelatihan asuransi syariah. IIS sendiri merupakan wadah perkumpulan perorangan bagi para tenaga ahli asuransi syariah. Mengikuti perkembangan zaman dan perubahan peraturan perundangan, sejak tahun 2014

AASI sudah melakukan inisiasi pembentukan sebuah lembaga sertifikasi profesi yang secara khusus bagi industri asuransi syariah. Hasilnya adalah pendirian PT LSP Perasuransian Syariah sebagai buah dari AASI dan IIS di tahun 2017 lalu dan sudah mendapatkan izin (lisensi) dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi. Sebagaimana amanat Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK), setiap perusahaan asuransi syariah wajib mempunyai tenaga ahli asuransi syariah dengan sertifikasi di level tertinggi. Sampai saat ini proses sertifikasi untuk penyetaraan bagi para pemegang gelar profesi ahli asuransi syariah masih terus dilakukan untuk mendukung kinerja dan profesionalitas bisnis.

Di sisi lain, tercatat sekitar 340 ribu tenaga agen asuransi syariah, baik untuk asuransi jiwa syariah maupun asuransi umum syariah. Kesemuanya ini pun, wajib mendapatkan sertifikasi sebagai agen asuransi syariah dari LSP. Ke depan, kami melihat bahwa peran pialang (*broker*) asuransi atau reasuransi pun perlu mendapatkan sertifikasi apabila ingin memasarkan jasa asuransi syariah. Sertifikasi ini diyakini sebagai filter untuk memastikan bahwa orang-orang yang berkecimpung dalam industri asuransi syariah mempunyai



standar minimum pengetahuan dan pemahaman tentang asuransi syariah itu sendiri, yaitu *skill, knowledge* dan *attitude*. Selain proses sertifikasi di atas, AASI juga mempunyai kewajiban untuk tetap memastikan aspek “A” dari kompetensi, dengan penerapan kode etik tenaga pemasar. *Market conduct* perlu dijaga untuk memastikan bahwa perilaku para tenaga pemasar dan perusahaan tidak melanggar aturan-aturan dan norma-norma yang berlaku, dalam koridor kesesuaian syariah

Sebagai sebuah institusi yang membantu dan mengawal pertumbuhan asuransi syariah di Indonesia, melihat inovasi produk asuransi yang semakin cepat tumbuh dan menyesuaikan dengan kebutuhan pasar, bagaimana AASI menyikapi hal ini khususnya terkait dengan kesesuaian akad terhadap produk dan tentu juga dengan fatwa-fatwa Dewan Syariah Nasional?

AASI merupakan wadah bagi perusahaan asuransi syariah dan perusahaan reasuransi syariah dalam menyampaikan aspirasi. Dengan peran tersebut, AASI menjadi jembatan bagi seluruh pemangku kepentingan, termasuk ke nasabah, tenaga pemasar, lembaga keuangan syariah, pemerintah, *regulator* dan ulama. Dalam menjaga marwah industri,

AASI selalu berusaha untuk memagari perilaku para pelaku, sesuai dengan Kode Etik Tenaga Pemasar dan Kode Etik Perusahaan Anggota, agar tetap sesuai dengan regulasi dan kesesuaian syariah. AASI berpegang teguh dan mengimplementasikan *fatwa-fatwa* Dewan Syariah Nasional. Di sisi lain, AASI pun kerap menjembatani perbedaan pandangan di sebagian kalangan yang masih mempertanyakan dan meragukan kesesuaian syariah dari asuransi syariah.

Kaitannya dengan produk, berupa polis asuransi syariah, AASI menyusun polis standar yang sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku dan sesuai dengan kaidah syariah. Salah satu aktivitas yang diambil dalam menyikapi perkembangan pasar yang membutuhkan jaminan asuransi syariah bagi jutaan jamaah umrah per tahun adalah dengan penyusunan polis Asuransi Syariah Perjalanan Umrah (ASPU) yang merupakan “Produk Bersama” antara AASI, OJK, DSN-MUI dan Kementerian Agama. Untuk polis ini, perusahaan anggota dapat langsung menggunakan polis

ASPU tersebut dan terkoneksi dengan sistem di Kementerian Agama, tanpa *effort* tambahan untuk menyiapkan sendiri-sendiri. Meneruskan aspirasi anggota, saat ini pun, AASI masih dalam proses penyusunan produk-produk polis asuransi syariah lain yang memenuhi standar peraturan perundangan dan kesesuaian syariah, sehingga kelak juga bisa langsung digunakan oleh perusahaan Anggota.

Berbicara terkait konversi industri, akhir-akhir ini beberapa bank umum dan BPD sudah melakukan konversi menjadi bank umum syariah dalam mendukung percepatan bisnisnya. Bagaimana dengan sektor asuransi, apakah menurut bapak konversi menjadi asuransi syariah adalah hal yang memang dipandang sebagai sebuah strategi bisnis yang tepat? Bagaimana bapak melihat fenomena ini dan apa komentar bapak?

Konversi dari sebuah perusahaan asuransi konvensional menjadi sebuah perusahaan asuransi syariah, sudah pernah dijalani. Ke depan, *corporate action* sejenis ini pun masih sangat mungkin terjadi. Selain sebagai respon atas kebutuhan pasar dan peraturan perundangan, relaksasi di sisi permodalan pun menjadi salah



satu pertimbangan.

Mendekati batas waktu penyampaian Rencana Kerja Pemisahan Unit Syariah sebagaimana ketentuan yang berlaku, strategi akuisisi lalu melakukan konversi dari perusahaan asuransi konvensional menjadi perusahaan asuransi syariah merupakan salah satu *alternative solution* yang *visible*.

Salah satu yang menjadi kendala bagi pertumbuhan industri asuransi syariah di Indonesia adalah minimnya literasi atau pemahaman masyarakat tentang produk-produk asuransi syariah. Apa upaya yang dilakukan oleh para pelaku industri asuransi syariah dan juga AASI tentunya dalam mendukung kesadaran masyarakat untuk menggunakan produk-produk asuransi syariah?

Salah satu kendala dalam pengembangan industri asuransi syariah adalah masih minimnya tingkat pemahaman masyarakat umum terkait asuransi syariah itu sendiri. Masih terdapat sebagian masyarakat yang mempertanyakan dan meragukan kesesuaian syariah dari skema asuransi syariah.

Menyikapi hal tersebut AASI, sangat berkepentingan menjadi jembatan untuk memberikan pencerahan kepada seluruh kalangan masyarakat. Pemahaman atas *halal value chain* perlu terus disampaikan kepada seluruh kalangan. Walaupun tingkat kesadaran masyarakat semakin meningkat akan industri halal, namun proses literasi dan edukasi harus tetap berjalan secara rutin dan berulang. Selain masih rendahnya tingkat

pemahaman tentang asuransi syariah di kalangan masyarakat, AASI melihat kondisi serupa juga masih terjadi di kalangan Pemerintah. Tugas berat ke depan adalah memberikan pemahaman dan memberikan keyakinan, utamanya kepada Pemerintah, bahwa keberadaan industri asuransi syariah perlu mendapatkan tempat yang “layak”.

Rendahnya tingkat pemahaman ini mungkin yang menyebabkan belum adanya program Pemerintah yang menggunakan jasa asuransi syariah untuk menjamin aset atau aktivitas pemerintahan. Contoh sederhana adalah aset Pemerintah yang tentunya juga terdiri dari aset “halal”, seperti masjid milik negara, kampus-kampus Universitas Islam Negeri, madrasah, dan sejenisnya, yang apabila memang membutuhkan jaminan asuransi, tentunya Pemerintah bisa menggunakan asuransi syariah. Contoh lain adalah jaminan untuk *underlying asset* dalam penerbitan

“

Salah satu kendala dalam pengembangan industri asuransi syariah adalah masih minimnya tingkat pemahaman masyarakat terkait asuransi syariah. Menyikapi hal tersebut AASI, sangat berkepentingan menjadi jembatan untuk memberikan pencerahan kepada seluruh masyarakat. Pemahaman atas *halal value chain* perlu terus disampaikan kepada seluruh kalangan. Walaupun tingkat kesadaran masyarakat semakin meningkat akan industri halal, namun proses literasi dan edukasi harus tetap berjalan secara rutin dan berulang.

”

sukuk atau proyek-proyek infrastruktur yang menggunakan dana “halal”. Apabila pemahaman atas *halal value chain* di atas sudah dimiliki dengan baik, diyakini industri asuransi syariah akan tumbuh lebih baik lagi, tanpa mengambil porsi dari industri asuransi konvensional.

Dukungan dan komitmen pemerintah saat ini sangat kuat dalam hal pengembangan ekonomi syariah di Indonesia, baik itu di tingkat regulator seperti Bank Indonesia, OJK, dan Lembaga terkait lainnya. Bagaimana harapan bapak terhadap KNEKS (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah) dalam hal mendukung kemajuan dan perkembangan asuransi syariah di Indonesia?

Walau dukungan Pemerintah dirasakan meningkat, namun masih diperlukan komitmen yang lebih kuat dalam implementasinya, utamanya berkaitan dengan aset dan aktivitas pemerintahan, seperti aset milik negara yang selayaknya diasuransikan dengan prinsip syariah, sebagaimana disebutkan di atas (aset negara, sukuk atau infrastruktur).

Kami mengapresiasi inisiasi BAPPENAS yang tertuang dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 - Hasil Kajian Analisis Ekonomi Syariah di Indonesia, Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, yang launching tanggal 14 Mei 2019, yang mempunyai target pendirian BUMN di sektor asuransi syariah pada tahun 2023 – 2024.



Allianz Syariah: Tingkatkan Kinerja dengan Berinovasi



Yoga Prasetyo

Kepala Unit Bisnis Syariah
Allianz Life Indonesia

Ditengah gejolak ekonomi yang terjadi di Indonesia, tak menjadikan industri asuransi khususnya asuransi syariah goyah, malah sebaliknya pelan tapi pasti dapat mengilustrasikan kinerja industri syariah yang kian diminati oleh masyarakat Indonesia. Allianz Life Indonesia contohnya, dengan Unit Usaha Syariahnya menunjukkan peningkatan yang signifikan menghasilkan kepercayaan masyarakat yang terus meningkat dalam mengamankan pengelolaan perlindungan asuransi jiwa syariah kepada Allianz Life Syariah. Hal ini juga tecermin dari jumlah peserta Allianz Life Syariah yang terus meningkat hingga akhir 2019 kemaren. Untuk mengetahui lebih jauh lagi terkait kinerja dan strategi

Allianz Life Syariah kedepan, tim Buletin Insight KNEKS berhasil melakukan wawancara dengan kepala Unit Usaha Syariah Allianz Life Indonesia bapak Yoga Prasetyo.

Allianz merupakan salah satu perusahaan asuransi yang terbesar dan terpercaya dimana pendapatan premi bruto nya mencapai Rp11,9 triliun dengan total jumlah klaim yang dibayarkan sebesar Rp7,4 triliun pada tahun 2018. Allianz melihat potensi pasar asuransi syariah yang sangat besar di Indonesia sehingga mendirikan Unit Usaha Syariah dengan nama Allianz Syariah, bisa bapak ceritakan awal mula sejarah pendiriannya Allianz Syariah di Indonesia?

Unit Syariah PT. Asuransi Allianz Life Indonesia (*Allianz Life Syariah*) mulai beroperasi pada tahun 2006 berdasarkan keputusan Menteri Keuangan Nomor : KEP-440/KM.5/2005 pada 20 Desember 2005 dan Rekomendasi Dewan Syariah Nasional - Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor : U-132/DSN-MUI/VII/2005 mengenai Rekomendasi Penetapan Dewan Pengawas Syariah (DPS).

Saluran distribusi yang digunakan Allianz Syariah meliputi keagenan, *bancassurance* dan asuransi jiwa pembiayaan. Hingga akhir 2019, total jumlah peserta individu Allianz Life Syariah mencapai lebih dari 100.000 orang sedangkan total peserta asuransi pembiayaan syariah kelompok mencapai lebih dari 5 juta orang.

Saat ini, Allianz Syariah memiliki lebih dari 15 ribu agen berlisensi syariah yang tersebar di hampir seluruh provinsi di Indonesia dan siap melayani kebutuhan masyarakat. Dengan produktifitas bisnis kami yang sudah menjangkau hingga sudut dan pelosok negeri, harapan kami Allianz Syariah dapat berkembang dan tumbuh menjadi solusi bagi masyarakat Indonesia mulai dari saat ini hingga masa yang akan datang.

Pada tahun 2019 Allianz Syariah banyak mendapatkan penghargaan atas prestasi dan capaian kinerja bisnisnya, hingga mendapat penghargaan asuransi syariah terbaik 2019 untuk kategori aset lebih dari 1 triliun. Untuk mempertahankan prestasi tersebut apa langkah strategis yang akan dilakukan Allianz Syariah dalam hal pengembangan bisnisnya di tahun 2020?

Allianz Syariah akan meneruskan tiga strategi utama sebagai langkah strategis pada tahun 2020 ini, diantaranya adalah

pertama, fokus pada segmen *market sharia* yang menentukan tingkat produktifitas Allianz Syariah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan produk-produk yang sesuai syariah.

Kedua adalah peningkatan kompetensi tenaga pemasar, tentu titik fokus *market* diatas diperlukan peningkatan dalam segi kompetensi SDM kami, disini kami harus memberikan perhatian khusus untuk dapat memberikan layanan yang terbaik dengan didukung oleh tenaga-tenaga yang *professional* dan kompeten.

Ketiga adalah dukungan teknologi digital untuk memberikan pengalaman terbaik bagi tenaga pemasar dan nasabah, sudah tidak dapat dipungkiri lagi instrument digital juga harus menjadi konsen utama kami dalam pelayanan agar dapat beradaptasi dengan *trend* industri yang serba digital.

Strategi di tahun 2020 memiliki tantangan tersendiri bagi kami, khususnya dalam kondisi ekonomi Indonesia dan perubahan *trend* gaya hidup masyarakat, namun Allianz Syariah berkomitmen dan optimis untuk dapat tumbuh di tahun 2020 ini dengan 3 fokus diatas yang menjadi sasaran utama perusahaan.

Salah satu tantangan bagi pertumbuhan industri asuransi syariah di Indonesia adalah masih minimnya pemahaman masyarakat tentang produk-produk asuransi syariah sehingga juga berdampak pada masih rendahnya pangsa pasar asuransi syariah di Indonesia. Apa upaya yang dilakukan oleh Allianz Syariah dalam hal mendukung kesadaran masyarakat untuk menggunakan produk-produk asuransi syariah? Tingkat literasi keuangan masyarakat yang rendah sebetulnya tidak hanya terhadap

“

Fakta bahwa di Indonesia lebih dari 90% bisnis asuransi masih tergantung pada saluran keagenan, menunjukkan bahwa masyarakat membutuhkan edukasi dan pendampingan secara tatap muka dalam memilih asuransi yang sesuai dengan kebutuhannya.

”

produk asuransi syariah, tetapi juga pada produk asuransi secara umum. Kondisi ini memerlukan upaya dan kerja keras bersama bagi seluruh industri untuk dapat meningkatkan tingkat kesadaran masyarakat terkait produk-produk yang ada dan dimiliki oleh asuransi yang berprinsip syariah.

Fakta bahwa di Indonesia lebih dari 90% bisnis asuransi masih tergantung pada saluran keagenan, menunjukkan bahwa masyarakat membutuhkan edukasi dan pendampingan secara tatap muka dalam memilih asuransi yang sesuai dengan kebutuhannya.

Oleh karena itu, Allianz Life Syariah terus memberikan dukungan yang kuat terhadap tenaga pemasar di lapangan sehingga mereka dapat menjadi mitra bagi masyarakat dalam memiliki asuransi syariah. Selain itu, kami juga terus melakukan *campaign* asuransi syariah dengan menggunakan teknologi digital atau melalui media yang saat ini banyak diakses oleh masyarakat seperti media sosial, diantaranya melalui Program Kado Umroh & Berlipatnya *Berkah* untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk-produk asuransi syariah, khususnya yang disediakan Allianz Life Syariah, bagi masyarakat Indonesia.



Perkembangan teknologi dalam industri keuangan saat ini sangat pesat dimana layanan berbasis digital menjadi fokus bisnis untuk dapat merespon kebutuhan pasar. Terkait fenomena ini bagaimana langkah Allianz Syariah dalam pengembangan digitalisasi produk asuransi syariahnya utamanya dalam menghadapi era disrupsi?

Saat ini, produk-produk seperti *consumer goods*, *fashion*, *gadget* atau bahkan transaksi perbankan dan keuangan bisa memanfaatkan perkembangan teknologi digital dengan baik melalui berbagai platform seperti *e-commerce*, *e-money* maupun *fintech*.

Dalam industri asuransi mulai juga dikenal apa yang disebut dengan *Insurtech*. Namun demikian, dengan tingkat literasi keuangan masyarakat yang belum terlalu tinggi, era *Insurtech* di Indonesia masih memerlukan waktu.

Penggunaan teknologi berbasis digital di Allianz, baik Allianz Life maupun Allianz Life Syariah, lebih ditujukan untuk meningkatkan layanan dan memberikan pengalaman berasuransi yang menyenangkan, baik bagi tenaga pemasar dan nasabah. Sebagai contoh, saat ini Allianz bisa menerbitkan polis dalam waktu 5 menit.

Ini merupakan terobosan yang hanya bisa dilakukan melalui pemanfaatan teknologi tersebut. Selain itu, nasabah-nasabah Allianz juga bisa memanfaatkan berbagai sarana digital kami seperti Allianz eAZy Connect untuk bisa mengakses sendiri informasi mengenai polis mereka, dan juga aplikasi Allianz Smart Point di mana nasabah bisa cek jumlah poin yang dimiliki dan melakukan penukaran poin secara mandiri untuk menikmati berbagai penawaran menarik.

Terlepas dari masih rendahnya pangsa pasar asuransi syariah yang baru sebesar 3,44% di Indonesia, mulai bergeliatnya trend gaya hidup halal (*halal lifestyle*) berpotensi memberikan pengaruh positif dalam perkembangan Asuransi Syariah di Indonesia. Bagaimana Allianz Syariah mengambil peran dalam mendukung trend gaya hidup halal khususnya dalam membidik pasar generasi milenial di Indonesia?

Allianz Life Syariah telah dan akan terus menyesuaikan diri dengan perkembangan pasar, termasuk dalam hal ini *trend* gaya hidup halal. Saat ini, lebih dari separuh agen Allianz adalah kaum milenial dan mereka sangat responsif terhadap *trend* gaya hidup, termasuk *halal lifestyle*. Kami melihat arah baru bagi bisnis asuransi ini dengan kekuatan para milenial yang sangat dekat dengan

gaya hidup *modern*, gaya hidup digital hingga gaya hidup yang merespon perubahan tingkah laku dari berbagai macam aspek.

Disini Allianz Syariah terus meningkatkan peran dan dapat berpartisipasi aktif untuk menyediakan produk-produk yang ramah dengan milenial dan Allianz Life Syariah juga senantiasa berpartisipasi dalam berbagai kegiatan yang terkait *trend* gaya hidup *halal lifestyle*.

Diantara produk yang kami gulirkan adalah "Program Tolong Menolong Untuk Generasi Milenial" program ini fokus kepada pola gotong royong antar sesama, menjadikan seseorang darmawan untuk saling membantu dalam kesulitan dan juga dapat dibantu ketika mengalami kesusahan. Dengan bergabung menjadi peserta di Allianz Syariah, maka Anda telah menolong orang lain yang terkena musibah, sekaligus juga Kita bisa melindungi diri sendiri dan keluarga dari risiko yang mungkin terjadi.

Menurut aturan OJK dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2014 pasal 87 tentang Perasuransian, UUS sudah harus *spin-off* (berdiri sendiri) paling lambat 17 Oktober 2024. Sementara Allianz Syariah sendiri saat ini masih berupa Unit Usaha Syariah. Apakah ke depan akan ada langkah ekspansi bisnis dalam bentuk *spin-off* menjadi *full-pledge* asuransi syariah agar pengembangan bisnisnya menjadi maksimal?

Allianz akan senantiasa mengikuti ketentuan regulasi yang ada. Pada intinya, Allianz Indonesia menyambut baik setiap kebijakan pemerintah termasuk kebijakan yang dapat membantu perkembangan industri. Terkait keharusan perusahaan melakukan *spin off*, saat ini Allianz Life Syariah sedang melakukan persiapan yang diperlukan untuk menyusun

business plan spin off sesuai target yang diberikan OJK, serta senantiasa mendukung peraturan pemerintah dan regulator untuk meningkatkan penetrasi asuransi, khususnya asuransi syariah di Indonesia.

Kami akan terus merespon hal-hal produktif yang dilakukan pemerintah untuk kemajuan Industri, namun tentu ada tahapan-tahapan dan pertimbangan strategis yang akan kami lakukan, sehingga keputusan apapun dalam pengembangan bisnis dapat terukur dan dinamis dengan adanya kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah.

Dukungan dan komitmen pemerintah saat ini sangat kuat dalam hal pengembangan ekonomi syariah di Indonesia, baik itu di tingkat regulator seperti Bank Indonesia, OJK, dan Lembaga terkait lainnya. Bagaimana harapan bapak terhadap KNEKS (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah) dalam hal mendukung kemajuan dan perkembangan asuransi syariah di Indonesia?

Peran pemerintah sudah sangat membantu agar terlaksananya lingkungan yang kondusif bagi bisnis asuransi Syariah, mulai dari kebijakan-kebijakan yang ada di Bank Indonesia dan OJK sangat memberikan ruang bagi kami para industri asuransi Syariah untuk dapat tumbuh dan berkembang.

Serta juga dengan hadirnya Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) Kami berharap KNEKS bisa mengambil peran yang besar dalam upaya sinkronisasi terhadap kebijakan-kebijakan mengenai keuangan dan ekonomi syariah yang ada sehingga pelaku usaha syariah bisa memanfaatkan momentum kebangkitan ekonomi syariah tanpa adanya kendala-kendala

“

Pertumbuhan positif ini tentu tidak lepas dari berkembangnya tren industri syariah di masyarakat dan peranan generasi millennial yang merupakan potensi besar dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Oleh karena itu, Allianz terus berinovasi untuk memperkuat posisi di dalam potensi segmen pasar yang potensial ini serta melakukan sosialisasi dan edukasi produk syariah yang bertujuan untuk mendukung program pemerintah dalam meningkatkan penetrasi asuransi jiwa, khususnya asuransi jiwa syariah

”

Yoga Prasetyo
Kepala Unit Bisnis Syariah
Allianz Life Indonesia



*Asuransi Syariah Terbaik 2019
Kategori Asuransi Jiwa Syariah
Di Atas Rp 1 Triliun -
Majalah Investor*

Mengapa Asuransi Konvensional Tak Sejalan Syariah?



Delil Khairat, MBA

Vice President Market Underwriter & Client Manager Swiss Re Retakaful

Barangkali banyak yang bertanya-tanya, kenapa asuransi (konvensional) ditolak oleh syariah? Padahal ia merupakan konsep yang sangat mulia karena membawa ketentraman jiwa (*peace of mind*) kepada para pemilik risiko. Dengan adanya ganti rugi dari asuransi maka keterpurukan yang dalam bagi suatu keluarga pasca musibah dapat dihindari. Roda perekonomian juga dapat berputar lebih cepat dan lebih efisien karena ganti rugi asuransi menghindari alokasi sumber daya ekonomi untuk pemulihan pasca bencana, sehingga ia dapat digunakan untuk kegiatan ekonomi lainnya yang lebih produktif.

Tidak kurang mulianya adalah fakta bahwa perusahaan asuransi bersedia menjadi penanggung dengan imbalan premi yang relatif kecil dibandingkan potensi kerugian. Asuransi pula pada gilirannya menekan pemborosan uang negara yang berasal dari pajak rakyat untuk penanggulangan bencana dan

biayanya dapat dialokasikan bagi program lain demi kesejahteraan rakyat. Bukankah semua ini sudah sejalan dengan syariah? Dimana lagi letak tidak halalnya?

Transfer risiko dan *gharar* Mari mulakan dari definisi asuransi, bahwasanya asuransi adalah mekanisme pemindahan risiko (*risk transfer*). Dalam hal ini, risiko berpindah dari pemiliknya semula ke perusahaan asuransi. Atas kesediaannya menerima pelimpahan risiko itu, perusahaan asuransi menerima pembayaran premi dari pemilik risiko. Definisi ini dengan sangat jelas mengungkapkan karakteristik transaksi antara pemilik risiko dan perusahaan asuransi. Nyata disini telah terjadi pertukaran antara risiko dan uang premi. Dapatlah disimpulkan bahwa pada hakikatnya kontrak antara pemilik risiko dan perusahaan asuransi merupakan kontrak pertukaran (*contract of exchange*). Dengan kata lain ia merupakan kontrak jual beli (*contract of sale*) atau *al ba'i*. Itu sebabnya kita sering menggunakan istilah 'membeli asuransi' untuk mengekspresikan aktivitas seseorang yang mengasuransikan harta ataupun jiwanya. Dengan demikian dapat pula kita simpulkan lebih lanjut bahwa perjanjian asuransi (konvensional) merupakan perjanjian yang bersifat komersil atau perdagangan atau bisnis dimana untung dan rugi merupakan premis utamanya.

Mari kini segarkan ingatan kita pada definisi risiko itu sendiri. Risiko adalah ketidakpastian akan terjadinya kerugian. Mari garis bawahi kata kunci 'ketidakpastian'. Kini kita gabungkan kedua bahasan diatas, bahwasanya

asuransi adalah kontrak jual beli ketidakpastian alias jual beli dimana yang diperjualbelikan adalah ketidakpastian maka disinilah pangkal perkaranya. Bila mana kontrak jual beli sesuatu apapun mengandung unsur *gharar* (ketidakpastian), maka kontrak itu tidak sejalan dengan syariah dan dapat menjadi haram apabila *gharar* itu terlalu signifikan melebihi apa yang dapat ditolerir. Apa lagi bila *gharar* atau ketidakpastian itu justru menjadi *subject matter* atau substansi yang diperjualbelikan, sebagaimana kontrak asuransi, tentulah berlipat-lipat ketidaksesuaiannya dengan syariah, maka haramlah ia.

Sungguh persyaratan-persyaratan yang tidak akan mungkin dipenuhi oleh ketidakpastian (*gharar*). Sesungguhnya *gharar* memiliki banyak konotasi negatif, diantaranya ketidakpastian, *deception*, risiko, *hazard*, ketidakpedulian dan sebagainya.

Berikut adalah definisi *gharar* menurut beberapa ulama:

- Ibnu Hazm berkata bahwa *gharar* adalah manakala pembeli tidak tahu apa yang dibelinya, atau penjual tidak tahu apa yang dijualnya.
- Al-Shirazi berkata *gharar* adalah sesuatu yang sifat dan konsekuensinya tersembunyi.
- Al-Qarafi berkata bahwa *gharar* adalah apa yang tidak ketahu keberadaannya (eksistensinya) dimasa depan.

Adanya *gharar* dapat menyebabkan para pihak tidak berada dalam posisi tawar yang seimbang, sehingga tidak mampu membuat keputusan berlandaskan informasi yang *valid* (*informed decision*) karena mereka tidak memahami

karakteristik (*attribute*) atau konsekuensi dari perjanjian.

Uraian diatas telah mengarahkan kita pada persoalan asuransi dari sisi syariah. Dalam syariah sangat jelas bahwa jual beli haruslah dilakukan atas *ridha* alias suka sama suka dari kedua belah pihak yang hanya dapat dicapai dengan transparansi dari kedua belah pihak sehingga tidak ada lagi keraguan atau ketidakpastian. Singkatnya, jangan ada dusta diantara kita. Namun dalam kontrak asuransi transparansi itu tidak mungkin dicapai karena zat yang diperjualbelikan itu sendiri adalah ketidakpastian. Meski kedua belah pihak tulus tak hendak berdusta, tetap mereka tidak mampu memberikan deskripsi atau fakta yang pasti atas *subject matter*, karena mereka memang tidak mengetahui rahasia dibalik ketidakpastian itu.

Riba

Riba pada dasarnya terbagi dua yaitu *riba fadl* dan *riba nasi'ah*. *Riba fadl* adalah riba yang dapat timbul manakala terjadi pertukaran antara dua benda (misalnya uang dengan uang, emas dengan emas, perak dengan perak, dan sebagainya). Sedangkan *riba nasi'ah* terjadi akibat adanya penundaan *delivery* atau pembayaran. Dengan demikian dengan mudah dapat dilihat bahwa bunga bank merupakan *riba nasi'ah*.

Kontrak asuransi konvensional sebenarnya mengandung *riba fadl*. Apa yang sebenarnya dipertukarkan dalam kontrak asuransi? Yang dipertukarkan dalam kontrak asuransi adalah premi dengan pembayaran klaim. Dengan kata lain uang dengan uang. Aturannya sudah sangat jelas dalam syariah bahwa bila kita mempertukarkan dua benda yang sama, apalagi uang, maka ukuran atau kuantitas, bahkan kualitas keduanya haruslah sama. Bila ada kelebihan yang diberikan salah

satu pihak dan diterima oleh pihak lain maka kelebihan itu adalah *riba*.

Kenyataannya yang terjadi pada asuransi adalah pembayaran klaim selalu lebih besar dari pada premi. Selisihnya inilah yang merupakan *riba*. Sekali lagi ia menjadi riba karena terjadi pertukaran dua benda sebagai konsekuensi menghukumkan asuransi konvensional sebagai kontrak pertukaran atau jual beli.

Selain itu, layak pula disinggung bahwa dalam mengoperasikan asuransi konvensional, perusahaan asuransi mengumpulkan premi dari para tertanggung lalu menginvestasikannya dalam instrumen-instrumen berbasis bunga baik melalui perbankan maupun pasar modal. Ini adalah sumber *riba* yang lain dari mekanisme asuransi konvensional.

Maysir

Ada yang menjelaskan *maysir* (judi atau spekulasi) dari sisi tertanggung yang membeli asuransi dengan harapan mendapatkan kompensasi atau ganti rugi yang lebih besar dari pada premi. Jadi, seperti orang berjudi atau pasang lotere, yang memasang taruhan kecil, tapi berharap menang besar.

Anda dapat mendebat logika ini karena motivasi judi dan asuransi jelas berbeda. Asuransi didorong oleh kekhawatiran terjadinya bencana yang membawa kerugian finansial, sementara judi dimotivasi oleh angan-angan terjadinya sesuatu yang membawa pada kemenangan finansial yang besar. Namun demikian, bila dilihat dari modus operandinya, memang dapat dikatakan bahwa judi sama saja dengan asuransi.

Kita boleh pula memandang kehadiran *maysir* dalam asuransi dari pihak penanggung atau perusahaan asuransi.

Dalam kontrak asuransi, sebagai lembaga komersil, setiap perusahaan asuransi tentu pasti bermaksud untuk mendapatkan hasil atau keuntungan dari ketidakpastian yang inheren yang terjadi didalam kontrak.

Perusahaan asuransi pasti sangat berharap untuk tidak terjadi bencana sehingga uang premi yang telah diterimanya melebihi jumlah klaim yang harus dibayar, sehingga ia bisa mendapatkan keuntungan berlebih. Lagi-lagi, perusahaan asuransi telah menyandarkan kesejahteraannya atau kesuksesan bisnisnya atas terjadi atau tidak terjadinya sesuatu yang merupakan ketidakpastian. Bukankah itu sama dengan berspekulasi atau berjudi? Itulah sebabnya kontrak asuransi adalah ilegal dimata syariah.

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa sesungguhnya pokok pangkal persoalan yang membuat asuransi konvensional tidak dapat diterima syariah terletak pada mekanisme transfer risiko (*risk transfer*) dalam mengelola risiko. Sedangkan *riba*, *gharar* dan *maysir* adalah turunannya yang muncul karena asuransi konvensional berbasis transfer risiko itu dihukumkan sebagai kontrak pertukaran atau *exchange* atau jual beli.

Itulah sebabnya, untuk mendapatkan asuransi yang sejalan dengan prinsip syariah, pokok pangkal masalah inilah yang harus di buang. Maka mekanisme transfer risiko ini diganti menjadi berbagi risiko (*risk sharing*). Risiko tidak lagi dipindahkan oleh tertanggung ke perusahaan asuransi, melainkan ditanggung bersama oleh semua pemilik risiko (tertanggung). *Risk sharing* ini tidak dihukumkan sebagai kontrak komersil (jual beli), tetapi kontrak *non-profit*. Dengan demikian, trio *riba*, *gharar* dan *maysir* pun tidak wujud lagi.



Nina Mudrikah Hariyati
Pengurus Pusat
Masyarakat Ekonomi Syariah (MES)



Khairunnisa Musari
Dosen Tetap Prodi Ekonomi Syariah
Pascasarjana IAIN Jember

Asuransi Syariah Menjelang Spin-Off 2024, Peluang dan Tantangan

Mencautnya kasus gagal bayar yang dialami perusahaan asuransi berpelat merah berpotensi menimbulkan ketidakpercayaan masyarakat terhadap industri asuransi, termasuk asuransi syariah. Untuk itu, pemerintah berencana mengubah sejumlah undang-undang (UU) di sektor keuangan, termasuk aturan pada bidang asuransi. Hal ini menjadi hikmah bagi asuransi syariah. Pasalnya, meski sudah terdapat sejumlah regulasi yang memadai, namun keberadaannya masih belum cukup untuk terus mendorong pertumbuhan industri asuransi. Terlebih bagi asuransi syariah yang membutuhkan penguatan regulasi dan kelembagaan menjelang *spin-off* 2024.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian, Pasal 87 menyebutkan perusahaan perasuransian yang menjalankan sebagian kegiatan usaha dengan

prinsip syariah diwajibkan untuk melakukan *spin-off* tepat 10 tahun setelah Undang-Undang tersebut ditetapkan atau jika dana *tabarru'* dan dana investasi peserta Unit Syariah telah mencapai paling sedikit 50% dari total nilai dana asuransi, dana *tabarru'*, dan dana investasi peserta pada perusahaan induknya. Artinya, mulai 2024, sudah tidak ada lagi Unit Syariah di Indonesia. Semua Unit Syariah harus bertransformasi menjadi perusahaan asuransi syariah atau perusahaan reasuransi syariah atau mentransfer portofolio syariahnya pada perusahaan perasuransian syariah lain dan mengembalikan ijin Unit Syariah kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Spin-off bagi perusahaan perasuransian bukan hal mudah, terutama bagi perusahaan yang memiliki Unit Syariah kecil atau yang perusahaan induknya bukan perusahaan besar. Pasalnya, perusahaan harus melakukan penambahan modal terhadap

perusahaan perasuransian syariah baru hasil *spin-off*. Merujuk Peraturan OJK (POJK) Nomor 67 Tahun 2016, perusahaan asuransi syariah baru harus memiliki modal disetor sejumlah Rp100 miliar dan perusahaan reasuransi syariah sejumlah Rp175 miliar pada saat pendirian. Ekuitas perusahaan asuransi syariah hasil *spin-off* setelah menerima pengalihan portofolio dari Unit Syariah minimum Rp50 miliar dan perusahaan reasuransi syariah minimum Rp100 miliar. Belum lagi ketentuan lain yang harus dipenuhi sebagai suatu perusahaan yang berdiri sendiri atau terpisah dari perusahaan induknya.

Meski *spin-off* tampaknya menyulitkan dan berpotensi memperlambat industri perasuransian syariah, namun aturan ini sejatinya membuka jalan bagi penguatan industri melalui penambahan modal dan pengalihan portofolio yang dapat meningkatkan *size* perusahaan. Hampir 70% perusahaan asuransi

syariah di Indonesia memiliki modal <Rp50 miliar. Dengan *spin-off*, perusahaan asuransi syariah ke depan diharapkan dapat lebih mandiri dan lebih fokus dalam memperluas bisnis dan menjalankan operasionalnya. Lalu, bagaimana sebenarnya kinerja industri asuransi syariah saat ini? Apa dasar dan legitimasi perlu dihadirkannya asuransi syariah? Bagaimana peluang dan tantangan industri asuransi syariah menjelang berlakunya *spin-off*? Tulisan ini akan mencoba menguraikannya.

Kinerja

Pada Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) Syariah di Indonesia, pangsa pasar industri asuransi syariah menguasai hingga 58,8% sekaligus menempati peringkat pertama. Disusul Lembaga Pembiayaan Syariah menempati peringkat kedua dengan pangsa sebesar 32,1%.

Statistik IKNB Syariah per November 2019 menunjukkan aset perusahaan asuransi syariah telah menembus Rp44.751 miliar dengan kontribusi asuransi jiwa syariah sebesar 82,6%, asuransi umum syariah 13%, dan sisanya reasuransi syariah 4,4%. Berdasarkan sumber data yang sama, diketahui investasi asuransi syariah sebagian besar disalurkan pada Pasar Modal, terutama pada saham syariah, sukuk negara, dan sukuk korporasi. Nilai investasi asuransi syariah pada pasar modal mencapai 81,4% yang didominasi saham syariah hingga 45,2% dan sukuk negara sebesar 20,6%. Sedangkan nilai investasi asuransi syariah pada perbankan syariah sebesar 17,9% dan seluruhnya dalam bentuk deposito. Investasi asuransi syariah lainnya sebesar 0,7% tersalurkan diantaranya pada emas murni, penyertaan langsung atau bangunan dengan hak strata atau tanah dengan bangunan untuk investasi.



Pada Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) Syariah di Indonesia, pangsa pasar industri Asuransi Syariah menguasai hingga 58,8% sekaligus menempati peringkat pertama. Disusul Lembaga Pembiayaan Syariah menempati peringkat kedua dengan pangsa sebesar 32,1%.



Merujuk data Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) per Juli 2019, terdapat 63 perusahaan asuransi syariah, reasuransi syariah maupun unit syariah dari asuransi dan reasuransi di Indonesia. Data tersebut juga menunjukkan masih ada 50 unit syariah yang harus melakukan *spin-off* dalam kurun waktu 4 tahun ke depan. Tentu saja ini merupakan pekerjaan rumah yang cukup besar bagi industri asuransi syariah.

Dasar dan Legitimasi

Pertanyaan atau perdebatan apakah asuransi syariah bertentangan dengan ajaran Islam, maka hal ini sejatinya sudah selesai dengan hadirnya *Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 21/DSN-MUI/X/2001* tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah. *Fatwa* ini memang hadir untuk memenuhi kebutuhan dan menjawab pertanyaan masyarakat Muslim tentang asuransi, termasuk untuk meluruskan pandangan tentang asuransi syariah yang dinilai tidak berbeda dengan asuransi konvensional. Merujuk *Fatwa DSN-MUI Nomor 21* tersebut, asuransi syariah adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong di antara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan/atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui

akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah. Adapun *akad* yang sesuai dengan syariah yang dimaksud adalah yang tidak mengandung *gharar* (penipuan), *maysir* (perjudian), *riba*, *zhulm* (penganiayaan), *risywah* (suap), barang haram dan maksiat. *Fatwa* ini menyetarakan asuransi syariah dengan *ta'min* (melindungi), *takaful* (saling menjamin) atau *tadhamun* (saling menanggung).

Perintah Allah dalam QS. Al-Hasyr [59]: 18 menjadi rujukan pertama dalam *Fatwa DSN-MUI* yang menimbang perlunya asuransi syariah, "*Hai orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah dibuat untuk hari esok (masa depan). Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.*" DSN-MUI menilai bahwa menyongsong masa depan dan upaya mengantisipasi kemungkinan terjadinya risiko dalam kehidupan ekonomi yang akan dihadapi, maka perlu dipersiapkan sejumlah dana tertentu sejak dini. Salah satu upaya untuk memenuhi hal tersebut adalah melalui asuransi.

Peluang asuransi syariah meski banyak yang harus disiapkan, namun sejatinya *spin-off* akan mendorong industri asuransi syariah menjadi lebih fokus, sehat, dan mandiri serta dengan sendirinya akan meningkatkan kapasitas industri asuransi syariah. Menjelang berlakunya *spin-off*, sedikitnya terdapat lima peluang berarti bagi industri asuransi syariah.

Pertama, potensi pasar syariah yang besar. Hal ini didukung oleh dua faktor, yaitu jumlah penduduk muslim yang besar dan *market share* asuransi syariah yang masih kecil. Dengan jumlah penduduk Muslim mencapai 85% dari populasi atau sekitar 207 juta orang, maka Indonesia merupakan pasar asuransi syariah yang masih

sangat luas. Potensi bisnis yang prospektif ini yang harus digarap oleh perusahaan asuransi syariah. Selain itu, merujuk data AASI per Juli 2019, market share asuransi syariah masih berada pada kisaran 5%. Hal ini juga mengindikasikan masih besarnya peluang pasar asuransi syariah.

Kedua, dukungan pemerintah/regulator. Banyak hal yang telah dilakukan oleh pemerintah/regulator untuk memajukan industri Keuangan syariah, termasuk asuransi syariah. Diantaranya adalah pembentukan lembaga seperti Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) sebagai komitmen pemerintah untuk mengembangkan ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan. Kehadiran KNEKS diharapkan dapat menjadi katalisator dalam upaya mempercepat, memperluas, dan memajukan pengembangan ekonomi syariah dalam rangka mendukung pengembangan ekonomi nasional.

Bagi asuransi syariah, juga sudah banyak regulasi yang mengatur agar industri ini dapat berkembang baik dengan tetap memenuhi aspek kehati-hatian sehingga tercipta praktik industri yang sehat yang dapat melindungi penyedia jasa asuransi maupun nasabah. Yang terbaru adalah disahkannya Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 3 Tahun 2020 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2018 tentang Kepemilikan Asing pada Perusahaan Perasuransian. Peraturan Pemerintah ini memberi kepastian hukum bagi asuransi patungan (*joint venture*) mengenai aspek permodalan (kepemilikan asing) terkait dengan *spin-off*. Peraturan tersebut menyebutkan bahwa berkaitan dengan *spin-off* Unit Syariah menjadi Perusahaan Asuransi Syariah, maka batasan

kepemilikan asing pada perusahaan asuransi syariah mengikuti batasan kepemilikan asing perusahaan asuransi induknya. Hal ini mengecualikan dari ketentuan kepemilikan asing maksimum 80% dalam pengaturan sebelumnya.

Ketiga, penetrasi asuransi syariah masih rendah. Dibandingkan *gross domestic product* (GDP), merujuk Statistik OJK November 2019, penetrasi asuransi syariah masih pada kisaran 0,1%. Angka ini sangat rendah, namun juga mengindikasikan peluang yang sangat besar untuk dikembangkan dengan sinergi mensosialisasikan asuransi syariah kepada masyarakat.

Keempat, meningkatnya kelas menengah. Peningkatan kelas menengah yang menjadi target asuransi syariah juga merupakan peluang yang harus digarap dengan baik oleh asuransi syariah. Industri asuransi syariah harus menyiapkan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan segmen ini. Untuk itu, perusahaan asuransi syariah harus memahami karakteristik kelas menengah, terutama yang Muslim, untuk dapat menyediakan produk yang diminati.

Kelima, gaya hidup halal. Gaya hidup halal kian marak digaungkan. Penyedia produk halal juga semakin banyak dan beragam. Dari mulai makanan, *fashion*, wisata hingga produk keuangan yang halal. Gaya hidup halal belakangan ini bahkan menjadi *trend* pada anak muda Indonesia dan masyarakat saat ini. Hal ini tentu menguntungkan industri keuangan syariah, termasuk asuransi syariah, yang harus segera menyambut pasar ini dengan baik

Tantangan yang Dihadapi

Setidaknya terdapat 10 tantangan yang dihadapi industri asuransi

syariah di Indonesia menjelang *spin-off* 2024. *Pertama*, menyiapkan sumber daya insani (SDI) yang unggul dan profesional termasuk profesi-profesi pendukungnya seperti broker asuransi syariah, agen, dan *adjuster*. Tidak bisa dipungkiri, bertambahnya perusahaan asuransi syariah di Indonesia belum diikuti dengan ketersediaan SDI, baik secara kuantitas maupun kualitas. Ini juga yang menyebabkan produk dan layanan asuransi syariah kadang masih tertinggal dari konvensional. Melalui *spin-off*, maka Unit Syariah yang akan menjadi perusahaan terpisah dari induknya memerlukan manajemen, karyawan maupun tenaga pemasar yang cukup banyak untuk mendukung operasionalnya.

Kedua, mengatasi minimnya modal atau dana. Harus diakui, salah satu penyebab relatif rendahnya pasar asuransi syariah adalah minimnya ketersediaan dana untuk melakukan promosi, sosialisasi, dan edukasi bagi masyarakat. Ditambah lagi dengan persyaratan modal bagi perusahaan asuransi syariah untuk meningkatkan *size* bisnis dari Unit Syariah menjadi Perusahaan asuransi syariah.

Ketiga, menyediakan inovasi produk dan layanan yang memberi nilai tambah atas manfaat dan keterjangkauan untuk seluruh lapisan masyarakat, terutama yang bersumber dari *akad* atau konsep syariah. Hal yang utama bagi penyedia produk asuransi syariah adalah produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, bersaing dengan produk konvensional, dan tentu saja memenuhi prinsip-prinsip syariah. Tidak hanya itu, dengan perkembangan teknologi saat ini, asuransi syariah juga dituntut memberikan layanan yang mudah, *simple*, dan *digital based*.

Keempat, literasi asuransi syariah untuk meningkatkan pemahaman

masyarakat. Saat ini pemahaman masyarakat terhadap asuransi syariah masih rendah. Untuk itu, diperlukan sosialisasi, promosi, dan edukasi kepada masyarakat. Namun, hal ini kerap terbentur dana. Maka, sinergi antar lembaga asuransi syariah menjadi jalan keluar. Jelas, meningkatkan literasi masyarakat menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan inklusi asuransi syariah sehingga masyarakat paham bahwa industri keuangan sudah menyediakan solusi pengelolaan risiko yang sesuai syariah.

Kelima, menghadapi pasar bebas *Association of Southeast Asian Nations* (ASEAN) yang berimplikasi dibukanya cabang-cabang baru oleh perusahaan asuransi asing di Indonesia dengan membawa produk-produk digital yang kedepan akan semakin marak. Padahal, industri asuransi syariah di Indonesia masih dihadapkan pada keterbatasan infrastruktur jaringan, kantor cabang maupun teknologi untuk menjangkau nasabah asuransi.

Keenam, mendorong penguatan regulasi yang menjadi bukti dukungan pemerintah untuk membangun industri asuransi syariah yang kuat. Termasuk mendorong Undang-Undang tentang asuransi syariah sebagaimana Undang-Undang Perbankan Syariah dan Undang-Undang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN), juga penguatan *Fatwa* DSN-MUI yang diharapkan dapat mengakselerasi pertumbuhan industri Asuransi Syariah di Indonesia.

Ketujuh, mendorong insentif agar industri asuransi syariah dapat berekspansi dan berkembang lebih cepat. Insentif ini terutama terkait dengan beban iuran OJK yang diharapkan tidak dihitung berdasarkan total aset asuransi syariah dan aturan perpajakan yang mewajibkan pembayaran

pajak ditambah dengan kewajiban pembayaran zakat sebesar 2,5% dari total laba yang diperoleh. Terlebih adanya keinginan agar industri Asuransi ikut mendorong tersedianya sumber dana pembiayaan jangka panjang, termasuk untuk infrastruktur. Maka, insentif dapat diberikan kepada perusahaan maupun nasabah melalui pemotongan pajak atas kupon surat utang dan pemotongan pajak penghasilan (Pph).

Kedelapan, menjalin kerjasama dengan perusahaan asuransi induk (*shared service*). Unit Syariah yang telah bertransformasi menjadi Perusahaan asuransi syariah pasca *spin-off* diharapkan tetap bekerjasama dengan perusahaan induk. Hal ini penting untuk menjamin standarisasi layanan bagi nasabah asuransi syariah antara sebelum dan sesudah *spin-off*. Terutama dalam hal *information technology* (IT) yang membutuhkan investasi sangat besar jika membangun dari awal.

“

Saat ini pemahaman masyarakat terhadap asuransi syariah masih rendah. Untuk itu, diperlukan sosialisasi, promosi, dan edukasi kepada masyarakat. Namun, hal ini kerap terbentur dana. Maka, sinergi antar lembaga asuransi syariah menjadi jalan keluar. Jelas, meningkatkan literasi masyarakat menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan inklusi asuransi syariah sehingga masyarakat paham bahwa industri keuangan sudah menyediakan solusi pengelolaan risiko yang sesuai syariah.

”

Kesembilan, mencegah kebocoran objek pertanggungannya dari bisnis syariah ke pertanggungannya asuransi konvensional. Hal ini terkait dengan komitmen perusahaan asuransi dalam mengembangkan industri asuransi syariah. Tidak bisa dipungkiri, kerap kali objek pertanggungannya bisnis syariah diproteksi oleh asuransi konvensional dengan alasan kapasitas, ketersediaan produk maupun insentif bagi tenaga penjual.

Kesepuluh, mendorong segera dibentuknya lembaga yang menyelenggarakan program penjaminan polis sebagaimana amanat UU Perasuransian. Kasus gagal bayar dari perusahaan berpelat merah menjadi peringatan pentingnya *risk-based supervision* untuk mitigasi sehingga dapat diambil langkah-langkah yang diperlukan secara cepat dan tepat sebelum berdampak sistemik.

Namun demikian, belajar dari perusahaan pelat merah yang tidak hanya diawasi oleh OJK, tetapi juga oleh Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dapat mengalami gagal bayar setelah dua tahun berturut-turut memiliki *risk based capital* (RBC) -282% pada 2018 dan kemudian menembus -805% per 30 September 2019, mengindikasikan pentingnya pengawasan yang lebih intensif. Juga, perlunya dihadirkan lembaga penjamin polis untuk memastikan adanya perlindungan konsumen dari gagal bayar asuransi. Untuk itu, dibutuhkan segera kajian lebih lanjut tentang aspek kesyariahan dari penjaminan polis. Hal ini mengingat *akad-akad* asuransi syariah sangat spesifik dan mengusung konsep *ta'awun* (saling menolong) pada sesama peserta asuransi syariah. *Wallahu a'lam bish showab*.

Penerapan BLOCKCHAIN Sebagai Katalisator Industri Takaful



Saat ini semakin banyak masyarakat Indonesia yang sadar akan pentingnya hidup sesuai dengan prinsip Syariah, khususnya dalam hal *muamalah*. Hal ini terjadi bukan hanya karena perintah agama, tapi pada kenyataannya bermuamalah dengan prinsip syariah terbukti lebih aman dan menguntungkan. Salah satu industri syariah yang sedang berkembang saat ini adalah asuransi syariah atau biasa disebut dengan Takaful.

Berbeda dengan sistem konvensional, sistem Takaful membuat para nasabah menyumbangkan sejumlah uang secara rutin (premi) sebagai komitmen untuk dana tolong-menolong (*tabarru'*) ke dalam dana bersama. Nantinya dana ini akan digunakan untuk membantu anggota melawan jenis kerugian atau kerusakan tertentu. Sedangkan sebagian dananya digunakan perusahaan Takaful untuk dana pengembangan bisnis (*tijarah*) dengan keuntungannya akan dimasukkan ke dalam dana *tabarru'* sehingga nasabah takaful bisa mendapatkan pelayanan yang terbaik.

Secara global Takaful diperkenalkan pertama kali kepada publik pada tahun 1979 di Sudan dan dikenal sebagai Perusahaan Asuransi Islam Sudan. Kemudian diikuti oleh pendirian Perusahaan Asuransi Arab Islam di Arab Saudi pada tahun 1979. Beberapa Negara Teluk Arab lainnya kemudian meluncurkan perusahaan Takaful mereka sendiri. Sebagai contoh, Uni Emirat Arab

mendirikan sendiri pada tahun 1980, sedangkan Perusahaan Asuransi Arab Islam didirikan oleh Bahrain pada tahun 1983. Negara tetangga kita, Malaysia bersama Islamic Development Bank (IDB) telah menandatangani kontrak kerjasama untuk memajukan industri Takaful di negara-negara Muslim, terutama di negara-negara anggota OKI (Organisasi Konferensi Islam).

Takaful ternyata tidak hanya berkembang di negara Muslim. Untuk Eropa, Inggris merupakan pelopor pengembangan asuransi syariah dengan nama HSBS's Amanah. Cita-cita Inggris untuk menjadi pusat bagi pengembangan asuransi syariah di Eropa dan negara lainnya. Di Amerika, asuransi syariah pertama kali berdiri pada Desember 1996 dengan nama Takaful USA Insurance Company yang didirikan untuk menampung sedikitnya 12 juta penduduk Muslim di negara adidaya tersebut. Demikian pula di Australia telah berdiri Australia Takaful Association Inc. Menurut studi yang dilakukan IMARC, pada tahun 2018 nilai aset industri takaful global mencapai \$21 miliar dolar Amerika dan diperkirakan akan tumbuh 12.8% per tahun sampai tahun 2024.

Masyarakat Indonesia pun sudah mengenal Takaful sejak tahun 1994 dengan hadirnya PT Syarikat Takaful Indonesia atau dikenal dengan Takaful Indonesia. Menariknya yang mendorong berdirinya Takaful Indonesia merupakan beberapa lembaga terpercaya seperti

ICMI, Bank Muamalat Indonesia Tbk, Departemen Keuangan, PT Asuransi Jiwa Tugu mandiri, serta bantuan dari negeri jiran yaitu Syarikat Takaful Malaysia. Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat sampai akhir tahun 2017 aset dari industri perasuransian syariah di Indonesia mencapai Rp 40,52 triliun. Jumlah ini mengalami kenaikan 21,9 persen dari posisi pada akhir tahun sebelumnya yang sebesar Rp 33,24 triliun.

Tantangan Industri Takaful
Secara umum perkembangan di atas menunjukkan respons yang positif dari masyarakat akan sistem asuransi berbasis syariah. Hal ini menunjukkan bahwa Takaful dapat diterima dan menjadi alternatif bagi sistem asuransi yang berjalan selama ini. Namun, industri takaful sampai saat ini belum memiliki pangsa pasar yang signifikan, banyak juga masyarakat muslim yang masih belum percaya sepenuhnya dengan Takaful, mereka masih menganggap bahwa Takaful tidak ada bedanya dengan praktik asuransi konvensional. Hal ini juga diperparah dengan kasus gagal bayar sejumlah perusahaan asuransi konvensional perusahaan asuransi jiwasraya yang menyatakan tidak sanggup membayar polis JS *Saving Plan* milik nasabah senilai Rp12,4 triliun yang jatuh tempo mulai Oktober-Desember 2019. Kerugian ini disebabkan karena Jiwasraya tidak mampu mengelola dana investasi dengan baik.

Hal ini menjadi peluang perusahaan Takaful untuk lebih mengenalkan dan menunjukkan perbedaan yang jelas kepada masyarakat tentang pengelolaannya yang sesuai syariah, dengan karakter amanah dan tidak merugikan nasabah. Salah satu hal yang bisa dilakukan adalah dengan menerapkan sistem *Blockchain* dalam Takaful.

Sistem Takaful Blockchain
Sistem *Blockchain* baru berkembang dalam lima tahun terakhir seiring dengan perkembangan industri teknologi keuangan atau fintek. *Blockchain* pada dasarnya adalah catatan permanen suatu transaksi dalam suatu blok yang

membentuk jaringan dan tidak dapat diubah tanpa adanya kesepakatan pihak yang terlibat. Takaful *Blockchain* mengacu kepada sistem takaful yang menggunakan teknologi *Blockchain* dalam menjalankan skemanya. Penerapan sistem ini akan membuat kontrak menjadi lebih *smart* atau lebih populer disebut '*Smart Contract*'.

Beberapa perusahaan Takaful di Uni Emirat Arab telah menjadi pelopor dalam menggunakan sistem ini seperti Aman (Dubai Islamic Insurance & Reinsurance Company), Al Wathba Insurance dan Oriental Insurance. Uni Emirat Arab selama ini memang sangat bersemangat dalam menggenjot pasar teknologi keuangan atau fintek mereka dengan mendirikan Abu Dhabi RegLab pada 2017 untuk mendukung pelaku usaha fintek dan menjamin perlindungan konsumen.

Dengan menggunakan teknologi ini diharapkan perusahaan takaful dapat meningkatkan efisiensinya. *Blockchain* akan memainkan peranan penting dalam

menjalankan skema takaful dari mulai pendaftaran polis hingga penggalan data nasabah atau '*Know Your Customer*'. *Blockchain* akan menciptakan *smart contract* untuk takaful. *Smart contract* dapat diartikan sebagai eksekusi otomatis dalam menjalankan mekanisme *contract* dalam takaful sehingga proses manual dalam verifikasi data tidak diperlukan lagi. Semua informasi tentang *contract* akan diketahui setiap pihak yang terlibat. Proses klaim akan dilakukan dengan *smart contract* yang akan membuat verifikasi data dan proses pembayaran klaim menjadi lebih mudah.

Kelebihan Blockchain

Kelebihan utama dalam penerapan *blockchain* adalah adanya efisiensi dan transparansi. Verifikasi data nasabah dalam proses dan penyelesaian klaim melalui sistem *Blockchain* sangat membantu perusahaan takaful dalam meningkatkan efisiensi. Sistem *smart contract* akan mengurangi biaya administrasi dalam menjalankan kontrak takaful karena semua dilakukan secara

otomatis. Proses pembayaran premi dan klaim juga akan semakin cepat tanpa perlu waktu lama. Menurut wakil presiden DIFC Fintech Hive Raja Al Mazrouei, sistem *blockchain* dapat mengurangi proses klaim dari 4-7 hari menjadi hanya beberapa menit saja. Selain itu, teknologi ini juga akan mengurangi biaya tambahan yang diperlukan untuk menangani proses klaim setidaknya 30%.

Potensi adanya penyalahgunaan dana dalam industri asuransi cukup besar, seperti yang telah terjadi di beberapa negara dan baru-baru ini di Indonesia. Sistem *smart contract* akan meningkatkan transparansi perusahaan takaful melalui verifikasi data secara otomatis dan membagikannya kepada semua pihak yang terlibat sehingga kemungkinan penyalahgunaan akan semakin kecil.

Smart contract akan meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan takaful, nasabah akan sangat dipermudah mulai



Insurance Company



Investment

- 2 Customer Data
- 5 Funds
- 7 Profit
- 8 Wakalah Fee
- 9b Performance Fee if any

BLOCKCHAIN (Smart Contract)



- Personal Information
- Wakalah Contract
- Claims
- Retakaful
- Underwriting

- 1 Insurance Application
- 3 Approved
- 4 Payment
- 9a Claims and Surplus (If any)



Participants



Apa itu Blockchain?

Blockchain adalah, dalam istilah yang paling sederhana, serangkaian catatan data yang dikelola oleh sekelompok komputer yang tidak dimiliki oleh satu entitas. Masing-masing blok data ini diamankan dan diikat satu sama lain menggunakan prinsip kriptografi.

Jaringan blockchain tidak memiliki otoritas pusat, ini adalah definisi utama dari sistem demokratisasi. karena ini adalah catatan buku besar yang dibagikan dan tidak berubah, informasi di dalamnya terbuka untuk siapa saja dan semua orang untuk melihatnya. Oleh karena itu apa pun yang dibangun di blockchain pada dasarnya transparan dan semua orang yang terlibat bertanggung jawab atas tindakan mereka.



dari pengajuan aplikasi takaful sampai proses pembayaran klaim. Dengan semua kelebihan yang ada tersebut sangat diharapkan dapat meningkatkan daya saing industri asuransi yang saat ini nilainya masih sangat kecil dibandingkan industri lain seperti perbankan.

Takaful *blockchain* memiliki skema yang menghubungkan antara nasabah, perusahaan takaful, dan mitra terkait seperti penyedia layanan kesehatan. Pertama-tama, calon nasabah akan melakukan pendaftaran takaful kepada perusahaan melalui *smart contract* yang telah dibangun. Kemudian, dengan *platform* yang sama, perusahaan takaful akan mengumpulkan data terkait calon nasabah, termasuk contohnya adalah rekam medis yang diperoleh dari penyedia layanan kesehatan. Jika seluruh data yang diperlukan telah terkumpul dan telah melalui proses *underwriting* dari operator takaful, sistem dapat menyetujui pendaftaran takaful nasabah. Setelah mendapatkan persetujuan, nasabah akan mengirimkan sejumlah dana sebagai premi melalui *blockchain* kepada perusahaan. Perusahaan akan mendapatkan pemasukan dari premi berupa biaya wakalah. Dana yang terkumpul akan diinvestasikan oleh perusahaan takaful sehingga dapat menghasilkan sejumlah profit. Pada jenis takaful *general* (untuk objek yang bukan individu), *profit* akan turut dimasukkan ke dalam dana *tabarru'* yang akan digunakan untuk pembayaran klaim, sementara pada jenis takaful keluarga (objek individu), *profit* investasi akan disalurkan langsung kepada nasabah dengan persentase tertentu. *Performance fee* juga dapat diperoleh operator takaful sebagai insentif atas performanya dalam menginvestasikan dana nasabah. Apabila terdapat sejumlah klaim yang diajukan nasabah, maka pembayaran klaim tersebut dapat secara langsung ditransaksikan melalui *blockchain*.

Kesiapan Indonesia Dalam menerapkan Takaful Blockchain

Meskipun *blockchain* memiliki peluang yang besar dalam mendorong industri takaful, namun hingga saat ini Indonesia masih harus menghadapi beberapa tantangan dalam pengaplikasian

blockchain, khususnya di industri takaful. Kurangnya literasi masyarakat tentang teknologi *blockchain* menjadi penghalang dalam menerapkannya di industri keuangan. Literasi terkait *blockchain* yang memiliki kekhasan berupa desentralisasi data harus dapat disampaikan kepada publik dan para pelaku industri takaful, sehingga kedua pihak dapat memahami keunggulan dari sistem ini. Selain itu, infrastruktur teknologi juga harus terus dikembangkan agar dapat menunjang berbagai macam transaksi keuangan melalui *blockchain* dengan baik.

Penggunaan *blockchain* pada layanan keuangan telah diatur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial, Peraturan OJK Republik Indonesia Nomor 13/POJK.02/2018 Tentang Inovasi Keuangan Digital di Sektor Jasa Keuangan, dan Peraturan OJK Republik Indonesia Nomor 37/POJK.04/2018 Tentang Layanan Urun Dana melalui Penawaran Saham Berbasis Teknologi Informasi.

Namun, secara garis besar pengaturan *blockchain* di Indonesia masih belum memiliki kerangka peraturan komprehensif yang secara khusus berkaitan dengan implementasi teknologi *blockchain*. Payung hukum yang dapat mengakomodir secara menyeluruh dirasa dibutuhkan mengingat besarnya potensi dari implementasi teknologi *blockchain* di Indonesia. Sehingga para pelaku industri dapat lebih mengembangkan inovasinya dalam memanfaatkan teknologi ini.

Hal yang tidak kalah penting untuk diperhatikan adalah ketersediaan sumber daya manusia yang mampu mengoperasikan dan terus mengembangkan inovasi, baik dalam industri takaful maupun *blockchain* dan *data science*. Sehingga, Indonesia tidak lagi hanya memfokuskan pada peningkatan performa SDM dalam layanan keuangan konvensional, namun juga kemampuan dalam memahami dan memanfaatkan teknologi sebagai katalisator dalam menyediakan jasa keuangan yang dapat bersaing secara global.