

Rabu, 16 Oktober 2024

FM-CC-AAJI-006-00

HEADLINE NEWS

- 1 Menakar Peran Hari Asuransi dan BIK Dalam Mendongkrak Indeks Literasi dan Inklusi
- 2 Ketua Umum DAI, Yulius Bhayangkara Terus Menggaungkan Literasi dan Edukasi Asuransi ke Masyarakat
- 3 Astra Life dan UUS Permata Bank Perluas Bancassurance Syariah
- 4 Asuransi Semakin Diminati Generasi Muda
- 5 Pengalihan Polis Capai 99,9%
- 6 Asuransi Perlu Dukungan Regulasi dan Peningkatan Literasi
- 7 Regulasi dan Literasi Jadi Tantangan Berat
- 8 Astra Life Gandeng Permata Bank Rilis Unitlink Syariah
- 9 Masterplan Ekonomi Syariah Dorong Pertumbuhan Asuransi di Indonesia
- 10 Dekat dengan Nasabah dengan Mengembangkan Layanan di PIK
- 11 Tanam 1.500 mangrove, BCA Life dukung keberlanjutan pesisir pantai
- 12 Allianz Life Indonesia Fokus Perluas Produk dan Teknologi untuk Tingkatkan Layanan
- 13 Jurusan DPLK Peralihan Capai Target Aset Dana Kelola Rp 6,7 Triliun hingga Akhir Tahun
- 14 Klaim Kesehatan dan Meninggal Dunia MSIG Life Naik 27% per Agustus, Ini Pemicunya
- 15 16.600 Pelari JRF 2024 Dapat Proteksi dari PertaLife Insurance by Pertamina
- 16 Indonesia Re Latih Penerima Beasiswa Hadapi Dunia Kerja
- 17 Avrist Assurance Perkenalkan Asuransi Jiwa Digital untuk Keluarga Muda
- 18 Taspen Catat Jumlah Aset Capai Rp 390 Triliun
- 19 Kok Bisa Cuma 6,6%? Asuransi Jiwa Masih Kurang Diminati, Kenapa Ya?
- 20 Sulitnya Mengajukan Klaim Asuransi Jiwa PT. Allianz Life
- 21 Tim Likuidasi WanaArtha Life Meminta Dukungan Pegang Polis dan OJK Untuk Selesaikan Aset
- 22 IFG Progress Menilai Cara Non-organik Jadi Solusi Jitu Atasi Aturan Permodalan
- 23 AAUI Menilai Agen Asuransi Masih Sangat Diperlukan, Ini Alasannya
- 24 DAFTAR PEMENANG BEST INSURANCE 2024
- 25 Iklan - PT Asuransi Jiwa Astra
- 26 Iklan - Insurance Directory
- 27 Iklan - PT Asuransi Asuransi Simas Jiwa
- 28 Iklan - PT Asuransi BRI Life
- 29 Iklan Top Agent Awards AAJI 2024
- 30 Iklan - PT Asuransi Jiwa Starinvestama
- 31 Iklan Selamat Ulang Tahun Ke - 16 PT Asuransi Jiwa Inhealth Indonesia 6 Oktober 2008 - 6 Oktober 2024
- 32 Iklan - PENGUMUMAN PENGALIHAN PORTOFOLIO UNIT USAHA SYARIAH PT TOKIO MARINE LIFE INSURANCE INDONESIA (d/h PT MAA Life Insurance)
- 33 Iklan - Pengumuman PT. Usaha Pembiayaan Reliance Indonesia
- 34 Iklan Selamat Ulang Tahun Ke - 4 PT Asuransi Jiwa IFG 22 Oktober 2020 - 22 Oktober 2024

INDUSTRI & ASURANSI

Menakar Peran Hari Asuransi dan BIK Dalam Mendongkrak Indeks Literasi dan Inklusi Media Asuransi, hal 8&9, 16/10/2024

Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024 menunjukkan bahwa indeks literasi maupun inklusi asuransi masih jauh di bawah indeks literasi dan inklusi keuangan. Peringatan Hari Asuransi dan pelaksanaan Bulan Inklusi Keuangan (BIK) pada Oktober ini, diharapkan dapat mendongkrak inklusi asuransi jauh lebih tinggi. Untuk mewujudkan hal itu, diperlukan koordinasi erat antara industri dan regulator dalam menjalankan program edukasi asuransi. Badan Pusat Statistik (BPS) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada awal Agustus 2024 merilis data indeks literasi keuangan dan inklusi keuangan berdasar hasil SNLIK tahun 2024. Indeks literasi keuangan 2024 sebesar 65,43 persen dan indeks inklusi keuangan 2024 sebesar 75,02 persen. Pelaksanaan lapangan SNLIK tahun 2024 dilakukan mulai 9 Januari hingga 5 Februari 2024 di 34 provinsi, yang mencakup 120 kabupaten/ kota termasuk 8 wilayah kantor OJK (1.080 blok sensus). Jumlah sampel SNLIK tahun 2024 sebanyak 10.800 responden yang berumur antara 15 sampai dengan 79 tahun. Metode sampling yang digunakan adalah stratified multistage cluster sampling.

Ketua Umum DAI, Yulius Bhayangkara Terus Menggaungkan Literasi dan Edukasi Asuransi ke Masyarakat Media Asuransi, hal 41, 16/10/2024

Dewan Asuransi Indonesia (DAI) Bersama para anggotanya insan perasuransian yang tergabung dalam asosiasi asuransi jiwa, asuransi umum, reasuransi, asuransi syariah dan reasuransi syariah, hingga para pialang asuransi dan reasuransi maupun penilai kerugian memperingati Hari Asuransi yang jatuh pada 18 Oktober 2024. Melalui momen terbaik tahunan ini, semua pihak mulai dari regulator hingga kalangan insan di industri perasuransian tentu berharap awareness masyarakat terhadap asuransi akan dapat lebih ditingkatkan dengan adanya literasi dan edukasi yang terus gencar dilakukan. Hal ini juga untuk dapat memperlihatkan kepada masyarakat bahwa ditengah-tengah menurunnya kepercayaan masyarakat kepada asuransi, dapat menunjukkan masih banyaknya kebermanfaatannya memiliki asuransi sebagai proteksi baik untuk pribadi maupun perusahaan.

Astra Life dan UUS Permata Bank Perluas Bancassurance Syariah Investor Daily, hal 3, 16/10/2024

Presiden Direktur PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life), Nico Tahir mengaku optimistis terhadap pangsa pasar asuransi jiwa syariah ke depan, diantaranya dengan meluncurkan AVA Asya Hasanah Proteksi yang merupakan Produk Asuransi Yang Dikaitkan Dengan Investasi (PAYDI) atau unit link sesuai prinsip syariah. Produk tersebut dijual lewat kanal distribusi bancassurance bersama Unit Usaha Syariah (UUS) Permata Bank. Perusahaan optimis dapat terus menjangkau lebih banyak nasabah melalui produk-produk yang akan diluncurkan sepanjang 2024. Kali ini, perusahaan meluncurkan AVA Asya Hasanah. Proteksi yang sesuai dengan prinsip syariah sebagai wujud upaya Astra Life untuk semakin melengkapi portofolio. Produk yang ditawarkan di kanal bancassurance Unit Usaha Syariah Permata Bank, setelah sebelumnya hadir melalui produk asuransi jiwa tradisional. Nico mengatakan, produk asuransi AVA Asya Hasanah Proteksi memberikan perlindungan menyeluruh dan booster investasi untuk perencanaan keuangan. Produk ini juga telah memenuhi persyaratan dan ketentuan yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Asuransi Semakin Diminati Generasi Muda Media Asuransi, hal 16&17, 16/10/2024

Bertepatan dengan Hari Asuransi yang jatuh pada 18 Oktober, Lembaga Riset Media Asuransi (LRMA) melakukan survei Literasi Asuransi 2024 dengan sasaran responden dari kalangan generasi milenial dan Gen Z. Hasil survei mengungkapkan berbagai fakta menarik tentang bagaimana masyarakat, khususnya kalangan generasi muda dalam memandang pentingnya asuransi bagi kehidupan mereka sehari-hari. Sebanyak 78 persen responden berencana untuk membeli asuransi dalam waktu dekat. Salah satu temuan utama dari survei ini adalah mayoritas responden, sebanyak 79,66 persen, mengakui sudah memiliki asuransi. Namun, masih ada 20,33 persen yang mengaku belum memiliki asuransi, dengan berbagai alasan. Hasil survei ini menandakan bahwa kesadaran mengenai pentingnya asuransi di kalangan responden, khususnya generasi muda sudah cukup tinggi dan dibarengi dengan kepemilikan polis asuransi. Dikatakan generasi muda, karena 64 persen responden berusia 18 tahun-30 tahun. Bagi mereka yang sudah memiliki asuransi (pertanyaan terbuka dalam survei), alasan utamanya adalah untuk melindungi masa depan dan menghadapi berbagai kemungkinan yang tidak terduga. Asuransi dianggap sebagai jaminan perlindungan diri dan keluarga dari segala risiko yang mungkin terjadi.

Pengalihan Polis Capai 99,9% Bisnis Indonesia, hal 15, 16/10/2024

PT Asuransi Jiwa IFG (Persero), mencatat masih ada penambahan pengalihan polis PT Asuransi Jiwasraya hingga Agustus 2024. Corporate Communication IFG Life, I Gede Suhendra Kertanugraha bercerita pengalihan polis Jiwasraya ke IFG Life masih terus bertambah mendekati fase pembubaran asuransi yang sempat bermasalah itu. "Jadi, kalau per Agustus 2024 kemarin kami sudah melakukan pengalihan polis sampai Rp38,1 triliun. Kemudian, klaim yang sudah dibayar IFG Life sekitar Rp15,9 triliun," jelasnya, Selasa (15/10). Dia menegaskan sebanyak 99,9% pemegang polis sudah direstrukturisasi dan sudah bermigrasi ke IFG Life. Gede menambahkan memang terjadi penambahan dari yang sebelumnya tidak setuju restrukturisasi menjadi setuju.

Asuransi Perlu Dukungan Regulasi dan Peningkatan Literasi Media Asuransi, hal 12&13&14

Asuransi merupakan salah satu layanan jasa keuangan yang highly regulated. Namun, dengan highly regulated tersebut bukan berarti membatasi ruang gerak pelaku usaha asuransi untuk bertumbuh dalam rangka meningkatkan penetrasi asuransi di Indonesia yang hingga saat ini tak beranjak dari kisaran 2 persen-3 persen, bahkan cenderung turun. Untuk mengetahui penyebab di balik rendahnya tingkat penetrasi asuransi tersebut, Lembaga Riset Media Asuransi (LRMA) melakukan survei persepsi kemudahan bisnis dan literasi asuransi. Edisi Oktober yang bertepatan dengan Bulan Inklusi Keuangan dan Hari Asuransi, Media Asuransi merilis hasil survei terbaru LRMA yang dilakukan selama bulan September 2024. Survei kali ini lebih menonjolkan pada pandangan responden yang merupakan eksekutif perasuransian terhadap persepsi kemudahan bisnis dan tingkat literasi asuransi di Tanah Air. Hasil survei menunjukkan mayoritas responden menyatakan bahwa menjalankan usaha asuransi di Indonesia tidaklah mudah yaitu sebanyak 83 persen responden dan hanya 17 persen responden menyampaikan bahwa mudah menjalankan bisnis asuransi di Indonesia. Salah satu faktor yang dianggap menyebabkan berbisnis asuransi tidak mudah adalah regulasi.

Regulasi dan Literasi Jadi Tantangan Berat Media Asuransi, hal 10&11, 16/10/2024

Industri perasuransian di Indonesia saat ini tengah menghadapi sejumlah tantangan yang cukup kompleks, mulai dari penerapan peraturan oleh regulator hingga masalah klasik yaitu rendahnya tingkat literasi dan inklusi asuransi di masyarakat. Salah satu aspek utama yang menjadi sorotan adalah peraturan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Sebagai regulator, OJK berperan penting dalam mengawasi operasional perusahaan perasuransian di Indonesia. Tujuannya adalah memastikan stabilitas keuangan, melindungi hak-hak konsumen, serta mendorong terciptanya ekosistem bisnis yang sehat dan berkelanjutan. Namun, seiring perubahan ekonomi global dan kemajuan teknologi, peraturan yang ada terus diperbarui dan terkadang menjadi tantangan bagi pelaku industri saat adaptasi. Sebagai contoh, pelaku perasuransian nasional dihadapkan pada regulasi permodalan yang implementasinya bertahap mulai 2026 dan 2028. Ada juga regulasi terkait implementasi standar akuntansi IFRS 17, regulasi tentang produk unitlink dan asuransi kredit, regulasi pemisahan (spin off) unit asuransi syariah, regulasi tentang pemasaran produk asuransi, dan regulasi baru lainnya.

Astra Life Gandeng Permata Bank Rilis Unitlink Syariah Kontan, hal 10, 16/10/2024

PT Asuransi Jiwa Astra alias Astra Life menilai prospek bisnis asuransi jiwa syariah masih cerah. Untuk memaksimalkan prospek tersebut, Astra Life meluncurkan AVA Asya Hasanah Proteksi, yang merupakan produk unitlink syariah yang dijual lewat kanal distribusi bancassurance dari unit usaha syariah Permata Bank. Presiden Direktur Astra Life, Nico Tahir optimistis dapat menjangkau lebih banyak nasabah melalui produk-produk yang diluncurkan tahun ini, termasuk AVA Asya Hasanah Proteksi. Ini bagian dari upaya Astra Life melengkapi portofolio produk yang ditawarkan di kanal bancassurance. Sebelumnya, Astra Life hadir melalui produk asuransi jiwa tradisional. "AVA Asya Hasanah Proteksi memberikan perlindungan menyeluruh dan booster investasi untuk perencanaan keuangan," kata Nico.

Masterplan Ekonomi Syariah Dorong Pertumbuhan Asuransi di Indonesia tribunnews.com, 15/10/2024

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) baru-baru ini mengungkapkan bahwa aset asuransi jiwa syariah menyumbang 56 persen dari total asuransi jiwa secara keseluruhan pada tahun 2022. Di sisi lain, asuransi umum syariah memiliki pangsa pasar sebesar 37 persen. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kontribusi asuransi syariah dalam beberapa tahun terakhir. OJK juga melaporkan bahwa penjualan asuransi jiwa syariah mengalami lonjakan, mencapai 118 persen, dibandingkan hanya 58 persen lima tahun sebelumnya. Ini mencerminkan minat yang terus meningkat terhadap produk asuransi yang berbasis pada prinsip syariah. Dengan dukungan pemerintah melalui Masterplan Ekonomi Syariah, industri asuransi syariah dipastikan akan mendapatkan dorongan yang diperlukan untuk berkembang.

Dekat dengan Nasabah dengan Mengembangkan Layanan di PIK inews.id, 15/10/2024

Sebagai upaya mengembangkan layanan serta menjangkau lebih lebih dekat dengan nasabah, Manulife Indonesia membuka kantor pemasaran mandiri yaitu GA Champion Community JKT yang berlokasi di Ruko Boston Blok C06 (PIK 2), Salembaran, Kosambi, Tangerang, Banten. Peresmian ini dihadiri oleh Wakil Presiden Direktur Manulife Indonesia Novita Rumngangun, Chief Agency Officer Andrias Gunawan dan Kepala Kantor Pemasaran Mandiri Champion Community Destina. Pembukaan kantor ini untuk meningkatkan akses masyarakat terhadap layanan dan produk asuransi dari Manulife Indonesia sehingga memudahkan keputusan finansial dan membuat hidup nasabah lebih baik. Hal ini juga selaras dengan program Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk meningkatkan inklusi keuangan. Sepanjang tahun 2023, Manulife Indonesia telah membayarkan klaim keseluruhan Nusantara sebesar Rp7,9 triliun. Manulife telah melindungi sebanyak sekitar 2 juta nasabah di seluruh Indonesia.

Tanam 1.500 mangrove, BCA Life dukung keberlanjutan pesisir pantai jateng.antaranews.com, 15/10/2024

PT Asuransi Jiwa BCA (BCA Life) mendukung keberlanjutan pesisir pantai, berkolaborasi dengan Yayasan Lindungi Hutan dalam penanaman 1.500 pohon mangrove di Pesisir Pantai Tangkolak, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Aktivitas tersebut merupakan bagian dari kampanye 1 Polis = 1 Pohon dalam rangka Hari Bumi 2024. Melalui kampanye ini, nasabah diajak untuk melindungi masa depan keluarga dan juga bumi kita, dimana setiap pembelian polis beberapa produk individu BCA Life berarti juga menyumbangkan 1 pohon mangrove. "Program penanaman pohon ini tidak hanya bagian dari tanggung jawab lingkungan kami, tetapi juga implementasi nyata dari kewajiban kami terhadap keberlanjutan. Melalui kampanye 1 Polis = 1 Pohon dan prinsip ESG, kami berharap dapat terus memberikan dampak positif bagi lingkungan serta memperkuat keberlanjutan bisnis jangka panjang," kata Presiden Direktur & Chief Executive Officer (CEO) BCA Life, Christine Setyabudhi. Langkah tersebut, lanjut Christine, merupakan wujud nyata tanggung jawab kepada lingkungan sekaligus mendukung keberlanjutan bisnis jangka panjang. Kampanye ini tidak hanya bertujuan untuk mitigasi perubahan iklim dan pelestarian ekosistem pesisir, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal.

Allianz Life Indonesia Fokus Perluas Produk dan Teknologi untuk Tingkatkan Layanan id.tradingview.com, 15/10/2024

PT Asuransi Allianz Life Indonesia mengumumkan fokus utamanya untuk terus memperluas portofolio produk asuransi yang komprehensif. Produk tersebut meliputi asuransi jiwa, asuransi umum, asuransi syariah, serta produk yang dikaitkan dengan investasi (PAYDI) atau unit-linked. Alexander Grenz, Country Manager & Direktur Utama Allianz Life Indonesia menegaskan bahwa perusahaan akan memaksimalkan penggunaan teknologi yang terintegrasi di setiap aspek bisnis. "Kami berkomitmen untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan nasabah saat menggunakan layanan asuransi Allianz Life Indonesia," ujar Alexander. Selain memperkuat portofolio produk, Allianz juga fokus memperluas distribusi dengan meningkatkan jumlah tenaga pemasar, terutama dari generasi muda yang mendominasi usia produktif. Alexander menambahkan bahwa Allianz terus memperluas jaringan kemitraan untuk menjangkau segmen masyarakat yang lebih luas dan terdiversifikasi.

Jurus DPLK Peralife Capai Target Aset Dana Kelola Rp 6,7 Triliun hingga Akhir Tahun id.tradingview.com, 15/10/2024

Dana Pensiun Lembaga Keuangan PertaLife (DPLK PertaLife) menargetkan aset dana kelola bisa mencapai Rp 6,7 triliun hingga akhir tahun 2024. Deny Kuriniawan, Pengurus Business & Quality Assurance DPLK Peralife mengatakan, pihaknya telah menerapkan sejumlah strategi untuk mencapai target yang telah ditetapkan itu. "DPLK Peralife akan melanjutkan sinergi dengan grup perusahaan Pertamina Grup (captive market), meningkatkan external distribution channel, dan cross selling program dari existing client untuk mencapai target itu," kata Deny. Sementara itu, Deny juga menjelaskan terkait total aset dana kelolaan program wajib yang dikelola melalui program yang bernama Dana Kompensasi Pascakerja telah mengalami peningkatan aset sebesar 14% secara year on year (YoY) per Agustus 2024 menjadi senilai Rp 4,2 triliun. Ia menyebut salah satu penyebab meningkatnya aset tersebut karena perusahaan mulai meningkatkan pendanaan terhadap kewajiban imbalan pascakerja. Sehingga selisih antara nilai kewajiban dan pendanaan tidak terlalu jauh. Adapun, DPLK Peralife juga terus melakukan sosialisasi yang kepada peserta perusahaan terkait pentingnya pendanaan secara berkesinambungan. Sementara itu, bertambahnya jumlah karyawan serta perubahan kebijakan usia pensiun normal di beberapa perusahaan (dari usia 55/56 menjadi 58) turut menambah nilai kewajiban imbalan pascakerja. Deny juga mengakui bahwa pendapatan investasi turut mendorong kenaikan aset perusahaan.

Klaim Kesehatan dan Meninggal Dunia MSIG Life Naik 27% per Agustus, Ini Pemicunya **id.tradingview.com, 15/10/2024**

Perusahaan asuransi jiwa PT. MSIG Life Insurance Indonesia Tbk (LIFE) melaporkan pada Agustus 2024, klaim kesehatan dan meninggal dunia mencapai sebesar Rp 461 miliar, yang mana klaim kesehatan naik 27% secara tahunan atau year on year (yoy). Head of Customer and Marketing MSIG Life Insurance, Lukman Auliadi mengatakan, kenaikan klaim kesehatan perusahaan salah satunya dipengaruhi oleh kondisi inflasi medis yang masih terjadi hingga saat ini. Untuk itu, Lukman mengungkapkan bahwa perusahaan terus melakukan strategi untuk menangkai kenaikan klaim kesehatan di tengah inflasi medis, di antaranya seperti MSIG Life yang senantiasa mewujudkan komitmen perlindungan melalui pembayaran klaim sesuai dengan ketentuan dalam polis. Selain itu, Lukman mengatakan bahwa perusahaan juga menerapkan manajemen risiko yang kuat, termasuk seleksi risiko dan pengembangan data analitik guna menjaga rasio klaim. "Kami juga mendukung upaya bersama pemerintah dan industri dalam penguatan asuransi kesehatan melalui kolaborasi serta pertukaran dan pemanfaatan data di industri, sehingga industri menjadi lebih sehat, harga premi lebih terjangkau, dan tentunya lebih adil," ungkapnya.

16.600 Pelari JRF 2024 Dapat Proteksi dari PertaLife Insurance by Pertamina **finance.detik.com, 15/10/2024**

PertaLife Insurance, perusahaan asuransi jiwa, kesehatan, dan pengelolaan dana pensiun afiliasi dari PT Pertamina (Persero) turut mendukung ajang Jakarta Running Festival (JRF) 2024 dengan memberikan perlindungan asuransi. Dukungan ini membuktikan PertaLife Insurance merupakan perusahaan yang peduli dengan dunia olahraga dan Kesehatan. Adapun ajang Jakarta Running Festival 2024 ini berlangsung di kawasan Gelora Bung Karno (GBK), Jakarta Pusat, pada 10-13 Oktober 2024 lalu. Direktur Utama PertaLife Insurance, Hanindio W. Hadi mengatakan perusahaan sangat antusias mendukung JRF 2024. Menurutnya, olahraga merupakan gaya hidup sehat yang perlu didukung. Oleh karena itu, PertaLife Insurance berpartisipasi dengan menyediakan asuransi bagi peserta dan penyelenggara.

Indonesia Re Latih Penerima Beasiswa Hadapi Dunia Kerja **esgnow.republika.co.id, 15/10/2024**

PT Reasuransi Indonesia Utama (Persero) atau Indonesia Re melalui program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) menggelar kegiatan capacity building dan pelatihan public speaking yang ditujukan bagi tenaga magang berprestasi penerima beasiswa. Kegiatan ini diharapkan dapat mendukung pengembangan sumber daya manusia di bidang pendidikan, khususnya bagi putra-putri karyawan alih daya dan pelaksana, dengan tujuan meningkatkan soft skill dan kepercayaan diri. Kepala Divisi TJSL & ESG Indonesia Re, Mardian Adhitya menyampaikan, kegiatan ini tidak hanya sekadar pelatihan, tetapi juga untuk mempersiapkan generasi muda agar memiliki kemampuan komunikasi yang efektif dan mental siap bersaing di dunia kerja. "Kita ingin peserta pelatihan bisa membawa pulang ilmu, wawasan, dan rancangan rencana karier mereka secara bertahap. Dengan kemampuan komunikasi yang baik, mereka akan lebih siap menghadapi tantangan di dunia kerja dan mampu berkontribusi lebih dalam memajukan industri ini," kata Mardian.

Avrist Assurance Perkenalkan Asuransi Jiwa Digital untuk Keluarga Muda **ekonomi.republika.co.id, 15/10/2024**

Dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya perlindungan finansial, kebutuhan akan asuransi yang dapat diakses kapan saja semakin tinggi. Banyak perusahaan asuransi yang mulai beralih ke platform digital untuk menjangkau masyarakat luas. Langkah ini mempermudah konsumen dalam memilih produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Di tengah perkembangan ini, PT Avrist Assurance (Avrist) kembali meluncurkan langkah strategis untuk memperluas cakupan asuransi digitalnya. Bekerja sama dengan perusahaan insurtech Fuse, Avrist memperkenalkan produk asuransi jiwa perorangan bernama MyLife Cover. Kemitraan ini ditandai dengan penandatanganan kerja sama oleh Presiden Direktur Avrist, Simon Imanto, dan CEO Fuse, Ivan Sunandar, di Kantor Pusat Fuse, Jakarta, Kamis (10/10/2024).

Taspen Catat Jumlah Aset Capai Rp 390 Triliun **ekonomi.republika.co.id, 15/10/2024**

PT Dana Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (Taspen) mencatat angka aset hingga saat ini mencapai hingga Rp 390 triliun. Angka tersebut dicapai seiring dengan inovasi model bisnis yang didukung dengan optimalisasi layanan digital. "Aset Taspen sekarang Rp 390 triliun," ungkap Corporate Secretary Taspen saat bertandang ke kantor Republika di kawasan Jakarta Selatan, Selasa (15/10/2024). Angka update aset tersebut mengalami kenaikan sekitar 3,4 persen dibandingkan angka aset Taspen pada 2023 yang tercatat sebesar Rp 376,9 triliun. Adapun jika dibandingkan angka aset pada 2019 yang lalu, kenaikan jumlah aset tersebut mencapai hingga 48 persen. Kenaikan aset Taspen tidak terlepas dari strategi investasi yang optimal dengan meningkatkan portofolio investasi Taspen pada instrumen Surat Berharga Negara (SBN). Yang mana sebagian besarnya di obligasi negara, obligasi syariah negara, dan deposito di bank BUMN.

Kok Bisa Cuma 6,6%? Asuransi Jiwa Masih Kurang Diminati, Kenapa Ya? **dunialfintech.com, 15/10/2024**

Penetrasi industri asuransi jiwa per semester I/2024 yang berhasil dicatat Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) menunjukkan angka 0,8% dari produk domestik bruto (PDB). Artinya, hanya setengah dari masyarakat yang paham asuransi memilih menggunakan asuransi. Menurut Ketua Bidang Produk, Manajemen Risiko & GCG AAJI, Fauzi Arfan mengatakan, tantangan utama penghambat penetrasi asuransi jiwa adalah literasi masyarakat yang belum optimal. "Tantangan utama yang dihadapi industri adalah persepsi bahwa produk asuransi cenderung kompleks dan sulit dipahami. Hal ini membuat banyak orang ragu untuk membeli asuransi," kata Fauzi. Berdasarkan catatan AAJI, jangkauan penetrasi asuransi jiwa baru mencapai 6,6% dari populasi. Literasi keuangan Indonesia di sektor asuransi per 2022 tercatat sebesar 31,72%, tetapi inklusi asuransi hanya 16,63%. Dari segi industri, Fauzi menjelaskan tantangan lainnya adalah persaingan pasar. Industri asuransi juga bersaing dengan sektor lain seperti perbankan dan investasi yang menurutnya sering kali lebih menarik bagi masyarakat. Maka dengan tantangan tersebut, strategi AAJI untuk meningkatkan penetrasi asuransi jiwa adalah dengan aktif meningkatkan literasi keuangan melalui berbagai program edukasi yang menasar beragam lapisan mulai dari seminar di kampus hingga komunitas ibu rumah tangga.

Sulitnya Mengajukan Klaim Asuransi Jiwa PT. Allianz Life **banten.kampai.co.id, 15/10/2024**

Seorang nasabah PT. Allianz Life tidak bisa mencairkan klaim yang diajukan, klaim tersebut di ajukan sejak beberapa waktu lalu namun belum kunjung ada pembayaran, meski nasabah sudah melengkapi syarat klaim sesuai dengan apa yang disyaratkan pada syarat klaim yang tertuang dalam buku polis. Kuasa hukum menjelaskan, berdasarkan email yang dikirim dari Allianz, Allianz beralasan sedang melakukan klarifikasi data medis klaim dan membutuhkan waktu 60 hari kalender sejak surat tersebut diterbitkan, dan apabila masih memerlukan tambahan waktu maka akan ditambahkan 30 hari kalender lagi untuk proses klarifikasi data medis, jadi total 90 hari kalender. Berdasarkan pengakuan nasabah, tidak ada satu pasal pun tertulis didalam buku polis yang mengatur terkait penyelesaian klaim nasabah yang memerlukan waktu 90 hari kalender tersebut, dan pada saat pembuatan polis asuransi pun tidak ada agen yang menjelaskan bahwa proses penyelesaian klaim itu membutuhkan waktu 90 hari kalender.

Tim Likuidasi WanaArtha Life Meminta Dukungan Pegang Polis dan OJK Untuk Selesaikan Aset **jacindonews.com, 16/10/2024**

Belum adanya kejelasan dan kepastian terkait pengembalian uang investasi para nasabah PT Asuransi WanaArtha Life (WAL) secara penuh di perusahaan tersebut, akhirnya membuat puluhan nasabah PT WAL mendatangi kantor pusat PT WAL di Mampang, Jakarta Selatan dengan tujuan meminta kejelasan nasib uang investasi mereka yang saat ini sedang dalam proses likuidasi, Senin(14/10). Ketua Aliansi Korban WanaArtha Life, Johannes Buntoro Fistanio mengatakan, "Kami kesini untuk bertanya tentang bagaimana situasi dan kondisi terkait proses likuidasi sudah sampai mana walaupun dari saya sendiri tidak daftar likuidasi tetapi posisi saya disini untuk mewakili teman-teman untuk bertanya terkait hasil likuidasi dan bagaimana proses untuk kedepannya", ujar Johannes.

IFG Progress Menilai Cara Non-organik Jadi Solusi Jitu Atasi Aturan Permodalan **id.tradingview.com, 16/10/2024**

IFG Progress berpendapat cara non-organik menjadi solusi jitu yang bisa diterapkan perusahaan asuransi untuk memenuhi implementasi Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 117 dan aturan peningkatan ekuitas minimum pada 2026. Senior Research Associate IFG Progress, Ibrahim Rohman tak memungkiri permodalan menjadi salah satu hal yang makin menantang ke depannya di industri asuransi. Dia menilai apabila perusahaan asuransi mengandalkan cara organik, seperti pertumbuhan pendapatan premi, hal itu akan terasa sulit di tengah tingkat kepercayaan masyarakat terhadap asuransi yang belum begitu kuat. "Secara organik, kalau dilihat tren dari premium growth-nya, tampaknya agak sedikit catching up permodalan. Artinya, satu-satunya solusi adalah melakukan merger dan akuisisi. Namun, cara itu menjadi cukup berat," ungkapnya. Ibrahim menerangkan cara merger dan akuisisi itu berat karena manajemen aktuarisnya bisa berbeda-beda. Selain itu, cara suatu perusahaan melakukan aset liability management atau liability-driven investment itu juga bisa berbeda-beda. "Jadi, tak semudah itu untuk dimerger dengan tipe balance sheet yang berbeda. Kalau dihitung berdasarkan organic growth-nya, tentu akan cukup berat perusahaan-perusahaan itu bisa memenuhi kebutuhan modal. Jadi, harus non-organik, makanya kuncinya di merger dan akuisisi," tuturnya.

AAUI Menilai Agen Asuransi Masih Sangat Diperlukan, Ini Alasannya
id.tradingview.com, 16/10/2024

Asosiasi Asuransi Umum Indonesia (AAUI) menilai agen asuransi masih sangat diperlukan ke depannya meski digitalisasi akan diterapkan sepenuhnya oleh industri. Wakil Ketua AAUI untuk Bidang Statistik & Riset, Trinita Situmeang mengatakan, agen memegang peran penting dalam memasarkan produk dan membuat masyarakat atau konsumen mengetahui produk asuransi yang akan dibeli. Trinita menerangkan agen juga berperan untuk meningkatkan literasi terkait asuransi. Misalnya, apabila konsumen yang sudah mengetahui dan memahami produk yang ingin dibeli, tentu mereka bisa membeli melalui akses digital. Namun, apabila konsumen belum memahami dan mengetahui produk tersebut, tentu agen bisa membantu mereka. "Berdasarkan karakter masyarakat, tentu masih ada yang harus dijelaskan sama agen. Setelah sekian tahun, saya yakin hal seperti itu masih akan tetap ada dan harus di-manage bersama," ungkapnya. Oleh karena itu, Trinita menyebut perlu agen yang bersertifikat baik di asuransi jiwa dan umum sehingga memiliki minimum kompetensi. Hal itu dilakukan supaya agen bisa menjual produk sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. "Dengan demikian, tidak misleading atau tidak menjual janji, tetapi untuk membantu menjadi bagian dari ekosistem asuransi dan meningkatkan literasi. Dua-duanya akan jalan," ujarnya.

DAFTAR PEMENANG BEST INSURANCE 2024
Media Asuransi, hal 46, 16/10/2024

Iklan - PT Asuransi Jiwa Astra
Media Asuransi, hal 67, 16/10/2024

Iklan - Insurance Directory
Media Asuransi, hal 66&67&68&69&70&71&72&73&74&75&76, 16/10/2024

Iklan - PT Asuransi Asuransi Simas Jiwa
Media Asuransi, hal 61, 16/10/2024

Iklan - PT Asuransi BRI Life
Media Asuransi, hal 61, 16/10/2024

Iklan Top Agent Awards AAJI 2024
Media Asuransi, hal 5, 16/10/2024

Iklan - PT Asuransi Jiwa Starinvestama
Media Asuransi, hal 49, 16/10/2024

Iklan Selamat Ulang Tahun Ke - 16 PT Asuransi Jiwa Inhealth Indonesia 6 Oktober 2008 - 6 Oktober 2024
Media Asuransi, hal 4, 16/10/2024

Iklan - PENGUMUMAN PENGALIHAN PORTOFOLIO UNIT USAHA SYARIAH PT TOKIO MARINE LIFE INSURANCE INDONESIA (d/h PT MAA Life Insurance)
Ekonomi Neraca, hal 11, 16/10/2024

Iklan - Pengumuman PT. Usaha Pembiayaan Reliance Indonesia
Jabar Ekspres, hal 11, 16/10/2024

Iklan Selamat Ulang Tahun Ke - 4 PT Asuransi Jiwa IFG 22 Oktober 2020 - 22 Oktober 2024
Media Asuransi, hal 14, 16/10/2024

INFORMASI KEUANGAN

USD/IDR	15.546,00
IHSG	7.629,72
BI Rate	6.00 %

Sumber Media:

Media Asuransi, Investor Daily, Bisnis Indonesia, Kontan, tribunnews.com, inews.id, jateng.antaranews.com, id.tradingview.com, finance.detik.com, esgnow.republika.co.id, ekonomi.republika.co.id, duniafintech.com, banten.kampai.co.id, jacindonews.com, Ekonomi Neraca, Jabar Ekspres