

Kontan, 06/12/2017, Hal. 24

## Asuransi Masih Andalkan Bancassurance

# Asuransi Masih Andalkan Bancassurance

Pemasaran via bank menjadi kontributor terbesar

Tendi Mahadi

JAKARTA. Jalur pemasaran *bancassurance* menjadi primadona bisnis asuransi jiwa tahun ini. Saluran pemasaran ini tumbuh tinggi ketimbang lainnya. Tahun depan, *bancassurance* juga masih akan mendominasi.

PT BNI Life Insurance misalnya, tak hanya bertumpu pada induk usaha PT Bank Negara Indonesia Tbk (BNI). Perusahaan ini juga akan menggandeng sejumlah bank untuk memasarkan produk asuransi di tahun depan.

Hingga kuartal III tahun ini, jalur *bancassurance* berkontribusi 70% dari total premi BNI Life senilai Rp 4,2 triliun sampai kuartal III tahun ini. Tahun depan potensinya bakal lebih besar, terlebih saat tren suku bunga rendah seperti sekarang.

Menurut P1t Direktur Utama PT BNI Life Insurance Geger Maulana, perbankan juga tengah mendorong pendapatan di luar bisnis penyaluran kredit yang menjadi bisnis inti bank. "Diantaranya dengan menggenjot *bancassurance* untuk mendapatkan *fee based income*," kata dia. Di sisi lain, perusahaan asuransi juga rajin menambah produk baru.

PT Axa Mandiri Financial

Services pun menilai potensi bisnis saluran *bancassurance* cukup cerah di tahun depan. Apalagi, menurut *Director Of In Branch Channel* Axa Mandiri Tisye Diah Retnojati, pemahaman terhadap perlindungan asuransi terus meningkat. Hal ini bisa jadi pendorong minat nasabah untuk membeli produk asu-

**Axa Mandiri akan menambah produk agar mudah disesuaikan kebutuhan pasar.**

ransi. Saat ini, jalur *bancassurance* lewat *in branch* masih jadi kontributor terbesar bagi Axa Mandiri. Menurut dia, saluran ini menyumbang 80% dari total premi.

**Andalkan induk usaha**

Kata Tisye, Axa akan mengandalkan kerjasama dengan Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah (BSM). "Saat ini penetrasinya masih 12% dari total nasabah Bank Mandiri dan BSM," ungkap dia.

Padahal pemasaran *bancassurance* secara *in branch*, Axa Mandiri punya 2.300 fi-

nancial advisor di 2.100 cabang Bank Mandiri dan BSM. Ke depan, potensi peningkatan nasabah dari *in branch* bakal dioptimalkan. Target dalam lima tahun, penetrasinya mencapai 25% dari total nasabah kedua bank.

Salah satu caranya adalah memperluas segmen produk kepada nasabah. Maklum, segmen nasabah Bank Mandiri dan BSM cukup beragam.

PT Asuransi Simas Jiwa pun berencana mengembangkan berbagai distribusi pemasaran. Meski begitu, penjualan dari *bancassurance* masih tetap jadi yang utama.

Selama ini, Direktur Utama Simas Jiwa Soegeng Wibowo menyebut, nyaris seluruh premi perusahaannya dari *bancassurance*. Sementara sebagian kecil dari agensi, telemarketing hingga dari *captive* Grup Sinarmas.

Menurut Soegeng, ke depan kontribusi di luar *bancassurance* terus ditingkatkan. Termasuk masuk ke saluran pemasaran digital. "Namun secara umum masih akan didominasi *bancassurance*," kata dia. Saat ini, ASM sudah bekerjasama dengan 16 bank. Mulai dari bank BUKU IV sampai bank perkreditan rakyat. Sampai kuartal III-2017, ASM mengantongi premi Rp 10,46 triliun. ■

► PENETRASI PASAR

## Asuransi Jiwa Perluas Manfaat

JAKARTA — Sejumlah perusahaan asuransi jiwa memperluas cakupan manfaat pada produk dan layanan guna meningkatkan penetrasi pemasaran dan kepuasan nasabah.

Salah satunya adalah PT Capital Life Indonesia yang memberikan perluasan manfaat pada produk asuransi mikro. Adapun Capital Eka Proteksi (Cakap), menggandeng PT Media Dokter Investama, penyedia aplikasi Halodoc, layanan interaktif daring dengan dokter.

Antony Japari, Direktur Utama PT Capital Life Indonesia, menjelaskan tambahan manfaat ini akan semakin melengkapi manfaat yang ada pada produk yang dipasarkan melalui program kemitraan dengan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. (AMRT).

Produk asuransi mikro kumpulan dengan nilai premi Rp20.000 ini dipasarkan di 13.168 gerai AMRT di seluruh Indonesia. Dengan jangka waktu proteksi 6 bulan, Cakap memberikan pertanggung jawaban senilai Rp15 juta untuk risiko meninggal dunia.

"Kalau sebelumnya manfaat yang

diterima dari produk ini lebih kepada dana bagi ahli waris, manfaat tambahan ini ditujukan bagi pemegang polis jika kondisi kesehatannya menurun," jelasnya, belum lama ini.

Antony menilai, program kerja sama ini terbilang inovatif. Pasalnya, pemegang polis Cakap dapat melakukan konsultasi gratis dengan dokter spesialis melalui *video call* sebanyak empat kali atau senilai Rp100.000.

Nasabah pun diberikan pengantaran obat gratis bila membeli obat di apotik melalui aplikasi Halodoc. "Ini strategi penjualan kami untuk meningkatkan penetrasi produk proteksi ini ke masyarakat Indonesia," ujarnya.

Direktur Bisnis PT Capital Life Indonesia menjelaskan, ke depan layanan serupa dapat saja diadaptasikan pada produk Capital Life lainnya. Di samping itu, jelasnya, pihaknya juga berencana terus merealisasikan diferensiasi produk, termasuk untuk produk asuransi mikro.

Felicia Kawilarang, VP Marketing Communications Halodoc, menga-

takan, kerja sama ini merupakan yang pertama direalisasikan pihaknya dengan perusahaan asuransi jiwa. Dia mengatakan selama ini pihaknya telah membangun kerja sama dengan sejumlah asuransi kerugian yang menyediakan produk asuransi kesehatan.

Beberapa waktu lalu, PT Prudential Life Assurance juga meluncurkan PRUmedical Network, jaringan rumah sakit rekanan perusahaan yang memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah.

Jens Reisch, Presiden Direktur PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia), menjelaskan layanan eksklusif ini akan menjamin setiap nasabah mendapatkan perawatan yang memadai, sejak masuk hingga keluar, dari penyedia jasa kesehatan yang menjadi rekanan.

Saat ini, jelasnya, Prudential Indonesia bekerja sama dengan empat rekanan penyedia jasa kesehatan, yakni Siloam, Mayapada, Mitra Keluarga, dan Royal Taruma. Layanan ini akan disediakan di 42 rumah

sakit dari keempat rekanan tersebut.

"Kami merasa senang dapat bermitra dengan empat rekanan kami," ujarnya.

Jens menjelaskan, layanan ini memberikan jaminan ketersediaan kamar rawat inap. Bila tidak tersedia, ungkapnya, pasien berhak untuk meningkatkan kelas kamar rawat inap dengan nilai pembayaran sesuai dengan dengan harga kamar awal.

Di samping itu, jelasnya, layanan ini akan memberikan fasilitas tambahan bagi keluarga pasien sebagai dukungan perlengkapan selama masa rawat inap pasien. "Seperti kupon makanan dan minuman, serta fasilitas lain untuk mendukung kenyamanan saat menemani pasien."

Dia menambahkan, fasilitas ini akan memperkuat dua layanan yang sudah disediakan pihaknya, yakni PRUhospital Friend dan PRUhospital line. Sejak 2011, layanan PRUhospital Friend disediakan dalam rupa petugas perwakilan Prudential Indonesia yang khusus ditempatkan untuk membantu proses administrasi nasabah saat menjalani rawat inap. (Oktaviano D.B. Hana)

Please do not reply this email

For editorial contact : [aaji.info@aaji.or.id](mailto:aaji.info@aaji.or.id)

