



J-Reb : Journal- Research of Economic dan Bussiness

journal homepage: <https://journal.aira.or.id/index.php/j-reb>



Manajemen Operasional Pada Perusahaan Asuransi : Strategi Efisiensi Dan Kualitas Pelayanan

Farhan Abbas¹, Ridho Afito²
fa226783@gmail.com
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara^{1,2}

Correspondence: fa226783@gmail.com <https://journal.aira.or.id/j-reb> |
Submission Received : 26-01-2026; Revised : 28-01-2026; Accepted : 30-01-2026;
Published : 31-01-2026

Abstrak

Dalam era digital dan kompetitif saat ini, perusahaan asuransi dihadapkan pada tantangan besar dalam mengelola operasi bisnis mereka agar tetap efisien, responsif, dan berorientasi pada pelanggan. Manajemen operasional menjadi inti dari strategi bisnis, karena mencakup perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan seluruh aktivitas yang terkait dengan pelayanan kepada nasabah. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji pendekatan manajemen operasional yang diterapkan dalam perusahaan asuransi, mengidentifikasi tantangan utama, serta menyajikan solusi strategis yang berorientasi pada efisiensi dan kualitas layanan. Melalui studi literatur dan analisis kualitatif, ditemukan bahwa inovasi teknologi, automasi proses, dan penguatan kualitas sumber daya manusia menjadi pilar penting untuk mencapai keunggulan operasional.

Kata kunci : Manajemen operasional, perusahaan asuransi, efisiensi proses, pelayanan pelanggan, digitalisasi, kualitas layanan.

Abstract

This study aims to examine the operational management practices in insurance companies, focusing on business processes, operational efficiency, and service quality. The insurance industry has unique characteristics that require the integration of information technology, risk management, and responsive customer service. Through literature review and qualitative analysis of best practices, this *paper identifies the key challenges and strategic solutions in operational management within the sector. The findings suggest that*

digitalization, process standardization, and performance measurement are essential elements in enhancing operational effectiveness and customer satisfaction.

Keywords: Operational management, insurance industry, service quality, digital transformation, process efficiency, customer experience

1. PENDAHULUAN

Perusahaan asuransi memiliki peran sentral dalam menjaga stabilitas ekonomi masyarakat dengan memberikan perlindungan terhadap risiko finansial yang tidak terduga. Melalui produk-produk seperti asuransi jiwa, kesehatan, properti, hingga asuransi umum lainnya, sektor ini membantu individu dan institusi untuk mengelola ketidakpastian yang muncul dalam kehidupan dan aktivitas bisnis mereka. Namun, untuk dapat menjalankan fungsinya secara optimal, perusahaan asuransi memerlukan sistem operasional yang efisien, terstruktur, dan mampu merespons kebutuhan pasar secara dinamis. Manajemen operasional dalam industri asuransi mencakup berbagai aktivitas inti seperti penerbitan polis, proses underwriting, pengelolaan klaim, dan layanan pelanggan. Aktivitas-aktivitas tersebut harus dilaksanakan secara terkoordinasi dengan dukungan teknologi informasi dan sumber daya manusia yang kompeten.

Ketidakefisienan dalam proses ini dapat menyebabkan keterlambatan layanan, ketidakpuasan nasabah, serta peningkatan biaya operasional yang signifikan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk senantiasa melakukan inovasi dalam sistem operasional guna mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Di tengah era digital, ekspektasi pelanggan terhadap kecepatan, transparansi, dan kemudahan akses informasi semakin tinggi. Hal ini mendorong transformasi besar-besaran dalam manajemen operasional asuransi, termasuk adopsi teknologi seperti otomatisasi proses bisnis, big data analytics, dan penggunaan kecerdasan buatan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti oleh peneliti adalah bagaimana manajemen operasional pada perusahaan asuransi ?

2. TINJAUAN LITERATUR

Manajemen Operasional

Manajemen operasional adalah proses pengelolaan sumber daya dan aktivitas bisnis untuk menghasilkan barang atau jasa secara efisien dan efektif (Heizer & Render, 2017). Dalam konteks industri jasa seperti asuransi, fokus utama manajemen operasional bukan hanya pada output fisik, tetapi juga pada kualitas pelayanan, kecepatan respons, dan kepuasan pelanggan. Dalam perusahaan asuransi, manajemen operasional mencakup proses inti seperti:

- a. Penerbitan polis
- b. Underwriting
- c. Penanganan klaim
- d. Layanan pelanggan

Keefektifan pelaksanaan proses-proses ini sangat bergantung pada struktur organisasi, integrasi sistem teknologi informasi, dan kompetensi sumber daya manusia. Selain berfokus pada pengelolaan proses bisnis, manajemen operasional dalam perusahaan asuransi juga sangat dipengaruhi oleh kompetensi sumber daya manusia yang menjalankannya. Karyawan menjadi pelaksana utama dari seluruh aktivitas operasional, mulai dari administrasi polis, analisis risiko, hingga pelayanan kepada nasabah. Oleh karena itu, keberhasilan manajemen operasional tidak hanya ditentukan oleh sistem, tetapi juga oleh kemampuan dan profesionalisme SDM.

Perusahaan asuransi perlu memastikan bahwa setiap karyawan memiliki pemahaman yang baik terhadap prosedur kerja, produk asuransi, serta regulasi yang berlaku. Pelatihan dan pengembangan kompetensi secara berkelanjutan menjadi bagian penting dalam mendukung efektivitas operasional. Dengan SDM yang kompeten, proses kerja dapat berjalan lebih tertib, kesalahan operasional dapat diminimalkan, dan kualitas layanan kepada nasabah dapat ditingkatkan.

Efisiensi Proses

Efisiensi dalam operasional dapat diukur melalui kecepatan, biaya, dan ketepatan output dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Aziz & Hidayatullah (2020), efisiensi dalam industri asuransi dapat dioptimalkan menggunakan metode Data Envelopment Analysis (DEA) untuk mengevaluasi rasio input-output antar unit bisnis. Tingginya efisiensi akan berdampak pada pengurangan biaya operasional dan peningkatan daya saing.

Kualitas Pelayanan

Menurut model SERVQUAL (Parasuraman et al.), kualitas layanan terdiri dari lima dimensi: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Dalam konteks asuransi, pelayanan yang responsif terhadap klaim dan pertanyaan pelanggan, serta transparansi informasi menjadi indikator utama kualitas layanan. Kurniawan & Lestari (2020) menyatakan bahwa manajemen operasional yang baik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah melalui penyediaan layanan yang tepat waktu dan konsisten. Kualitas pelayanan dalam perusahaan asuransi sangat bergantung pada konsistensi pelayanan yang diberikan kepada seluruh nasabah. Manajemen operasional berperan dalam menetapkan standar pelayanan agar setiap nasabah memperoleh pengalaman layanan yang sama, baik dalam proses pembelian polis maupun saat pengajuan klaim.

Selain itu, sikap empati dan komunikasi yang baik dari karyawan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Nasabah asuransi sering kali berada dalam kondisi membutuhkan bantuan, sehingga pelayanan yang ramah dan responsif akan memberikan rasa aman dan kepercayaan. Kualitas pelayanan yang terjaga dengan baik akan berdampak langsung pada kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap perusahaan.

Digitalisasi Operasional

Transformasi digital menjadi salah satu fondasi utama dalam peningkatan operasional di era industri 4.0. Digitalisasi mencakup adopsi sistem otomatisasi proses bisnis, big data, hingga

kecerdasan buatan (AI). Menurut Fauzan & Hasibuan (2020), teknologi informasi memainkan peran penting dalam efisiensi operasional dan peningkatan akurasi pengambilan keputusan dalam perusahaan asuransi. Digitalisasi juga mendukung implementasi sistem klaim online, CRM, dan pelaporan berbasis data real-time yang mendukung pengambilan keputusan manajerial.

Manajemen Risiko dan Underwriting

Underwriting adalah proses penting dalam evaluasi risiko yang menentukan keberlanjutan perusahaan asuransi. Proses ini memerlukan pertimbangan multidisipliner termasuk aktuarial, hukum, dan keuangan. Saat ini, banyak perusahaan telah mengintegrasikan algoritma machine learning untuk mengoptimalkan proses underwriting, mempercepat analisis risiko, dan mengurangi kesalahan manusia (Rahmawati & Sari, 2021).

Customer Relationship Management (CRM)

CRM menjadi alat bantu strategis untuk memahami kebutuhan dan perilaku nasabah. Sistem ini memungkinkan perusahaan memberikan pelayanan yang dipersonalisasi dan menjaga loyalitas nasabah. Putri & Firmansyah (2019) menekankan pentingnya pengelolaan data pelanggan dalam meningkatkan efektivitas manajemen operasional.

Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia merupakan faktor kunci dalam keberhasilan manajemen operasional perusahaan asuransi. Kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah sangat dipengaruhi oleh kompetensi, sikap, dan profesionalisme karyawan. Dalam industri asuransi, SDM tidak hanya dituntut memahami produk, tetapi juga mampu memberikan pelayanan yang komunikatif, empatik, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Manajemen operasional yang efektif harus didukung oleh sistem rekrutmen yang tepat, pelatihan berkelanjutan, serta penilaian kinerja yang objektif. Pelatihan secara berkala diperlukan untuk meningkatkan pemahaman terhadap regulasi, teknologi terbaru, serta penguatan soft skill seperti komunikasi dan problem solving. Dengan SDM yang kompeten, proses operasional dapat berjalan lebih efisien dan risiko kesalahan pelayanan dapat diminimalkan.

Standar Proses Operasional

Standarisasi proses operasional bertujuan untuk menciptakan keseragaman dalam pelaksanaan aktivitas kerja sehingga kualitas layanan dapat terjaga secara konsisten. Dalam perusahaan asuransi, standarisasi mencakup prosedur penerbitan polis, penanganan klaim, pelayanan nasabah, hingga pelaporan internal.

Dengan adanya standar operasional prosedur (SOP) yang jelas, perusahaan dapat mengurangi ketergantungan pada individu tertentu serta meminimalkan kesalahan dalam proses kerja. Standarisasi juga mempermudah pengawasan manajemen dan menjadi dasar

dalam penerapan teknologi otomatisasi. Selain itu, SOP yang baik membantu karyawan memahami tanggung jawab dan alur kerja secara sistematis.

Pengukuran Kinerja Operasional

Pengukuran kinerja operasional merupakan bagian penting dalam evaluasi efektivitas manajemen operasional. Melalui pengukuran kinerja, perusahaan dapat menilai sejauh mana proses operasional telah berjalan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Indikator kinerja dalam perusahaan asuransi dapat meliputi kecepatan penyelesaian klaim, tingkat kepuasan nasabah, efisiensi biaya operasional, serta produktivitas karyawan. Salah satu pendekatan yang sering digunakan adalah Balanced Scorecard, yang mengukur kinerja dari perspektif keuangan, pelanggan, proses internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan. Dengan sistem pengukuran kinerja yang tepat, manajemen dapat melakukan perbaikan berkelanjutan dan mengambil keputusan strategis secara lebih akurat.

Kepatuhan Regulasi dan Tata Kelola Operasional

Perusahaan asuransi merupakan industri yang sangat diatur oleh regulasi, baik dari otoritas keuangan maupun ketentuan internal perusahaan. Oleh karena itu, manajemen operasional harus memastikan bahwa seluruh proses bisnis berjalan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Kepatuhan terhadap regulasi tidak hanya bertujuan untuk menghindari sanksi, tetapi juga untuk menjaga kepercayaan nasabah dan stabilitas perusahaan. Tata kelola operasional yang baik mencakup transparansi proses, akuntabilitas, serta pengawasan internal yang efektif. Dalam konteks asuransi syariah, kepatuhan juga harus memperhatikan prinsip-prinsip syariah yang diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS). Dengan tata kelola yang baik, operasional perusahaan dapat berjalan secara berkelanjutan dan berintegritas.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis studi literatur. Data diperoleh dari jurnal ilmiah, laporan industri, serta artikel akademik terkait manajemen operasional dalam sektor jasa keuangan, khususnya asuransi. Analisis dilakukan dengan pendekatan konten untuk mengidentifikasi pola-pola praktik terbaik, tantangan umum yang dihadapi, serta inovasi yang berhasil diterapkan oleh perusahaan asuransi baik di tingkat nasional maupun global.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Salah satu aspek terpenting dalam manajemen operasional asuransi adalah underwriting, yaitu proses evaluasi terhadap risiko yang melekat pada calon pemegang polis. Proses ini tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga analitis, karena memerlukan pertimbangan aktuarial, hukum, dan keuangan. Dalam praktik modern, banyak perusahaan asuransi telah menggunakan machine learning untuk membantu dalam pengambilan keputusan underwriting secara otomatis.

Selain underwriting dan pengelolaan klaim, manajemen operasional dalam perusahaan asuransi juga sangat dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan mengelola alur kerja antarbagian. Koordinasi yang baik antara unit underwriting, klaim, pemasaran, dan layanan pelanggan menjadi kunci utama dalam menciptakan operasional yang efisien. Apabila terjadi miskomunikasi antarunit, maka proses pelayanan kepada nasabah dapat terhambat dan berpotensi menimbulkan ketidakpuasan. Oleh karena itu, manajemen operasional dituntut untuk mampu menciptakan sistem kerja yang terintegrasi dan saling mendukung.

Dalam praktiknya, integrasi operasional sering kali didukung oleh sistem informasi manajemen yang terpusat. Sistem ini memungkinkan setiap unit kerja untuk mengakses data yang sama secara real time, sehingga mengurangi duplikasi pekerjaan dan kesalahan input data. Misalnya, data yang digunakan dalam proses underwriting dapat langsung dimanfaatkan oleh bagian klaim ketika nasabah mengajukan klaim. Dengan demikian, proses operasional menjadi lebih cepat dan efisien. Di sisi lain, efisiensi operasional juga tidak terlepas dari peran sumber daya manusia sebagai pelaksana utama proses kerja. Karyawan yang memiliki kompetensi dan pemahaman yang baik terhadap sistem operasional akan mampu menjalankan tugasnya secara lebih efektif. Oleh karena itu, perusahaan asuransi perlu memberikan pelatihan yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga pada pemahaman proses bisnis secara menyeluruh. Selanjutnya, proses pengelolaan klaim juga menjadi indikator utama efisiensi operasional. Proses klaim yang terlalu lama atau membingungkan dapat menyebabkan ketidakpuasan nasabah dan bahkan kehilangan loyalitas. Oleh karena itu, banyak perusahaan mulai mengimplementasikan sistem digital klaim, di mana nasabah dapat mengajukan klaim secara online, melampirkan dokumen pendukung, dan memantau status klaim mereka secara real time.

Kualitas pelayanan pelanggan juga merupakan bagian tak terpisahkan dari operasional. Frontline service yang tanggap dan sistem CRM (Customer Relationship Management) yang baik dapat meningkatkan persepsi nasabah terhadap perusahaan. Selain itu, pelatihan berkala untuk meningkatkan soft skill dan pemahaman terhadap produk juga menjadi fokus dari manajemen operasional modern. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa masih banyak tantangan yang dihadapi. Salah satunya adalah resistensi terhadap perubahan, khususnya dalam perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki budaya kerja konservatif. Selain itu, kebutuhan untuk menjaga keamanan data nasabah, mematuhi regulasi, dan menghadapi tekanan biaya operasional yang terus meningkat juga menjadi perhatian utama. Transformasi digital yang diterapkan dalam operasional asuransi turut membawa perubahan signifikan dalam cara perusahaan memberikan layanan kepada nasabah. Penerapan sistem klaim digital memungkinkan nasabah mengajukan klaim dengan lebih mudah dan cepat. Proses ini tidak hanya meningkatkan efisiensi perusahaan, tetapi juga memberikan kenyamanan bagi nasabah.

Namun demikian, penerapan digitalisasi juga menghadirkan tantangan baru, terutama terkait dengan keamanan data dan kesiapan organisasi. Perusahaan asuransi mengelola data pribadi dan keuangan nasabah yang bersifat sensitif, sehingga diperlukan sistem keamanan yang kuat serta kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku. Selain aspek teknologi, kualitas pelayanan tetap menjadi fokus utama dalam hasil penerapan manajemen operasional. Pelayanan yang cepat harus diimbangi dengan sikap profesional dan empatik dari karyawan. Pengalaman pelayanan yang baik akan membentuk kepercayaan dan loyalitas nasabah terhadap perusahaan asuransi. Customer Relationship Management (CRM) berperan penting dalam mendukung kualitas pelayanan tersebut. Melalui CRM, perusahaan dapat memahami kebutuhan nasabah secara lebih mendalam dan memberikan pelayanan yang lebih personal. Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan ini menunjukkan bahwa manajemen operasional

yang efektif merupakan hasil dari sinergi antara sistem, teknologi, sumber daya manusia, dan tata kelola yang baik. Perusahaan asuransi yang mampu mengelola aspek-aspek tersebut secara seimbang akan memiliki keunggulan kompetitif dan keberlanjutan usaha

5. KESIMPULAN

Kesimpulan

Manajemen operasional dalam perusahaan asuransi merupakan tulang punggung dari pelayanan dan keberlanjutan bisnis. Untuk dapat bersaing di era yang semakin dinamis, perusahaan harus mengadopsi pendekatan yang berbasis teknologi, memperkuat pelatihan sumber daya manusia, serta melakukan evaluasi dan perbaikan proses secara berkelanjutan. Efisiensi bukan lagi pilihan, melainkan suatu keharusan. Pelayanan yang cepat, tepat, dan terpercaya menjadi nilai jual utama perusahaan asuransi modern. Sebagai rekomendasi, penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur secara objektif dampak transformasi operasional terhadap kepuasan pelanggan, biaya operasional, dan kinerja keuangan perusahaan.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah satu jenis perusahaan asuransi sehingga kompleksitas operasional perusahaan asuransi di Indonesia tidak tergambar secara menyeluruh

Saran

Diharapkan bagi penelitian yang melakukan penelitian dengan judul yang sama untuk bisa bias mencoba melihat bentuk dari perusahaan asuransi syariah, tidak hanya pada perusahaan asuransi yang konvensional

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Ma'ruf. Manajemen Berbasis Syariah. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2012.
- Arif, Nur Arianto Al. Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Praktis. Bandung: CV Pustaka Setia, 2016.
- Aziz, A., & Hidayatullah, M. (2020). Analisis efisiensi operasional perusahaan asuransi syariah menggunakan metode Data Envelopment Analysis (DEA). Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan (JESTT), 7(5), 1212–1222. <https://journal.uii.ac.id/JESTT/article/view/17393>
- Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
- Fatmawatie, N. (2021). Implementation of The Islamicity Performance Index Approach to Analysis of Sharia Banking Financial Performance In Indonesia. IQTISHODUNA, 17(1).
- Fauzan, R. M., & Hasibuan, F. (2020). Peran teknologi informasi dalam mendukung operasional asuransi syariah di era industri 4.0. Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah, 12(2), 187–200. <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/iqtishad/article/view/15632>

- Ghoni, M. Djunaidi dan Fauzan Almanshur. Metode Penelitian Kualitatif. Sleman: Ar-Ruzz Media, 2017.
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Edisi 5 Semarang : Badan Penerbitan Universitas Diponegoro. Hal : 45-53.
- Haidar, A. D. 2015. Bahan Pengawet Pada Jajanan Anak Sekolah di Perkotaan dan Pinggiran Kota di Surakarta. Karya Tulis Ilmiah. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Hal : 7 – 8.
- Haque, A. K. M. A et al. 2015. Perception of muslim consumers towards and deduction through zakat in Malaysia: an empirical investigation on muslim in Malaysia. Conference on Shari'ah Oriented Public Policy in Islamic Economic System.
- Hasibuan, Malayu. Dasar – Dasar Perbankan. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017.
- Hayat awan, et al (2015). Factor affecting halal purchase intention-evidence from pakistan halal food sector. Management research review. No.23.
- Imamudin, M. 2017. Pengaruh Label Halal dan religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukittinggi T. A 2016/2017. EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies Vol. 1, No. 1, 34 – 47.
- Kasmir. Customer service Excellent Teori dan Praktik Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2017.
- KBBI, 2022. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). [Online, Diakses Tanggal 15 November 2022].
- Kotler et all. 2010. Mulai dari Produk ke Pelanggan ke Human Spirit marketing 3.0. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., dan Kevin, L., K. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Kevin, L., K. 2012. Marketing Management Fourteenth Edition. New Jersey. Personal Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. 2019. Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2006. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Pt Indeks Group Media.
- Kurniawan, M. R., & Lestari, S. (2020). Pengaruh pengelolaan operasional terhadap kepuasan nasabah pada lembaga asuransi. Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam, 6(2), 77–88. <https://jurnal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/jmbi/article/view/258>
- Larasati, Gustina. “Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang”, Jurnal Sabi Vol. 3 No 1 Tahun 2021.
- Maichum, K . et al. 2017. The Influence Of Enviromental Concern And Enviromental Attitude On Purchase Intention towards Green Products. A Case Study of Young Consumers In Thailand. International Journal of social Science and Humanity, 7(5) :

- Malik, Rahmi Fitria. 2019. Pengaruh Halal Awareness, Halal Certification dan Halal Marketing Terhadap Halal Purchase Intention Makanan Cepat Saji (Studi Pada Muslim Milenia di Indonesia). Tesis. Bogor. Institut Pertanian Bogor.
- Meithiana Indrasari, Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (Surabaya: Unitomo Press, 2019)
- Abdullah, Burhanuddin. Budaya Kerja Perbankan: Jalan Lurus Menuju Integritas Cetakan pertama (Ed. Eko B Supriyanto). Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia, 2016.
- Muhammad, Manajemen Dana Bank Syariah. Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Nasution, R., & Salim, D. (2022). Optimalisasi operasi perusahaan asuransi melalui digitalisasi layanan dan efisiensi biaya operasional. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 10(1), 33–47. <https://journal.uui.ac.id/JIEI/article/view/24150>
- Paujiah, Rika, Ahmad Mulyadi Kosim, and Syarifah Gustiawati, ‘Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian’, *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1.2 (2020), 144 <<https://doi.org/10.31000/almaal.v1i2.1847>>
- Putri, D. A., & Firmansyah, M. A. (2019). Manajemen kinerja operasional pada perusahaan asuransi syariah dalam perspektif Balanced Scorecard. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(2), 98–110. <https://journal.uui.ac.id/JIEI/article/view/13892>
- Rachmadhaniyati, and Sanaji, ‘Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya’, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9 (2021), 1124–37
- Rahmawati, E., & Sari, M. R. (2021). Penerapan manajemen operasional dalam meningkatkan efektivitas pelayanan asuransi syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 45–56. <https://journal.uui.ac.id/JIEI/article/view/20477>
- Rambe, Aprilia Indah Saputri, Ilham Tri Wardana, Sri Ulfa Simamora, Silfira Ayu Ningsih Pasaribu, Nikmah Kholilah Lubis, and Shairi, ‘Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Iklan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sippin Di Kota Tanjungbalai’, *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 2 (2021), 212–19
- Richadinata, Kadek Riyan Putra, and Ni Luh Putu Surya Astitiani, ‘Pengaruh Iklan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Lingkungan Universitas Bali Internasional’, *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10.2 (2021), 188 <<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i02.p05>>
- Robbins, Stephen P. dan Mary Coulter, Management. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Sangadji, Mamang dan Sopiah. Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.
- Sari, Widya Ratna. “Strategi Pelayanan Simudha (Simpanan Mudharbah) Dalam Menjaga Loyalitas Anggota Ditinjau Dari Manajemen Syariah (Studi Kasus Koperasi Syariah Serba Usaha (KSSU) Harum Dhaha Kediri)”. Skripsi Sarjana. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri. 2020.
- Satriyanti, Evi Oktaviani. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Di Surabaya”. *Journal of Business and Banking*. 2 November 2012.
- Sedarmayanti. Manajemen Strategi. Bandung: PT Refika Aditama, 2014.

- Sinaga, Eka Mayastika, Fitriyaningsih, and Indah Lestari, 'Pengaruh Citra Merek Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Bina Karya Tebing Tinggi)', *Jurnal Edunomika*, 07.1 (2023), 154–68
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media, 2015.
- Subagiyo, Dwi Tatak Fries Melia Salviana. *Hukum Asuransi*. Surabaya: PT Revka Petra Media, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alvabeta, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alvabeta, 2014.
- Sumarsan, Thomas. *System Pengendalian Managemen*. Jakarta: Indeks, 2013.
- Suwendra, Wayan *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan*. Bali: Nilacakra, 2018.
- Suwendra, Wayan *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan*. Bali: Nilacakra, 2018.
- Tjiptono, Fandi. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2014.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- Vristiyana, V. M. 2019. Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal dan Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus Pada Industri Makanan). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 20 (1), 85.
- Wahid, K., & Syakur, A. (2023). Konsep Islamicpreneurship Dalam Pertumbuhan Ekonomi Perspektif Al-Qur'an. *ORGANIZE: Journal of Economics, Management and Finance*, 2(2), 83-96
- Wardhono, A. 2004. *Mengenal Ekonometrika Teori dan Aplikasi*. Edisi Pertama.
- Widodo, T. 2015. Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Windisukma, Dewi Kirana. 2015. Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Sikap Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Wulandari et al. 2011. *Analisis Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Invering*. IAIN Salatiga.
- Yuliani, R., & Wahyuni, S. (2021). Implementasi strategi operasional untuk meningkatkan layanan nasabah pada asuransi jiwa syariah. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam (JAKI)*, 9(1), 54–67. <https://journal.uinsuka.ac.id/febi/jaki/article/view/354>

- Yunus, M ., F. F. R. S. Hamdani, dan G. K. Shofia. 2018. Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Akad Jual Beli Dalam Transaksi Online Pada Aplikasi Go – Food. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah. 2 (1) : 134 -146
- Yuzagautama, Muhammad Farsyal. "Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Kedai Macoa Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam). Skripsi Sarjana. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Parepare, 2021.
- Zuhriyah et al. 2020. Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas dan Halal awarness Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal. Jurnal Riset Manajemen FEB Universitas Islam Malang.