

	JURNAL SYAR'INSURANCE (SIJAS)	
	Vol. 10 No. 1 Januari - Juni	ISSN: 2460 - 5484

Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Milenial Dalam Menggunakan Produk Asuransi Syari'ah

Windi Aprillian Syaputri¹, Siti Nur Izzati², Zesxia Viviola Arini³

Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Bengkalis

Article History:

Diterima Redaksi: 05 – 06 - 2024
Selesai Revisi: 02 – 06 - 2024
Published: 30 – 06 - 2024

Keywords:

Minat, Generasi Milenial, Produk Asuransi Syari'ah

***Corresponding Author:**

windiaprilliansyaputri@gmail.com,
sitinurizzatizati@gmail.com,
zesxiaviviolaarini@gmail.com

Abstract: Sharia insurance is one of the sharia financial products chosen by the public, especially the millennial generation who are Muslim. This is because there is awareness regarding insurance that does not contain usury, gharar and maisir, so sharia insurance is chosen because it is guided by sharia principles. Basically, the millennial generation in Bengkalis is interested in using sharia insurance products. However, there are many reasons why this desire is not realized, one of which is because the number of sharia insurance agents or companies in Bengkalis is very small. This research was conducted using descriptive qualitative methods with data collection tools in the form of interviews and literature studies. The research results show that the millennial generation, especially those who adhere to the Islamic religion, are interested in using sharia insurance products. However, in Bengkalis it is still very rare to find sharia insurance companies or agents so that the desire of the millennial generation to use sharia insurance cannot be realized optimally. There are several factors that can influence the millennial generation's interest in using sharia insurance, including religiosity (religion), promotional factors, social factors, personal factors, financial literacy factors, and income factors. The author also provides advice to the parties concerned, especially on Bengkalis Island, to provide outreach to the millennial generation regarding sharia insurance products and expand the target market by increasing the number of sharia insurance companies or agents to accommodate the interests of the millennial generation in Bengkalis towards sharia insurance products.

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan, manusia selalu dihadapkan dengan segala sesuatu yang mungkin terjadi sehingga menimbulkan adanya kekhawatiran akan risiko yang ditimbulkan. Seiring perkembangan

zaman, semakin tinggi pula risiko yang akan dialami oleh masyarakat. Hal ini mendorong adanya upaya untuk menghindari risiko berupa kerugian yang tidak terduga dengan asuransi.

Di Indonesia, asuransi merupakan suatu hal yang tak lazim lagi, bahkan sudah banyak masyarakat yang

menggunakan berbagai produk asuransi untuk memproteksi aset hingga jiwa seseorang. Dewasa ini, banyak berkembang berbagai produk asuransi baik asuransi konvensional maupun asuransi syariah. Masyarakat Indonesia mayoritas beragama Islam, sehingga mereka memilih menggunakan produk-produk asuransi syariah untuk memproteksi kemungkinan terjadinya risiko.

Meskipun demikian, asuransi syariah yang berkembang di Indonesia dinilai lebih lambat dibandingkan dengan asuransi syariah yang ada di negara-negara dengan mayoritas masyarakatnya beragama Islam (Cahyopy, Sunandar, & Zulhadi, 2023). Akan tetapi, kenaikan total aset perusahaan asuransi syariah dalam beberapa tahun belakangan menjadi penanda bahwa asuransi syariah di Indonesia mengalami perkembangan.

Asuransi syariah merupakan bentuk asuransi yang berlandaskan dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Tujuannya untuk memberikan perlindungan finansial kepada para peserta asuransi dengan mengedepankan prinsip saling menolong dalam kebaikan, pengalihan risiko, dan berlandaskan pada prinsip-prinsip hukum Islam (Sulaeman et al., 2023). Adapun prinsip-prinsip Islam dalam asuransi syariah antara lain: “prinsip keesaan Tuhan, kekhalifahan, keadilan, tolong-menolong, kebebasan, toleransi, kejujuran, kemanfaatan, kebolehan, meniadakan pembebanan, dan musyawarah” (Irfan, Ashal, & Aulia, 2020).

Pangsa pasar produk-produk asuransi syariah mulai menjamur ke berbagai golongan, mulai dari yang tua hingga yang muda. Bahkan saat ini,

pemasaran produk asuransi syariah mulai menyentuh para generasi milenial atau kerap disebut Generasi Y yang mulai *melek* asuransi. Generasi milenial merupakan kelompok muda yang lahir antara tahun 1981 hingga 2000 (Bolton et al., 2013). Mereka juga generasi yang mendominasi dunia kerja baik di Indonesia maupun di mancanegara sehingga sebagian besar dari generasi Y memilih menggunakan asuransi untuk melindungi jiwa dan aset yang dimiliki.

Meskipun asuransi syariah di Indonesia berkembang cukup pesat, namun minat masyarakat Indonesia termasuk generasi milenial dalam menggunakan produk-produk asuransi syariah masih rendah. Hal ini dikarenakan adanya faktor-faktor tertentu yang membuat mayoritas masyarakat tidak mempunyai asuransi syariah, antara lain kekurangan literasi mengenai asuransi syariah, masih minimnya kesadaran, keragaman demografi sosial dan adanya kesalahpahaman masyarakat terhadap produk-produk asuransi syariah (Masud, Ismail, & Rahman, 2020).

Dibalik kebutuhan proteksi aset dan jiwa generasi milenial yang sebagian besar telah produktif dalam dunia kerja, faktanya masih banyak generasi milenial yang tidak terlalu perhatian dan berminat untuk menggunakan produk-produk asuransi syariah sebagai proteksi diri dan aset. Hal ini dikarenakan generasi ini lebih memilih menggunakan uangnya untuk *healing* dan membeli barang-barang lainnya dibandingkan membeli produk asuransi. Mereka merasa bahwa proteksi diri dan aset dirasa belum terlalu dibutuhkan, padahal segala risiko dapat terjadi kapan saja dan dimana saja.

Penulis berpendapat bahwa generasi milenial dapat dikatakan sebagai subjek yang mempunyai potensi dan dijadikan sebagai pangsa pasar perusahaan-perusahaan asuransi karena jumlahnya yang mendominasi dunia kerja di Indonesia dan cukup berpenghasilan untuk mempunyai asuransi. Perusahaan asuransi syariah harusnya menjadikan ini sebagai peluang untuk memperluas pangsa pasar kepada generasi milenial dengan memberikan literasi yang cukup mengenai segala hal yang berkaitan dengan asuransi syariah secara detail. Sehingga timbul pandangan yang baik serta keinginan dari generasi milenial untuk menggunakan produk asuransi syariah untuk memproteksi jiwa dan asetnya. Terlebih lagi, asuransi syariah merupakan asuransi yang berlandaskan pada prinsip-prinsip islam sehingga menjadi acuan bagi generasi milenial yang tingkat religiusitasnya tinggi mengenai kehalalan produk yang ditawarkan dalam asuransi syariah tersebut.

Dalam hal ini, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat generasi milenial untuk menggunakan produk asuransi syariah. Oleh karena itu, penulis membahas hal tersebut dalam tulisan ini.

LANDASAN TEORI

A. Minat

Minat dapat diartikan sebagai suatu keinginan atau kegairahan yang tinggi dari seseorang terhadap sesuatu (Susanto, 2013). Menurut Hurlock dalam (Khairani, 2013), minat merupakan sumber motivasi yang dapat menjadi sebuah dorongan untuk melakukan perbuatan terhadap

sesuatu yang telah menjadi pilihan seseorang tanpa adanya paksaan dan/atau intervensi dari pihak lain. Minat merupakan suatu keinginan yang timbul karena adanya ketertarikan individu terhadap suatu hal yang menimbulkan kecenderungan sikap dan dorongan untuk melakukan suatu kegiatan tertentu.

B. Generasi Milenial

Generasi milenial atau disebut Generasi Y merupakan generasi yang mempunyai banyak inovasi-inovasi berkaitan dengan perkembangan teknologi. Generasi milenial merupakan sekelompok anak-anak muda yang lahir pada kisaran tahun 1981 hingga 2000 (Bolton et al., 2013). Generasi milenial mempunyai perbedaan dengan generasi lainnya di mana mereka nyaman dengan keberagaman, teknologi, dan komunikasi yang dilakukan secara daring agar tetap terhubung dengan teman-temannya. Generasi milenial juga memiliki kepekaan yang lebih mengenai adanya perkembangan dan sesuatu yang baru dalam berbagai hal. Terdapat tiga karakteristik yang dimiliki oleh ggenerasi milenial, diantaranya sikap, pandangan secara keseluruhan, dan kebiasaan kerja.

C. Asuransi Syariah

Asuransi syariah atau biasa dikenal dengan takaful berasal dari kata *kafala* yang artinya saling membantu. Terdapat beberapa pendapat mengenai definisi asuransi syariah, antara lain:

1. Fatwa DSN MUI Nomor 21/DSN-MUI/X/2001 menyatakan bahwa: “asuransi syariah adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong di antara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan/atau

tabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah.”

2. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian mengemukakan bahwa “Asuransi Syariah adalah kumpulan perjanjian, yang terdiri atas perjanjian antara perusahaan asuransi syariah dan pemegang polis dan perjanjian di antara para pemegang polis, dalam rangka pengelolaan kontribusi berdasarkan prinsip syariah guna saling menolong dan melindungi dengan cara:
 - a. Memberikan penggantian kepada peserta atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita peserta atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti; atau
 - b. Memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya peserta atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya peserta dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.”

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mengenai beberapa faktor yang menjadi pengaruh

bagi generasi milenial dalam menggunakan produk asuransi syariah. Adapun pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan studi kepustakaan. Penulis melakukan wawancara terhadap 5 responden yang termasuk dalam kriteria generasi milenial yang ada di pulau Bengkalis. Selain itu, penulis juga menambah referensi melalui buku-buku, jurnal-jurnal, *google*, serta penelitian-penelitian lainnya yang dianggap relevan dengan objek kajian pada penelitian ini.

Data yang telah dikumpulkan kemudian diuraikan dalam bentuk pernyataan atau kalimat yang dikoneksikan dengan objek penelitian lalu dijadikan sebagai bahasan dalam sebuah kerangka berpikir. Tujuannya untuk mendapatkan data yang rinci sesuai dengan kajian yang dibahas berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Asuransi merupakan suatu hal yang cukup dikenali dan tidak lazim di Indonesia. Bahkan, asuransi telah dikenalkan di Indonesia sejak zaman penjajahan kolonial Belanda tahun 1845. Asuransi dijadikan sebagai alat sosial yang bertujuan untuk mengurangi adanya risiko jiwa dan menjamin kehidupan dan/atau aset seseorang dari berbagai risiko dan keadaan yang tidak terduga.

Di Indonesia, mayoritas penduduknya beragama islam dengan peningkatan yang cukup besar setiap tahunnya. Hal tersebut menimbulkan adanya keinginan dari masyarakat untuk mendapatkan layanan produk asuransi yang berpedoman pada prinsip-prinsip syariah.

Pada mulanya, asuransi yang kerap digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah asuransi konvensional yang tentunya tidak berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Sehingga larangan asuransi konvensional dalam hukum Islam karena mengandung riba, ketidakpastian, dan judi. Larangan asuransi konvensional kemudian memicu adanya diskusi para ulama dan para ahli ekonomi syariah untuk mengakomodir kebutuhan berkaitan dengan asuransi, tetapi dengan tetap memperhatikan prinsip-prinsip Islam.

Pada Februari 1994 dibentuklah sebuah perusahaan asuransi yang pertama kali dengan berlandaskan prinsip-prinsip syariah yang bernama PT Syarikat Takaful Indonesia atau biasa disebut Takaful Indonesia (Rossela & Muhammad, 2024). Pendirian perusahaan ini merupakan suatu bentuk pengembangan perekonomian Islam di Indonesia (Poan, Merizka, & Komalasari, 2022).

Majelis Ulama Indonesia telah menetapkan bahwa asuransi syariah hukumnya halal berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 21/DSN-MUI/X/2001 tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah. Selain itu, asuransi syariah juga menawarkan berbagai produk antara lain: “Asuransi Jiwa Syariah, Asuransi Kerugian Syariah, Asuransi Pendidikan Syariah, Asuransi Kesehatan Syariah, Asuransi dengan Investasi (unit link) Syariah, Asuransi Syariah Berkelompok, Asuransi Haji dan Umroh” (Rossela & Muhammad, 2024).

Dalam wawancara yang penulis lakukan bersama 5 responden yang masuk dalam kategori generasi milenial atau Generasi Y, penulis menemukan bahwa tidak seorang pun responden

menggunakan produk asuransi syariah. Penulis mengakui kesulitan mencari responden yang menggunakan produk asuransi syariah. Terdapat beberapa hal yang menjadi penyebab sulitnya mencari responden sebagai pengguna asuransi syariah antara lain masih sedikit perusahaan yang menawarkan produk-produk asuransi syariah khususnya di Bengkulu, kurangnya sosialisasi dan literasi kepada masyarakat mengenai sisi positif asuransi syariah, dan sebagainya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis menemukan satu lembaga penyedia produk asuransi syariah di Bengkulu yaitu Agen Allianz Syariah yang berlokasi di Rimba Sekampung, Bengkulu. Hal ini yang menyebabkan masih banyak masyarakat yang belum menggunakan produk-produk asuransi syariah. Padahal dikutip dari keseluruhan hasil wawancara bersama 5 responden, keseluruhannya menyatakan bahwa mempunyai ketertarikan untuk menggunakan produk asuransi syariah. Hal ini dikarenakan sebenarnya mereka telah mengetahui keuntungan-keuntungan yang diperoleh dari penggunaan asuransi syariah. Akan tetapi, kurangnya lembaga penyedia produk asuransi syariah sehingga tidak mampu mengakomodir keinginan sebagian masyarakat terutama generasi milenial untuk menggunakan asuransi syariah.

Dari hasil wawancara, penulis juga mengambil beberapa pernyataan dari responden mengenai hal-hal yang mempengaruhi responden untuk tertarik/berminat menggunakan produk asuransi syariah. Dalam penelitian ini, penulis akan memberikan penjabaran mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat responden sebagai

generasi milenial untuk menggunakan produk asuransi syariah.

Salah satu responden bernama Indah Safitri menyatakan bahwa ia mempunyai ketertarikan untuk menggunakan produk-produk asuransi syariah karena ia menganggap bahwa asuransi syariah tentunya memegang prinsip-prinsip syariah dan aman jika dilihat dari perspektif hukum islam.

Adapun prinsip-prinsip yang ada dalam asuransi syariah yaitu:

a. Prinsip Ta'awun

Ta'awun diartikan sebagai saling membantu dalam kebaikan. Implementasi prinsip ini dalam asuransi syariah adalah tabungan berjamaah (*pool of fund*) (Sulaeman et al., 2023). Pengelolaan tabungan berjamaah dilakukan oleh perusahaan asuransi syariah kemudian digunakan untuk melakukan pembayaran klaim atas kerugian yang diderita peserta asuransi syariah. Hal tersebut dimaksudkan untuk memperkecil pertanggungansan risiko peserta asuransi atas kerugian yang ditimbulkan, karena kerugian yang diderita oleh satu peserta menjadi tanggungan bersama bagi peserta asuransi lainnya. Dari hal ini penulis memahami bahwa prinsip ini mampu memberikan kesejahteraan finansial bagi seluruh peserta asuransi syariah.

Prinsip ini juga memberikan ruang bagi para peserta asuransi untuk saling mengenal. Sehingga mampu memperkuat ikatan sosial para peserta asuransi yang akan berdampak pada meningkatnya

kepercayaan para peserta terhadap perusahaan yang memberikan produk asuransi syariah.

b. Prinsip Takaful

Prinsip ini diwujudkan dengan adanya partisipasi seluruh peserta asuransi syariah dalam sebuah dana *Tabarru* diperuntukkan bagi pembayaran klaim atas kerugian yang diderita oleh peserta asuransi. Selain itu, peserta asuransi syariah juga mempunyai kewajiban untuk tetap menjaga stabilitas dana tersebut. Prinsip ini mengedepankan adanya nilai-nilai islam yang mengatur segala aktivitas dalam asuransi syariah dipastikan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam. Pada prinsip ini jelas terlihat bahwa asuransi syariah mengedepankan adanya kerja sama setiap peserta sehingga mampu memupuk dan menjaga rasa persaudaraan. Selain itu, prinsip ini juga mengedepankan adanya kebersamaan dan rasa saling melindungi yang menjadi hal paling fundamental guna menjalankan asuransi syariah yang sesuai dengan prinsip-prinsip islam.

Disamping itu, pernyataan sejalan juga diungkapkan oleh responden lainnya yang menyatakan mengenai ketertarikan mereka untuk menggunakan produk asuransi syariah dilihat dari sisi religi/agama. Responden bernama Suraya menyatakan bahwa ia tertarik dengan asuransi syariah karena dianggap lebih aman, amanah, dan transparan sehingga lebih meyakinkan. Hal ini tentu kembali

lagi kepada prinsip dalam asuransi syariah yaitu prinsip takaful. Di mana hal-hal yang sangat diperhatikan dalam asuransi syariah yaitu berkaitan dengan segala aktivitasnya didasarkan pada hukum islam. Sehingga asuransi syariah menekankan pada nilai keadilan, keterbukaan/transparansi antar sesama peserta asuransi, amanah dalam menjalankan kewenangan yang diberikan oleh para peserta asuransi syariah, dan menjamin keamanannya.

Beberapa keunggulan yang diperoleh dari penggunaan asuransi syariah antara lain:

1. Mengedepankan prinsip-prinsip keadilan dan keseimbangan. Dalam hal ini diwujudkan dengan adanya pembayaran premi yang dilakukan setiap peserta asuransi syariah dengan tidak bergantung pada risiko individu, sehingga setiap peserta asuransi syariah dapat merasakan manfaat asuransi syariah secara adil dan merata. Selain itu, bentuk perlindungan yang diberikan oleh perusahaan asuransi syariah terhadap peserta adalah sama tanpa adanya diskriminasi.
2. Perusahaan asuransi syariah harus menganut prinsip keterbukaan/transparansi terhadap sesama peserta asuransi syariah. Dalam hal ini perusahaan asuransi harus menjelaskan secara detail mengenai produk-produk yang ditawarkan serta mekanisme pengelolaan dana dan pengalihan risiko dalam asuransi syariah. Transparansi sangat penting untuk meyakinkan peserta asuransi syariah bahwa produk asuransi

syariah yang dipilih telah sesuai dengan prinsip-prinsip hukum islam yang berlaku.

3. Perusahaan asuransi menjunjung tinggi kepercayaan sebagai landasan dalam asuransi syariah. Rasa saling percaya harus ditumbuhkan karena setiap peserta asuransi syariah saling berbagi risiko dan memberikan andil kepada setiap peserta asuransi lain yang mengalami kerugian/musibah.

Penulis berpendapat pada dasarnya segala aktivitas yang dilandaskan pada prinsip-prinsip syariah tidak akan mungkin menimbulkan kerugian bagi para anggotanya. Sehingga jaminan terhadap segala sesuatu berkaitan dengan risiko/kerugian yang dialami lebih dapat dipercaya.

Prinsip yang dianut dalam asuransi syariah tentu sangat berbeda dengan prinsip asuransi konvensional (Sulaeman et al., 2023). Asuransi syariah menganut prinsip takaful atau saling membantu. Prinsip ini menekankan adanya kerja sama setiap peserta untuk saling tolong menolong dalam menanggulangi berbagai risiko atau kerugian yang dialami peserta asuransi syariah yang lain. Sedangkan asuransi konvensional, peserta mempunyai kewajiban membayar premi guna membeli polis asuransi di mana perusahaan asuransi tersebut akan mendapatkan keuntungan dari pembelian polis yang dilakukan oleh peserta asuransi.

Responden bernama Mulya Hasanah menyatakan mempunyai ketertarikan pada asuransi syariah karena berpedoman pada prinsip-prinsip islam, salah satunya tidak ada riba. Sehingga ia merasa lebih aman dan sangat terbantu

dengan adanya asuransi syariah. Hal ini dikarenakan, pada saat ini asuransi konvensional justru tidak sedikit yang membuat anggotanya merasa dirugikan karena adanya bunga/riba dari pembayaran premi yang dilakukan. Padahal tujuan seseorang menggunakan asuransi adalah untuk meminimalisir risiko atas kerugian yang diderita.

Responden bernama Juni Saputra juga mempunyai ketertarikan untuk menggunakan asuransi syariah sebagai jaminan perlindungan diri di masa depan. Ia juga tertarik karena asuransi syariah berpegang pada prinsip-prinsip islam sehingga terhindar dari adanya kecurangan dari perusahaan asuransi terhadap anggota/peserta asuransi.

Berdasarkan pernyataan yang dikemukakan oleh beberapa responden, penulis mengambil kesimpulan bahwa faktor agama atau religi yang akan membawa seseorang untuk memilih menggunakan produk-produk asuransi syariah. Religiusitas merupakan peraturan yang memuat kewajiban mengenai sesuatu yang harus dilaksanakan yang fungsinya untuk mengikat dan mengukuhkan diri individu atau kelompok dalam hubungannya kepada Tuhan (Irfan et al., 2020).

Sebagai orang islam, tentu mereka menghindari hal-hal yang mengakibatkan dosa dan murka Allah SWT. Sehingga sesuatu yang memang jelas dilarang dan haram hukumnya, akan ditinggalkan. Dalam hal asuransi syariah, penulis berpendapat bahwa masyarakat mempunyai ketertarikan untuk menggunakan asuransi syariah guna mendapatkan keuntungan baik di dunia dan di akhirat. Maksudnya masyarakat dapat meminimalisir risiko atas suatu

kerugian yang mungkin dialami dari kejadian yang tak terduga. Di samping itu, pengguna asuransi syariah juga berharap mendapatkan keberkahan dan keselamatan akhirat karena telah menghindari asuransi konvensional yang mengandung riba, gharar, dan maisir untuk tetap menggunakan asuransi syariah yang berpedoman pada prinsip-prinsip islam.

Selain itu, penulis juga menemukan pernyataan dari responden yang bernama Syahrul Ramadhan bahwa ia tertarik pada asuransi syariah, namun tidak mengerti segala hal yang berkaitan dengan mekanisme asuransi syariah. Hal ini disebabkan kurangnya bahkan hampir nihil sosialisasi dari perusahaan atau agen asuransi syariah di Bengkalis kepada masyarakat terutama generasi milenial. Mengingat hanya ada satu agen asuransi syariah yang penulis temukan di Bengkalis. Hal ini tentu tidak memungkinkan kemampuan akomodir agen asuransi syariah terhadap minat generasi milenial untuk ikut berpartisipasi dalam asuransi syariah.

Dalam hal ini, perlu adanya promosi yang dilakukan oleh perusahaan atau agen asuransi syariah untuk memperluas pasar asuransi syariah khususnya kepada generasi milenial yang sudah memiliki ketertarikan terhadap asuransi syariah namun masih kekurangan informasi sehingga ragu untuk berpartisipasi dalam asuransi syariah. Promosi merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan cara membagikan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan konsumen supaya bersedia menerima, membeli, serta loyal pada produk (Monica, 2018).

Penulis berpendapat bahwa promosi dapat menjadi faktor yang dapat mempengaruhi minat generasi milenial untuk menggunakan produk asuransi syariah. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan yang disampaikan responden bahwa secara keseluruhan mereka mempunyai keteratrikan pada asuransi syariah. Akan tetapi, kurangnya pengenalan atau promosi mengenai asuransi syariah membuat mereka belum menggunakan produk-produk asuransi syariah. Padahal, generasi milenial merupakan target yang tepat untuk melakukan promosi produk, karena tanpa adanya promosi generasi milenial khususnya di Bengkalis tidak akan mengetahui seluk beluk produk asuransi syariah.

Pada umumnya, generasi milenial ini berbeda dengan generasi lainnya. Hal ini dikarenakan adanya pengaruh dari *gadget* sehingga membawa perbedaan pada pola perilaku termasuk dalam menyikapi adanya promosi/penawaran terhadap suatu produk. Artinya dalam hal ini perusahaan asuransi syariah harus pandai membaca situasi. Dengan target pasar generasi milenial, perusahaan harus melakukan promosi dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi dan memanfaatkan sosial media sebagai alat untuk mempromosikan produknya. Demikian pula, bentuk dan desain promosi produk asuransi syariah juga harus menarik agar semakin menambah minat generasi milenial untuk menggunakan produk asuransi syariah. Penulis menilai hal tersebut cukup efektif dilakukan untuk memperluas pasar asuransi syariah, karena generasi milenial selalu mengandalkan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan yang

dibuktikan dengan penggunaan *gadget* dalam segala kegiatan.

Selain itu, penulis juga menilai bahwa faktor sosial juga memberikan pengaruh terhadap minat individu menggunakan asuransi syariah. Faktor sosial yang dimaksud adalah adanya pengaruh dari sekelompok orang yang sudah menggunakan asuransi syariah. Setelah melihat berbagai keuntungan dan kepastian dalam asuransi syariah, seorang individu mulai terpengaruh dan memiliki ketertarikan untuk ikut menggunakan produk-produk asuransi syariah.

Faktor sosial ini tentunya berasal dari interaksi sosial antara individu dengan sekelompok orang yang ada di lingkungannya. Interaksi yang sering terjadi yaitu bersama keluarga atau teman. Faktor ini mempunyai kekuatan untuk memberikan pengaruh terhadap individu untuk mengikuti apa yang telah dilakukan. Sehingga seseorang sangat mungkin untuk memilih ikut dalam asuransi syariah berdasarkan rekomendasi atau keinginannya sendiri karena melihat hal tersebut dari lingkungan sekitarnya.

Selain faktor sosial, faktor pribadi juga mempengaruhi minat generasi milenial untuk menggunakan produk asuransi syariah. Dalam hal ini penulis berpendapat bahwa adanya dorongan dari dalam diri seseorang mengenai kebutuhan dirinya untuk memproteksi jiwa dan harta kekayaannya menjadi alasan seseorang menggunakan asuransi syariah. Sehingga perusahaan asuransi syariah harus menggiatkan sosialisasi untuk mengajak para generasi milenial untuk *melek* asuransi syariah guna memberikan perlindungan dan kenyamanan bagi dirinya.

Ketidaktahuan generasi milenial mengenai asuransi syariah juga menjadi faktor yang menyebabkan kurangnya minat generasi milenial menggunakan produk asuransi syariah. Sehingga perlu adanya persepsi literasi keuangan. Berdasarkan data dari Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), penggunaan asuransi syariah di Indonesia masih rendah dibandingkan Malaysia. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan masyarakat Indonesia khususnya kaum milenial mengenai asuransi syariah. Terlebih lagi jumlah agen asuransi syariah di Bengkalis masih sangat sedikit. Apabila tingkat pengetahuan kaum milenial tinggi, maka semakin tinggi pula ketertarikan atau minat seseorang untuk ikut berpartisipasi dalam asuransi syariah.

Hal penting yang menjadi penentu dari literasi keuangan adalah orang-orang yang memiliki pengetahuan keuangan baik cenderung membeli asuransi jiwa (Nasir, Roslin, & Teo, 2020). Selain itu, juga disebutkan bahwa terdapat faktor lainnya yaitu kurang pengetahuan dan rendahnya rasa percaya diri. Literasi keuangan dapat meningkatkan kemampuan seseorang dalam mengolah permasalahan yang berkaitan dengan keuangan dan meminimalisir adanya risiko dari keputusan yang kurang tepat (Delafrooz, Paim, & Khatibi, 2011). Penulis berpendapat bahwa seseorang yang mempunyai pemahaman dan pengetahuan keuangan yang rendah biasanya cenderung mengambil keputusan yang kurang tepat dalam manajemen aset yang dimilikinya. Sebaliknya, literasi keuangan yang tinggi akan membuat perencanaan keuangan seseorang menjadi lebih baik. Hal ini sejalan pula dengan beberapa penelitian yaitu penelitian Nomi

& Sabbir (2020) dan Pramudya & Rahmi (2022) yang dilakukan dengan metode kuantitatif menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel literasi keuangan dengan minat membeli asuransi syariah.

Selain beberapa faktor diatas, faktor tidak kalah penting dalam mempengaruhi minat generasi milenial untuk menggunakan produk asuransi adalah faktor pendapatan. Penulis berpendapat bahwa tidak semua generasi milenial mempunyai ketertarikan yang sama dalam hal ikut serta dalam asuransi syariah. Generasi milenial yang mempunyai pekerjaan dengan penghasilan besar tentu berkeinginan untuk melakukan proteksi terhadap asetnya dengan menggunakan asuransi syariah. Akan tetapi, bagi generasi milenial yang mempunyai penghasilan kecil atau bahkan tidak bekerja tentu tidak mempunyai keinginan untuk mengikuti asuransi syariah. Meskipun pada dasarnya, asuransi syariah tidak hanya berkaitan dengan memberikan jaminan perlindungan harta kekayaan. Generasi milenial yang mempunyai pendapatan sedikit atau tidak berpenghasilan lebih fokus untuk memenuhi kebutuhan pokoknya, dibandingkan dengan membeli produk asuransi syariah.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa generasi milenial terutama yang menganut agama islam mempunyai ketertarikan untuk menggunakan produk asuransi syariah. Akan tetapi, di Bengkalis masih sangat

jarang ditemui perusahaan atau agen asuransi syariah sehingga keinginan generasi milenial untuk menggunakan asuransi syariah belum dapat direalisasikan secara maksimal.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat generasi milenial dalam menggunakan asuransi syariah antara lain religiusitas (agama), faktor promosi, faktor sosial, faktor pribadi, faktor literasi keuangan, dan faktor pendapatan.

SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan saran kepada para pihak yang bersangkutan khususnya di Pulau Bengkalis untuk memberikan sosialisasi kepada generasi milenial mengenai produk-produk asuransi syariah serta memperluas target pasar dengan menambah jumlah perusahaan atau agen asuransi syariah untuk mengakomodir ketertarikan/minat generasi milenial di Bengkalis terhadap produk asuransi syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., ... Solnet, D. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: a review and research agenda. *Journal of Service Management*, 24(3), 245–267.
- Cahyopy, H., Sunandar, H., & Zuhadi, T. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Guru Untuk Menggunakan Asuransi Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tabarru':Islamic Banking and Finance*, 6(1), 229–244.
- Delafrouz, N., Paim, L., & Khatibi, A. (2011). Understanding Consumer's Internet Purchase Intention in Malaysia. *African Journal of Business Management*, 5(3), 2837–2846.
- Irfan, R. J., Ashal, F. F., & Aulia, R. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah. *JIHBIZ:Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(1), 34.
- Khairani, M. (2013). *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Masud, M. M., Ismail, N. A., & Rahman, M. (2020). A conceptual framework for purchase intention of sustainable life insurance: A comprehensive review. *International Journal of Innovation and Sustainable Development*, 14(3), 351–373.
- Monica, E. (2018). Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan dan Promosi Terhadap Minat Beli Perumahan Taman Safira Bondowoso. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3), 141.
- Nasir, N. F., Roslin, R. M., & Teo, B. C. (2020). An Extended Analysis of Muslims' Behavioral Intention in Purchasing Unsought Products. *International Research Journal of Modernization in Engineering*, 2(11), 164–178.
- Poan, R., Merizka, V. E., & Komalasari, F. (2022). The importance of trust factor in the intentions to purchase Islamic insurance (takaful) in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 13(12), 2630–2648.
- Rossela, A. I., & Muhammad, R. (2024). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Konsumen Berpartisipasi dalam Asuransi Syariah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderating. *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 6(2020), 413–424.

- Sulaeman, M., Wahyudi, I., Cahyono, P.,
Noval, M., Umah, K., Amin, R., ...
Potton, Z. (2023). *Asuransi Syariah*.
Padang: PT Global Eksekutif
Teknologi.
- Susanto, A. (2013). *Teori Belajar dan
Pengembangan Pembelajaran di
Sekolah Dasar*. Jakarta: Prenada
Media Group.