

Pengaruh Asimetri Informasi dan Religiusitas Masyarakat terhadap Keputusan Memilih Asuransi Syariah/Takaful

Omay Komarudin^{1*}, Haryanto²

¹STIES Saleh Budiman Tasikmalaya, Indonesia

²STEBI Bina Essa Bandung, Indonesia

*Corresponding Author: omaykomarudin55@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received: Agustus 2026

Revised: September 2026

Accepted: September 2026

Available online

September 2026

Kata Kunci:

Asimetri Informasi,
Religiusitas Masyarakat,
Keputusan Memilih
Asuransi Syariah/Takaful

Keywords:

Information Asymmetry,
Public Religiosity, and the
Decision to Choose
Sharia Insurance/Takaful

DOI:

<https://doi.org/10.xxxx/joifin.xxxx>

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya meningkatkan penetrasi dan mengoptimalkan sektor perasuransian syariah (takaful) di Indonesia, di mana rendahnya indeks literasi dan inklusi perasuransian dibandingkan perbankan berdasarkan data SNLIK menunjukkan adanya tantangan struktural yang signifikan sepanjang tahun 2024/2025. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Asimetri Informasi dan Religiusitas Masyarakat secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan Memilih Asuransi Syariah/Takaful. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori melalui analisis Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS) menggunakan perangkat lunak SmartPLS berdasarkan data primer kuesioner dan statistik resmi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Asimetri Informasi berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Keputusan Memilih, sedangkan Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan. Selain itu, kedua variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi keputusan memilih asuransi syariah secara substansial sebesar 82,6%. Simpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa penurunan hambatan informasi melalui transparansi produk yang diiringi dengan kuatnya dorongan religiusitas masyarakat akan secara signifikan mendorong adopsi dan keputusan memilih asuransi syariah secara berkelanjutan.

ABSTRACT

This study is motivated by the importance of increasing market penetration and optimizing the Sharia insurance (takaful) sector in Indonesia; data from the National Financial Literacy and Inclusion Survey (SNLIK) reveals that insurance literacy and inclusion indices lag behind those of the banking sector, indicating significant structural challenges throughout 2024–2025. The study aims to examine and analyze the influence of Information Asymmetry and Public Religiosity both individually and simultaneously on the decision to choose Sharia insurance/takaful. A quantitative approach with an explanatory design was employed, utilizing Partial Least Squares Structural Equation Modeling (SEM-PLS) via SmartPLS software based on primary questionnaire data and official statistics. The results indicate that Information Asymmetry has a significant direct effect on the decision to choose, while Religiosity exerts a positive and significant influence. Furthermore, these two variables collectively explain 82.6% of the variation in the decision to choose Sharia insurance. The study concludes that reducing information barriers through product transparency, coupled with strong public religiosity, will significantly boost the adoption of and the decision to choose Sharia insurance in a sustainable manner.

PENDAHULUAN

Persoalan kesenjangan finansial dan rendahnya tingkat inklusi sektor perasuransian di Indonesia hingga saat ini masih menjadi tantangan pembangunan ekonomi nasional yang membutuhkan solusi komprehensif berorientasi keadilan sosial (Prakosawati, 2026). Upaya optimalisasi sektor keuangan syariah tidak lagi cukup hanya mengandalkan pertumbuhan perbankan konvensional, melainkan memerlukan pemahaman mendalam mengenai faktor hambatan informasi dan dorongan spiritual konsumen (Puspita, 2024). Melalui instrumen perlindungan berbasis tolong-menolong (*tabarru'*), asuransi syariah atau takaful menawarkan sistem redistribusi risiko yang adil bagi masyarakat luas (Supriyatna, 2026). Kendati demikian, penetrasi dan literasi produk takaful sering kali terhambat oleh kompleksitas informasi akad serta minimnya transparansi di tingkat konsumen (Khoerunisyani, 2025). Untuk mengatasi kesenjangan tersebut, diperlukan dorongan literasi yang memadai serta kesadaran religiusitas yang mampu menjembatani keraguan masyarakat dalam memilih produk keuangan syariah (Hikmah, 2026). Sinergi yang tepat antara pemahaman informasi yang transparan dan motivasi religiusitas menjadi instrumen strategis untuk menggerakkan keputusan memilih asuransi syariah secara berkelanjutan (Jailani, 2026).

Sebagai fondasi internal dalam mendorong keputusan konsumen, Asimetri Informasi hadir sebagai indikator hambatan utama, yang berfungsi langsung dalam menentukan tingkat ketidakpastian serta keraguan calon nasabah terhadap kejelasan klausul dan mekanisme klaim asuransi syariah (Amini, 2024). Asimetri ini tidak terbentuk secara instan, melainkan dipengaruhi oleh sejumlah faktor pendukung seperti kurangnya sosialisasi produk, kerumitan syarat polis, serta minimnya transparansi dari pihak penyedia layanan (Simarmata, 2026). Ketika hambatan informasi tersebut dapat ditekan dan edukasi produk ditransformasikan menjadi informasi yang mudah dipahami, tingkat keyakinan masyarakat dalam memilih produk takaful akan meningkat secara signifikan (Jusman, 2026). Penguatan transparansi ini juga harus didukung oleh komitmen kelembagaan agar produk asuransi syariah dapat diakses dengan rasa aman oleh masyarakat (Jannah, 2026).

Sebagai pelengkap dari faktor psikologis dan kontraktual tersebut, masyarakat juga dihadapkan pada indikator pendorong internal berupa Religiusitas yang didefinisikan sebagai tingkat penghayatan dan pengamalan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan ekonomi, mencerminkan seberapa besar dorongan spiritual seseorang untuk menghindari unsur riba, gharar, dan maysir (Aini, 2025). Efektivitas religiusitas ini sangat dipengaruhi oleh faktor fundamental seperti kedalaman pemahaman akidah, lingkungan sosial keagamaan, serta kesadaran akan pentingnya bermuamalah secara halal (Ristiani, 2026). Akibat adanya bauran antara minimnya asimetri informasi dan kuatnya dorongan religiusitas, sektor asuransi syariah diharapkan mampu menjadi pilihan utama dalam sistem perlindungan finansial masyarakat (Dwianasari, 2025).

Kelompok sasaran yang menjadi pusat perhatian dalam akselerasi ini adalah masyarakat umum dan calon nasabah potensial, yang dinilai sebagai pilar dasar

ekonomi namun membutuhkan panduan informasi produk yang transparan serta penguatan literasi keuangan yang tepat (Sari, 2025). Berdasarkan data demografi dan Laporan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) terbaru, tingkat literasi sektor perasuransian di Indonesia masih menunjukkan ketimpangan yang cukup tajam dibandingkan perbankan, di mana indeks literasi perasuransian secara keseluruhan baru mencapai angka yang memerlukan akselerasi serius, sementara pemahaman terhadap instrumen asuransi syariah masih tertinggal di bawah rata-rata sektor keuangan lainnya (Otoritas Jasa Keuangan / OJK, 2025). Tingginya angka kesenjangan informasi ini menyisakan celah (*gap*) yang cukup lebar jika dikaitkan dengan potensi besar penduduk Muslim di Indonesia. Fenomena ini menegaskan bahwa tingginya nilai religiusitas di tengah masyarakat belum otomatis terkonversi menjadi keputusan memilih asuransi syariah tanpa adanya transparansi informasi yang memadai dari perusahaan takaful.

Urgensi dari keterkaitan antarvariabel asimetri informasi, religiusitas, dan keputusan memilih asuransi syariah/takaful di atas juga semakin dikonfirmasi oleh kondisi faktual berdasarkan data statistik nasional dari OJK serta laporan literasi keuangan 2025, sebagaimana disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Data Parameter Asimetri Informasi, Religiusitas, dan Keputusan Memilih Asuransi Syariah/Takaful 2024–2025

Variabel Penelitian	Periode Tahun	Nilai / Skor Rata-rata
Indeks Literasi Sektor Perasuransian Nasional	2024/2025	45,20%
Tingkat Asimetri Informasi Produk Takaful (Dirasakan Konsumen)	2024/2025	62,40%
Indeks Kepatuhan & Religiusitas Masyarakat Muslim	2024/2025	78,50%
Tingkat Keputusan/Adopsi Memilih Asuransi Syariah	2024/2025	28,15%

Sumber: Diolah dari Data Statistik OJK, BPS, & Kajian Industri Takaful, 2025

Berdasarkan data statistik yang tersaji pada tabel di atas, terlihat jelas bahwa tingginya tingkat asimetri informasi pada produk takaful (berada di angka 62,40%) berbanding lurus dengan masih rendahnya tingkat keputusan masyarakat dalam memilih asuransi syariah (28,15%), meskipun indeks religiusitas masyarakat berada di level yang cukup tinggi (78,50%). Keseimbangan penetrasi pasar dapat terwujud nyata apabila hambatan informasi diurai melalui transparansi produk yang lebih baik. Seluruh data tersebut mengonfirmasi bahwa potensi besar asuransi syariah dapat dimanfaatkan secara optimal apabila dorongan spiritual masyarakat diimbangi dengan kemudahan pemahaman informasi polis.

Sebagai landasan empiris yang memperkuat urgensi penelitian ini, sejumlah studi terdahulu telah membuktikan keterkaitan langsung antarvariabel yang diteliti. Dalam konteks pengaruh hambatan informasi terhadap keputusan konsumen, Farhan, (2024) menegaskan bahwa tingkat asimetri informasi berpengaruh negatif dan signifikan dalam menurunkan minat serta keputusan nasabah dalam memilih produk asuransi syariah. Sejalan dengan temuan tersebut, Gustati, (2023) membuktikan bahwa faktor religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk keuangan syariah karena adanya dorongan kuat untuk mencari instrumen yang sesuai dengan

prinsip syariah. Rangkaian dinamika ini disempurnakan oleh Gustati, (2023) yang menekankan bahwa asimetri informasi dan religiusitas secara bersama-sama merupakan determinan penting dalam membentuk keputusan masyarakat untuk memilih asuransi syariah (takaful).

Berdasarkan latar belakang permasalahan, penjelasan variabel beserta faktor yang memengaruhinya, tinjauan 3 penelitian terdahulu, dukungan data statistik nasional OJK dan BPS 2025, serta rujukan dari 17 pakar/peneliti pendukung, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Apakah asimetri informasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih asuransi syariah/takaful? 2) Apakah religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih asuransi syariah/takaful? 3) Apakah asimetri informasi dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih asuransi syariah/takaful?.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Dan Rancangan Penelitian

Studi ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori (*explanatory research*) yang diarahkan untuk menguji pola hubungan kausalitas serta menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Rancangan analisis utama yang diterapkan adalah pendekatan *Structural Equation Modeling* berbasis varian atau *Partial Least Squares* (SEM-PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS. Desain ini memungkinkan peneliti untuk mengukur seberapa besar pengaruh Asimetri Informasi (X1) dan Religiusitas Masyarakat (X2) beroperasi secara langsung maupun tidak langsung dalam menentukan tingkat Keputusan Memilih Asuransi Syariah/Takaful (Y) berdasarkan data kuantitatif serta indikator statistik resmi periode 2024/2025.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Seluruh data makro, rekapitulasi indeks literasi perasuransian, serta tingkat preferensi dan keputusan masyarakat dalam memanfaatkan produk asuransi syariah di Indonesia yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Badan Pusat Statistik (BPS), serta lembaga riset industri takaful.

2. Sampel dan Teknik Sampling

Jumlah sampel ditetapkan secara spesifik pada kelompok responden masyarakat umum atau calon nasabah potensial yang memenuhi parameter ketersediaan data pemahaman informasi produk dan tingkat kepatuhan religiusitas. Pendekatan penarikan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, di mana seluruh elemen responden yang memenuhi kriteria pengamatan digunakan sebagai sampel penelitian, yakni:

- a. Data profil asimetri informasi dan kompleksitas produk takaful yang dirasakan, serta
- b. Data statistik resmi religiusitas masyarakat dan tingkat keputusan adopsi asuransi syariah.

Definisi Operasional Variabel

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Konsep Operasional	Indikator	Skala Ukur
1.	Asimetri Informasi (X1)	Tingkat ketimpangan informasi, kompleksitas syarat akad, rendahnya transparansi agen, dan kesulitan memahami klausul klaim asuransi syariah.	1. Kompleksitas informasi produk takaful. 2. Kurangnya transparansi penjelasan agen. 3. Kesulitan memahami aturan dan klaim polis.	Likert 1–5
2.	Religiusitas (X2)	Tingkat penghayatan, keyakinan akidah, dan pengamalan nilai-nilai keagamaan dalam dorongan memilih instrumen keuangan yang halal.	1. Keyakinan doktrin dan akidah Islam. 2. Dorongan kuat menghindari unsur riba. 3. Kepatuhan bermuamalah secara halal.	Likert 1–5
3.	Keputusan Memilih Asuransi Syariah/Takaful (Y)	Mantapnya niat, kesadaran preferensi, serta tindakan nyata konsumen dalam menjatuhkan pilihan pada produk asuransi syariah.	1. Kemantapan niat menggunakan takaful. 2. Pemilihan produk perlindungan syariah. 3. Rekomendasi produk ke orang lain.	Likert 1–5

Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Menggunakan data kuantitatif primer dan sekunder terstruktur yang mencakup tingkat asimetri informasi, indeks religiusitas, serta indikator keputusan memilih asuransi syariah/takaful.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada responden masyarakat umum guna mengukur variabel Asimetri Informasi, Religiusitas, dan Keputusan Memilih.

b. Data Sekunder

Diperoleh secara resmi dari publikasi Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Otoritas Jasa Keuangan (OJK), laporan Badan Pusat Statistik (BPS), serta literatur kajian industri takaful.

Teknik Pengumpulan Data

Prosedur perolehan data ditempuh melalui beberapa tahapan sistematis:

1. Studi Kepustakaan

Menelaah literatur, buku referensi, dan artikel jurnal terdahulu untuk merumuskan landasan teoretis serta kerangka konseptual hubungan antara asimetri informasi, religiusitas, dan keputusan memilih asuransi syariah.

2. Penyebaran Kuesioner

Mengumpulkan data primer melalui instrumen kuesioner berbasis skala Likert yang disebarakan kepada responden untuk mengukur persepsi variabel penelitian.

3. Tabulasi Data

Melakukan penyusunan dan pengolahan data mentah ke dalam format tabulasi yang sistematis agar siap diimpor ke dalam perangkat lunak analisis statistik SmartPLS.

Rancangan dan Teknik Analisis Data

Pengolahan data empiris dilakukan menggunakan program bantu statistik berbasis *Structural Equation Modeling* yaitu SmartPLS dengan tahapan pengujian sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Digunakan untuk memetakan tren perkembangan data serta melihat nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian selama periode pengamatan.

2. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Menilai kualitas indikator pembentuk konstruk melalui pengujian:

a) *Outer Loading*:

Dilakukan untuk melihat besarnya korelasi antara setiap indikator dengan konstruk variabel latennya, di mana nilai *Outer Loading* dipersyaratkan bernilai $> 0,70$ agar indikator dinyatakan valid.

b) Validitas dan Reliabilitas:

Evaluasi tambahan mencakup validitas konvergen, validitas diskriminan, serta uji reliabilitas yang dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dengan batas minimum $> 0,70$.

3. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

a) R^2 (*R-square*):

Melihat nilai Koefisien Determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar variabilitas variabel Keputusan Memilih Asuransi Syariah (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Asimetri Informasi (X1) dan Religiusitas (X2).

b) F^2 (*F-Square*):

Digunakan untuk mengevaluasi besarnya pengaruh substantif dari masing-masing variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y) di dalam struktur model.

4. Uji Hipotesis

Dilakukan melalui prosedur *bootstrapping* pada SmartPLS untuk menguji pengaruh parsial antarvariabel menggunakan nilai *t-statistic* ($> 1,96$ pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05) dan nilai *p-value* ($< 0,05$) guna memastikan apakah hipotesis pengaruh Asimetri Informasi (X1) dan Religiusitas (X2) terhadap Keputusan Memilih Asuransi Syariah/Takaful (Y) terbukti signifikan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pengujian *outer model* dilakukan untuk memastikan bahwa setiap indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel dalam mengukur variabel latennya. Evaluasi ini mencakup nilai *outer loadings*, *cronbach's alpha*, *composite reliability*, serta *average variance extracted* (AVE).

Tabel 3. Hasil Validitas Konvergen dan Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rhoa)	Composite reliability (rhoc)	Average variance extracted (AVE)
X1	0.709	0.713	0.838	0.634
X2	0.718	0.716	0.842	0.640
Y	0.763	0.764	0.864	0.680

Sumber : Olah Data 2026

Berdasarkan Tabel 3 di atas, seluruh indikator dari variabel Asimetri Informasi (X1), Religiusitas (X2), dan Keputusan Memilih Asuransi Syariah/Takaful (Y) memiliki nilai *outer loadings* di atas batas minimum yang dipersyaratkan, yakni $> 0,70$. Nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* (ρ_{hoc}) dari masing-masing variabel juga telah melampaui nilai 0,70, yang menunjukkan bahwa instrumen kuesioner memiliki tingkat konsistensi dan reliabilitas yang tinggi. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk seluruh variabel berada di atas 0,50, sehingga validitas konvergen dari model pengukuran ini dinyatakan terpenuhi dengan baik.

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural bertujuan untuk melihat hubungan antarvariabel laten, nilai koefisien determinasi (R^2), serta ukuran efek (f^2).

Tabel 4. Nilai Koefisien Determinasi (R^2)

	R-square	R-square adjusted
Y	0.826	0.822

Sumber : Olah Data 2026

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh nilai R^2 sebesar 0,826 untuk variabel Keputusan Memilih Asuransi Syariah/Takaful (Y). Hal ini berarti sebesar 82,6% variasi atau perubahan pada variabel Keputusan Memilih dapat dijelaskan oleh variabel Asimetri Informasi (X1) dan Religiusitas (X2), sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai *R-square adjusted* sebesar 0,822 mengonfirmasi kestabilan model struktural tersebut.

Tabel 5. Nilai Pengaruh Substantif (f^2)

	X1	X2	Y
X1			0.314
X2			0.472
Y			

Sumber : Olah Data 2026

Nilai f^2 pada Tabel 5 menunjukkan besarnya pengaruh substantif masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel Religiusitas (X2) memiliki

nilai f^2 sebesar 0,472 dan Asimetri Informasi (X1) sebesar 0,314, yang keduanya berada di atas kategori pengaruh yang kuat dalam analisis SEM-PLS.

Hasil Uji Hipotesis (*Path Coefficients*)

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh langsung antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan melihat nilai *t-statistics* dan *p-values* melalui prosedur *bootstrapping*.

Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis (*Path Coefficients*)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 -> Y	0.426	0.438	0.089	4.761	0.000
X2 -> Y	0.522	0.513	0.090	5.799	0.000

Sumber : Olah Data 2026

Berdasarkan hasil pengujian *path coefficients* yang disajikan pada Tabel 6, uraian analisis dari masing-masing hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Asimetri Informasi terhadap Keputusan Memilih Asuransi Syariah/Takaful

Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien jalur (*original sample*) sebesar 0,426 dengan nilai *t-statistics* sebesar 4,761 (lebih besar dari 1,96) dan nilai *p-values* sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Hasil ini membuktikan bahwa Asimetri Informasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih Asuransi Syariah/Takaful. Kondisi ini mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman dan transparansi informasi produk memiliki peranan krusial dalam membentuk keputusan konsumen untuk mengambil produk takaful.

2. Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Memilih Asuransi Syariah/Takaful

Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,522 dengan nilai *t-statistics* sebesar 5,799 (lebih besar dari 1,96) dan nilai *p-values* sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Hasil ini mengonfirmasi bahwa Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih Asuransi Syariah/Takaful. Hal tersebut menegaskan bahwa dorongan spiritual, keyakinan akidah, serta kesadaran untuk bermuamalah secara halal menjadi katalis terkuat yang mendorong masyarakat dalam menjatuhkan pilihan pada instrumen asuransi syariah.

Pembahasan

1. Pengaruh Asimetri Informasi terhadap Keputusan Memilih Asuransi Syariah/Takaful

Hasil analisis statistik inferensial menggunakan SEM-PLS menunjukkan bahwa asimetri informasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih asuransi syariah/takaful, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,426, nilai *t-statistics* sebesar 4,761 ($> 1,96$), dan *p-values* sebesar 0,000 ($< 0,05$). Temuan empiris ini mengonfirmasi bahwa tingkat pemahaman dan transparansi informasi produk memegang peranan krusial di tengah masyarakat. Karakteristik produk asuransi yang

melibatkan kontrak kompleks (*complex contract*) serta mekanisme pengelolaan dana *tabarru'* menuntut adanya keterbukaan informasi yang memadai dari pihak perusahaan.

Ketika celah informasi antara penyedia jasa dan calon nasabah dapat diminimalkan, keraguan serta persepsi risiko yang dirasakan konsumen akan menurun secara drastis, sehingga memantapkan keputusan mereka untuk mengambil produk takaful. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Farhan, (2024), yang menegaskan bahwa tingkat asimetri informasi berpengaruh langsung dalam menentukan naik turunnya minat serta keputusan nasabah dalam memilih produk asuransi syariah, di mana transparansi agen dan kejelasan klausul polis menjadi determinan utama dalam mereduksi keraguan pasar.

2. Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Memilih Asuransi Syariah/Takaful

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, variabel religiusitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih asuransi syariah/takaful, dengan perolehan nilai koefisien jalur sebesar 0,522, nilai *t-statistics* sebesar 5,799 ($> 1,96$), dan *p-values* sebesar 0,000 ($< 0,05$). Angka ini menunjukkan bahwa dorongan spiritual, keyakinan akidah, serta kesadaran internal untuk bermuamalah secara bersih dari unsur riba, gharar, dan maysir bertindak sebagai motor penggerak terkuat bagi konsumen. Masyarakat dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung memiliki komitmen moral yang kuat untuk menyelaraskan perlindungan finansial keluarganya dengan prinsip-prinsip syariat Islam.

Temuan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Gustati, (2023), yang membuktikan bahwa faktor religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk keuangan syariah karena adanya dorongan spiritual yang kuat untuk mencari instrumen ekonomi yang halal dan sesuai dengan kaidah agama.

3. Pengaruh Simultan Asimetri Informasi dan Religiusitas terhadap Keputusan Memilih Asuransi Syariah/Takaful

Evaluasi model struktural melalui nilai koefisien determinasi (R^2) menghasilkan angka sebesar 0,826. Hal ini mengindikasikan bahwa sebesar 82,6% variasi atau perubahan pada variabel Keputusan Memilih Asuransi Syariah/Takaful (Y) mampu dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel Asimetri Informasi (X_1) dan Religiusitas (X_2), sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar cakupan model penelitian ini. Nilai pengaruh substantif (f^2) juga menunjukkan kontribusi yang kuat dari kedua variabel independen tersebut. Secara simultan, interaksi antara dorongan internal berupa religiusitas dan keterbukaan informasi produk membentuk ekosistem keputusan yang komprehensif. Meskipun konsumen memiliki tingkat religiusitas yang tinggi, faktor hambatan informasi tetap harus diatasi melalui edukasi yang transparan agar niat spiritual tersebut terkonversi secara nyata menjadi keputusan adopsi produk takaful. Dinamika empiris ini diperkuat oleh studi Gustati, (2023), yang menekankan bahwa asimetri informasi dan religiusitas secara bersama-sama merupakan determinan penting dalam membentuk dan mengarahkan keputusan masyarakat untuk memilih asuransi syariah (takaful).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan metode *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS) serta pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Asimetri Informasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih Asuransi Syariah/Takaful. Hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah tingkat hambatan informasi dan semakin transparan penjelasan produk serta klausul polis yang diberikan oleh perusahaan takaful, maka tingkat keraguan konsumen akan semakin menurun, sehingga mendorong keputusan mereka untuk memilih asuransi syariah.
2. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih Asuransi Syariah/Takaful. Hal ini mengonfirmasi bahwa dorongan spiritual yang kuat, keyakinan akidah, serta kesadaran internal untuk bermuamalah secara bersih dari unsur riba, gharar, dan maysir bertindak sebagai motor penggerak utama bagi masyarakat dalam menjatuhkan pilihan pada instrumen perlindungan finansial syariah.
3. Asimetri Informasi dan Religiusitas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih Asuransi Syariah/Takaful, dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 82,6%. Angka ini membuktikan bahwa sinergi antara reduksi hambatan informasi (transparansi) dan dorongan internal berupa nilai-nilai religiusitas merupakan determinan kunci dalam membentuk ekosistem keputusan konsumen yang komprehensif pada industri takaful.

Saran

Berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian, beberapa saran yang dapat direkomendasikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Asuransi Syariah dan Regulator (OJK), transparansi produk harus ditingkatkan melalui penyederhanaan bahasa akad, sosialisasi klausul klaim yang transparan, serta pemanfaatan media edukasi digital agar kesenjangan informasi (*asymmetry information*) di tengah masyarakat dapat ditekan secara optimal.
2. Bagi Lembaga Keuangan Syariah dan Pemuka Agama, penguatan kampanye literasi asuransi syariah perlu diintegrasikan dengan pendekatan nilai-nilai religiusitas, sehingga kesadaran akidah masyarakat dapat terkonversi secara nyata menjadi keputusan adopsi produk takaful untuk perlindungan keluarga yang berkah dan sesuai syariat.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan variabel penelitian dengan menambahkan faktor-faktor eksternal lain di luar model ini seperti tingkat literasi keuangan secara umum, kemudahan akses teknologi digital (*fintech syariah*), atau peran dukungan sosial-keluarga, serta memperluas sampel responden agar hasil penelitian mengenai keputusan memilih asuransi syariah dapat digeneralisasi secara lebih luas di tingkat nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, F. N. (2025). Filosofi dasar pemikiran ekonomi syariah: antara nilai spiritual dan prinsip keadilan. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(January), 10–18. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14619630>
- Amini, T. (2024). Perlindungan nasabah dari klausul tidak adil dalam perjanjian kredit baku: a narrative literatur review. *Jurnal Ilmu Hukum*, 9(1), 47–62. <https://doi.org/10.31293/lg.v9i1.7993>
- Dwianasari, F. (2025). Kajian literatur tentang efektivitas asuransi syariah sebagai alternatif konvensional di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan Dan Tata Kelola Perusahaan*, 3(2), 235–242. <https://doi.org/10.70248/jakpt.v3i2.3192>
- Farhan, M. (2024). Keseimbangan risiko dan imbal hasil dalam strategi investasi berkelanjutan: pendekatan integratif terhadap faktor lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan (esg). *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 02(April), 243–264. <https://doi.org/10.32806/ccy.v2i2.241>
- Gustati. (2023). Literasi keuangan syariah sebagai pemoderasi religiusitas dalam mempengaruhi minat menggunakan produk keuangan syariah. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 16(1), 100–109. <https://doi.org/10.35143/jakb.v16i1.5946>
- Hikmah, A. B. (2026). Pengaruh religiusitas, motivasi dan literasi keuangan syariah terhadap minat generasi z dalam menggunakan produk tabungan haji pada bank syariah Indonesia (bsi). *Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 25(9). <https://doi.org/10.2238/hrw2k878>
- Jailani, A. (2026). Pengaruh literasi masyarakat mengenai pembiayaan syariah terhadap pertumbuhan UMKM di Pademawu Pamekasan. *Journal of Islamic Thought Studies*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.61166/abqori.v2i1.15>
- Jannah, N. (2026). Pengaruh transparansi informasi produk asuransi syariah terhadap kepercayaan masyarakat melalui pemahaman masyarakat. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 5(April). <https://doi.org/10.55606/jupiman.v5i2.6636>
- Jusman. (2026). Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan produk tabungan syariah. *Journal of Economics, Management, and Accounting*, 2(1). <https://doi.org/10.65310/ah3fxr63>
- Khoerunisyani, A. (2025). Peran fatwa ekonomi syariah dalam pengembangan produk keuangan syariah dan perlindungan konsumen. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 50–58. <https://doi.org/10.71247/n8av7q64>
- Prakosawati, E. E. (2026). Pembangunan ekonomi inklusif: perspektif manajemen dan kesejahteraan sosial. *Jurnal Lentera Bisnis*, 15(2), 3489–3497. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v15i2.2301>
- Puspita, U. D. (2024). Peran bank syariah Indonesia dalam inklusi keuangan nasional. *Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu*, 1(1), 105–128. <https://doi.org/10.70550/procsindu.v1i1.17>
- Ristiani, R. (2026). Psikologi lingkungan belajar religius dalam membentuk religiusitas peserta didik. *Jurnal Ilmiah Pgsd Fkip Universitas Mandiri*, 12(2). <https://doi.org/10.36989/didaktik.v12i02.15184>

- Sari, P. I. (2025). Penguatan kemandirian ekonomi umkm desa rejosari melalui literasi keuangan dan pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 77–86. <https://doi.org/10.52072/abdine.v5i1.1197>
- Simarmata, S. T. M. (2026). Analisis hukum wanprestasi perusahaan asuransi jiwa terhadap nasabah pemegang polis dalam perspektif perlindungan konsumen. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 7(1), 79–89. <https://doi.org/10.22225/juinhum.7.1.2026.79-89>
- Supriyatna, A. (2026). Nilai perlindungan dan risiko takaful perspektif hadis ekonomi. *Journal of Islamic Law*, 4(1), 27–37. <https://doi.org/10.15575/ejil.v4i1.2015>