



## Sosialisasi Asuransi sebagai Alat Edukasi Keuangan: Tantangan dan Peluang di Indonesia

Lia Ardiansari<sup>1\*</sup>, Ani Anjarwati<sup>1</sup>, Ryzca Siti Qomariyah<sup>1</sup>, Nourma Ulva Kumala Devi<sup>2</sup>, Hermin Arista<sup>3</sup>, Dian Anisa Rokhmah Wati<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Pendidikan Sekolah Dasar, Universitas Panca Marga, Jl. Raya Dringu, Krajan, Pabean, Kec. Mayangan, Kota Probolinggo, Jawa Timur, Indonesia, 67216

<sup>2</sup>Administrasi Publik, Universitas Panca Marga, Jl. Raya Dringu, Krajan, Pabean, Kec. Mayangan, Kota Probolinggo, Jawa Timur, Indonesia, 67216

<sup>3</sup>Teknik Elektro, Universitas Panca Marga, Jl. Raya Dringu, Krajan, Pabean, Kec. Mayangan, Kota Probolinggo, Jawa Timur, Indonesia, 67216

<sup>4</sup>Teknik Mesin, Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng, Jl. Irian Jaya No.55, Diwek, Jombang, Jawa Timur, 61471

\*Email korespondensi: [lia.ardiansari@upm.ac.id](mailto:lia.ardiansari@upm.ac.id)

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 03 Jan 2025

Accepted: 16 Feb 2025

Published: 30 Mar 2025

#### Kata kunci:

Asuransi;  
Edukasi Keuangan;  
Kesejahteraan  
Finansial;  
Literasi Keuangan;  
Manajemen Risiko

### ABSTRAK

**Background:** Sosialisasi asuransi sebagai alat edukasi keuangan menjadi salah satu upaya penting dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat Indonesia. Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, kegiatan ini bertujuan untuk membantu masyarakat memahami pentingnya manajemen risiko serta memperkuat fondasi keuangan individu dan keluarga. **Metode:** Metode yang digunakan mencakup penyuluhan, diskusi interaktif, dan simulasi studi kasus dengan melibatkan kerjasama lembaga pendidikan dan komunitas lokal. **Hasil:** Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya berhasil meningkatkan pengetahuan peserta tentang asuransi dengan skor rata-rata sebesar 1.40 poin atau sekitar 26.31%, tetapi juga membuka peluang baru bagi mereka untuk memanfaatkan asuransi sebagai alat manajemen risiko dan sumber pendapatan. Kegiatan ini dapat dioptimalkan melalui program berbasis kebutuhan komunitas dan integrasi literasi keuangan dalam kurikulum pendidikan formal. **Kesimpulan:** Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, edukasi tentang asuransi tidak hanya membantu masyarakat memahami pentingnya manajemen risiko, tetapi juga memperkuat fondasi keuangan individu dan keluarga. Kerjasama dengan lembaga pendidikan dan komunitas lokal juga dapat meningkatkan penerimaan masyarakat terhadap edukasi asuransi. Program penyuluhan yang berfokus pada kebutuhan spesifik komunitas serta integrasi literasi keuangan dalam kurikulum pendidikan formal merupakan langkah strategis yang dapat mengoptimalkan dampak positif dari sosialisasi asuransi.

### ABSTRACT

#### Keyword:

Insurance;  
Financial Education;  
Financial Literacy;  
Financial Well-being;  
Risk Management

**Background:** Socialization of insurance as a financial education tool is one of the important efforts in improving financial literacy of the Indonesian people. In the context of community service, this activity aims to help the community understand the importance of risk management and strengthen the financial foundations of individuals and families. **Methods:** The methods used include counseling, interactive discussions, and case study simulations involving

collaboration between educational institutions and local communities. **Results:** Overall, this activity not only succeeded in increasing participants' knowledge about insurance with an average score of 1.40 points or around 26.31%, but also opened up new opportunities for them to utilize insurance as a risk management tool and source of income. This activity can be optimized through community-based programs and integration of financial literacy into the formal education curriculum. **Conclusions:** In the context of community service, education about insurance not only helps the community understand the importance of risk management, but also strengthens the financial foundation of individuals and families. Collaboration with educational institutions and local communities can also increase community acceptance of insurance education. Counseling programs that focus on the specific needs of the community and the integration of financial literacy into the formal education curriculum are strategic steps that can optimize the positive impact of insurance socialization.



© 2025 by authors. Lisensi Jurnal Solma, UHAMKA, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license.

## PENDAHULUAN

Asuransi merupakan salah satu instrumen keuangan yang vital dalam manajemen risiko dan perlindungan finansial. Namun, pemahaman masyarakat Indonesia terhadap manfaat asuransi masih tergolong rendah. Menurut survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2022), hanya sekitar 19,4% masyarakat yang memiliki tingkat literasi asuransi yang memadai. Kondisi ini juga tercermin di wilayah Probolinggo dan Jombang, di mana rendahnya pemahaman masyarakat terhadap manfaat dan fungsi asuransi menjadi tantangan signifikan dalam mendorong partisipasi masyarakat pada produk asuransi. Faktor-faktor seperti minimnya pengetahuan mengenai fungsi asuransi dan berkembangnya stigma negatif turut memperburuk situasi. Ketidakpahaman ini tidak hanya memengaruhi pengambilan keputusan finansial masyarakat ([Matahari & Kusumastuti, 2022](#)), tetapi juga menurunkan tingkat partisipasi dalam produk asuransi yang sebenarnya penting untuk meningkatkan stabilitas keuangan keluarga ([Wells et al., 2015](#)).

Berbagai penelitian terdahulu telah menunjukkan hubungan erat antara literasi keuangan dan perilaku pengelolaan keuangan rumah tangga ([Hung et al., 2009](#)). [Hilgert & Hogarth \(2012\)](#) mengungkapkan bahwa pengetahuan finansial yang memadai berhubungan langsung dengan perilaku keuangan yang lebih baik di tingkat rumah tangga, termasuk dalam hal pengelolaan risiko melalui asuransi. Selain itu [Aren & Zengin \(2016\)](#) menekankan bahwa persepsi risiko yang didukung oleh literasi keuangan yang baik dapat memengaruhi pilihan investasi individu, termasuk keputusan untuk berpartisipasi dalam program asuransi. [Tennyson \(2011\)](#) juga menyoroti bahwa pemahaman yang baik tentang asuransi dapat meningkatkan kemampuan individu dalam membuat keputusan yang berkaitan dengan produk keuangan ini.

Literasi keuangan, khususnya literasi asuransi, sering kali diabaikan dalam program edukasi keuangan. [Ghaddar et al. \(2018\)](#) dalam konferensi *National Council of Insurance Legislators* (NCIL) mengemukakan bahwa promosi literasi asuransi adalah kunci untuk mendorong partisipasi yang lebih tinggi dalam asuransi dan meningkatkan ketahanan finansial masyarakat. Dalam artikel yang ditulis oleh [Tamami \(2022\)](#), ditemukan bahwa pemahaman masyarakat pedesaan terhadap asuransi syariah masih rendah akibat kurangnya sosialisasi dan akses

informasi mengenai asuransi syariah. Sementara itu, dalam artikel yang ditulis oleh [Gultom & Suwandono \(2025\)](#) dijelaskan bahwa rendahnya tingkat partisipasi pelaku UMKM dalam asuransi juga disebabkan oleh minimnya pemahaman mereka terhadap manfaat serta mekanisme asuransi. Kedua penelitian ini sama-sama menekankan pentingnya promosi literasi asuransi sebagai faktor utama dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap asuransi, baik di kalangan masyarakat pedesaan maupun pelaku UMKM. Dengan adanya sosialisasi dan edukasi yang tepat, kesadaran serta minat masyarakat terhadap produk asuransi meningkat, memungkinkan mereka untuk memanfaatkan asuransi sebagai strategi perlindungan finansial. Temuan ini memperkuat pernyataan bahwa promosi literasi asuransi memainkan peran kunci dalam mendorong partisipasi yang lebih tinggi dalam asuransi dan pada akhirnya meningkatkan ketahanan finansial masyarakat, terutama bagi kelompok yang rentan terhadap berbagai risiko ekonomi ([Laub, 1999](#)). Artikel ini menghadirkan pendekatan baru dalam sosialisasi asuransi sebagai alat edukasi keuangan, dengan fokus pada tantangan yang ada serta peluang untuk meningkatkan literasi asuransi di wilayah Probolinggo dan Jombang.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan oleh tim dosen yang bermitra dengan agensi MRT Stars Surabaya sebagai bagian dari salah satu dharma dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi yang komprehensif mengenai asuransi serta membangun kesadaran akan pentingnya literasi keuangan dalam upaya mencapai kesejahteraan finansial yang lebih baik di masa depan. Kebaruan ilmiah studi ini terletak pada pelatihan interaktif yang intensif selama enam bulan kegiatan, serta kerja sama dengan agensi komunitas lokal untuk mendampingi penyebaran informasi tentang asuransi secara lebih luas dan efektif. Dengan demikian, artikel ini tidak hanya memberikan kontribusi dalam literatur akademik tetapi juga solusi praktis untuk masalah literasi asuransi di wilayah Probolinggo dan Jombang.

## MASALAH

Masyarakat di Kota Probolinggo dan Kabupaten Jombang, Jawa Timur, menghadapi berbagai tantangan dalam literasi keuangan, khususnya dalam memahami dan memanfaatkan asuransi sebagai instrumen perlindungan finansial. Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan tokoh masyarakat setempat, ditemukan bahwa sebagian besar masyarakat di wilayah ini memiliki pengetahuan yang terbatas tentang konsep dasar asuransi. Banyak yang menganggap asuransi sebagai produk mahal dan tidak relevan dengan kebutuhan mereka. Selain itu, stigma negatif terhadap asuransi, seperti ketidakpercayaan terhadap perusahaan penyedia layanan, semakin memperburuk rendahnya partisipasi dalam program asuransi.

Persoalan ini diperburuk oleh rendahnya motivasi masyarakat untuk mengikuti edukasi keuangan. Hal ini disebabkan oleh kurangnya akses terhadap informasi yang mudah dipahami dan sesuai dengan konteks kehidupan mereka ([Lusardi & Mitchell, 2014](#)). Misalnya, masyarakat Probolinggo, yang mayoritas bermata pencarian sebagai petani dan nelayan, cenderung memprioritaskan kebutuhan sehari-hari dibandingkan perlindungan finansial jangka panjang. Di sisi lain, di Jombang, yang sebagian besar warganya adalah pelaku usaha kecil dan menengah, ketidakpahaman terhadap asuransi menghalangi mereka untuk memitigasi risiko bisnis dan keuangan rumah tangga.

Kebutuhan masyarakat terhadap edukasi keuangan yang relevan, praktis, dan interaktif menjadi sangat mendesak. Mereka membutuhkan informasi yang tidak hanya teoritis tetapi juga aplikatif, sehingga dapat membantu meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya asuransi sebagai bagian dari perencanaan keuangan (Howard, 2009). Program ini dirancang untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan menawarkan pendekatan yang berfokus pada peningkatan literasi keuangan masyarakat melalui pelatihan interaktif, simulasi penggunaan produk asuransi, dan pendampingan secara berkelanjutan. Target kegiatan ini adalah meningkatkan pemahaman masyarakat tentang manfaat asuransi, membangun kepercayaan terhadap penyedia layanan asuransi, dan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam program asuransi, sehingga dapat mendukung stabilitas finansial keluarga dan komunitas di Probolinggo dan Jombang.

## METODE PELAKSANAAN

Untuk mengatasi tantangan literasi asuransi di Indonesia sekaligus memanfaatkan peluang yang ada, kami mengadopsi pendekatan yang terpadu dan saling melengkapi. Program edukasi dan pelatihan ini dilaksanakan di Probolinggo dan Jombang selama periode enam bulan, mulai Juni hingga Desember 2024. Metode yang digunakan mencakup pendidikan masyarakat (edukasi), mediasi dan konsultasi, pelatihan intensif, dan pendampingan berkelanjutan.

Kegiatan pelatihan dimulai dengan *in-house training* yang diadakan di balai pertemuan komunitas di Kota Probolinggo. Pelatihan ini dirancang secara interaktif, melibatkan simulasi kasus nyata mengenai asuransi untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran peserta tentang pentingnya asuransi sebagai alat literasi keuangan. Untuk mengukur efektivitas pelatihan, kuesioner *pre-test* dan *post-test* digunakan sebagai teknik pengumpulan data, yang kemudian dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif (Hilgert & Hogarth, 2012).

Dalam aspek konsultasi, kami bermitra dengan MRT Stars Surabaya, salah satu agensi mitra PT Prudential Life Assurance, untuk menyediakan sesi konsultasi gratis. Sesi ini diadakan setiap Sabtu, baik secara langsung di kantor agensi maupun secara daring, guna menjawab pertanyaan masyarakat atau kebutuhan spesifik terkait asuransi. Analisis efektivitas konsultasi dilakukan berdasarkan survei kepuasan peserta dan feedback yang diterima (Tennyson, 2011).

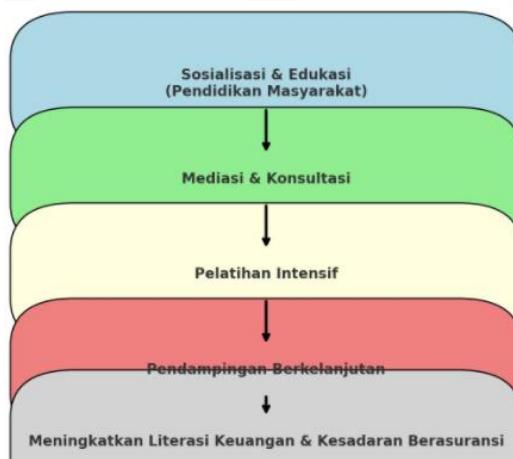
Materi edukasi juga dikembangkan dalam berbagai format, termasuk brosur, infografis, dan video pendek yang disebarluaskan melalui media sosial dan platform digital lainnya untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Efektivitas metode ini diukur melalui analisis data interaksi media sosial, seperti jumlah tayangan, likes, shares, dan komentar (Ghaddar et al., 2018). Selain itu, forum diskusi terbuka diadakan secara berkala untuk menjembatani komunikasi antara masyarakat dan PT Prudential Life Assurance, membangun kepercayaan, serta menangani kekhawatiran masyarakat terkait asuransi. Rekaman dari sesi diskusi dianalisis secara kualitatif untuk memahami pola kekhawatiran masyarakat (Aren & Zengin, 2016).

Sebagai upaya pendampingan, kelompok belajar kecil dibentuk dan dikoordinasi oleh komunitas Hiro Team. Kelompok ini rutin mengadakan diskusi dengan bimbingan fasilitator berpengalaman untuk memperkuat pemahaman masyarakat. Evaluasi dilakukan melalui wawancara mendalam dengan anggota kelompok guna mengukur perubahan sikap dan pemahaman tentang asuransi.

Tujuan dari kegiatan "Sosialisasi Asuransi Sebagai Alat Edukasi Keuangan: Tantangan dan Peluang di Indonesia" meliputi peningkatan literasi keuangan masyarakat dengan memberikan edukasi tentang pentingnya asuransi dalam mengelola risiko secara efektif dan membuat keputusan keuangan yang cerdas. Selain itu, kegiatan ini bertujuan untuk mengubah pandangan skeptis masyarakat menjadi pemahaman yang lebih positif terhadap asuransi, menyediakan peluang karir di industri asuransi, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam produk asuransi guna melindungi diri dan keluarga dari risiko keuangan tak terduga.

Dalam pelaksanaannya, PT Prudential Life Assurance dipilih sebagai mitra utama karena reputasinya yang kuat di industri asuransi Indonesia. Dengan dukungan MRT Stars Surabaya sebagai agensi mitra terbesar, program ini mampu menjangkau lebih banyak masyarakat secara efektif. Peserta yang diundang berasal dari berbagai lapisan masyarakat, termasuk relasi pribadi, jaringan komunitas, dan mereka yang tertarik melalui brosur yang disebarluaskan di media sosial.

Selama sosialisasi, peserta mengisi kuesioner pre-test selama 15 menit untuk mengukur pengetahuan awal mereka tentang pentingnya asuransi. Selanjutnya, pemaparan materi singkat disampaikan, menyoroti fungsi asuransi sebagai alat manajemen risiko sekaligus peluang karir di industri ini. Melalui pendekatan ini, kegiatan diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang asuransi, memperluas akses terhadap edukasi keuangan, serta memberikan kontribusi positif bagi pengembangan industri asuransi di Indonesia. Berikut adalah flowchart yang menggambarkan alur kegiatan pengabdian kepada masyarakat.



Gambar 1. Flowchart Kegiatan

Berikut adalah penjelasan singkatnya:

- 1) **Sosialisasi & Edukasi** – Memberikan pemahaman dasar tentang asuransi sebagai alat edukasi keuangan.
- 2) **Mediasi & Konsultasi** – Menyediakan sesi konsultasi bagi peserta untuk menjawab pertanyaan dan menyelesaikan keraguan.
- 3) **Pelatihan Intensif** – Memberikan pelatihan lebih mendalam bagi mereka yang ingin memahami dan menerapkan konsep asuransi dalam keuangan pribadi atau bisnis.
- 4) **Pendampingan Berkelanjutan** – Mendukung peserta setelah pelatihan dengan bimbingan dan evaluasi.

- 5) Meningkatkan Literasi Keuangan & Kesadaran Berasuransi – Tujuan akhir dari seluruh proses.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari analisa data oleh tim pengabdian masyarakat didapatkan data sebagai berikut:

**Tabel 1.** Data Karakteristik Peserta Sosialisasi

Jenis Kelamin	Frek	%
Laki-Laki	9	18
Perempuan	42	82
<b>Jumlah</b>	<b>51</b>	<b>100</b>

Terlihat bahwa peserta terbanyak yang hadir adalah perempuan, dengan jumlah 42 orang atau sekitar 82% dari seluruh peserta. Selain itu, diperoleh juga data tentang usia, tingkat pendidikan, serta jenis pekerjaan dari peserta yang hadir.

**Tabel 2.** Data Profil Peserta Sosialisasi

Usia	Frek	%
<25 tahun	11	22
25>x<35 tahun	35	69
>35 tahun	5	9
<b>Tingkat Pendidikan</b>		
SD	0	0
SMP	2	4
SMA	33	65
PT	16	31
<b>Jenis Pekerjaan</b>		
Wiraswasta	25	49
Karyawan	19	37
ASN	7	14

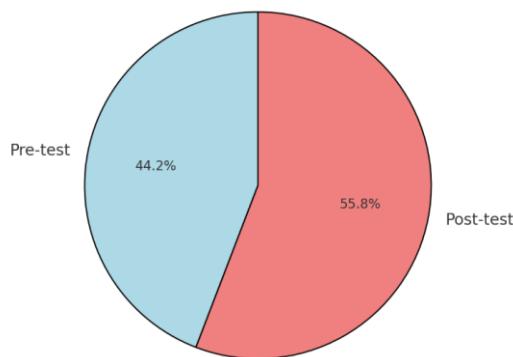
Rentang usia terbanyak peserta berada di kisaran 26-35 tahun, yang mencapai 69% dari total peserta, menunjukkan bahwa kelompok usia ini memiliki minat yang tinggi dalam memahami literasi keuangan dan asuransi. Tingkat pendidikan mayoritas peserta adalah lulusan SMA, yang mencapai 65%, menunjukkan bahwa kegiatan ini berhasil menjangkau segmen masyarakat dengan latar belakang pendidikan menengah. Selain itu, sebagian besar peserta adalah wiraswasta, yang mencakup 49% dari keseluruhan peserta, mengindikasikan bahwa mereka memiliki ketertarikan khusus pada potensi income yang dapat dihasilkan dari asuransi sebagai sumber pendapatan tambahan atau utama. Data demografis ini memberikan wawasan penting tentang profil peserta dan menunjukkan bahwa program edukasi ini berhasil menarik perhatian segmen masyarakat yang berpotensi besar untuk diuntungkan dari peningkatan literasi keuangan terkait asuransi.

Hasil dari kegiatan edukasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai pentingnya asuransi dan potensi pendapatan di bidang asuransi seperti yang ditunjukkan oleh **Tabel 3** berikut.

**Tabel 3.** Perbedaan Pengetahuan Sebelum dan Sesudah Diberikan Edukasi

Pengetahuan	Mean	SD	p-value
Pre-test	5.31	1.773	0.00
Post-test	6.71	1.105	
Mean diff	1.40		

Data menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan signifikan dalam pemahaman mereka tentang literasi keuangan dan asuransi setelah mengikuti kegiatan edukasi. Dengan meningkatnya skor rata-rata sebesar 1.40 poin atau sekitar 26.31%, ini menegaskan bahwa materi yang disampaikan efektif dalam meningkatkan pengetahuan mereka.

**Gambar 2.** Perbandingan Pengetahuan Sebelum dan Sesudah Edukasi

Selain itu, partisipasi aktif peserta dalam sesi diskusi dan tanya jawab mencerminkan antusiasme yang tinggi terhadap topik asuransi, sementara survei kepuasan menunjukkan bahwa 85% dari peserta merasa lebih percaya diri dalam mengambil keputusan keuangan terkait asuransi. Lebih jauh lagi, bukti konkret dari dampak positif kegiatan ini yaitu terdapat tiga peserta langsung membuka polis asuransi setelah mendapat edukasi.

**Gambar 3.** Surat Pengajuan Asuransi Jiwa dari 3 Peserta

Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan oleh [Rosita & Arsita \(2024\)](#) menekankan bahwa rendahnya pemahaman generasi milenial terhadap asuransi kesehatan dapat berdampak pada ketidaksiapan finansial mereka dalam menghadapi risiko kesehatan di masa depan. Melalui sosialisasi yang diberikan, peserta memperoleh wawasan yang lebih jelas mengenai manfaat dan mekanisme asuransi, sehingga mereka lebih siap dalam mengambil keputusan keuangan yang bijak. Sementara itu, Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan oleh [Karir et al. \(2025\)](#) menunjukkan bahwa edukasi sejak dini tentang industri asuransi dapat meningkatkan pemahaman generasi muda tidak hanya dalam aspek perlindungan finansial tetapi juga dalam

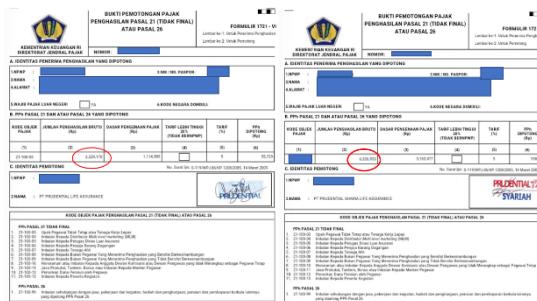
melihat peluang karier di sektor ini. Kedua artikel ini membuktikan bahwa kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) berperan penting dalam meningkatkan literasi keuangan dan kesadaran masyarakat terhadap asuransi, membantu mereka membuat keputusan yang lebih terinformasi dalam mengelola risiko finansial. Sementara tujuh peserta lainnya mendaftar untuk mengejar karir di bidang asuransi.



**Gambar 4.** Contoh Pengajuan Agen dari 7 Peserta

Diskusi mendalam dengan peserta juga mengungkapkan perubahan sikap dari pandangan awal yang negatif atau skeptis terhadap asuransi menjadi pemahaman yang lebih mendalam akan manfaatnya sebagai alat manajemen risiko dan peluang karir yang menjanjikan di industri ini. Pendekatan pelatihan interaktif, seperti simulasi kasus nyata yang dipraktikkan bersama Hiro Team yang terdiri dari praktisi asuransi berpengalaman, memberikan kesempatan kepada peserta untuk menerapkan konsep-konsep asuransi secara langsung. Selain itu, juga diadakan diskusi mingguan dan pendampingan individu secara intensif turut berperan dalam memediasi pengetahuan tentang manajemen risiko dan potensi karir di industri asuransi kepada masyarakat.

Dengan berlangsungnya kegiatan ini selama 6 bulan, ketujuh peserta berhasil terlibat aktif dalam industri asuransi dan mencatatkan rata-rata penghasilan bulanan antara 2 hingga 6 juta rupiah.



**Gambar 5.** Bukti Penghasilan Terendah dan Tertinggi dari 7 Peserta

Pelaksanaan kegiatan edukasi, mediasi dan konsultasi, pelatihan intensif, serta pendampingan berkelanjutan dapat dijelaskan sebagai berikut.

### *Edukasi*

Kegiatan edukasi dilakukan pada hari Minggu, 9 Juni 2024 yang dihadiri oleh 3 *Leaders* dari MRT Stars yang telah memiliki jabatan sebagai *Agency Director* dan telah berpengalaman di bidang asuransi lebih dari 10 tahun, 7 anggota Hiro Team yaitu komunitas bagian dari MRT Stars Surabaya yang mewadahi para penggiat di bidang asuransi jiwa, serta 51 peserta.



Gambar 6. Pelaksanaan Edukasi

Pemaparan materi dilakukan selama 3 jam oleh 3 orang leaders dari MRT Stars secara bergantian. Setiap peserta dikumpulkan dalam satu meja bundar yang berisi sekitar 7 hingga 8 peserta yang didampingi oleh 1 orang anggota Hiro Team. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memudahkan komunikasi jika ada hal yang kurang jelas atau perlu penjelasan lebih maka dapat segera tertangani secara efektif sehingga tidak mengganggu acara pemaparan materi. Pada akhir kegiatan dilakukan tanya-jawab serta sesi *post-test* dalam bentuk kuesioner yang terdiri atas 10 pertanyaan.



Gambar 7. Pemaparan Materi oleh Tim MRT Stars Surabaya

Pelaksanaan edukasi difokuskan pada peningkatan pengetahuan peserta tentang asuransi sebagai alat manajemen risiko yang esensial dan sebagai sumber pendapatan potensial. Edukasi ini menekankan pentingnya asuransi dalam melindungi individu dan keluarga dari ketidakpastian finansial, seperti biaya kesehatan yang tidak terduga, kematian, kecelakaan, pendidikan dan kehilangan pendapatan (Lusardi & Messy, 2023). Peserta diajak untuk memahami bahwa memiliki polis asuransi adalah bagian penting dari perencanaan keuangan yang bijak dan tangguh.



Gambar 8. Beberapa Materi yang Disampaikan tentang Pentingnya Asuransi

Selain itu, edukasi ini juga menyoroti berbagai peluang karir di industri asuransi, yang tidak hanya menawarkan stabilitas pekerjaan tetapi juga potensi pendapatan yang signifikan. Melalui paparan materi, studi kasus, dan diskusi interaktif, peserta diberikan wawasan tentang bagaimana industri asuransi berfungsi, berbagai jenis produk asuransi yang tersedia, dan keterampilan yang dibutuhkan untuk sukses di bidang ini.



**Gambar 9.** Beberapa Materi yang Disampaikan tentang Peluang Karir di Bisnis Asuransi

Dengan demikian, program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan, tetapi juga untuk membuka wawasan tentang peluang ekonomi yang ada di industri asuransi, sesuai dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa pemahaman yang baik tentang asuransi dapat berkontribusi pada pengambilan keputusan finansial yang lebih baik dan pengembangan karir yang lebih berkelanjutan (Hilgert & Hogarth, 2012; Aren & Zengin, 2016).

#### *Mediasi dan Konsultasi*

Mediasi dan konsultasi rutin diselenggarakan setiap hari Sabtu di kantor MRT Stars yang selalu melibatkan pembicara berpengalaman, memberikan pemahaman mendalam mengenai produk asuransi dan strategi keuangan yang efektif, serta membuka mindset tentang pengelolaan keuangan yang baik.



**Gambar 10.** Dokumentasi Sesi Mediasi dan Konsultasi Peserta Bersama Hiro Team

### **Pelatihan Interaktif**

Progres pencapaian hasil PKM selama enam bulan terlihat sangat signifikan. Pada bulan pertama, kami memulai dengan sesi pelatihan interaktif yang mengenalkan dasar-dasar asuransi dan manfaatnya sebagai alat manajemen risiko. Peserta aktif terlibat dalam simulasi kasus nyata yang diselenggarakan bersama praktisi Hiro Team, yang memberikan pemahaman praktis tentang konsep-konsep yang dipelajari. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian [Litamahuputty & Sipakoly \(2024\)](#) yang menunjukkan bahwa program edukasi dan pelatihan keuangan mampu meningkatkan pemahaman masyarakat terkait konsep finansial dan pengelolaan risiko. Pada bulan kedua dan ketiga, mediasi dan konsultasi rutin di kantor MRT Stars semakin memperdalam pengetahuan peserta tentang produk asuransi dan strategi keuangan dengan menghadirkan pembicara berpengalaman. Pendekatan ini selaras dengan hasil penelitian [\(Azmi et al., 2018\)](#) yang menyatakan bahwa perencanaan keuangan keluarga yang berbasis literasi keuangan dapat meningkatkan kesadaran dan keterampilan individu dalam mengelola keuangan secara lebih efektif. Bulan keempat hingga keenam merupakan masa puncak, di mana peserta mulai menerapkan pengetahuan yang didapat dalam praktik. Beberapa peserta telah berhasil mengedukasi masyarakat untuk membuka polis asuransi dan bahkan menunjukkan minat untuk bergabung sebagai profesional di industri ini. Evaluasi berkelanjutan selama periode ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan partisipasi aktif peserta, mencerminkan kesuksesan pendekatan yang kami terapkan dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat Indonesia.



**Gambar 11.** Dokumentasi Kegiatan Pelatihan Interaktif Peserta bersama MRT Stars Surabaya

Pada akhir program, evaluasi dilakukan untuk mengapresiasi pencapaian tiga peserta terbaik (dalam kategori jumlah nasabah terbanyak, premi tertinggi, dan rekrutmen anggota tim terbanyak) yang menegaskan keberhasilan mereka dalam mengimplementasikan pengetahuan baru dari kegiatan edukasi ini dalam praktik industri asuransi.



**Gambar 12.** Acara Evaluasi dan Apresiasi di Akhir Program Edukasi  
**KESIMPULAN**

Pendekatan yang terintegrasi, meliputi pelatihan interaktif, mediasi, dan konsultasi, terbukti efektif dalam mengubah pandangan skeptis terhadap asuransi menjadi pemahaman yang lebih mendalam tentang manfaatnya sebagai alat manajemen risiko dan peluang karir. Kegiatan ini berhasil mengatasi tantangan yang ada, yaitu rendahnya pemahaman masyarakat mengenai asuransi, dengan memberikan edukasi yang relevan dan aplikatif. Dampak positif yang terlihat dari partisipasi aktif peserta dan umpan balik yang diterima menunjukkan keberhasilan dalam mencapai tujuan. Kegiatan ini tidak hanya memperkaya pengetahuan peserta tentang asuransi, tetapi juga membuka peluang baru bagi mereka untuk memanfaatkan asuransi dalam perencanaan keuangan. Ke depan, disarankan untuk melanjutkan dan memperluas cakupan edukasi ini, serta memperkuat kemitraan dengan lebih banyak agensi untuk meningkatkan akses dan partisipasi masyarakat dalam industri asuransi.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Hiro Team dan MRT Stars Surabaya atas partisipasi aktif dalam kegiatan ini, juga disampaikan kepada seluruh pihak yang membantu pelaksanaan kegiatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aren, S., & Zengin, A. N. (2016). Influence of Financial Literacy and Risk Perception on Choice of Investment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.047>
- Azmi, Z., Anriva, D. H., Rodiah, S., Ramashar, W., Ahyaruddin, M., Agustiawan, A., Marlina, E., Bidin, I., Putri, A. A., & Lawita, N. F. (2018). Peningkatan Literasi Keuangan Melalui Perencanaan Keuangan Keluarga. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 2(1), 66–73. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v2i1.599>
- Ghaddar, S., Byun, J., & Krishnaswami, J. (2018). Health insurance literacy and awareness of the Affordable Care Act in a vulnerable Hispanic population. *Patient Education and Counseling*. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2018.08.033>
- Gultom, E., & Suwandono, A. (2025). *Peningkatan Kesadaran Berasuransi Pelaku UMKM di Desa*. 6, 538–543.
- Hilgert, M., & Hogarth, Jeanne M. (2012). Household Financial Management: The Connection between Knowledge and Behavior Marianne. *Revista de Investigaciones Veterinarias Del Perú*.
- Howard, D. (2009). Insurance literacy in the United States. *World Hospitals and Health Services: The Official Journal of the International Hospital Federation*.

- Hung, A. A., Parker, A. M., & Yoong, J. (2009). Defining and measuring financial literacy (RAND Working Paper WR-708). *Social Science Research Network*. Retrieved September.
- Karir, P., Profesi, D. A. N., Industri, D. I., Hasangapan, R., Napitupulu, M., & S, R. M. D. H. (2025). *Perasuransian Pada Siswa SMA Santo Fransiskus 2 Jakarta*. 1(1), 55–59.
- Laub, J. A. (1999). Assessing the servant organization; Development of the Organizational Leadership Assessment (OLA) model. *Dissertation Abstracts International, Procedia - Social and Behavioral Sciences*.
- Litamahuputty, J. V., & Sipakoly, S. (2024). Peningkatan Literasi Keuangan Masyarakat Melalui Program Edukasi Dan Pelatihan Keuangan. *Community Development Journal*, 5(2), 3640–3646. <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i2.27390>
- Lusardi, A., & Messy, F.-A. (2023). The importance of financial literacy and its impact on financial wellbeing. *Journal of Financial Literacy and Wellbeing*. <https://doi.org/10.1017/flw.2023.8>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Matahari, M., & Kusumastuti, R. (2022). Insurance Literacy in Microinsurance Ownership among Instagram Users in Indonesia. *MIMBAR : Jurnal Sosial dan Pembangunan*. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v0i0.8435>
- Rosita, S., & Arsita, S. (2024). Sosialisasi Pentingnya Asuransi Kesehatan Untuk Kaum Milenial. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat DEWANTARA*, 7, 1–6. <https://doi.org/10.31317/jpmd.v7i1.983>
- Tamami, B. (2022). Pemahaman Masyarakat Pedesaan Terhadap Asuransi Syariah (Study Pada Desa Kebon Cau Kecamatan Teluk Naga Kabupaten Tanggerang). In *Universitas Islam Negeri (UIN) "Sultan Maulana Hasanuddin" Banten*.
- Tennyson, S. (2011). Consumers' Insurance Literacy: Evidence from Survey Data. *Financial Services Review*. 20(3):165-179
- Wells, B., Epermanis, K., Gibson, J. P., & Gibson1, J. P. (2015). The Effect of Insurance Education on Consumer Attitudes: A Study of the Property and Casualty Industry. *Source: Journal of Financial Education*.