

Selasa, 25 Januari 2022

FM-CC-AAJI-006-00

<b>Judul</b>	Banyak Bikin Rugi, Produk Unit Link Bisa Dihapus?
<b>Nama Media</b>	Detik.com
<b>Newstrend</b>	Masalah Unit Link
<b>Halaman/URL</b>	<a href="https://finance.detik.com/moneter/d-5911954/banyak-bikin-rugi-produk-unit-link-bisa-dihapus">https://finance.detik.com/moneter/d-5911954/banyak-bikin-rugi-produk-unit-link-bisa-dihapus</a>
<b>Tanggal Berita</b>	2022-01-24
<b>Sentimen</b>	Negatif

## Banyak Bikin Rugi, Produk Unit Link Bisa Dihapus?

Sylvia Febina Luccaseno - detikFinance  
Senin, 24 Jan 2022 14:03 WIB

02 komentar

SHARE



SurveiFoto: Shutterstock

**Jakarta** - Sejumlah nasabah yang tergabung dalam Komunitas Korban Asuransi Prudential, AXA Mandiri dan AIA mendatangi kantor-kantor perusahaan tersebut. Mereka menuntut uang mereka dikembalikan karena tak sesuai janji agen ketika menawarkan.

Para nasabah ini menyebutkan jika produk unit link ini hanya membuat rugi para nasabah. Salah satu nasabah bernama Mina mengharapkan jika regulator dalam hal ini Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bisa menghentikan produk tersebut karena menimbulkan banyak kerugian.

"Harapan saya unit link ini bisa dihentikan saja, karena banyak yang rugi. Supaya nggak ada lagi korban-korban seperti kami ini," kata Mina saat ditemui di kantor Prudential Kota Kasabanka, Senin (24/1/2022).

ADVERTISEMENT

SCROLL TO RELOAD CONTENT

Pengamat Perasuransian Iwan Rahardjo merekomendasikan agar produk unit link ini sebaiknya dimoratorium. "Jadi moratorium itu bisa dilarang sama sekali atau dibatasi ke orang yang punya pengetahuan keuangan yang baik," kata Iwan.

**Baca juga**

**Pengakuan Emak-emak yang Merasa Ditipu Asuransi Unit Link**

Menurut dia, Indonesia bisa mengikuti Polandia, Belanda dan India yang sudah menghentikan penjualan unit link di negaranya. Hal ini karena unit link sangat merugikan nasabah-nasabah milenial yang tidak memahami cara kerja produk tersebut.

"Sekarang kan banyak nasabah yang sebenarnya mereka tidak tahu dengan produk keuangan itu. Jadi rekomendasinya ya dimoratorium," ujar dia.

Diliris dari laman resmi sipapungmu.ig.go.id disebutkan Dalam POJK Nomor 23/POJK.05/2015 tentang Produk Asuransi dan Pemasaran Produk Asuransi, dikenal istilah Produk Asuransi Yang Dikalikan Dengan Investasi (PAYDI) yaitu produk asuransi yang paling sedikit memberikan perlindungan terhadap risiko kematian dan memberikan manfaat yang mengacu pada hasil investasi dari kumpulan dana yang khusus dibentuk untuk produk asuransi baik yang dinyatakan dalam bentuk unit maupun bukan unit.

Asuransi Unit Link merupakan salah satu contoh PAYDI yang dinyatakan dalam bentuk unit.

Secara sederhana, Asuransi Unit link kombinasi antara dua produk keuangan, yakni produk asuransi dan produk investasi. Selain untuk keperluan proteksi, sebagian premi yang dibayarkan oleh konsumen akan diokalsikan untuk pengembangan dana atau investasi.

Asuransi Unit Link ini juga menawarkan manfaat tambahan yang bersifat pilihan artinya bisa diambil atau tidak.

<b>Judul</b>	Korban Asuransi Unitlink Mau Ngadu ke Jokowi
<b>Nama Media</b>	Detik.com
<b>Newstrend</b>	Masalah Unit Link
<b>Halaman/URL</b>	<a href="https://finance.detik.com/moneter/d-5911488/korban-asuransi-unitlink-mau-ngadu-ke-jokowi">https://finance.detik.com/moneter/d-5911488/korban-asuransi-unitlink-mau-ngadu-ke-jokowi</a>
<b>Tanggal Berita</b>	2022-01-24
<b>Sentimen</b>	Negatif

## Korban Asuransi Unitlink Mau Ngadu ke Jokowi

Sylke Febrina Lauceren - detikFinance

Senin, 24 Jan 2022 10:04 WIB

0/24 komentar

SHARE   



Foto: Korban Asuransi Unitlink (Fuzad Hasim/detikcom)

**Jakarta** - Komunitas korban asuransi AXA Mandiri, Prudential dan AIA akan mengadukan masalah yang mereka hadapi ke Presiden Joko Widodo (Jokowi).

Koordinator komunitas, Maria Trihartati mengungkapkan jika para korban ini akan terus menuntut keadilan.

"Kami akan terus beraksi dan menyampaikan pada Presiden Joko Widodo. Kami juga akan mendatangi Ombudsman dan DPR," kata Maria saat dihubungi [detikcom](#), Senin (24/1/2022).

ADVERTISEMENT

SCROLL TO RESUME CONTENT

Maria mengharapkan agar para pemangku kepentingan bisa mengambil langkah untuk membenahi masalah perasuransian ini. "Demi masyarakat Indonesia, jangan ada korban lagi! Demi perubahan!" jelasnya.

**Baca juga:**

**Nestapa Korban Unitlink di Awal 2022**

Sebelumnya para nasabah ini melakukan aksi di beberapa kantor asuransi mulai dari Prudential, AXA Mandiri dan AIA.



Maria mengungkapkan jika dulunya para agen tidak pernah menjelaskan terkait risiko yang mungkin bisa ditemui di masa depan.

Saat itu para agen cuma memberikan potensi keuntungan. "Jadi cuma yang manis-manis saja mereka sampaikan, nggak dikasih tahu risikonya," kata Maria.

Karena itu Maria bersama kawan-kawannya sempat bermalam di kantor Prudential demi mendapatkan kejelasan dari pihak manajemen.

Maria mengatakan, para nasabah AIA sudah mendatangi AIA Central untuk bertemu dengan manajemen perusahaan dan juga meminta kejelasan. Namun pihak manajemen tak mau menemui nasabah. Maria mengungkapkan nasabah sudah datang ke kantor AIA untuk bertemu dengan manajemen.

"Tetapi pihak AIA menyatakan bahwa semua keputusan sudah diberikan kepada saya sebagai penerima kuasa tetapi penawaran yang disampaikan kepada kami saat di CJK Lampung sudah kami tolak," jelas dia.

Kemudian mereka juga telah mendatangi kantor AXA Mandiri. "Kami juga sudah mendatangi AXA Mandiri tetapi tidak mengnap," jelas dia.

<b>Judul</b>	Pengakuan Emak-emak yang Merasa Ditipu Asuransi Unit Link
<b>Nama Media</b>	Detik.com
<b>Newstrend</b>	Masalah Unit Link
<b>Halaman/URL</b>	<a href="https://finance.detik.com/moneter/d-5911748/pengakuan-emak-emak-yang-merasa-ditipu-asuransi-unit-link">https://finance.detik.com/moneter/d-5911748/pengakuan-emak-emak-yang-merasa-ditipu-asuransi-unit-link</a>
<b>Tanggal Berita</b>	2022-01-24
<b>Sentimen</b>	Negatif

## Pengakuan Emak-emak yang Merasa Ditipu Asuransi Unit Link

Sylke Febrina Laucereno - detikFinance

Senin, 24 Jan 2022 12:08 WIB

10 komentar

SHARE   



Foto: Ari Saputra

**Jakarta** - Sejumlah nasabah Prudential hari ini mendatangi kantor Prudential di Mal Kota Kasablanka. Mereka berupaya untuk mendapatkan kepastian terkait masalah yang dihadapi saat ini.

Salah satu nasabah bernama Minawaty mengungkapkan jika dirinya datang dari Yogyakarta untuk menuntut keadilan dan uang kembali 100%.

"Dari yang sudah disetor ada Rp 77 juta yang kembali hanya Rp 25 juta," kata dia ditemui di Kantor Prudential Kota Kasablanka, Senin (24/1/2022).

ADVERTISEMENT

SCROLL TO RESUME CONTENT

Dia mengungkapkan ketika agennya menawarkan tak pernah ada penjelasan sedikitpun terkait potensi kerugian yang bakal dialami.

Agan itu datang ke rumahnya 10 tahun yang lalu dan menyebut jika produk unit link ini bisa memberikan keuntungan yang lebih dari deposito di bank.

"Saya tergiur, tapi nyatanya pas masuk ke rekening cuma Rp 25 juta. Saya sempat tanya kenapa segini, mereka jawab karena sudah sesuai prosedur yang sesuai di polis," jelas dia.

**Baca juga:**

**Korban Asuransi Unitlink Mau Ngadu ke Jokowi**

Mina mengharapkan uangnya bisa kembali 100% karena dia membeli produk itu bertujuan untuk biaya sekolah anaknya.

Dia menjelaskan Prudential sempat meminta kepadanya terkait pernyataan saat agan memrospek dirinya. "Mana bisa agan saya sudah meninggal, mau ambil dari mana?" jelas dia.

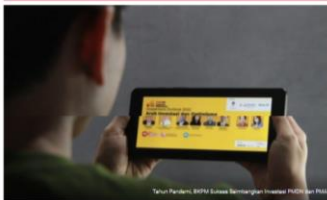
Mina mengharapkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bisa memberikan jalan keluar untuk para nasabah. Selain itu produk unit link ini juga diharapkan bisa dihapuskan karena sangat merugikan masyarakat.

Hari ini Mina dan sejumlah nasabah lainnya mendatangi kantor Prudential untuk bertemu manajemen.

<b>Judul</b>	Tahun Pandemi, BKPM Sukses Seimbangkan Investasi PMDN dan PMA
<b>Nama Media</b>	Industry.co.id
<b>Newstrend</b>	Kinerja Sektor Jasa Keuangan 2021
<b>Halaman/URL</b>	<a href="https://www.industry.co.id/read/101217/tahun-pandemi-bkpm-sukses-seimbangkan-investasi-pmdn-dan-pma">https://www.industry.co.id/read/101217/tahun-pandemi-bkpm-sukses-seimbangkan-investasi-pmdn-dan-pma</a>
<b>Tanggal Berita</b>	2022-01-24
<b>Sentimen</b>	Netral

## Tahun Pandemi, BKPM Sukses Seimbangkan Investasi PMDN dan PMA

Diah Komari Barak | Senin, 24 Januari 2022 - 12:14 WIB



### Berita Terkait



URP PKT Jalukan Rencana Bagi 170 Mahasiswa Bontang Sejak Rp54,5 Juta

Komisi IV Pagi Realisasi Anggaran Kementerian Sesuai SOP

Pemerintah Terbitkan Perpres Pengembangan Kelembagaan Nasional

Putusan MK Terkait Omnibus Law di Jakarta, Jumat (21/1/2022)

Yang lebih menariknya lagi, lanjut Dia, investasi di luar pulau Jawa telah melebihi investasi di pulau Jawa yaitu 50,5%. Sedangkan investasi di pulau Jawa posisinya 49,5%.

Tak beda jauh, pada tahun 2021 realisasi investasi dari Januari hingga September 2021 sudah mencapai 73,3% atau Rp659,4 triliun dari target Rp900 triliun, dan ini ragi-ragi menunjukkan perkembangan yang menarik dimana PMA dan PMDN-nya tetap seimbang.

"PMA dan PMDN pada kisaran yang seimbang PMA 50,3% dan PMDN 49,7%. Realisasi antara Jawa dan luar Jawa masih menunjukkan hal positif Di mana di luar Jawa 51,7% dan Jawa 48,3%. Artinya ini sesuatu yang sangat baik supaya realisasi investasi ini seimbang bukan hanya di Jawa," katanya.

Menurutnya, keberhasilan ini tak lepas dari lima langkah BKPM dalam memfasilitasi investor. Pertama, melakukan promosi untuk meyakinkan investor bahwa RI ramah investasi. Langkah kedua, membantu layanan perizinan, ketiga, membantu financial closing. Keempat, membantu sampai tahap produksi, dan terakhir, membantu layanan end to end kepada investor sampai investasi terealisasi.

Pada kesempatan yang sama, SEVP Layanan dan Pengembangan Perusahaan Tercatat Bursa Efek Indonesia (BEI) Saptono Adi Junarno mengungkapkan, pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung hampir dua tahun ini telah mendorong masyarakat mengoptimalkan penguasaannya untuk investasi. Hal ini berdampak positif pada jumlah dan komposisi transaksi investor di pasar modal.

"Kondisi pandemi kemarin ternyata banyak investor mengalokasikan pengeluarannya untuk investasi. dampak positifnya di tahun 2021 komposisi transaksi investor khususnya investor ritel meningkat dari 36% menjadi 56,2%. Dan yang patut kita syukuri adalah jumlah investor ritel mencapai 7.152.318 investor di tahun 2021. Kalau dibandingkan tahun lalu kenaikannya mencapai 54,5%," ungkapnya.

Kemudian yang paling menarik adalah kini investor di pasar modal lebih dari 50 persennya merupakan generasi milenial. "Saat ini investor sudah dapat mengantisipasi adanya PPFM sehingga tidak mempengaruhi pola transaksi di pasar. Kenormalan baru, infrastrukturnya dimana transaksi online mulai terbuka jadi lebih memudahkan mereka," kata Saptono.

Per Desember 2021, BEI mencatat ada 766 perusahaan tercatat saham dan 123 perusahaan tercatat obligasi dengan kapitalisasi pasar sebesar Rp8.255,6 triliun, sementara IHSG pada penutupan tahun 2021 mencapai 6.981,5 dengan rata-rata perdagangan saham harian Rp13,4 triliun.

"Ini sudah lebih tinggi dibandingkan pada saat sebelum pandemi jadi bisa dibayangkan kita sudah menunjukkan recovery," tuturnya.

Sementara itu, Chief Investment Officer Allianz Life Indonesia Ni Made Daryanti mengungkapkan, pada investasi tahun 2022, perusahaannya akan fokus pada saham dan obligasi. "Untuk saham, kita overweight. Kami memiliki pandangan yang positif untuk saham Indonesia di 2022," ujarnya dalam acara yang sama.

Ia menjelaskan pihaknya telah memulai peningkatan eksposur secara progresif pada sektor sikikal seiring dengan ekspektasi pemulihan ekonomi di 2022.

Kemudian, untuk obligasi, dia menjelaskan bahwa perusahaannya menyukai hal ini dengan netral. "Bukan berarti obligasi itu kita langsung jual karena ada isu inflasi dan kenaikan tingkat bunga, itu tidak. Tapi, obligasi di sini kita netral," ungkapnya.

Di sisi lain, Kepala Ekonom Bahana TCW Investment Management Budi Hikmat memberikan tiga strategi investasi di tahun 2022. Pertama yang perlu di ingat adalah dinamika ekonomi makro global. Kedua, Fundamental ekonomi dan keuangan domestik. Dan ketiga, market positioning yang tetap mengacu pada kehadiran investor asing. Yang menarik dari tahun lalu adalah banyak investor asing keluar dari pasar SBN sehingga kepemilikan SBN proporsinya sudah jauh dari 20%.

"Ini kesempatan bagi investor domestik untuk masuk, saya punya saran untuk optimis dengan pasar modal Indonesia, namun ada catatan lain. Catatan saya karena selama pandemi kita melihat namanya pemulihan kurva K-shape, di mana ada sektor pemenang, ada sektor pecundang, ada industri baru yang dikaitkan dengan kehadiran fitech," tandasnya.

Direktur Jasa Capital AM Rully Anwar, menuturkan, prospek investasi di Indonesia ke depan tetap menjanjikan dan semakin bergeser dari industri pengolahan ke jasa baik PMDN dan PMA.

Bila diidentifikasi, menurutnya, Indonesia punya raw material (bahan baku) yang bagus dan banyak. Kemudian memiliki SDM yang artinya potensi domestik manusianya besar, dan pertumbuhan ekonominya berdasar pada jalur yang baik.

"Tiga hal ini seharusnya bisa menambah keinginan dan antusiasme investor untuk keep on investing, bahkan menambah investasinya di Indonesia lebih banyak lagi," sebutnya.

<b>Judul</b>	Investasi Indonesia Ternyata Tetap Menarik di Tengah Pandemi Covid-19
<b>Nama Media</b>	Timesindonesia.co.id
<b>Newstrend</b>	Kinerja Sektor Jasa Keuangan 2021
<b>Halaman/URL</b>	<a href="https://www.timesindonesia.co.id/read/news/393180/investasi-indonesia-ternyata-tetap-menarik-di-tengah-pandemi-covid19">https://www.timesindonesia.co.id/read/news/393180/investasi-indonesia-ternyata-tetap-menarik-di-tengah-pandemi-covid19</a>
<b>Tanggal Berita</b>	2022-01-24
<b>Sentimen</b>	Netral

## Investasi Indonesia Ternyata Tetap Menarik di Tengah Pandemi Covid-19



Investasi Indonesia Ternyata Tetap Menarik di Tengah Pandemi Covid-19

- Jangan lupa Follow Instagram TIMES Indonesia
- Investasi yang Menarik, Kenapa Harus Tetap Investasi
- Why Sumatra During MRE? Kenapa Arah Investasi Investasi Restorasi
- Alasan Kenapa Investasi Masih Menarik di Indonesia
- High Value Investor, Apa Sifatnya? Kenapa?
- Investor Perlu Tahu, Tolong Investasi di Indonesia Kita Cegah ke KRIK Investasi

Investasi Indonesia Ternyata Tetap Menarik di Tengah Pandemi Covid-19

Investasi Indonesia Ternyata Tetap Menarik di Tengah Pandemi Covid-19

Investasi Indonesia Ternyata Tetap Menarik di Tengah Pandemi Covid-19



Investasi Indonesia Ternyata Tetap Menarik di Tengah Pandemi Covid-19

Investasi Indonesia Ternyata Tetap Menarik di Tengah Pandemi Covid-19

Investasi Indonesia Ternyata Tetap Menarik di Tengah Pandemi Covid-19

Investasi Indonesia Ternyata Tetap Menarik di Tengah Pandemi Covid-19

Investasi Indonesia Ternyata Tetap Menarik di Tengah Pandemi Covid-19

Investasi Indonesia Ternyata Tetap Menarik di Tengah Pandemi Covid-19

Investasi Indonesia Ternyata Tetap Menarik di Tengah Pandemi Covid-19

Investasi Indonesia Ternyata Tetap Menarik di Tengah Pandemi Covid-19

Investasi Indonesia Ternyata Tetap Menarik di Tengah Pandemi Covid-19

Investasi Indonesia Ternyata Tetap Menarik di Tengah Pandemi Covid-19

Investasi Indonesia Ternyata Tetap Menarik di Tengah Pandemi Covid-19

Investasi Indonesia Ternyata Tetap Menarik di Tengah Pandemi Covid-19

Investasi Indonesia Ternyata Tetap Menarik di Tengah Pandemi Covid-19

Investasi Indonesia Ternyata Tetap Menarik di Tengah Pandemi Covid-19

Investasi Indonesia Ternyata Tetap Menarik di Tengah Pandemi Covid-19

<b>Judul</b>	2021, Allianz Life Kuasai Pangsa Pasar 11%
<b>Nama Media</b>	Investor.id
<b>Newstrend</b>	Kinerja Positif Allianz Life
<b>Halaman/URL</b>	<a href="https://investor.id/finance/279634/2021-allianz-life-kuasai-pangsa-pasar-11">https://investor.id/finance/279634/2021-allianz-life-kuasai-pangsa-pasar-11</a>
<b>Tanggal Berita</b>	2022-01-24
<b>Sentimen</b>	Netral



Country Manager dan Direktur Utama Allianz Life Indonesia David Nolan, menggantikan posisi Joos Louwerier.

## 2021, Allianz Life Kuasai Pangsa Pasar 11%

Senin, 24 Januari 2022 | 09:00 WIB  
 Pitana Ardiansa | [pitanaardiansa@beritasasurancid.com](mailto:pitanaardiansa@beritasasurancid.com)



**JAKARTA, Investor.id** – PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life) menguasai 11% pangsa pasar (*market share*) di industri asuransi jiwa pada tahun lalu. Pencapaian itu tidak terlepas dari peran 10 mitra bank pemasar dan 30 ribu agen.

Country Manager dan Direktur Utama Allianz Life Indonesia David Nolan menyampaikan, prioritas perusahaan adalah memberikan perlindungan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Untuk mewujudkan tujuan itu, pihaknya didukung penuh oleh para tenaga pemasar yang memiliki semangat dan misi yang sama dengan Allianz.

"Kami senantiasa menyediakan berbagai inovasi dan solusi, yang dapat mendukung tenaga pemasar dalam membantu masyarakat Indonesia mendapatkan perlindungan asuransi. Digitalisasi akan memberikan kemudahan bagi para tenaga pemasar dalam memperoleh pelatihan dan informasi produk, serta mendukung proses penjualan yang efektif dan aman," jelas David melalui siaran pers, akhir pekan lalu.

Allianz Life mencatatkan pertumbuhan *market share* yang baik. Pada 2018, perseroan menguasai 7% *market share* dan kemudian pada 2021 meningkat menjadi 11%. Meskipun pandemi memberikan berbagai tantangan, perusahaan pun berhasil terus mengembangkan bisnis *bancassurance* yang tumbuh 67% dalam tiga tahun terakhir. Pencapaian tersebut juga dapat dilihat dari pertumbuhan mitra perbankan dan pengembangan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan lebih banyak masyarakat Indonesia.

Hingga akhir 2021, Allianz Life tercatat menjalin kerja sama dengan 10 mitra perbankan. Penambahan *partner* itu menunjukkan kepercayaan lebih besar pada perusahaan sebagai penyedia perlindungan asuransi untuk nasabah perbankan.

"Untuk jalur distribusi melalui mitra perbankan, Allianz Life Indonesia juga memaksimalkan ekosistem digital untuk mendukung para tenaga pemasar dalam proses berbisnis, serta memberikan kemudahan kepada nasabah dalam proses pembelian. Ke depan, seluruh produk yang disediakan Allianz untuk para nasabah mitra perbankan bisa diajukan secara digital menggunakan *e-submission*," jelas David.

Pencapaian tersebut juga tidak lepas dari kinerja pertumbuhan yang baik dari kanal distribusi keagenan atau Allianz Star Network (ASN) yang telah hadir selama 11 tahun. Sampai akhir 2021, ada lebih dari 30 ribu mitra bisnis.

"Sejak tahun 2018, Allianz Life Indonesia konsisten dengan strategi mengantisipasi dan mengoptimalkan pertumbuhan pasar dengan program rekrutmen *7m A Life Changer*. Saat ini, lebih dari 60% dari keseluruhan jumlah mitra bisnis merupakan generasi milenial yang siap menghadapi perkembangan bisnis *entrepreneurship*," jelas David.

Lebih lanjut, pencapaian yang baik dari ASN juga didukung oleh digitalisasi yang telah dibangun Allianz untuk kemudahan mitra bisnis dan nasabah, antara lain digital *sales tool* Allianz *Discover* yang mendukung para mitra bisnis memberikan informasi produk dan perlindungan yang sesuai kebutuhan nasabah. Penggunaan Allianz *Discover* untuk mengajukan polis asuransi secara digital mencapai 96%.

"Begitu pula portal online khusus untuk mitra bisnis untuk memonitor performa bisnis, *Agency Connect*, yang semakin meningkat penggunaannya. Hal ini akan terus ditingkatkan sebagai upaya memaksimalkan ekosistem digital yang telah disediakan Allianz Life Indonesia, guna mendukung mitra bisnis dan membuat proses pembelian polis oleh nasabah menjadi efektif," ujar David.

Sementara itu, *Business Director* Allianz Life Indonesia Bianto Surodjo mengungkapkan, jalur distribusi keagenan dan *bancassurance* merupakan dua kanal yang sangat penting bagi perkembangan bisnis perusahaan.

Bagi Allianz Life, sangat penting untuk para tenaga pemasar memahami informasi produk dan layanan dengan menyeluruh.

"Para tenagapenjual adalah lini terdepan yang akan memberikan edukasi kepada nasabah mengenai pentingnya perlindungan asuransi, dan membantu nasabah memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya," jelas dia.

Bianto menambahkan, sistem pelatihan untuk tenaga pemasar disediakan melalui Allianz *Sales Academy* yang bersifat berkelanjutan dan efisien melalui media digital. Harapannya, seluruh tenaga pemasar dari perseroan memiliki pengetahuan produk dan layanan yang baik, sehingga menjadi sumber informasi yang kredibel bagi para nasabah.




<b>Judul</b>	Dukung Literasi Keuangan bagi Generasi Sandwich, Astra Life Gelar #BetterSandwichGen Masterclass
<b>Nama Media</b>	Tribunnews.com
<b>Newstrend</b>	#BetterSandwichGen Masterclass oleh AstraLife
<b>Halaman/URL</b>	<a href="https://www.tribunnews.com/bisnis/2022/01/24/dukung-literasi-keuangan-bagi-generasi-sandwich-astra-life-gelar-bettersandwichgen-masterclass">https://www.tribunnews.com/bisnis/2022/01/24/dukung-literasi-keuangan-bagi-generasi-sandwich-astra-life-gelar-bettersandwichgen-masterclass</a>
<b>Tanggal Berita</b>	2022-01-24
<b>Sentimen</b>	Netral

Home | Bisnis | Nasional

## Dukung Literasi Keuangan bagi Generasi Sandwich, Astra Life Gelar #BetterSandwichGen Masterclass

Senin, 24 Januari 2022 19:46 WIB  
Editor: Content Writer




#BetterSandwichGen Masterclass, acara tahunan yang diselenggarakan secara online oleh Astra Life melalui Instagram Live dan Zoom Webinar dengan dihadiri sebanyak 45.000 orang peserta.

**Kini tersedia lokasi test di Jakarta**  
 PT Asuransi Jiwa Astra  
 PT Asuransi Jiwa Astra  
 PT Asuransi Jiwa Astra

**TRIBUNNEWS.COM, JAKARTA** - Berdasarkan hasil survei Katadata Insight Center untuk Astra Life tahun 2021 yang melibatkan 1.828 responden berusia 25-45 tahun di seluruh Indonesia, hampir 50% masuk dalam kategori generasi sandwich.

Namun faktanya, hanya 13,4% dari generasi sandwich tersebut yang memiliki kesiapan finansial dalam memenuhi kebutuhan pokok, menabung, dan berinvestasi di waktu yang bersamaan. Generasi yang menanggung kebutuhan ekonomi banyak pihak ini dikenal dengan istilah sandwich generation.

Untuk mendukung kesiapan para sandwich generation dalam mengelola keuangan dengan baik, PT ASURANSI JIWA ASTRA (Astra Life) mengadakan #BetterSandwichGen Masterclass yang merupakan rangkaian talk show secara online melalui Instagram Live dan Zoom Webinar.



Tidak kurang, sebanyak 12 sesi Instagram Live dan 11 sesi Zoom Webinar telah diselenggarakan sepanjang tahun 2021 yang diikuti dengan antusias oleh lebih dari 45.000 orang peserta.

Rangkaian #BetterSandwichGen Masterclass diisi dengan sejumlah influencer dan content creator finansial sebagai pemateri seperti Felicia Putri, Prita Ghozie, Annisa Steviani, Fellexandro Ruby, Andhika Diskarter, Alyah Natasya, dan Jonathan End, dimana peserta mendapatkan inspirasi cara mengelola finansial dengan lebih baik dan bagaimana memaksimalkan potensi diri sebagai bagian dari investasi, serta memahami pentingnya peranan asuransi jiwa dalam mengelola risiko yang bisa terjadi.

Astra Life memahami bahwa tantangan yang dihadapi generasi sandwich tidak hanya terkait finansial, untuk itu Masterclass #BetterSandwichGen juga turut membahas tentang pentingnya well-being untuk seorang generasi sandwich, bahwa untuk membangun masa depan yang cerah baik untuk diri sendiri dan keluarga memerlukan mental yang sehat dan juga kuat seperti yang disampaikan oleh dr. Jemi Ardian, Yasa Singgih, dan Andra Alodita.

Di hari lain, terdapat webinar yang diisi dengan materi terkait keluarga yang dibawakan oleh Rani Anggraeni, Samanta Elsener, dan Kadek Arini. Topik kesehatan terkait Covid-19 oleh dr. Adam Prabata serta sesi meditasi oleh Pishi Yoga pun ikut memberikan alternatif untuk para generasi sandwich agar dapat menghilangkan kecemasan kala menghadapi berbagai tantangan. Selain melalui talk show, edukasi untuk para generasi sandwich juga dikemas dalam berbagai konten menarik di seluruh platform komunikasi Astra Life melalui kampanye #BetterSandwichGen.

"Kampanye #BetterSandwichGen merupakan edukasi untuk membantu para generasi sandwich di Indonesia agar lebih melek dan mempersiapkan keuangan dengan baik, untuk diri sendiri maupun keluarga. Kami optimis bahwa kampanye ini dapat turut mendukung peningkatan literasi finansial sekaligus membangun kesadaran untuk memiliki proteksi. kedepannya, kami berharap dapat terus menemani langkah masyarakat terutama generasi sandwich untuk menjalani berbagai tahapan hidup dengan rasa tenang dan aman sekaligus tetap bisa mencintai hidup," ungkap Windawati Tjahjedi selaku Presiden Direktur Astra Life. (\*)



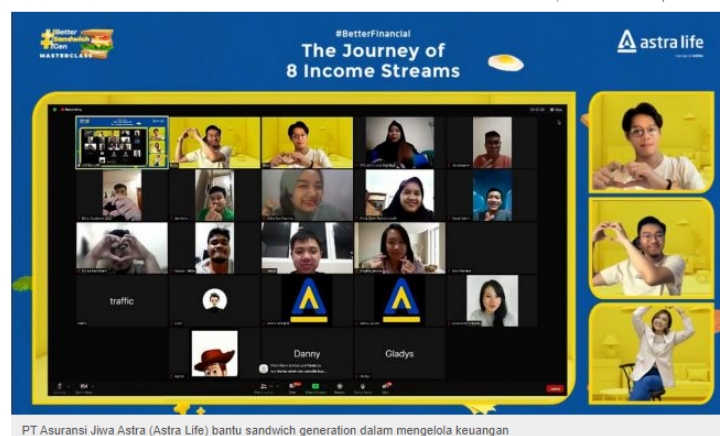
<b>Judul</b>	Dukung Literasi Keuangan bagi Generasi Sandwich, Astra Life Gelar #BetterSandwichGen Masterclass
<b>Nama Media</b>	Suara.com
<b>Newstrend</b>	#BetterSandwichGen Masterclass oleh AstraLife
<b>Halaman/URL</b>	<a href="https://www.suara.com/pressrelease/2022/01/24/152254/dukung-literasi-keuangan-bagi-generasi-sandwich-astra-life-gelar-bettersandwichgen-masterclass">https://www.suara.com/pressrelease/2022/01/24/152254/dukung-literasi-keuangan-bagi-generasi-sandwich-astra-life-gelar-bettersandwichgen-masterclass</a>
<b>Tanggal Berita</b>	2022-01-24
<b>Sentimen</b>	Netral

#### PRESS RELEASE

### Dukung Literasi Keuangan bagi Generasi Sandwich, Astra Life Gelar #BetterSandwichGen Masterclass

Fabiola Febrinastri

Senin, 24 Januari 2022 | 15:22 WIB



PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life) bantu sandwich generation dalam mengelola keuangan

**Suara.com** - Berdasarkan hasil survei Katadata Insight Center untuk **Astra Life** tahun 2021 yang melibatkan 1.828 responden berusia 25-45 tahun di seluruh Indonesia, hampir 50% masuk dalam kategori generasi sandwich. Namun faktanya, hanya 13,4% dari generasi sandwich tersebut yang memiliki kesiapan finansial dalam memenuhi kebutuhan pokok, menabung, dan berinvestasi di waktu yang bersamaan. Generasi yang menanggung kebutuhan ekonomi banyak pihak ini dikenal dengan istilah **sandwich generation**.

Untuk mendukung kesiapan para sandwich generation dalam **mengelola keuangan** dengan baik, PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life) mengadakan #BetterSandwichGen Masterclass yang merupakan rangkaian talk show secara online melalui Instagram Live dan Zoom Webinar. Tidak kurang, sebanyak 12 sesi Instagram Live dan 11 sesi Zoom Webinar telah diselenggarakan sepanjang tahun 2021 yang diikuti dengan antusias oleh lebih dari 45.000 orang peserta.

Rangkaian #BetterSandwichGen Masterclass diisi dengan sejumlah influencer dan content creator finansial sebagai pemateri seperti Felicia Putri, Prita Ghozie, Annisa Steviani, Fellexandro Ruby, Andhika Diskartes, Aliyah Natasya, dan Jonathan End, dimana peserta mendapatkan inspirasi cara mengelola finansial dengan lebih baik dan bagaimana memaksimalkan potensi diri sebagai bagian dari investasi, serta memahami pentingnya peranan asuransi jiwa dalam mengelola risiko yang bisa terjadi.

Astra Life memahami bahwa tantangan yang dihadapi generasi sandwich tidak hanya terkait finansial, untuk itu Masterclass #BetterSandwichGen juga turut membahas tentang pentingnya well-being untuk seorang generasi sandwich, bahwa untuk membangun masa depan yang cerah baik untuk diri sendiri dan keluarga memerlukan mental yang sehat dan juga kuat seperti yang disampaikan oleh dr. Jiemi Ardian, Yasa Singgih, dan Andra Alodita.

Di hari lain, terdapat webinar yang diisi dengan materi terkait keluarga yang dibawakan oleh Rani Angraeni, Samanta Elsener, dan Kadek Arini. Tonik kesehatan terkait Covid-19


<b>Judul</b>	Premi Asuransi Jiwa Tumbuh 7,21 Persen di 2021, Asuransi Umum Malah Koreksi
<b>Nama Media</b>	Bisnis.com
<b>Newstrend</b>	Kinerja Asuransi Jiwa 2021
<b>Halaman/URL</b>	<a href="https://finansial.bisnis.com/read/20220124/215/1492505/premi-asuransi-jiwa-tumbuh-721-persen-di-2021-asuransi-umum-malah-koreksi">https://finansial.bisnis.com/read/20220124/215/1492505/premi-asuransi-jiwa-tumbuh-721-persen-di-2021-asuransi-umum-malah-koreksi</a>
<b>Tanggal Berita</b>	2022-01-24
<b>Sentimen</b>	Netral

Home • Finansial • Asuransi

### Premi Asuransi Jiwa Tumbuh 7,21 Persen di 2021, Asuransi Umum Malah Koreksi

Dirinci: Jasa Keuangan (OJK) mencatat penghimpunan premi asuransi jiwa tumbuh positif sepanjang 2021, sedangkan kinerja industri asuransi umum dan reasuransi masih terkoreksi.

Diana Rizka Meliana - Bisnis.com  
24 Januari 2022 | 10:07 WIB



Kepuasan berbalas di Lantai Asuransi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), Jakarta, Sabtu (22/1/2022). Bank - Eusebio Chohanunt


**Bisnis.com** JAKARTA -- Dirinci: Jasa Keuangan (OJK) mencatat penghimpunan premi asuransi jiwa tumbuh positif sepanjang 2021, sedangkan kinerja industri asuransi umum dan reasuransi masih terkoreksi.

Berdasarkan publikasinya pada Senin (24/1/2022), OJK melaporkan premi yang dihimpun industri asuransi jiwa mencapai Rp104,32 triliun sepanjang 2021. Realisasi ini tumbuh 7,21 persen dibandingkan realisasi pada tahun sebelumnya sebesar Rp171,93 triliun.

Sementara itu, OJK mencatat penghimpunan premi industri asuransi umum dan reasuransi hanya mencapai Rp100,1 triliun sepanjang 2021. Capaian tersebut mengalami penurunan sebesar 3,76 persen dibandingkan capaian pada 2020 yang mencapai Rp104,1 triliun.

**Baca Juga** : Industri Asuransi Makin Berkembang, Bos OJK Tegaskan Reformasi Terus Dilakukan

Dari sisi permodalan, kedua industri asuransi tersebut memiliki rasio solabilitas yang cukup solid. RBC industri asuransi jiwa dan asuransi umum sama-sama terjaga di atas threshold jauh di atas ambang batas ketentuan sebesar 120 persen.




OJK mencatat Risk based capital (RBC) industri asuransi jiwa di 2021 berada di level 539,6 persen, lebih tinggi dibandingkan posisi di 2020 yang mencapai 528,6 persen.

Untuk industri asuransi umum, RBC berada di level 327,3 persen di 2021, RBC sepanjang tahun lalu tersebut di bawah posisi di 2020 yang mencapai 343,5 persen.

**Baca Juga** : AAJI Proyeksi Asuransi Umum Tumbuh Single Digit di 2022

Sementara itu, OJK memproyeksikan aset perusahaan asuransi jiwa serta aset perusahaan asuransi umum dan reasuransi tumbuh masing-masing 4,66 persen dan 3,14 persen di 2022.



Sebelumnya, Ketua Dewan Komisaris OJK Wimboh Santoso mengatakan, pihaknya akan terus menyempurnakan regulasi di sektor asuransi untuk memperbaiki tata kelola industri tersebut.

Wimboh mengatakan, seiring kian besarnya industri asuransi, OJK perlu melakukan reformasi kebijakan industri asuransi dan ini telah dilakukan sejak 2017. Perubahan tersebut dilakukan secara bertahap, mulai dari manajemen risiko, tata kelola perusahaan, distribusi produk asuransi, hingga pengaturan terkait investasi.

"Ini sedang kami tangani secara keseluruhan dan beberapa sudah kami lakukan diantaranya kami melarang adanya guarantee return dan harus ada masa transisi. Di samping itu, juga mark-to-market harus dilakukan. Aturan kehal-halannya, likuiditasnya, terus akan kami sempurnakan," ujar Wimboh dalam konferensi pers Pertemuan Tahunan Industri Jasa Keuangan 2022, Kamis (20/1/2022).

Menurutnya, saat ini, ada beberapa ketentuan baru untuk industri asuransi yang sudah ada di dalam rencana kebijakan OJK. Ketentuan-ketentuan tersebut akan diterbitkan secara bertahap.

"Memang akan ada banyak di pipeline, tapi ini terus kami sempurnakan, tidak harus kami keluarkan bareng," katanya.

<b>Judul</b>	Kasus Asuransi Jiwa Bumiputera, Nurhasanah Divonis Bebas Murni
<b>Nama Media</b>	Rmollampung.id
<b>Newstrend</b>	Vonis Kasus Asuransi Jiwa Bumiputera
<b>Halaman/URL</b>	<a href="https://www.rmollampung.id/kasus-asuransi-jiwa-bumiputera-nurhasanah-divonis-bebas-murni">https://www.rmollampung.id/kasus-asuransi-jiwa-bumiputera-nurhasanah-divonis-bebas-murni</a>
<b>Tanggal Berita</b>	2022-01-24
<b>Sentimen</b>	Netral

**Kasus Asuransi Jiwa Bumiputera, Nurhasanah Divonis Bebas Murni**



Nurhasanah bersama dan tim penasihat hukum saat persidangan perito

**RMOLLAMPUNG** Ketua Badan Perwakilan Anggota Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera (BPA A/B/B) 1912 Nurhasanah divonis bebas di Pengadilan Negeri Jakarta Selatan, Senin (24/1).

**Baca Juga**  
Advokat Dilahen, Peradi Serahkan Surat "Protes" Ke Kapoti Dan DPR RI

"Alhamdulillah Majelis Hakim memberikan vonis bebas murni," kata Nurhasanah kepada Kantor Berita RMOLLampung.

Nurhasanah mengirimkan fotonya bersama para penasihat hukum dengan senyum sumringah. Ia mengaku sangat bersyukur atas putusan Majelis Hakim.

**Trusted by Fortune 500 Comps.**  
Design Your Optimal Dataset Using Bright Data's Analysis Capabilities.

Anggota Komisi III DPRD Provinsi Lampung itu dituntut tiga tahun penjara oleh Jaksa dalam persidangan Kamis 25 November 2021.

Dalam surat dalwaan, Nurhasanah disebut menghambat pelaksanaan kewenangan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagaimana Pasal 9 huruf d UU Nomor 21 Tahun 2011 tentang OJK.

**IELTS on Paper Jakarta Pusat**  
Hotel Millennium Sirih  
Jl. N. Tjokrodisastro No. 2  
Kl. Baru, Tanah Abang  
Jakarta Pusat 10120

Nurhasanah selaku BPA A/B/B telah dengan sengaja mengabaikan, tidak memenuhi, atau menghambat pelaksanaan kewenangan OJK.

**Trusted by Fortune 500 Comps.**  
Design Your Optimal Dataset Using Bright Data's Analysis Capabilities.

Yakni, perintah OJK sebagaimana tertuang dalam surat Nomor 15-13/D.05 /2020 tanggal 16 April 2020 yang pada pokoknya meminta Ketua dan Anggota BPA untuk melaksanakan penyelesaian masalah kerugian yang dialami A/B Bumiputera.

**Global Leader Data Extraction**  
Receive Your Ready-to-Use Data in 1 Minute. Purchase Complete Datasets or Subsets

Sehingga mengakibatkan A/B Bumiputera semakin tidak memiliki kemampuan untuk membayar klaim nasabah dan dengan tunggakan pembayaran klaim nasabah mencapai sekitar Rp7 Triliun.

<b>Judul</b>	Jam Pidsus Kembali Periksa Tiga Saksi
<b>Nama Media</b>	Haluan Padang
<b>Newstrend</b>	Dugaan Korupsi Asuransi Taspen
<b>Halaman/URL</b>	11
<b>Tanggal Berita</b>	2022-01-24
<b>Sentimen</b>	Netral

## KASUS ASURANSI JIWA TASPEN

# Jam Pidsus Kembali Periksa Tiga Saksi

**JAKARTA, HALUAN** - Tim Jaksa Penyidik pada Direktorat Penyidikan Jaksa Agung Muda Bidang Tindak Pidana Khusus (Jam Pidsus) Kejaksaan Agung, kembali melakukan pemeriksaan tiga orang saksi, terkait dengan dugaan tindak pidana korupsi pada Pengelolaan Dana Investasi di PT. Asuransi Jiwa Taspen Tahun 2017 - 2020.

Para saksi yang diperiksa

yakninya, MEC selaku Sekretaris Perusahaan PT. Asuransi Jiwa Taspen, diperiksa terkait proses investasi PT Asuransi Jiwa Taspen berupa KPD yang dikelola PT Emco Asset Management dengan underlying MTN Prioritas Finance Tahun 2017 dan skema penyelesaian gagal bayarannya.

IBN selaku Direktur Keuangan dan Umum PT. Asuran-

si Jiwa Taspen, diperiksa terkait proses investasi PT Asuransi Jiwa Taspen berupa KPD yang dikelola PT Emco Asset Management dengan underlying MTN Prioritas Finance Tahun 2017 dan skema penyelesaian gagal bayarannya.

EP selaku Kepala Divisi Investasi PT. Asuransi Jiwa Taspen, diperiksa untuk menen-

garkan terkait posisi investasi PT. Asuransi Jiwa Taspen saat ini.

“Pemeriksaan saksi dilakukan untuk memberikan keterangan guna kepentingan penyidikan tentang suatu perkara pidana yang ia dengar sendiri, ia lihat sendiri dan ia alami sendiri guna menemukan fakta hukum tentang tindak pidana korupsi yang terjadi di PT. Asuransi Jiwa Taspen,” kata

Kepala Pusat Penerangan Hukum Kejaksaan Agung RI, Leonard Eben Ezer Simanjuntak, dalam pers rilisnya, kemaren.

Disebutkannya, para saksi diperiksa cukup lama dan yang ditanyakan terkait perihal tersebut.

“Pemeriksaan saksi tetap mengikuti protokol kesehatan,” ujarnya. **(h/rel/win)**

<b>Judul</b>	Optimisme IFG Life Dongrak Bisnis Asuransi Jiwa di 2022
<b>Nama Media</b>	Cnbcindonesia.com
<b>Newstrend</b>	Optimisme IFG Life di 2022
<b>Halaman/URL</b>	<a href="https://www.cnbcindonesia.com/market/20220124142018-19-309921/optimisme-ifg-life-dongrak-bisnis-asuransi-jiwa-di-2022">https://www.cnbcindonesia.com/market/20220124142018-19-309921/optimisme-ifg-life-dongrak-bisnis-asuransi-jiwa-di-2022</a>
<b>Tanggal Berita</b>	2022-01-24
<b>Sentimen</b>	Netral

CNBC Indonesia > Market > Video Market



Video Eksklusif

## Optimisme IFG Life Dongrak Bisnis Asuransi Jiwa di 2022

MARKET - CNBC Indonesia TV, CNBC Indonesia

24 January 2022 15:14

SHARE |  

Jakarta, CNBC Indonesia- Asuransi Jiwa IFG (IFG Life) optimistis bisnis asuransi masih sangat menjanjikan di 2022 seiring dengan tingginya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya proteksi asuransi.

Dirut IFG Life, Harjanto Tanuwidjaja menyebutkan terdapat 3 tantangan pengembangan bisnis asuransi yakni terkait upaya mendorong kepercayaan nasabah, perluasan target nasabah serta memanfaatkan digitalisasi dalam meningkatkan bisnis model sekaligus membangun awareness terhadap pentingnya asuransi.

Seperti apa potensi asuransi jiwa di 2022? Selengkapnya simak dialog Anneke Wijaya dengan Direktur Utama Asuransi Jiwa IFG (IFG Life), Harjanto Tanuwidjaja dalam Power Lunch, CNBC Indonesia (Senin, 24/01/2022)

Saksikan live streaming program-program CNBC Indonesia TV lainnya [di sini](#)

<b>Judul</b>	Perluas Jaringan, Solusi Total Layanan Asuransi Jiwa
<b>Nama Media</b>	Radar Cirebon
<b>Newstrend</b>	Pembukaan Kantor Cabang Baru Equity Life Indonesia
<b>Halaman/URL</b>	14
<b>Tanggal Berita</b>	2022-01-24
<b>Sentimen</b>	Netral

PT Equity Life Indonesia Buka Kantor Cabang di Haurgeulis

## Perluas Jaringan, Solusi Total Layanan Asuransi Jiwa

PT Equity Life Indonesia (ELI) membuka kantor cabang baru di Kabupaten Indramayu. Sebagai bagian dari kesungguhan dalam pengembangan bisnis dan eksistensinya di dunia asuransi. Demi menjangkau lebih banyak masyarakat dari seluruh lapisan ekonomi dan sosial agar dapat memiliki asuransi dengan mudah dan cepat.

**KHOLIL IBRAHIM,**  
*Haurgeulis*

**PERESMIAN** kantor cabang PT ELI Agency Haurgeulis Indramayu yang berada di tepi Jalan Raya Jenderal Sudirman nomor 49 Haurgeulis berlangsung sederhana namun penuh



KHOLIL IBRAHIM/RADAR INDRAMAYU

**PERLUAS JARINGAN:** Pemotongan nasi tumpeng mewarnai acara peresmian kantor PT Equity Life Indonesia Agency Haurgeulis Indramayu, Jumat (21/1).

makna, Jumat (21/1).

Seremoni peresmian ditandai dengan pengguntingan pita dipintu masuk kantor, pelepasan balon di udara, pembukaan logo serta pemotongan tumpeng oleh Wakil Presiden Komisaris PT ELI Tetty L Gozali.

Pemotongan nasi tumpeng lantas diserahkan Agency Manager PT ELI Cabang

Indramayu, Budi Sentosa Widjaya ST. Turut hadir dan menyaksikan Head Of Man Power Development ELI, Chris Tetuko dan Agency Director ELI, Tati Supatmo.

Tetty L Gozali mengatakan, kantor ELI Agency Haurgeulis Indramayu tepatnya berada sekitar 20 meter sebelah selatan kawasan terminal lama Haurgeulis ini diharapkan

mampu mengakomodir nasabah yang tersebar di wilayah Kabupaten Indramayu.

Pihaknya juga optimis, ELI Agency Haurgeulis Indramayu bakal berkembang pesat dibawah kepemimpinan Budi Sentosa Widjaya dengan dukungan dari karyawan, nasabah, mitra kerja, maupun stake holders. Sehingga dapat memberikan solusi total dan layanan asuransi jiwa untuk pelanggan berharga.

Budi Sentosa Widjaya menjelaskan, manfaat asuransi antara lain sebagai proteksi perlindungan jiwa. Pergantian atas biaya pengobatan rawat inap, perencanaan keuangan misalnya untuk pendidikan anak, jaminan hari tua atau pensiun dan masih banyak lagi manfaat yang didapat nasabah.

"Maka dari itu, kami PT Equity Life Indonesia Agency Haurgeulis Indramayu hadir disini untuk memberikan edukasi betapa pentingnya berasuransi. Kami menyediakan jasa layanan penjualan produk-produk asuransi,

yang tentunya aman karena terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan," terangnya.

Sebagaimana diketahui, berdiri sejak tahun 1987, PT Equity Life Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri asuransi jiwa individu dan kumpulan. PT ELI memiliki rangkaian produk yang lengkap mencakup asuransi jiwa, kesehatan hingga dana pensiun.

Melalui model bisnis yang unik yaitu saluran distribusi multi-channel, PT Equity Life Indonesia berkeinginan untuk menjangkau lebih banyak masyarakat Indonesia dari seluruh lapisan ekonomi dan sosial agar dapat memiliki asuransi dengan mudah dan cepat.

"Kami ucapkan terima kasih. Menjadi sebuah kehormatan dan kebanggaan bagi kami, atas dukungan dan doa restu pembukaan kantor PT Equity Life Indonesia Agency Haurgeulis Indramayu ini," tandas Budi Sentosa Widjaya. (\*/opl)

<b>Judul</b>	Kisah Pilu Nasabah Unit Link yang Mau Ngadu ke Jokowi
<b>Nama Media</b>	Detik.com
<b>Newstrend</b>	Masalah Unit Link
<b>Halaman/URL</b>	<a href="https://finance.detik.com/moneter/d-5912446/kisah-pilu-nasabah-unit-link-yang-mau-ngadu-ke-jokowi">https://finance.detik.com/moneter/d-5912446/kisah-pilu-nasabah-unit-link-yang-mau-ngadu-ke-jokowi</a>
<b>Tanggal Berita</b>	2022-01-24
<b>Sentimen</b>	Negatif

detikFinance > Moneter

## Kisah Pilu Nasabah Unit Link yang Mau Ngadu ke Jokowi

Sylvia Febrina Laureano - detikFinance

Senin, 24 Jan 2022 18:00 WIB

011 komentar SHARE



SurveiFoto: shutterstock

**Jakarta** - Sejumlah nasabah yang masuk dalam komunitas korban produk asuransi unit link ingin mengadakan masalah yang menimpa mereka ke Presiden Joko Widodo. Hal ini karena para nasabah ini ingin menuntut keadilan dan menyelesaikan masalah yang mereka hadapi sekarang.

Koordinator komunitas korban asuransi, Maria Trihartati menjelaskan jika para korban ini akan terus mendatangi pihak-pihak terkait.

"Kami akan terus beraksi dan menyampaikan pada Presiden Joko Widodo. Kami juga akan mendatangi Ombudsman dan DPR," kata Maria saat dihubungi detikcom, Senin (24/1/2022).

ADVERTISEMENT

SCROLL TO RESUME CONTENT

Maria mengharapkan agar para pemangku kepentingan bisa mengambil langkah untuk memperbaiki masalah persuransian ini. "Dari masyarakat Indonesia, jangan ada korban lagi! Demi perubahan!" jelasnya.

Salah satu nasabah yang ditemui detikcom Minawaty mengungkapkan jika dirinya datang dari Yogyakarta untuk menuntut keadilan dan uang kembali 100%.

"Dari yang sudah disetor ada Rp 77 juta yang kembali hanya Rp 25 juta," kata dia.



**Baca Juga**

**Nasabah Perhattikan! Ada Biaya 'Ebakakan' Saat Beli Unit Link**

Dia mengungkapkan ketika agennya menawarkan tak pernah ada penjelasan sedikitpun terkait potensi kerugian yang bakal dalam.

Agan itu datang ke rumahnya 10 tahun yang lalu dan menyebut jika produk unit link ini bisa memberikan keuntungan yang lebih dari deposito di bank.

"Saya tergiur, tapi nyatanya pas masuk ke rekening cuma Rp 25 juta. Saya sempat tanya kenapa segini, mereka jawab karena sudah sesuai prosedur yang sesuai di polis," jelas dia.

Mina mengharapkan uangnya bisa kembali 100% karena dia membeli produk itu bertujuan untuk biaya sekolah anaknya.

Dia menjelaskan Prudential sempat meminta kepadanya terkait pernyataan saat agen memrospek dirinya. "Mana bisa agen saya sudah meninggal, mau ambil dari mana?" jelas dia.

Mina mengharapkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bisa memberikan jalan keluar untuk para nasabah. Selain itu produk unit link ini juga diharapkan bisa dihapuskan karena sangat merugikan masyarakat.

Hari ini Mina dan sejumlah nasabah lainnya mendatangi kantor Prudential untuk bertemu manajemen.

<b>Judul</b>	Korban Berjatuhan, Unit Link Penipu?
<b>Nama Media</b>	Cnbcindonesia.com
<b>Newstrend</b>	Masalah Unit Link
<b>Halaman/URL</b>	<a href="https://www.cnbcindonesia.com/investment/20220124155511-21-309994/korban-berjatuhan-unit-link-penipu">https://www.cnbcindonesia.com/investment/20220124155511-21-309994/korban-berjatuhan-unit-link-penipu</a>
<b>Tanggal Berita</b>	2022-01-24
<b>Sentimen</b>	Negatif

CNBC Indonesia > Investment > Berita Investment

Live Now

## Korban Berjatuhan, Unit Link Penipu?

INVESTMENT - Vega Aulia Pradipta, CNBC Indonesia

24 January 2022 18:00

SHARE |  

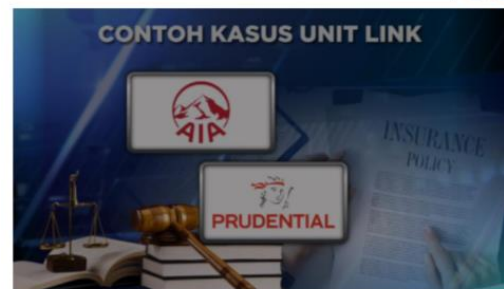


Foto: CNBC Indonesia

Jakarta, CNBC Indonesia - Maraknya kasus asuransi unit link yang dianggap merugikan ratusan nasabah kembali menjadi perbincangan publik.

Selengkapnya ada sebanyak 350 lebih nasabah dari tiga perusahaan asuransi yang tergabung dalam komunitas korban asuransi unit link, mengaku menderita kerugian hingga Rp 15 miliar akibat investasi di instrumen ini.

Tiga perusahaan asuransi tersebut adalah Prudential, AXA Mandiri, dan AIA. Lalu apa saja faktor yang menyebabkan banyaknya korban unit link?

ADVERTISEMENT

SCROLL TO RESUME CONTENT

Bagaimana tanggapan anggota parlemen terhadap isu ini? Seperti diketahui, DPR sempat mewacanakan moratorium asuransi unit link agar tidak ada lagi korban berjatuhan. Bagaimana progress-nya?

Sebelumnya, Ketua Dewan Komisiner OJK Wimboh Santoso mengatakan bahwa *dispute* yang terjadi di industri keuangan, termasuk asuransi dengan nasabahnya umum terjadi.

Namun, hal ini bukan merupakan cerminan menyeluruh dari sektor jasa keuangan di Indonesia. Lantas apa tindak lanjut OJK terkait kasus unit link yang kini kembali marak terjadi?

Simak dialog "Korban Berjatuhan, Unit Link Penipu?" dengan Direktur Pengawasan Asuransi dan BPJS Kesehatan OJK Supriyono, dalam program INVESTIME CNBC Indonesia TV malam ini, pukul 18.15 WIB.



<b>Judul</b>	Dukung Literasi Keuangan bagi Generasi Sandwich, Astra Life Gelar Better Sandwich Gen Masterclass
<b>Nama Media</b>	Bangkaterkini.com
<b>Newstrend</b>	#BetterSandwichGen Masterclass oleh AstraLife
<b>Halaman/URL</b>	<a href="https://bangkaterkini.com/2022/01/dukung-literasi-keuangan-bagi-generasi-san">https://bangkaterkini.com/2022/01/dukung-literasi-keuangan-bagi-generasi-san</a>
<b>Tanggal Berita</b>	2022-01-24
<b>Sentimen</b>	Netral

### Dukung Literasi Keuangan bagi Generasi Sandwich, Astra Life Gelar Better Sandwich Gen Masterclass



Doc

Jakarta, 24 Januari 2022 – Berdasarkan hasil survei Katadata Insight Center untuk Astra Life tahun 2021 yang melibatkan 1.828 responden berusia 25-45 tahun di seluruh Indonesia, hampir 50% masuk dalam kategori generasi sandwich.

Namun faktanya, hanya 13,47% generasi sandwich tersebut yang memiliki kesiapan finansial dalam memenuhi kebutuhan pokok, menabung, dan berinvestasi di waktu yang bersamaan. Generasi yang menanggung kebutuhan ekonomi banyak pihak ini dikenal dengan istilah sandwich generation.

Untuk mendukung kesiapan para sandwich generation dalam mengelola keuangan dengan baik, PT ASURANSI JIWA ASTRA (Astra Life) mengadakan #BetterSandwichGen Masterclass yang merupakan rangkaian talk show secara online melalui Instagram Live dan Zoom Webinar.

Tidak kurang, sebanyak 12 sesi Instagram Live dan 11 sesi Zoom Webinar telah diselenggarakan sepanjang tahun 2021 yang diikuti dengan antusias oleh lebih dari 45.000 orang peserta. Rangkaian #BetterSandwichGen Masterclass diisi dengan sejumlah influencer dan content creator finansial sebagai pemateri seperti Felicia Putri, Prita Ghozle, Annisa Steviani, Fellexandro Ruby, Andhika Diskartes, Aliyah Natasya, dan Jonathan End, dimana peserta mendapatkan inspirasi cara mengelola finansial dengan lebih baik dan bagaimana memaksimalkan potensi diri sebagai bagian dari investasi, serta memahami pentingnya peranan asuransi jiwa dalam mengelola risiko yang bisa terjadi.

Astra Life memahami bahwa tantangan yang dihadapi generasi sandwich tidak hanya terkait finansial, untuk itu Masterclass #BetterSandwichGen juga turut membahas tentang pentingnya well-being untuk seorang generasi sandwich, bahwa untuk membangun masa depan yang cerah baik untuk diri sendiri dan keluarga memerlukan mental yang sehat dan juga kuat seperti yang disampaikan oleh dr. Jlemi Ardian, Yasa Singgih, dan Andra Alodita.

Di hari lain, terdapat webinar yang diisi dengan materi terkait keluarga yang dibawakan oleh Rani Anggraeni, Samanta Etsenes, dan Kadek Arini. Topik kesehatan terkait Covid-19 oleh dr. Adam Prabata serta sesi meditasi oleh Plishi Yoga pun ikut memberikan alternatif untuk para generasi sandwich agar dapat menghilangkan kecemasan kala menghadapi berbagai tantangan.

Selain melalui talk show, edukasi untuk para generasi sandwich juga dikemas dalam berbagai konten menarik di seluruh platform komunikasi Astra Life melalui kampanye #BetterSandwichGen.

"Kampanye BetterSandwichGen merupakan edukasi untuk membantu para generasi sandwich di Indonesia agar lebih melek dan mempersiapkan keuangan dengan baik, untuk diri sendiri maupun keluarga. Kami optimis bahwa kampanye ini dapat turut mendukung peningkatan literasi finansial sekaligus membangun kesadaran untuk memiliki proteksi. Kedepannya, kami berharap dapat terus menemani langkah masyarakat terutama generasi sandwich untuk menjalani berbagai tahapan hidup dengan rasa tenang dan aman sekaligus tetap bisa mencintai hidup," ungkap Windawati Tjahjadi selaku Presiden Direktur Astra Life.

Untuk diketahui, PT ASURANSI JIWA ASTRA (Astra Life) merupakan perusahaan penyedia asuransi jiwa yang dimiliki oleh PT Astra International Tbk, PT Sedaya Multi Investama dan Koperasi Astra International. Berdiri sejak Mei 2014, Astra Life terus berkembang dan berinovasi menghadirkan produk perlindungan serta layanan yang sesuai kebutuhan masyarakat Indonesia. Astra Life menawarkan produk yang beragam untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia dari berbagai tingkat kehidupan dan segmen pasar, baik nasabah perorangan berupa asuransi perlindungan jiwa, kesehatan, kecelakaan, asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi (unit link), asuransi jiwa syariah, dan juga nasabah kumpulan berupa program kesejahteraan karyawan (employee benefit group business) dan dana pensiun (DPLK).

Pada kuartal III tahun 2021 Astra Life telah melayani lebih dari 5,4 juta tertanggung. Astra Life juga didukung oleh ribuan penyedia layanan kesehatan di seluruh Indonesia yang menjadi mitra perusahaan.

Berdasarkan data kuartal III tahun 2021 total aset Astra Life tercatat sebesar Rp. 6,9 Triliun dan tingkat solvabilitas / Risk Based Capital (RBC) Astra Life berada di angka 274% (untuk asuransi jiwa konvensional). Angka RBC tersebut berada di atas ketentuan minimum Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebesar 120%. Dengan semua pencapaian dan kinerja yang telah diperoleh tersebut, Astra Life telah menjadi perusahaan asuransi jiwa di Indonesia yang memiliki pertumbuhan yang signifikan dan berada di jalur yang tepat untuk mewujudkan aspirasi perusahaan menjadi asuransi jiwa yang dekat di hati masyarakat Indonesia. (\*)

**Judul**

Lanjutkan Pencapaian 2021, Allianz Life Indonesia Gelar ASN dan Bancassurance 2022

**Nama Media**

Emitennews.com

**Newstrend**

Allianz Life ASN dan Bancassurance Kick Off 2022

**Halaman/URL**

https://emitennews.com/news/lanjutkan-pencapaian-2021-allianz-life-indonesia-gelar-asn-dan-bancassurance-2022

**Tanggal Berita**


2022-01-24

**Sentimen**

Netral

## Lanjutkan Pencapaian 2021, Allianz Life Indonesia Gelar ASN dan Bancassurance 2022

24/01/2022, 20:42 WIB

Share    


**Sign up Now for Free**

Register and join all or preferred sessions including a strategic brainstorming session

ADA Asia

[Open >](#)



EmitenNews.com - PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life) menyongsong tahun 2022 dengan penuh optimisme dan semangat untuk memberikan perlindungan kepada lebih banyak masyarakat Indonesia. Untuk terus menjalin komunikasi, memberikan apresiasi, serta berbagi inspirasi dengan para tenaga pemasar, Allianz Life Indonesia menggelar acara kick off untuk masing-masing kanal distribusi keagenan dan bancassurance secara virtual.

"Prioritas kami memberikan perlindungan yang sesuai kebutuhan nasabah. Kami didukung penuh para tenaga pemasar yang memiliki semangat dan misi sama dengan Allianz. Kami senantiasa menyediakan berbagai inovasi dan solusi, yang dapat mendukung tenaga pemasar dalam membantu masyarakat Indonesia mendapatkan perlindungan asuransi. Digitalisasi akan memberikan kemudahan bagi para tenaga pemasar memperoleh pelatihan dan informasi produk, serta mendukung proses penjualan yang efektif dan aman," kata David Nolan, Country Manager & Direktur Utama Allianz Life Indonesia dalam rilis yang diikuti Senin (24/1/2022).

Allianz Star Network (ASN) merupakan kanal distribusi keagenan Allianz Life Indonesia yang telah hadir selama 11 tahun dan membukukan pertumbuhan kinerja yang baik dari tahun ke tahun. Sampai akhir tahun 2021, tercatat ada lebih dari 30.000 Business Partner/mitra bisnis. Sejak tahun 2018, Allianz Life Indonesia konsisten dengan strategi mengantisipasi dan mengoptimalkan pertumbuhan pasar dengan program rekrutmen 'I'm A Life Changer'. Saat ini, lebih dari 60 persen dari keseluruhan jumlah mitra bisnis merupakan generasi milenial yang siap menghadapi perkembangan bisnis entrepreneurship.

Mitra bisnis ASN telah berkontribusi meningkatkan kesadaran akan pentingnya perlindungan asuransi di Indonesia dan membantu nasabah memahami perlindungan asuransi sesuai kebutuhan masing-masing. Allianz Life Indonesia senantiasa mengutamakan kebutuhan nasabah, sehingga nasabah diundang memberikan 5-star rating terhadap pelayanan mitra bisnis agar kualitas pelayanan dapat terus ditingkatkan.

Meski pun pandemi Covid-19 memberikan berbagai tantangan, Allianz Life Indonesia berhasil terus mengembangkan bisnis bancassurance yang tumbuh 67 persen dalam kurun waktu 3 tahun terakhir. Allianz Life Indonesia juga mencatatkan pertumbuhan market share yang sangat baik. Tahun 2018 Allianz memperoleh 7 persen market share, kemudian di tahun 2021 meningkat menjadi 11 persen. (Eko Hilman). \*\*\*

Author: N A

**Recommendation**

**Pengendali Baru Wahana Interfood (COCO) Gelar Tender Wajib Rp319 per Saham, Ini Jadwalnya**  
29 detik yang lalu

**Resmi! OJK Larang Lembaga Jasa Keuangan Pasarkan Aset Kripto**  
1 jam yang lalu

**Sejumlah Direksi Medco Energi (MEDC) Nikmati Guyuran 21,92 Juta Saham Gratis**  
4 jam yang lalu

**Stock Split Beres, Bos Buyung Poetra (HOKI) Kuasai 7,28 Persen Saham Metrodata Electronics**  
4 jam yang lalu

**Bank MNC (BABP) Private Placement 1,96 Miliar Lembar dengan Harga Rp165 per Saham**  
4 jam yang lalu



<b>Judul</b>	ASN Kick Off dan Bancassurance Kick Off 2022
<b>Nama Media</b>	Beritasatu.com
<b>Newstrend</b>	Allianz Life ASN dan Bancassurance Kick Off 2022
<b>Halaman/URL</b>	<a href="https://www.beritasatu.com/photo/74693/asn-kick-off-dan-bancassurance-kick-off-2022">https://www.beritasatu.com/photo/74693/asn-kick-off-dan-bancassurance-kick-off-2022</a>
<b>Tanggal Berita</b>	2022-01-24
<b>Sentimen</b>	Netral

Home > [Ekonomi](#)

## ASN Kick Off dan Bancassurance Kick Off 2022

Senin, 24 Januari 2022 | 22:12 WIB

Oleh : Defrizal /



**Misi Kami**  
Mengasuransikan Sebanyak Mungkin Orang Indonesia

**LIVE TV** NASIONAL POLITIK DUNIA MEGAPOLITAN **EKONOMI** OTOMOBIL

**EKONOMI** | Makro Pasar Modal Bisnis Bank Properti Infrastruktur

**INDEX** (-0) | **IDXMESBUMN** +102 (-0) | **IDXNONCYC** -740 (-6) | **IDXPROPERT** -877 (-12)

Untuk terus menjalin komunikasi, memberikan apresiasi, serta berbagi inspirasi dengan para tenaga pemasar, Allianz Life Indonesia menggelar acara Allianz Star Network (ASN) kick off untuk masing-masing kanal distribusi keagenan dan bancassurance secara virtual. ASN merupakan kanal distribusi keagenan Allianz Life Indonesia yang telah hadir selama 11 tahun dan membukukan pertumbuhan kinerja yang baik dari tahun ke tahun. Sampai akhir tahun 2021, tercatat ada lebih dari 30.000 Business Partner/mitra bisnis. Saat ini, lebih dari 60% dari keseluruhan jumlah mitra bisnis merupakan generasi milenial yang siap menghadapi perkembangan bisnis entrepreneurship. BeritaSatu Photo

**Saksikan live streaming program-program BeritaSatu TV [di sini](#)**

<b>Judul</b>	Astra Life Tingkatkan Literasi Keuangan bagi Generasi Sandwich
<b>Nama Media</b>	Investor.id
<b>Newstrend</b>	#BetterSandwichGen Masterclass oleh AstraLife
<b>Halaman/URL</b>	<a href="https://investor.id/finance/279745/astra-life-tingkatkannbspliterasi-keuangan-bagi-generasi-sandwich">https://investor.id/finance/279745/astra-life-tingkatkannbspliterasi-keuangan-bagi-generasi-sandwich</a>
<b>Tanggal Berita</b>	2022-01-24
<b>Sentimen</b>	Netral



PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life). Foto: Ilustrasi: ISI

## Astra Life Tingkatkan Literasi Keuangan bagi Generasi Sandwich

Senin, 24 Januari 2022 | 17:59 WIB  
 Nida Sahara ( nidadassahara@investor.co.id)



JAKARTA, investor.id – Berdasarkan hasil survei Katadata Insight Center untuk Astra Life tahun 2021 yang melibatkan 1.828 responden berusia 25-45 tahun di seluruh Indonesia, hampir 50% masuk dalam kategori generasi sandwich.

Namun faktanya, hanya 13,4% dari generasi sandwich tersebut yang memiliki kesiapan finansial dalam memenuhi kebutuhan pokok, menabung, dan berinvestasi di waktu yang bersamaan.

Generasi yang menanggung kebutuhan ekonomi banyak pihak ini dikenal dengan istilah *sandwich generation*. Untuk mendukung kesiapan para *sandwich generation* dalam mengelola keuangan dengan baik, PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life) mengadakan #BetterSandwichGen Masterclass yang merupakan rangkaian talkshow secara online melalui Instagram live dan Zoom webinar.

"Kampanye #BetterSandwichGen merupakan edukasi untuk membantu para generasi sandwich di Indonesia agar lebih melek dan mempersiapkan keuangan dengan baik, untuk diri sendiri maupun keluarga. Kami optimis bahwa kampanye ini dapat turut mendukung peningkatan literasi finansial sekaligus membangun kesadaran untuk memiliki proteksi," jelas Presiden Direktur Astra Life Windawati Tjahjadi dalam keterangan tertulis, Senin (24/1).

Tidak kurang, sebanyak 12 sesi Instagram live dan 11 sesi Zoom webinar telah diselenggarakan sepanjang tahun 2021 yang diikuti dengan antusias oleh lebih dari 45.000 peserta. Rangkaian #BetterSandwichGen Masterclass diisi dengan sejumlah *influencer* dan *content creator* finansial sebagai pemateri seperti Felicia Putri, Prifa Ghozie, Annisa Steviani, Fellexandro Ruby, Andhika Diskartes, Aliyah Natasya, dan Jonathan End. Di mana peserta mendapatkan inspirasi cara mengelola finansial dengan lebih baik dan bagaimana memaksimalkan potensi diri sebagai bagian dari investasi, serta memahami pentingnya peranan asuransi jiwa dalam mengelola risiko yang bisa terjadi.

**Baca Juga:** [Astra Life Proteksi Asuransi 12 Ribu Pelari Pocar Sweat Run 2021](#)

Astra Life memahami bahwa tantangan yang dihadapi generasi *sandwich* tidak hanya terkait finansial, untuk itu Masterclass #BetterSandwichGen juga turut membahas tentang pentingnya *well-being* untuk seorang generasi *sandwich*, bahwa untuk membangun masa depan yang cerah baik untuk diri sendiri dan keluarga memerlukan mental yang sehat dan juga kuat.

Selain itu, terdapat webinar yang diisi materi terkait keluarga yang dibawakan oleh Rani Anggraeni, Samanta Elsener, dan Kadek Arini. Topik kesehatan terkait Covid-19 oleh dr. Adam Prabata serta sesi meditasi oleh Pishi Yoga pun ikut memberikan alternatif untuk para generasi *sandwich* agar dapat menghilangkan kecemasan kala menghadapi berbagai tantangan.

Selain melalui *talkshow*, edukasi untuk para generasi *sandwich* juga dikemas dalam berbagai konten menarik di seluruh platform komunikasi Astra Life melalui kampanye #BetterSandwichGen.

"Ke depannya, kami berharap dapat terus menemani langkah masyarakat terutama generasi *sandwich* untuk menjalani berbagai tahapan hidup dengan rasa tenang dan aman, sekaligus tetap bisa mencintai hidup," pungkias dia.

Editor: Nida Sahara (nidadassahara@gmail.com)

<b>Judul</b>	Zurich Segarkan Wajah Asuransi di Indonesia Lewat #BarengJadiLebih
<b>Nama Media</b>	Kumparan.com
<b>Newstrend</b>	Kampanye #BarengJadiLebih oleh Zurich Asuransi Indonesia
<b>Halaman/URL</b>	<a href="https://kumparan.com/kumparanbisnis/zurich-segarkan-wajah-asuransi-di-indonesia-lewat-barengjadilebih-1xN2hSKd06u">https://kumparan.com/kumparanbisnis/zurich-segarkan-wajah-asuransi-di-indonesia-lewat-barengjadilebih-1xN2hSKd06u</a>
<b>Tanggal Berita</b>	2022-01-24
<b>Sentimen</b>	Netral

## Zurich Segarkan Wajah Asuransi di Indonesia Lewat #BarengJadiLebih

24 Januari 2022 17:13 · waktu baca 3 menit



Ilustrasi kebersamaan, Dok. Zurich Asuransi Indonesia

Mengawali awal tahun 2022, PT Zurich Asuransi Indonesia, Tbk (Zurich) meluncurkan kampanye #BarengJadiLebih. Kampanye ini merefleksikan semangat kebersamaan yang merupakan DNA masyarakat Indonesia. Namun, orang jarang menyadari bahwa nilai kebersamaan yang sama juga merupakan elemen fundamental dalam asuransi, yaitu bersama mengelola risiko.

Melalui semangat kebersamaan tersebut, Zurich berupaya meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap asuransi. Presiden Direktur Zurich Asuransi Indonesia, Hassan Karim mengungkapkan, Zurich yang sudah hadir selama lebih dari 20 tahun ingin lebih memahami bahwa masyarakat Indonesia selalu mengedepankan nilai-nilai gubuh dalam kehidupan sehari-hari, terlebih melindungi orang-orang terdekat. Mulai dari keluarga, teman, hingga tetangga.

"Selama tahun 2021, kami melakukan riset konsumen di berbagai wilayah di Indonesia, yang mengungkapkan bahwa 71 persen orang membeli asuransi untuk perlindungan keluarganya, namun ketertanggunan mereka akan jaringan lokal sering kali dapat menghalangi mereka untuk mengenali kebutuhan asuransi," ungkap Hassan.

Lebih lanjut Hassan mengatakan, asuransi didasarkan pada prinsip yang sama ketika dibuat dimana masyarakat bersama-sama berkontribusi untuk saling membantu pada yang membutuhkan bantuan atau perlindungan.

"Melalui #BarengJadiLebih, Zurich ingin menunjukkan asuransi lahir dari kebersamaan untuk mengelola dan menghadapi risiko, dimana bersama-sama kita lebih kuat dan siap. Zurich percaya semangat kebersamaan dan berkomitmen untuk mendampingi Anda di setiap tahap kehidupan dan bersama Zurich, masyarakat bisa merasa lebih nyaman, aman, serta optimis untuk mewujudkan masa depan yang lebih cerah," lanjutnya.

Hassan menjelaskan bahwa #BarengJadiLebih juga bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kepercayaan masyarakat terhadap asuransi. Dalam riset yang sama juga ditemukan bahwa 45 persen responden yang tidak memiliki asuransi merasa belum memiliki pengetahuan bagaimana asuransi dapat membantu mereka.

"Seperti kita ketahui, penetrasi asuransi di Indonesia masih cukup rendah. Hal ini salah satunya disebabkan oleh miskonsepsi di tengah masyarakat yang masih kerap memandang asuransi dekat dengan bencana atau risiko, dan menganggap asuransi itu rumit dengan proses klaim yang justru merepotkan," ujarnya.

"Zurich sebagai perusahaan asuransi yang berfokus kepada Nasabah akan hadir sebagai support system untuk membantu masyarakat dengan produk yang sesuai kebutuhan. Seperti keluarga dan teman yang siap mendukung kita di kala susah, kami ada dekat ke masyarakat," jelas Hassan.



#BarengJadiLebih dari Zurich Asuransi, Dok. Zurich

Bukan sekadar jargon, #BarengJadiLebih juga merupakan milestone bagi perusahaan yang penerapan nilainya juga tercermin pada bisnis Zurich. Salah satunya, Zurich Asuransi Indonesia yang berdiri dengan menggabungkan keahlian lokal Adira Insurance, yang diakuisisi oleh Zurich pada 2019 lalu, dengan kepemimpinan global Zurich di industri asuransi dunia.

Penggabungan dua kekuatan menjadi Zurich Asuransi Indonesia pun makin melengkapi ekosistem asuransi Zurich di Indonesia, bersama dengan Zurich Topas Life dan Zurich Syariah. Integrasi ketiga unit bisnis di dalam satu ekosistem kian menguatkan posisi strategis Zurich di Indonesia.

### Gelar Kompetisi Seru untuk Mendalami Semangat Kebersamaan

Zurich pun mengadakan kompetisi foto bekerja sama dengan Pevarta Foto Indonesia (PFI). Kompetisi ini mengajak masyarakat untuk mendefinisikan apa arti kebersamaan bagi mereka dan bagaimana kita merasa lebih saat kita bersama di tengah kehidupan sehari-hari.

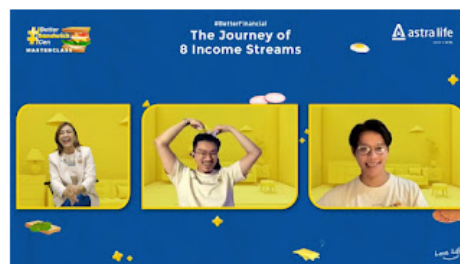
Kompetisi ini dibuka mulai 20 Januari hingga 27 Februari 2022. Pemenang akan berkesempatan mendapatkan total hadiah 60 juta rupiah. Foto yang telah dikurasi oleh dewan juri akan dipublikasikan kepada masyarakat umum melalui pameran fotografi di akhir kompetisi. Untuk syarat, ketentuan, dan informasi lengkap mengenai kompetisi foto #BarengJadiLebih, Anda dapat mengunjungi laman [www.zurich.co.id/bareng-jadi-lebih](http://www.zurich.co.id/bareng-jadi-lebih).

**PT Zurich Asuransi Indonesia Tbk yang terdaftar dan diaudit oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK)**

<b>Judul</b>	Rangkul Generasi Sandwich, Astra Life Gelar Rangkaian Masterclass Keuangan
<b>Nama Media</b>	Indonesiaterkini.com
<b>Newstrend</b>	#BetterSandwichGen Masterclass oleh AstraLife
<b>Halaman/URL</b>	<a href="http://www.indonesiaterkini.com/2022/01/rangkul-generasi-sandwich-astra-life.html">http://www.indonesiaterkini.com/2022/01/rangkul-generasi-sandwich-astra-life.html</a>
<b>Tanggal Berita</b>	2022-01-24
<b>Sentimen</b>	Netral

## Rangkul Generasi Sandwich, Astra Life Gelar Rangkaian Masterclass Keuangan

Senin, 24 Januari 2022



PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life) menyelenggarakan acara #BetterSandwichGen Masterclass, rangkaian talkshow secara online untuk memberikan literasi keuangan khususnys bagi Generasi Sandwich

**JAKARTA (IndonesiaTerkini.com)**- PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life) menyelenggarakan acara #BetterSandwichGen Masterclass, rangkaian talkshow secara online untuk memberikan literasi keuangan khususnys bagi Generasi Sandwich.

Berdasarkan hasil survei Katadata Insight Center untuk Astra Life tahun 2021 yang melibatkan 1.828 responden berusia 25-45 tahun di seluruh Indonesia, sebanyak 50% masuk dalam kategori sandwich atau kondisi di mana seseorang harus menanggung hidup 3 generasi yaitu dirinya sendiri, orang tua, dan anaknya. Namun, hanya 13,4% dari generasi sandwich tersebut yang memiliki kesiapan finansial dalam memenuhi kebutuhan pokok, menabung, dan berinvestasi. Rangkaian #BetterSandwichGen Masterclass diisi oleh sejumlah influencer finansial seperti Felicia Putri, Prita Ghozie, Annisa Steviani, Fellexandro Ruby, Andhika Diskartes, Aliyah Natasya, dan Jonathan End. Rangkaian ini terdiri dari 12 sesi Instagram Live dan 11 sesi Zoom Webinar yang telah terselenggara sepanjang tahun 2021 dengan total 45.000 peserta.

Tidak hanya expertise di bidang finansial, Astra Life juga menghadirkan pembicara di bidang kesehatan mental seperti Jiemi Ardian, Yasa Singgih, dan Andra Alodita. Menurut para pembicara, untuk membangun masa depan yang cerah untuk diri sendiri dan keluarga, dibutuhkan mental dan sehat yang kuat pula. Di sesi lain, hadir pula Rani Anggraeni, Samanta Elsener, dan Kadek Arini yang membawakan materi terkait keluarga. Tak ketinggalan kehadiran Adam Prabata yang membawakan topik kesehatan terkait Covid-19 dan sesi meditasi oleh Pishi Yoga.

CEO Astra Life Windawati Tjahjadi mengatakan kampanye #BetterSandwichGen merupakan edukasi untuk membantu para generasi sandwich di Indonesia agar lebih melek dan mempersiapkan keuangan dengan baik untuk diri sendiri maupun keluarga. "Kami optimistis bahwa

Judul	Menjaga Trust di Industri Asuransi
Nama Media	Bisnis Indonesia
Newstrend	Menjaga Trust Nasabah
Halaman/URL	2
Tanggal Berita	2022-01-25
Sentimen	Netral

## Menjaga Trust di Industri Asuransi

**P**ersoalan pengaduan konsumen terkait produk asuransi *unit-linked* ternyata belum juga usai. Beberapa hari terakhir, aksi sejumlah nasabah yang terus menyuarakan pengaduan mereka telah menjadi perhatian publik.

Tindakan sejumlah nasabah tersebut seakan menjadi kelanjutan dari aksi pada Desember 2021. Saat itu Komunitas Korban Asuransi yang mewakili lebih dari 200 orang mengadu kepada DPR terkait dengan permasalahan produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi (PAYDI) atau *unit-linked*.

Mereka mengungkap beberapa masalah yang kerap terjadi dan merasa terjebak dan tertipu oleh agen asuransi saat awal pengenalan polis asuransi berbalut investasi tersebut. Bentuk ketidakpuasan nasabah atas layanan penanganan konsumen yang diberikan perusahaan asuransi ini harus segera diatasi.

Jika persoalan *complaint handling* atau layanan klaim ini tak tertangani dengan baik akan mengganggu reputasi perusahaan

asuransi itu sendiri, kehilangan kepercayaan (*distrust*) kepada industri asuransi dan bisa meluas ke kestabilan sistem keuangan.

Sepanjang 2021, sesuai dengan data Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), ada 2.152 pengaduan konsumen dari sektor jasa keuangan. Jumlah itu jauh melampaui total 226 pengaduan pada 2020. Hal ini disebabkan banyaknya pengaduan di sektor asuransi dengan nilai risiko kerugian mencapai Rp2 triliun.

Aduan terkait dengan asuransi didominasi oleh penolakan klaim dari perusahaan asuransi. Diikuti dengan aduan tentang *misselling* produk asuransi. Lalu, kepailitan dan gagal bayar perusahaan asuransi yang dinilai menjadi alibi perusahaan tidak membayarkan klaim.

Kondisi sepanjang tahun lalu tersebut dipercaya masih menjadi tren pada tahun ini. Tentu saja, ini merupakan hal yang mengkhawatirkan. Nasabah, perusahaan asuransi, dan otoritas harus bekerja lebih aktif mengatasi hal ini.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga sebenarnya tak tinggal diam.

Sang regulator pun memfasilitasi pertemuan dan membuat forum mediasi, sebagai perwujudan niatan baik OJK dalam menjalankan tahapan prosedural penanganan pengaduan konsumen.

Namun, hingga kini mediasi tampaknya belum mencapai kesepakatan para pihak yang bersengketa, langkah pembenahan tata kelola di industri asuransi harus menjadi perhatian bersama.

Regulator harus lebih ketat mengawasi tahapan proses bisnis asuransi, mulai dari pembuatan produk asuransi, pengelolaan investasi, hingga penanganan konsumen. Pengetatan juga perlu dilakukan atas persetujuan terhadap sebuah produk yang diajukan oleh perusahaan asuransi.

OJK harus memastikan perusahaan memiliki infrastruktur dan sumber daya yang cukup untuk mengelola produk tersebut, memastikan ketersediaan segmen pasar, dan memastikan kecukupan permodalan dan aset perusahaan.

Perusahaan asuransi pun harus terus diingatkan untuk memperhatikan proses distribusi produk. Keterlibatan agen asu-


ransi dalam penjualan produk memang tak terelakkan.

Namun, ada kewajiban perusahaan asuransi untuk selalu memastikan agen-agensinya bersertifikat dan memberikan informasi yang jelas kepada nasabah atas produk yang dijualnya.

Sementara itu, terkait dengan tata kelola investasi, aturan yang berlaku sudah sangat ketat.

Namun, harus diakui, peraturan-peraturan tersebut memang tidak bisa membatasi secara spesifik instrumen investasi yang digunakan perusahaan asuransi.

Kecenderungan untuk agresif dalam berinvestasi di instrumen pasar modal yang risikonya terlalu tinggi merupakan hak perusahaan asuransi. Akan tetapi, tata kelola investasi tetap harus dilaporkan dan diawasi oleh OJK.

Seiring dengan profil industri yang berkembang kian pesat, OJK selaku otoritas dan regulator juga perlu terus melakukan reformasi kebijakan industri asuransi. Kita berharap sejumlah ketentuan baru dalam rencana kebijakan OJK, akan membuat kepercayaan masyarakat akan industri asuransi kian kokoh. 

Judul	IFG Life Targetkan Dana Kelolaan Rp 35 Triliun
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Target IFG Life
Halaman/URL	23
Tanggal Berita	2022-01-25
Sentimen	Netral

# IFG Life Targetkan Dana Kelolaan Rp 35 Triliun

JAKARTA – PT Asuransi Jiwa IFG (IFG Life) menargetkan dana kelolaan mencapai Rp 35 triliun dan penerimaan premi sebesar Rp 1,2 triliun pada tahun ini. Sementara itu, perseroan telah menyelesaikan 63% pengalihan polis dari PT Asuransi Jiwasraya (Persero) dan optimistis tuntas sesuai tenggat pada Maret mendatang.

Oleh Prisma Ardianto

**D**irektur Utama IFG Life Harjanto Tanuwidjaja menyampaikan, kolaborasi dengan ekosistem *holding* perasuransian dan penjaminan Indonesia Financial Group (IFG) akan menjadi kunci perkembangan bisnis perusahaan di masa mendatang. Produk asuransi berbasis proteksi menjadi fokus perusahaan dalam jangka panjang. Pihaknya memproyeksikan dana kelolaan pada tahun ini di kisaran Rp 35 triliun. "IFG Life mencanangkan menjadi *leader* di industri asuransi jiwa yang mampu membawa perubahan dalam kualitas dan pemasaran produk proteksi. Ini agar masyarakat semakin percaya pada industri asuransi," kata Harjanto pada salah satu program yang ditayangkan *CNBC Indonesia TV*, Senin (24/1).

Dia menerangkan, IFG Life telah bekerja sama dengan Mandiri Inhealth untuk memasarkan produk-produk asuransi kesehatan berbasis *managed care*. Selain itu, kerja sama kanal *bancassurance* juga telah dijalin dengan BTN dalam rangka penjualan produk asuransi jiwa. Dalam jangka pendek-menengah, Harjanto menjelaskan, ada tiga fokus dalam tiga tahun ke depan. Pertama, memastikan portofolio yang dialihkan dari Jiwasraya dikelola sesuai dengan ketentuan dan memastikan layanan diberikan secara prima.

Fokus kedua erat kaitannya dengan pengembangan bisnis pada produk asuransi berbasis proteksi, seperti asuransi kesehatan dan dana pensiun. Pengembangan bisnis utamanya akan diupayakan dengan menyediakan produk yang tepat sasaran dan meningkatkan nilai bagi setiap nasabah. "Sedangkan untuk pemasaran sendiri akan dilakukan melalui *upselling* kepada nasabah eksisting yang kami dapatkan dari Jiwasraya melalui saluran distribusi ritel, korporasi, dan juga *scale up business* pada saluran *bancassurance*. Yang penting adalah pemanfaatan secara maksimal ekosistem *holding* IFG dan sinergi BUMN serta afiliasinya," jelas Harjanto.

Pengembangan bisnis yang dimaksud



Harjanto Tanuwidjaja

akan berjalan seiring membangun citra IFG Life. Hal itu menjadi penting sebagai perusahaan asuransi yang relatif baru, di samping terus melakukan modernisasi sistem dan teknologi lewat pengembangan aplikasi yang mengedepankan *customer centric* supaya memberikan kepuasan pada nasabah. "Dengan pendekatan *customers centric* dan mengutamakan nasabah, kami hadir untuk memberikan solusi proteksi bagi masyarakat Indonesia yang mudah diakses, mudah digunakan, memberi manfaat lebih. Saya yakin proteksi adalah suatu kebutuhan dan permintaan akan solusi proteksi bakal terus berkembang," kata Harjanto.

Namun demikian, kata dia, penting bagi perusahaan untuk mengelola berbagai instrumen investasi berdasarkan liabilitas (*asset liability management/ALM*). Termasuk terkait transfer aset properti dari Jiwasraya yang kini dalam proses finalisasi. Langkah itu menjadi bagian dari fokus ketiga perusahaan yakni menerapkan mitigasi risiko dan tata kelola perusahaan baik. Termasuk mempersiapkan implementasi dari PSAK 74 yang akan menjadi landasan operasional pada 2025.

Menurut Harjanto, permintaan asuransi berbasis proteksi seperti asuransi jiwa atau kesehatan masih sangat menjanjikan. Apalagi melihat segmen kelas menengah dan milenial semakin bertumbuh. Upaya-upaya peningkatan literasi asuransi pun sedang gencar di-



**IFG Life mencanangkan menjadi *leader* di industri asuransi jiwa yang mampu membawa perubahan dalam kualitas dan pemasaran produk proteksi. Ini agar masyarakat semakin percaya pada industri asuransi.**

Harjanto Tanuwidjaja  
Direktur Utama IFG Life

lakukan.

Oleh karena itu, dia menilai, industri perasuransian masih memiliki peluang yang sangat luas. Sebagai individu, keluarga, maupun badan usaha menyadari pentingnya proteksi adalah suatu hal yang selalu ada dan fundamental. Upaya guna melayani berbagai kebutuhan tersebut dilandasi motto IFG Life yaitu *Protecting Life's Progress*.

Kini IFG Life memiliki kanal distribusi *agency, bancassurance, worksite*, dan *affinity* untuk menjangkau nasabah ritel. Lewat berbagai pendekatan guna menggarap potensi yang ada, perseroan pun mematok penerimaan premi yang tidak sedikit sebagai perusahaan asuransi relatif baru. "Tahun ini kami menargetkan penerimaan premi sekitar Rp 1,2 triliun," beber Harjanto.

Disamping itu, Harjanto juga mengungkapkan sejumlah tantangan di industri perasuransian. Tantangan yang utama yaitu menjaga kepercayaan nasabah dengan memberikan nilai tambah. Berikutnya adalah secara efektif menjangkau target nasabah, terutama saat pandemi.

Lalu yang tidak kalah penting yaitu

memanfaatkan kemampuan teknologi dan internet dalam menyederhanakan proses bisnis. Kemudian menjawab tantangan untuk mendorong kesadaran masyarakat akan pentingnya proteksi melalui asuransi. Serta tentu meningkatkan kolaborasi dalam rangka pengembangan bisnis asuransi.

"IFG Life ingin hadir sebagai perusahaan asuransi jiwa yang berbeda, tentunya dengan perkembangan konektivitas yang semakin pesat. Kami melihat dibutuhkan kemudahan akses dalam pelayanan dan penawaran atas solusi produk proteksi. Kami pun menyiapkan infrastruktur berbasis digital yang nantinya mampu menopang strategi bisnis kami dan kami menekankan pada kolaborasi, seperti motto kami '*Protecting Life's Progress*'. Ini semua kami lakukan untuk memajukan Indonesia," papar Harjanto.

**Perkembangan Transfer Polis**

Harjanto juga mengungkapkan, IFG Life merupakan perusahaan baru yang dibentuk dalam rangka resolusi atas permasalahan Jiwasraya. Dalam hal ini, IFG diharapkan menyelamatkan ratusan ribu polis melalui mekanisme restrukturisasi *tail in* dan transfer polis. Adapun mekanisme itu telah dimulai sejak disetujui OJK pada medio Desember 2021.

Dalam realisasinya, proses pengalihan polis secara simbolis kepada nasabah korporasi, ritel, dan *bancassurance* telah terlaksana pada 22 Desember 2021. Acara tersebut turut dihadiri Menteri dan Wakil Menteri BUMN, Wakil Menteri Keuangan, dan Pimpinan OJK. "Hingga saat ini, polis yang sudah ditransfer mencapai total nilai lebih kurang Rp 21 triliun, ini setara 63% dari seluruh nilai liabilitas yang telah disetujui oleh OJK untuk ditransfer dari Jiwasraya ke IFG Life," kata Harjanto.

IFG Life juga telah melakukan pembayaran klaim sebesar Rp 900 miliar. Klaim dan manfaat tersebut merupakan implementasi dari ketentuan pada polis Mantap Anuitas Ritel dan Anuitas Korporasi yang telah direstrukturisasi. Pihaknya memastikan proses pengalihan polis dan pembayaran klaim dilakukan berdasarkan ketentuan dan tata kelola perusahaan yang baik.