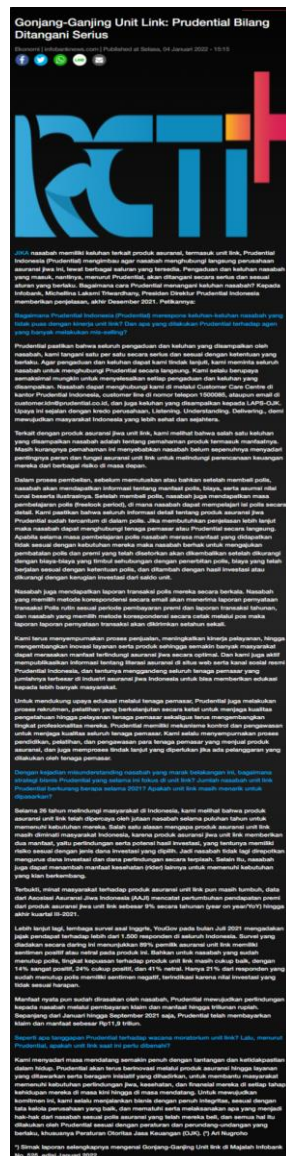


Rabu, 5 Januari 2022

FM-CC-AAJI-006-00

Judul	Gonjang-Ganjing Unit Link: Prudential Bilang Ditangani Serius
Nama Media	Rctiplus.com
Newstrend	Masalah Unit Link
Halaman/URL	https://www.rctiplus.com/news/detail/ekonomi/1869673/gonjang-ganjing-unit-link-prudential-bilang-ditangani-serius
Tanggal Berita	2022-01-04
Sentimen	Positif



Judul	Gonjang-Ganjing Unit Link: Prudential Bilang Ditangani Serious
Nama Media	Infobanknews.com
Newstrend	Masalah Unit Link
Halaman/URL	https://infobanknews.com/gonjang-ganjing-unit-link-prudential-bilang-ditangani-serius/
Tanggal Berita	2022-01-04
Sentimen	Positif

Gonjang-Ganjing Unit Link: Prudential Bilang Ditangani Serious

Reshiana Nisaputra | Januari 4, 2022



Jika nasabah memiliki keluhan terkait produk asuransi, termasuk unit link, Prudential Indonesia (Prudential) mengimbau agar nasabah menghubungi langsung perusahaan asuransi (jika ada, lewat berbagai saluran yang tersedia). Pengalihan dan keluhan nasabah yang masuk, nantinya, memang Prudential, akan ditangani secara serius dan sesuai aturan yang berlaku. Bagaimana cara Prudential menangani keluhan nasabah? kepada Infobank, Micheline Laksmi Triandhary, Presiden Direktur Prudential Indonesia memberikan penjelasan, Sabtu Desember 2021. Selengkapnya:

Bagaimana Prudential Indonesia (Prudential) menanggapi keluhan-nakal-nakal nasabah yang tidak puas dengan tenaga unit link? Dan apa yang dilakukan Prudential terhadap agen yang banyak melakukan mis-selling?

Prudential adalah sebuah seluruh perusahaan dan seluruh yang dioperasikan oleh nasabah kami sebagai satu dan satu, jadi satu dan satu dengan ketentuan yang berlaku. Agar perusahaan dan seluruh dapat kami bantu lebih, kami meminta seluruh nasabah untuk menghubungi Prudential secara langsung. Kami selalu berupaya memastikan/mengingat untuk memastikan setiap permasalahan dan keluhan yang disampaikan. Nasabah dapat menghubungi kami di melalui Customer Care Centre di kantor Prudential Indonesia, customer care di nomor telepon 3000200, atau pun email di customer.care@prudential.co.id, dan juga keluhan yang disampaikan kepada LARF OJK, upaya ini sejalan dengan tradisi perusahaan, Listening, Understanding, Delivering, demi mewujudkan masyarakat Indonesia yang lebih sehat dan sejahtera.

Terkait dengan produk asuransi jiwa unit link, kami melihat bahwa salah satu keluhan yang disampaikan nasabah adalah tentang pemahaman produk termasuk manfaatnya. Masih kurangnya pemahaman ini menyebabkan nasabah belum sepenuhnya menyadari pentingnya peran dan fungsi asuransi unit link untuk melindungi perencanaan keuangan mereka dari berbagai risiko di masa depan.

Dalam proses pembelian, sebelum memutuskan atau bahkan setelah membeli polis, nasabah akan mendapatkan informasi tentang manfaat polis, baik untuk asuransi jiwa atau asuransi kesehatan. Setelah membeli polis, nasabah juga mendapatkan masa pembelian polis (free-look period), di mana nasabah dapat membatalkan polis secara gratis. Kami pastikan bahwa seluruh informasi detail tentang produk asuransi jiwa Prudential sudah tercantum di dalam polis. Ini membutuhkan penjelasan lebih lanjut maka nasabah dapat menghubungi tenaga pemasar atau Prudential secara langsung. Apabila selama masa pembelian polis nasabah merasa manfaat yang didapatkan tidak sesuai dengan kebutuhannya, mereka maka nasabah berhak untuk mengajukan pembatalan polis dan premi yang telah dibayarkan akan dikembalikan dengan disamping dengan biaya-biaya yang timbul sehubungan dengan pembatalan polis, biaya yang telah dibayarkan polis dengan ketentuan polis, dan ditambahi dengan hasil investasi atau dikurangi dengan kerugian investor dari polis unit.

Nasabah juga mendapatkan laporan transaksi polis mereka secara berkala. Nasabah yang memilih metode kompensasi secara tunai akan menerima laporan pernyataan transaksi Polis unit link secara periode pembayaran premi dan laporan transaksi tahunan, dan nasabah yang memilih metode kompensasi secara cetak, melalui jasa maka laporan pernyataan pernyataan transaksi akan dikirimkan secara berkala.

Kami terus mengembangkan proses penjualan, meningkatkan kinerja pelayanan, hingga mengembangkan inovasi layanan serta produk sehingga semakin banyak masyarakat dapat merasakan manfaat berbagai asuransi jiwa secara optimal. Dan kami juga aktif mempublikasikan informasi tentang bisnis asuransi di situs web kami saat ini melalui Prudential Indonesia, dan tentunya mengedukasi seluruh tenaga pemasar yang jumlahnya terbesar di industri asuransi jiwa Indonesia untuk bisa memberikan edukasi kepada lebih banyak masyarakat.

Untuk mendukung upaya edukasi melalui tenaga pemasar, Prudential juga melakukan proses rekruitmen, pelatihan yang berkelanjutan secara terus-menerus untuk menjaga kualitas pengetahuan dan keterampilan tenaga pemasar sebagai terus mengembangkan tingkat profesionalitas mereka. Prudential memiliki mekanisme kontrol dan pengawasan untuk menjaga kualitas seluruh tenaga pemasar kami selalu, menyempurnakan proses pendidikan, pelatihan, dan pengawasan serta tenaga pemasar yang menjual produk asuransi, dan juga memproses tindak lanjut yang diperlukan jika ada pelanggaran yang dilakukan oleh tenaga pemasar.

Dengan kejadian mis-understanding nasabah yang masuk belakangan ini, bagaimana strategi bisnis Prudential yang selama ini fokus di unit link? Jumlah nasabah unit link Prudential berkurang berapa persen 2021? Apakah unit link masih menarik untuk dipasarkan?

Selama 26 tahun melintasi masyarakat di Indonesia, kami melihat bahwa produk asuransi unit link telah dipercaya oleh jutaan nasabah selama puluhan tahun untuk memenuhi kebutuhan mereka. Salah satu alasan mengapa produk asuransi unit link masih diminati masyarakat Indonesia, karena produk asuransi jiwa unit link memberikan dua manfaat, yaitu perlindungan serta potensi hasil investasi yang tentunya memiliki risiko sesuai dengan jenis dana investasi yang dipilih. Jadi, nasabah tidak lagi dipisahkan antara dana investasi dan dana perlindungan secara terpisah. Selain itu, nasabah juga dapat membuat manfaat kepastian hidup, sehingga untuk memenuhi kebutuhan yang kian berkembang.

Terkait minat masyarakat terhadap produk asuransi unit link pun masih tumbuh, data dari Asosiasi Asuransi Dwi Indonesia (AADI) mencatat pertumbuhan pembelian premi dari produk asuransi jiwa unit link sebesar 9% secara tahunan (year on year) hingga akhir kuartal III 2021.

Lebih lanjut lagi, lembaga survei asal Inggris, YouGov pada bulan Juli 2021 mengungkap juga pendapat terhadap lebih dari 1.500 responden di seluruh Indonesia. Survei yang dilakukan secara daring ini menunjukkan 89% generasi asuransi unit link memiliki sentimen positif atau netral pada produk ini. Bahkan untuk nasabah yang sudah menjual polis, tingkat kepuasan terhadap produk unit link masih cukup baik, dengan 74% sangat positif 24% cukup positif dan 4% netral. Hanya 2% dari responden yang sudah menjual polis memiliki sentimen negatif, terdistribusi karena rasa investasi yang tidak sesuai harapan.

Manfaat nyata pun sudah dirasakan oleh nasabah. Prudential menyediakan perlindungan kepada nasabah melalui pembebasan klaim dan manfaat hingga jutaan rupiah. Sampai di sini hingga hingga Desember 2021, Prudential telah membayarkan klaim dan manfaat sebesar Rp17,9 triliun.

Seperti apa tanggapan Prudential terhadap wacana moratorium unit link? Lalu, menurut Prudential, apakah unit link saat ini perlu dibatasi?

Kami menyadari masa-masa tantangan semakin parah dengan tantangan dan ketidakpastian dalam hidup. Prudential akan terus berinovasi melalui produk asuransi hingga ke depan yang dibuktikan secara langsung melalui manfaat yang didapatkan, untuk membantu masyarakat memenuhi kebutuhan perlindungan jiwa ke depannya, dan memastikan mereka di setiap tahap kehidupan mereka di masa kini hingga di masa mendatang. Untuk mewujudkan komitmen ini, kami selalu memastikan bisnis dengan penuh integritas, sesuai dengan tata kelola perusahaan yang baik, dan memastikan serta memastikan apa yang menjadi hak-hak dari nasabah sesuai polis asuransi yang telah mereka beli, dan terima hak-hak, dilakukan oleh Prudential sesuai dengan peraturan dan penunjang undang-undang yang berlaku, khususnya Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) 17 dan 18/2018.

¹ Simak laporan selengkapnya mengenai "Gonjang-Ganjing Unit Link" di Halaman Infobank No. 525, Sabtu Januari 2022

Judul	Begini Cara AIA Tangani Keluhan Nasabah Unit Link
Nama Media	Rctiplus.com
Newstrend	Penanganan Masalah Unit Link
Halaman/URL	https://www.rctiplus.com/news/detail/ekonomi/1868933/begini-cara-aia-tangani-keluhan-nasabah-unit-link
Tanggal Berita	2022-01-04
Sentimen	Positif

Begini Cara AIA Tangani Keluhan Nasabah Unit Link

Ekonomi | [id.rctiplus.com](https://www.rctiplus.com) | Published at Selasa, 04 Januari 2022 - 12:24

Jakarta Keluhan soal produk asuransi unit link kembali ramai. Nama AIA Financial (AIA), sebagai salah satu perusahaan asuransi jiwa yang memisahkan unit link, disebut-sebut dalam permasalahan unit link di AIA tersebut, seluruh produknya, termasuk unit link, sudah mendapat ketertarikan regulator. Dan, jika ada keluhan dari nasabah, ditangani dan diselesaikan sesuai prosedur yang berlaku. Apa tanggapan AIA terkait permasalahan unit link yang kembali muncul soal RUF Dan, bagaimana respon AIA mengenai wawasan nasabah unit link yang diberikan kepada investor terkait bentuk penyelesaian RUF Dan? Marung, Direktur Hukum, Kaputuhan dan Risiko AIA Financial, kepada InfoBank, medio Desember 2021. Pictabay

Seberapa waktu terakhir permasalahan mengenai unit link kembali muncul. Permasalahannya adalah produk unit link mengalami masalah ke DPR pada Desember 2021. Nama AIA juga disebut-sebut sebagai salah satu perusahaan asuransi yang terkait dengan permasalahan unit link RUF. Apa tanggapan AIA terkait permasalahan unit link yang sedang kembali ramai. Ini, termasuk juga masalah nama AIA?

Terkait dengan permasalahan regulator pertunjukan sejumlah nasabah dan masalah nasabah AIA dengan Komisi XI Dewan Perwakilan Rakyat pada awal Desember 2021, kami menyambut baik adanya diskusi dua arah dan siap mendukung penuh seluruh pihak termasuk regulator dan pemerintah untuk terus meningkatkan pemenuhan kewajiban dan kepuasan nasabah terhadap produk dan layanan asuransi jiwa, khususnya unit link.

Seluruh produk AIA, baik produk maupun unit link, telah dirancang dengan fitur dan manfaat yang sudah mengikuti aturan regulator. Hal ini termasuk dengan pemenuhan produk unit link dan perlindungan investasi yang dilakukan berdasarkan standar dan prosedur yang ketat, baik terkait dengan pembiaran saham ataupun obligasi.

Nasabah selalu menjadi prioritas utama kami di AIA. AIA memiliki budaya sebagai laporan maupun keluhan dari nasabah AIA yang masuk ke jalur resmi customer care AIA, telah ditangani sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku, termasuk melibatkan auditor dan mediator dengan mereka. Kami juga selalu membuka ruang diskusi dengan nasabah untuk mencapai BSB termu. Kami menghimbau kepada nasabah untuk menyampaikan keluhan melalui jalur resmi penyelesaian sengketa keluhan dapat kami tangani dan tanggapi dengan baik atau melalui LAPSI BJR sesuai dengan aturan yang berlaku.

Apakah telah ada permasalahan antara AIA dengan nasabah terkait produk unit link AIA? Apa bentuk, berapa banyak jumlahnya? Bagaimana penyelesaiannya? Dan apa saja yang menjadi keluhan nasabah?

Kami menerima keluhan dari beberapa nasabah sebagaimana diaman produk unit link yang pada umumnya berkaitan dengan penurunan nilai investasi, pemenuhan target pemasar yang tidak sesuai dengan ketentuan polis (mis-selling).

Kami melakukan investigasi dan verifikasi baik dengan nasabah dan tenaga pemasar sebelum kami mengirimkan keputusan kepada nasabah. Kami memastikan bahwa seluruh laporan maupun keluhan ditangani sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku, termasuk melibatkan auditor dan mediator dengan mereka. Kami juga selalu membuka ruang diskusi untuk mencapai BSB termu.

Jika terdapat permasalahan atau perubahan dengan nasabah, khususnya terkait produk unit link, laporan ke OJK penanganan atau pemenuhanannya di AIA?

Seluruh keluhan nasabah yang kami terima akan ditangani sesuai SOP yang berlaku, yaitu melalui Service Center AIA dan dibantu oleh customer care officer. Setelah itu, keluhan nasabah akan ditangani melalui diskusi, dan kemudian ditangani sesuai kategori (inquiry, proses, dan keluhan). Nasabah akan diminta untuk melengkapi dokumen yang dibutuhkan agar proses penyelesaian masalah bisa berjalan dengan lancar. Seluruh keluhan dan permasalahan nasabah yang masuk ke Service Center AIA akan ditangani dan ditangani secara profesional hingga selesai sehingga kami dapat memastikan kualitas pelayanan yang diterima oleh nasabah.

Dalam transaksi pemasaran polis, AIA berupaya memastikan agar nasabah telah mendapatkan penjelasan dari tenaga pemasar kami tentang produk yang ditawarkan, antara lain dengan memperhatikan persyaratan tertulis dari nasabah bahwa nasabah telah menerima penjelasan dari tenaga pemasar mengenai produk unit link yang ditawarkan dan hal-hal yang berkaitan pada bentuk. Dalam persyaratan tertulis ini, nasabah yang menyatakan telah mengerti atas penjelasan yang disampaikan oleh tenaga pemasar.

Selain itu, kami juga melakukan welcome call kepada nasabah dan memberikan kurun waktu khusus bagi nasabah untuk memvalidasi produk unit link. Jika dalam kurun waktu khusus tersebut nasabah ingin membatalkan produk, maka kami akan mengembalikan seluruh premi yang telah ditorkan sesuai ketentuan polis.

Selain itu, kami juga memastikan proses penjualan internal dan sertifikasi Asuransi Asuransi jiwa Indonesia (AAJI) agar mematuhi persyaratan produk yang baik dan mampu memastikan seluruh produk sesuai aturan yang berlaku.

Kami melibatkan tenaga pemasar untuk memastikan produk sesuai kebutuhan nasabah sesuai dengan strategi investasi. Hal ini dilakukan melalui Risk Profile Questionnaire (RPQ). Hasilnya adalah platform pembelian yang telah kami rencanakan untuk memastikan proses penjualan tenaga pemasar kami sesuai dengan standar yang berlaku.

Si empangfimbangkan berbagai masalah yang ada, dari permasalahan dengan DPR, baik, melalui media mainstream unit link. Seperti apa tanggapan AIA terhadap wawasan nasabah unit link itu?

Dalam menjalankan kegiatan operasional dan bisnis, AIA senantiasa patuh pada peraturan dan undang-undang yang berlaku di negara di tempat kami beroperasi, termasuk di Indonesia.

AIA turut berperan dalam menjaga kepercayaan masyarakat terhadap industri asuransi jiwa. Kami siap bekerja sama dengan pemerintah, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), AAJI, dan lembaga lainnya untuk memastikan bahwa seluruh produk asuransi jiwa, khususnya unit link, dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dengan baik.

Kami juga secara aktif berdiskusi dan berkoordinasi dengan berbagai pihak baik internal maupun eksternal.

Sebagaimana telah disampaikan oleh regulator kami, dinyatakan bahwa akan ada perubahan mengenai ketentuan pemasaran unit link. Sejalan dengan itu, dari waktu ke waktu kami melakukan perbaikan dalam proses pemasaran produk unit link, pengabdian investasi dan pemenuhan keluhan nasabah sesuai dengan best practice di industri.

Menurut AIA, secara umum, sudah baik-baik bisnis unit link di Indonesia? Atau jika perlu diperbaiki, aspek apa yang paling penting untuk ditingkatkan, baik dari sisi produk, pemasaran, komunikasi, dan regulator?

Menurut kami, performa bisnis unit link di Indonesia sangat baik seperti yang terdapat pada laporan terbaru AAJI bahwa di semester IV(2021) unit link telah meningkatkan pendapatan premi asuransi jiwa sebanyak lebih dari 60%. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa produk asuransi unit link masih menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia.

Namun demikian, kami siap mendukung jika dilakukan perubahan terhadap dari sisi proses pemasaran dan pemenuhan kewajiban berdasarkan aturan produk unit link yang didukung regulator. Hal ini bertujuan agar keefektifan produk unit link benar-benar dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat Indonesia yang membutuhkan asuransi jiwa dan investasi secara bersama-sama. Regulasi yang terdapat dalam mengatur proses pemasaran produk unit link diawasi dengan pengawasan internal mengenai unit link tentu akan dapat mendorong pertumbuhan bisnis unit link di masa mendatang.

Kami optimis dapat berkontribusi dalam pertumbuhan industri asuransi, mengingat saat ini unit link menjadi pilihan utama masyarakat dalam produk asuransi jiwa. Unit link produk unit link sangat diminati, saat ini jumlahnya hampir 70% dari total keseluruhan polis nasabah.

Selama Januari-Oktober 2021, AIA telah membayarkan total klaim dan manfaat polis asuransi termasuk unit link yang jumlah keseluruhannya sudah mencapai sebesar Rp2,2 triliun.

Sejalan dengan survei yang dilakukan OJK, terdapat peluang masyarakat masih harus terus ditingkatkan, dari segi informasi dan edukasi terkait asuransi jiwa produk-produk asuransi yang tersedia di Indonesia, termasuk Produk Asuransi Yang Dibuktikan dengan Investasi (PNDI). Sebagai perusahaan asuransi yang terkemuka di Indonesia, kami turut berpartisipasi dalam mendukung masyarakat dengan melakukan berbagai program literasi dan edukasi keuangan di berbagai media dan platform komunikasi. Kami terus bekerja sama dengan AAJI dan pelaku industri asuransi jiwa lainnya. (*) Ar Nugroho

* Silakan laporan selengkapnya mengenai *Don't-Don't Unit link* di Majalah InfoBank No. 656, edisi Januari 2022.

berikut:

- Manfaat akhir pertanggungan sebesar nilai polis yang terbentuk
- Manfaat loyalitas
- Manfaat meninggal dunia:
 - Meninggal bukan karena kecelakaan: 200% premi sekaligus ditambah dengan nilai polis yang terbentuk
 - Manfaat meninggal karena kecelakaan: 400% premi sekaligus ditambah dengan nilai polis yang terbentuk

PERSPECTIVE



Unit Link: Stop Saja atau Dilanjutkan dengan Banyak Catatan

Eko B. Supriyanto

GEGER UNIT LINK. BOLA PANAS UNIT LINK LIAR KE mana-mana. Bahkan, sampai keluar ide moratorium dari Senayan. Sampai sekarang gonjang-ganjing *unit link* belum reda. Malah kian memanas karena penyelesaian kasus *unit link* ini juga tidak seragam, dan pilih kasih. Perlukah *unit link* distop penjualannya?

Menurut data Infobank Institute yang diolah dari data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dalam tiga tahun terakhir ini jumlah pengaduan ke OJK terus meningkat. Bahkan, lebih dari dua kali jika dibandingkan dengan posisi tujuh tahun lalu. Tahun 2015 pengaduan layanan mengenai asuransi baru 1.834, lalu menjadi 4.611 (pada Agustus 2021). Bisa jadi angkanya meningkat lagi pada akhir 2021 lalu.

Ada beberapa hal yang dikeluhkan: ketidaksesuaian produk, *unit link* disamakan dengan investasi, tidak ada *welcome call* kepada semua konsumen, keberatan turunnya investasi (*unit link*), minimnya bukti yang mendukung konsumen (rekaman) dan penolakan klaim (*pre-existing condition*), dan tidak paham ketentuan. Semua itu membuat pemegang polis "berteriak" keras sampai sekarang.

Setelah 25 tahun produk *unit link* gemuk, kini bencana pun datang. Bahkan, kasus *unit link* ini masuk ke gedung wakil rakyat, DPR RI Komisi XI yang mengunsi sektor keuangan dan perbankan. Sejumlah anggota Komisi XI dengan senang menerima umpan bola lambung dari para korban *unit link* ini. Lalu, terucap, perlu dilakukan moratorium penjualan *unit link* sampai masalahnya reda, atau dengan perbaikan.

Siapa yang salah dengan *unit link* ini? Menurut Infobank Institute, semua pihak punya kontribusi kesalahan. Dan, yang paling nyaring terdengar adalah *mis-selling*, dan OJK mengakui itu. Jualan *unit link* kayak sopir tembak. Habis jualan, ditinggal begitu saja. Urusan belakangan.

Isi "kepala" agen dan *sales* dengan model *multilevel marketing (MLM)* adalah komisi dan komisi. *Closing-closing* prospek. Isi pelatihannya motivasi dengan iming-iming hadiah jalan-jalan ke luar negeri. Sering kali yang jualan saudara dan teman sendiri. Para agen terlepas dari kantor perusahaan asuransi. Hal yang berbeda dengan sektor perbankan.

Pokoknya jualan, *closing* dan dapat komisi tebal. Titik. Padahal, ada kesalahan target pemasaran. Juga, kesalahan cara pemasaran. Lebih parah lagi, ada malapraktik dalam perekrutan agen asuransi. Plus diperparah dengan kesalahan pelatihan.

Bahkan, yang bikin geleng-geleng kepala adalah ketidaktepatan dalam struktur biaya. Pemberian komisi

yang sangat besar dengan durasi yang pendek, sementara usia polis dalam jangka waktu yang lebih panjang. Jadi, tidak heran kalau *sales* kayak sopir tembak.

Beberapa bank yang juga menjual produk asuransi (*bancassurance*) tidak sedikit yang "memeras" perusahaan asuransi dengan menetapkan *fee* yang tidak kecil. Bank memasukkan *fee* asuransi ini sebagai *fee based income* dan tentu pada akhirnya dibebankan ke tertanggung.

Perusahaan asuransi juga termasuk pihak yang perlu disalahkan. Sering kali perusahaan asuransi melepas agen tanpa pendidikan yang memadai. Rekrutmen *sales* seperti menjadi tanggung jawab agen sendiri. Tidak ada pendidikan yang memadai, kecuali motivasi yang berhalanya komisi.

Lebih parah lagi, pihak perusahaan asuransi pilih kasih dalam menyelesaikan masalah. Kasus Wanda Hamidah merupakan salah satu yang dikecualikan. Juga para kepala daerah yang keras menuntut, yang akhirnya "diselesaikan" masalahnya. Pun dengan seorang karyawan di Karawang yang melakukan hal sama. Terus "berteriak" lebih keras, lalu dibayar. Selesai.

Pilih kasih inilah yang membuat nasabah yang dirugikan terus berteriak dan tentu ini memperburuk risiko reputasi yang seharusnya dijaga oleh perusahaan asuransi. Reputasi bagi perusahaan jasa dan terutama asuransi menjadi penting dan utama, karena kalau tidak dijaga akan memperburuk masa depan perusahaan asuransi sendiri.

Itulah hal-hal yang perlu diperbaiki. Lantas, bagaimana masa depan *unit link*? Desakan untuk moratorium *unit link* tidak seharusnya dilakukan. *Unit link* tetap boleh dijual, tapi dengan banyak catatan. Ada hal-hal yang perlu dilakukan, yaitu kelembagaan seperti tata kelola termasuk sumber daya manusia dan *IT* serta modal minimum yang memadai. Selanjutnya, desain produk menyangkut klausul pilihan pemegang polis (*waiting period* dan cuti premi). Juga menyangkut investasi dana, seperti pembatasan ke pihak terkait dan transparansi *underlying* investasi.

Untuk *delivery* produk seperti agen asuransi harus punya bukti lulus pelatihan dan tentu ada *welcoming call* yang 100%. Dan, untuk pemantauan produk perlu laporan bulanan ke nasabah dan laporan kinerja produk ke OJK.

Nah, dengan perbaikan dan dukungan SE OJK, maka produk *unit link* bisa dilanjutkan. Silakan jualan produk *unit link* dengan cara-cara yang baik. Bukan dengan cara terus membodohi nasabah - yang jujur saja perlu dilakukan edukasi oleh semua pihak. Hal ini juga perlu didukung dengan pengaturan dan pengawasan ketat dari OJK. ●

Judul	Unit Link Turmoil Continuing to Grow Amid the Disappointment of Customers
Nama Media	Info Bank
Newstrend	Masalah Unit Link
Halaman/URL	80, 81
Tanggal Berita	2022-01-04
Sentimen	Netral

ENGLISH SECTION | UNIT LINK

Unit Link Turmoil Continuing to Grow Amid the Disappointment of Customers

By Kamoto Mohamad

UNIT LINKS HAVE CREATED A COMMOTION IN THE national insurance industry. Thousands of life insurance customers feel cheated by the unit link products and have closed their policies. In fact, there are 350 unit link customers who demand that their premiums be returned, without the yields promised by insurance product marketing agents. "I closed the policy in June 2020, then my complaints were not heard, we [my friends and I] conducted demonstrations in front of three insurance offices, we also had demonstrations in front of the OJK office. Then, in April 2021, we collectively started this forum," said Maria Trihartati, one of the unit link customers to Infobank on December 18, 2021.

Maria together with hundreds of unit link customers of AIA Insurance, AXA Mandiri, and Prudential Life Assurance, created a forum to voice their demands to the police office and to the People's Representative Council (DPR). In addition to ask the premiums that have been deposited to be returned, they also asked the Government and the Financial Services Authority (OJK) to stop the selling of unit link products. Some members of Commission XI of the House of Representatives (DPR) who have received many complaints from consumers in the insurance sector have also proposed a moratorium or temporary suspension of the sale of insurance products which are linked to investment (PAYDI). "We can do a moratorium, because we have had an experience on the similar case: there were problematic financial products, and, then, we stopped the selling of them," said Vera Febyanti, Member of Commission XI DPR RI, in a



meeting (RDP) with unit link victims and OJK on December 6, 2021.

However, Fathan Subchi, Deputy Chairman of Commission XI DPR, said that any steps and decisions made by OJK must go through a comprehensive study because lots of stakeholders have interests. "If a moratorium is implemented, the impact must be assessed first. The most important thing at this time is that there must be improvements starting from the business process, cost structure, and ways to sell unit link products. OJK should not only encourage the insurance industry to grow, but it should also—together with the industry—educate people. It is because by merely asking the industry to grow will result in the insurance companies that will justify any means they do in order to create products and sell them," he told Infobank last December.

Currently, OJK and the insurance industry are conducting a study to respond to various problems that have emerged and suggestions that have been submitted by the public, including the moratorium on the selling of unit-linked products. "If you make a wrong decision, it is feared that there will be shocks in the industry, so at this time, we and the association are conducting a comprehensive study, including improving the unit-linked products' regulations," M. Ihsanuddin, OJK Deputy Commissioner, told Infobank last month. In addition to unit link products, OJK will also revise regulations related to insurance brokerage and insurance technology activities.

Some life insurance companies will certainly be in trouble if the regulator decides to stop the selling of unit-linked products. This is because the products have become the engine of growth in life insurance premiums for the last 15 years. More than half of life insurance premium's income come from unit-linked products sold by 31 life insurance companies. According to data from Infobank Research Bureau, unit link products support 68.8% of gross life insurance premium income which is amounted to Rp 136.26 trillion per September 2021.

It means that unit link products are still in demand by the public despite the disappointment of a number of customers. According to OJK data, the number of conventional unit-linked customers in 2019 was 6.6 million, then decreased to 6.2 million in 2020 and then increased to 6.8 million in 2021. From new unit-linked

premium sales, it grew 16.30% to Rp 54.4 trillion, while continued premiums were stagnant, only increasing by 0.3% to Rp 38.90 trillion. This means, in the midst of bad news about some customers that have closed their policies, unit link premium sales are still growing.

The competition is very tight. Although it was coloured by a high-tension competition among the insurance companies, some unit link products managed to record premium growth in 2020. Asuransi Simas Jiwa managed to overtake Prudential Life Assurance, which had been the largest life insurance company for more than a decade.

According to Infobank Institute, there are three factors that have caused unit link products to develop rapidly, which was then accompanied by the disappointment of a number of their customers. One, the intense competition in the life insurance industry, so insurance companies must look for product innovations and marketing strategies to achieve growth. Because unit-linked products are proven to be effective in making people want insurance. Therefore, life insurance companies are competing to sell insurance products wrapped in investment. Life insurance companies are keen to offer unit links because the investment risk from unit links lies with the customers, so the companies do not need to prepare any technical reserves.

Even if the stock market crashes, it will not affect the admitted assets and eat up risk-based capital (RBC). Hence, when insurance companies have to go through a storm of crisis, but, because their premium production is supported by unit-linked products, their RBC is relatively safe. However, because the competition is very tight, life insurance companies that find themselves difficult to penetrate the unit-linked market try to make other innovations in the form of insurance products with fixed yields such as saving plans until they get problems of inability to pay the coverage to the customers.

Two, how insurance agents sell the products. They lure customers with the benefits of returns plus insurance protection without providing an understanding of the costs incurred and the investment risks that are in the hands of the policyholder. As a result, lots of unit-linked customers are just looking for their own understanding after the investment results are felt to be inconsistent with what was conveyed by insurance agents. The occurrence of mis-selling cases of insurance products is supported by a culture where transactions between insurance agents and consumers are more determined by emotional closeness, both family and friends.

Three, people's financial literacy is very low, plus a mindset that prioritizes investment over prudence in anticipating risk. According to OJK survey, people's literacy index in the insurance sector is only 10.40% in 2019, even in the capital market sector, it was only 4.92%. Therefore, it is natural that many people are easily entangled in fraudulent investment cases and unit link customers generally do not understand the risks involved in these products.

OJK has the authority to fix the three problems. Unit link products actually have no problem because a lot of life insurance companies have been proven to be able to market them well. If there is a marketing cost structure that is quite big, the company and marketers must inform potential customers openly. Therefore, there is a need for improvements in marketing communications and the companies must take responsibility for the ways and behaviours of their agents in selling the products.

OJK and the financial industry have to educate and increase public financial literacy. OJK must increase programs of consumers' financial education and knowledge on consumers' protection. In the report to Commission XI of DPR (the House of Representatives) last December, OJK said that from the total budget ceiling of Rp 6.21 trillion in 2021, only 78.28% that had been put into action per November. Meanwhile, the relatively small budget allocation for the consumers' financial education and protection of Rp 43.43 billion, which was later adjusted to Rp 40.29 billion, was only put into action at 64% in the end of November.

In fact, the widespread ease of access to various financial products and services that are not matched by adequate financial literacy often creates problems because people are provoked to buy products that are not necessarily in accordance with their needs or abilities. For example, online loan providers (*gajib*) which ignore whether their consumers have disposable income to pay the instalments or not. The most important thing for them is in distributing loans. The same condition happens in life insurance companies whose marketers are not open in explaining their products and risks; what they care about is that they are able to sell the products.

Unit links and saving plans grow at the meeting line between market demands and business innovations of life insurance companies. Insurance companies do have a market-oriented nature. Because people's financial literacy is still low, it is necessary for the Regulator to intervene so that people do not merely become objects of the market. In addition to being more active in educating the public, OJK must supervise and strengthen so that insurance companies have the ability to compete in a healthy way, especially since the market is still very large.

Statistically, it is true that investment-based insurance products have been the engine of premium income growth for the last 15 years. If the unit link moratorium is implemented, it could create market shocks and affect the interest of investors who have been injecting capital when many financial companies in Indonesia have difficulty in meeting their capital needs. What is urgently needed is how to fix the life insurance industry, starting from the ability to manage investments, the integrity, the ethics of the people working in the industry, and ways in selling the products. The life insurance industry must be encouraged to earn income and profits according to the insurance standard, namely by offering more insurance protection products and printing underwriting income. *

Judul Yuk, Beres-beres Unit Link!

Nama Media Info Bank

Newstrend Masalah Unit Link

Halaman/URL 26, 27, 28, 29

Tanggal Berita 2022-01-04

Sentimen Netral

FOCUS | UNIT LINK

Yuk, Beres-beres Unit Link!

Unit link merupakan produk asuransi yang advance. Perlu kecermatan untuk memahaminya, baik dari sisi pemasar maupun konsumennya. Jika tidak clear di kedua sisi itu, ujung-ujungnya akan timbul masalah, seperti yang terjadi sekarang ini. Apa yang harus dibenahi?

Oleh Ari Nugroho

PRODUK UNIT LINK BERKEMBANG PESAT DI Indonesia. Salah satu contohnya, pertumbuhan premi yang terus meningkat dan kontribusinya yang lebih dari sepuluh terhadap total pendapatan premi industri asuransi jiwa. Namun, harus diakui, unit link bukanlah produk yang sederhana karena sifatnya yang menggabungkan fitur produk keuangan investasi. Dalam melaksanakan asuransi, perlu pengetahuan dan komunikasi yang tepat agar bisa memahami benar-benar manfaat utamanya yang tidak terdapat di unit link. Informasi tentang unit link tak diabaikan teringat benar, justru sangat penting di sisi nasabah yang terdapat

Akhirnya, timbulah kekhawatiran. Begitu pun di sisi konsumen. Tak sederhana orang baik membeli unit link. Mengapa unit link dipasarkan secara selektif? Makin-makin unit link benar-benar dipukul kepada konsumen yang tepat, misalnya dari sisi ekonomi atau kebutuhan akan asuransi. Berkat dari permasalahan unit link, yang banyak muncul belakangan ini, jelas bahwa unit link harus dibenahi. Jika produk ini ke depan tetap ada, banyak diungkapkan harus diperbaiki, seperti tentang produk, cara kerja, dan biaya. Berharap ini adalah langkah awal dalam unit link yang perlu diperbaiki dalam skema produk ini.

1. CARA KERJA

Asuransi Kesehatan (KAS)

Asuransi kesehatan adalah asuransi jiwa yang memberikan manfaat berupa uang tunai atau biaya pengobatan kepada tertanggung jika meninggal dunia atau sakit rawat inap. Asuransi kesehatan juga dapat memberikan manfaat berupa uang tunai atau biaya pengobatan kepada tertanggung jika meninggal dunia atau sakit rawat inap. Asuransi kesehatan juga dapat memberikan manfaat berupa uang tunai atau biaya pengobatan kepada tertanggung jika meninggal dunia atau sakit rawat inap.

Pemilihan Asuransi (PA)

Pemilihan asuransi adalah proses memilih asuransi yang akan dibeli oleh nasabah. Proses ini melibatkan pertimbangan berbagai faktor, seperti biaya premi, manfaat, dan reputasi perusahaan asuransi. Pemilihan asuransi yang tepat sangat penting untuk memastikan bahwa nasabah mendapatkan manfaat yang maksimal dari produk asuransi yang dipilih.

Masyarakat

Masyarakat adalah kelompok orang yang tinggal di suatu wilayah tertentu. Dalam konteks asuransi, masyarakat adalah kelompok orang yang membeli asuransi jiwa. Masyarakat yang membeli asuransi jiwa diharapkan dapat menikmati manfaat asuransi yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi.

26 | **Infobank** Januari 2022

FOCUS | UNIT LINK

2. CARA KERJA

Asuransi Kesehatan (KAS)

Asuransi kesehatan adalah asuransi jiwa yang memberikan manfaat berupa uang tunai atau biaya pengobatan kepada tertanggung jika meninggal dunia atau sakit rawat inap. Asuransi kesehatan juga dapat memberikan manfaat berupa uang tunai atau biaya pengobatan kepada tertanggung jika meninggal dunia atau sakit rawat inap. Asuransi kesehatan juga dapat memberikan manfaat berupa uang tunai atau biaya pengobatan kepada tertanggung jika meninggal dunia atau sakit rawat inap.

Pemilihan Asuransi (PA)

Pemilihan asuransi adalah proses memilih asuransi yang akan dibeli oleh nasabah. Proses ini melibatkan pertimbangan berbagai faktor, seperti biaya premi, manfaat, dan reputasi perusahaan asuransi. Pemilihan asuransi yang tepat sangat penting untuk memastikan bahwa nasabah mendapatkan manfaat yang maksimal dari produk asuransi yang dipilih.

Masyarakat

Masyarakat adalah kelompok orang yang tinggal di suatu wilayah tertentu. Dalam konteks asuransi, masyarakat adalah kelompok orang yang membeli asuransi jiwa. Masyarakat yang membeli asuransi jiwa diharapkan dapat menikmati manfaat asuransi yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi.

4. PEREMI

Peraturan Perundang-undangan

Peraturan perundang-undangan adalah peraturan yang dibuat oleh pemerintah yang memiliki kekuatan hukum memaksa. Peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan asuransi jiwa meliputi Undang-Undang No. 41 Tahun 2004 tentang Asuransi Jiwa dan Peraturan Pemerintah No. 101 Tahun 2000 tentang Pelaksanaan Undang-Undang No. 41 Tahun 2004 tentang Asuransi Jiwa.

Peran Peremi

Peran peremi adalah peran perusahaan asuransi jiwa yang menjual produk asuransi jiwa kepada nasabah. Peremi bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk asuransi jiwa yang dijualnya memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh peraturan perundang-undangan dan memberikan manfaat asuransi yang sesuai dengan perjanjian yang dibuat dengan nasabah.

Dasar Hukum

Dasar hukum asuransi jiwa adalah Undang-Undang No. 41 Tahun 2004 tentang Asuransi Jiwa. Undang-Undang ini mengatur tentang prinsip-prinsip asuransi jiwa, hak dan kewajiban perusahaan asuransi jiwa, hak dan kewajiban nasabah, serta prosedur klaim asuransi jiwa.

28 | **Infobank** Januari 2022

FOCUS | UNIT LINK

2. PRODUK

Produk

Produk asuransi jiwa adalah produk yang memberikan manfaat berupa uang tunai atau biaya pengobatan kepada tertanggung jika meninggal dunia atau sakit rawat inap. Produk asuransi jiwa yang populer di Indonesia meliputi Asuransi Kesehatan, Asuransi Jiwa, dan Asuransi Tabung. Produk asuransi jiwa yang populer di Indonesia meliputi Asuransi Kesehatan, Asuransi Jiwa, dan Asuransi Tabung.

Pemilihan Asuransi (PA)

Asuransi Kesehatan (KAS)

Asuransi kesehatan adalah asuransi jiwa yang memberikan manfaat berupa uang tunai atau biaya pengobatan kepada tertanggung jika meninggal dunia atau sakit rawat inap. Asuransi kesehatan yang populer di Indonesia meliputi Asuransi Kesehatan, Asuransi Jiwa, dan Asuransi Tabung.

Masyarakat

Masyarakat

Masyarakat adalah kelompok orang yang tinggal di suatu wilayah tertentu. Dalam konteks asuransi, masyarakat adalah kelompok orang yang membeli asuransi jiwa. Masyarakat yang membeli asuransi jiwa diharapkan dapat menikmati manfaat asuransi yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi.

3. AGEN

Asuransi Kesehatan (KAS)

Asuransi kesehatan adalah asuransi jiwa yang memberikan manfaat berupa uang tunai atau biaya pengobatan kepada tertanggung jika meninggal dunia atau sakit rawat inap. Asuransi kesehatan yang populer di Indonesia meliputi Asuransi Kesehatan, Asuransi Jiwa, dan Asuransi Tabung.

Pemilihan Asuransi (PA)

Asuransi Kesehatan (KAS)

Asuransi kesehatan adalah asuransi jiwa yang memberikan manfaat berupa uang tunai atau biaya pengobatan kepada tertanggung jika meninggal dunia atau sakit rawat inap. Asuransi kesehatan yang populer di Indonesia meliputi Asuransi Kesehatan, Asuransi Jiwa, dan Asuransi Tabung.

Masyarakat

Masyarakat adalah kelompok orang yang tinggal di suatu wilayah tertentu. Dalam konteks asuransi, masyarakat adalah kelompok orang yang membeli asuransi jiwa. Masyarakat yang membeli asuransi jiwa diharapkan dapat menikmati manfaat asuransi yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi.

29 | **Infobank** Januari 2022

FOCUS | UNIT LINK

6. KOMISI AGEN & KANTOR CABANG

Asuransi Kesehatan (KAS)

Asuransi kesehatan adalah asuransi jiwa yang memberikan manfaat berupa uang tunai atau biaya pengobatan kepada tertanggung jika meninggal dunia atau sakit rawat inap. Asuransi kesehatan yang populer di Indonesia meliputi Asuransi Kesehatan, Asuransi Jiwa, dan Asuransi Tabung.

Pemilihan Asuransi (PA)

Asuransi Kesehatan (KAS)

Asuransi kesehatan adalah asuransi jiwa yang memberikan manfaat berupa uang tunai atau biaya pengobatan kepada tertanggung jika meninggal dunia atau sakit rawat inap. Asuransi kesehatan yang populer di Indonesia meliputi Asuransi Kesehatan, Asuransi Jiwa, dan Asuransi Tabung.

Masyarakat

Masyarakat adalah kelompok orang yang tinggal di suatu wilayah tertentu. Dalam konteks asuransi, masyarakat adalah kelompok orang yang membeli asuransi jiwa. Masyarakat yang membeli asuransi jiwa diharapkan dapat menikmati manfaat asuransi yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi.

6. BANCASSURANCE

Asuransi Kesehatan (KAS)

Asuransi kesehatan adalah asuransi jiwa yang memberikan manfaat berupa uang tunai atau biaya pengobatan kepada tertanggung jika meninggal dunia atau sakit rawat inap. Asuransi kesehatan yang populer di Indonesia meliputi Asuransi Kesehatan, Asuransi Jiwa, dan Asuransi Tabung.

Pemilihan Asuransi (PA)

Asuransi Kesehatan (KAS)

Asuransi kesehatan adalah asuransi jiwa yang memberikan manfaat berupa uang tunai atau biaya pengobatan kepada tertanggung jika meninggal dunia atau sakit rawat inap. Asuransi kesehatan yang populer di Indonesia meliputi Asuransi Kesehatan, Asuransi Jiwa, dan Asuransi Tabung.

Masyarakat

Masyarakat adalah kelompok orang yang tinggal di suatu wilayah tertentu. Dalam konteks asuransi, masyarakat adalah kelompok orang yang membeli asuransi jiwa. Masyarakat yang membeli asuransi jiwa diharapkan dapat menikmati manfaat asuransi yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi.

29 | **Infobank** Januari 2022

Judul	Prudential Indonesia Gandeng Kipin School untuk Tingkatkan Literasi Keuangan Pada Anak
Nama Media	Industry.co.id
Newstrend	Kerjasama Prudential Indonesia dan Kipin School
Halaman/URL	https://www.industry.co.id/read/100287/prudential-indonesia-gandeng-kipin-school-untuk-tingkatkan-literasi-keuangan-pada-anak
Tanggal Berita	2022-01-04
Sentimen	Netral

Prudential Indonesia Gandeng Kipin School untuk Tingkatkan Literasi Keuangan Pada Anak

Oleh: **Herry Barus** | Selasa, 04 Januari 2022 - 10:40 WIB



Facebook Twitter LinkedIn WhatsApp Linc

Berita Terkait



Penerapan Teknologi Face Biometrik Bakal Ikut Kembangkan Masa Depan eKYC Pasca Pandemi Covid-19

Sadhguru: Dedikasikan Tahun 2022 untuk Menciptakan Planet yang Sadar

Ekosistem Indonesia Berbondong-bondong Bekerjasama Baru Bank Allo Selesaikan Layanan Bank Digital

INDUSTRY.co.id - Jakarta- Mengajarkan anak cara mengelola keuangan akan sangat bermanfaat bagi anak di kemudian hari. Dengan bekal pemahaman sejak dini, anak dapat tumbuh menjadi sosok yang mandiri secara finansial. Itulah yang membuat PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) bekerja sama dengan Kipin School, aplikasi sarana belajar berbasis digital untuk sekolah-sekolah di Indonesia.

Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) ketiga yang dilakukan OJK pada 2019, tercatat indeks literasi keuangan di Indonesia masih tergolong rendah, yaitu 38,03%. Oleh karena itu, Prudential Indonesia menjalin kerja sama dengan berbagai mitra termasuk Kipin School untuk memperluas jangkauan kurikulum Cha-Ching, guna membantu mengatasi masalah rendahnya kesadaran literasi keuangan di Indonesia.

Kurikulum Cha-Ching merupakan program dari Prudence Foundation yang mengajarkan konsep dasar keuangan untuk anak usia 7 sampai 12 tahun. Empat konsep dasar tersebut adalah Men peroleh (Earn), Menyimpan (Save), Membelanjakan (Spend), dan Menyumbangkan (Donate). Selain bermanfaat untuk anak, kurikulum Cha-Ching dapat membantu orang tua dalam membimbing anak untuk mulai belajar mengatur keuangan sejak dini. Program ini juga ditayangkan melalui kanal TV dan Youtube, dan telah diimplementasikan di 12 negara di Asia dan Afrika.

Indrijati Rahayoe, Chief Human Resources & Community Investment Officer Prudential Indonesia, mengatakan, "Prudential Indonesia berkomitmen untuk terus melanjutkan inisiatif Community Investment guna meningkatkan literasi keuangan masyarakat Indonesia, termasuk anak-anak. Untuk mewujudkannya, kolaborasi dengan pihak eksternal sangatlah penting, karena itu kami menggandeng Kipin School dalam kesempatan ini."

Dengan jangkauan digital Kipin School yang luas, Prudential Indonesia berharap semakin banyak juga anak-anak yang paham mengelola keuangan melalui kurikulum Cha-Ching. "Kami melihat antusiasme anak-anak cukup tinggi, terlihat lebih dari 3.000 anak yang sudah mendaftar program kurikulum Cha-Ching di Aplikasi Kipin School sejak akhir November 2021. Semoga dalam delapan bulan ke depan, program ini bisa menjangkau hingga 100.000 anak," tambah Indrijati.

Steffina Yuli, VP Business Development Kipin School, juga menambahkan, "Salah satu isu utama pembelajaran digital adalah akses internet yang tidak merata. Menjawab masalah tersebut, Kipin School memberikan akses pendidikan yang efisien dan tepat guna, tanpa perlu menggunakan internet. Kami sangat antusias dalam melakukan kerja sama ini untuk turut berperan dalam meningkatkan pengetahuan terkait ilmu manajemen keuangan khususnya bagi anak-anak di seluruh Indonesia."

Penerapan kurikulum Cha-Ching pada Kipin School dikemas secara kreatif sehingga bisa menarik perhatian anak untuk belajar tentang keuangan. Seperti menggunakan kuis dan weekly challenge. Di akhir sesi, Kipin School akan memberikan merchandise dan sertifikat sebagai tanda penghargaan setelah menyelesaikan dan memahami materi kurikulum Cha-Ching.

Kurikulum Cha-Ching dapat diakses dengan mudah kapan pun dan di mana pun melalui aplikasi Kipin School 4.0 yang dapat diunduh di Google Play Store atau App Store. Setelah melakukan pendaftaran, proses pembelajaran bisa langsung dimulai dengan memilih opsi "Sekolahku", lalu pilih "Video Cha-Ching Curriculum" untuk mengakses seluruh materi video kurikulum Cha-Ching, yang berisikan enam video pembelajaran bertahap tentang literasi keuangan.

Sebelumnya, kurikulum Cha-Ching sudah aktif diterapkan sejak 2017 di berbagai daerah termasuk DKI Jakarta, Sidoarjo, Trenggalek dan Bitar, yang mencakup sebelas juta murid, 146.799 diantaranya dari sekolah dasar, dan melibatkan 4.828 guru dari 2.675 sekolah yang tersebar di daerah-daerah tersebut. Memasuki pandemi di awal 2020, Prudential Indonesia bergerak cepat dan mengadaptasi kurikulum Cha-Ching ke dalam format daring menjadi Cha-Ching Kids at Home.

Hingga kini, Prudential Indonesia terus berkomitmen ke depannya untuk memperluas jangkauan kurikulum Cha-Ching sehingga makin banyak anak-anak yang paham dasar pengelolaan keuangan.

Judul	BPJS Kesehatan Luncurkan Layanan Syariah
Nama Media	Serambi Indonesia
Newstrend	JKN-KIS BPJS Kesehatan Syariah
Halaman/URL	3
Tanggal Berita	2022-01-04
Sentimen	Netral



FOTO BERSAMA - Gubernur Aceh, Nova Irwansyah dan Direktur Utama BPJS Kesehatan, Ali Ghufron Mukti didampingi Direktur Perencanaan, Pengembangan dan Manajemen Risiko BPJS Kesehatan, Mahlii Ruby, Direktur Pengawasan, Pemenuhan dan Hubungan Antar Lembaga BPJS Kesehatan, Mundihamo, Ketua Dewan Jaminan Sosial Nasional, Andie Megartara, Ketua Dewan Syariah Aceh, M Shabri, Asisten Bidang Pemerintahan dan Keistimewaan Sekda Aceh, M Jafar, Kepala Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Aceh, Yuni, Wakil Wali Kota Banda Aceh, Zainal Anfin dan Perwakilan Bank Indonesia Aceh, saat menekan tombol peluncuran Layanan syariah BPJS Kesehatan, Senin (3/1) di Anjong Mon Mata, Banda Aceh.

BPJS Kesehatan Luncurkan Layanan Syariah

BANDA ACEH - Dalam rangka mendukung Ganun Layanan Keuangan Syariah (LKS) di Aceh, BRIS Kesehatan resmi menghadirkan layanan syariah Program JKN-KIS. Layanan syariah BRIS Kesehatan diluncurkan Gubernur Aceh, Nova Irwansyah dan Direktur Utama BRIS Kesehatan, Ali Ghufron Mukti, di Anjong Mon Mata, Banda Aceh, Senin (3/1).

Sesuai Ganun Nomor 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah, setidaknya ada lima prinsip harus dipenuhi dalam menyelenggarakan asuransi syariah. Pertama, dana tabarru' sepenuhnya milik shahibul maal. Kedua, dana tabarru' sepenuhnya dikelola oleh muharrib pemegang amanah. Ketiga, muharrib tidak ikut dalam pengambilan keuntungan dan pertanggungans risiko terhadap dana tabarru'. Keempat, sistem pertanggungans risiko dengan cara saling bagi risiko.

Kelima, tidak ada pertanggungans risiko dari peserta kepada perusahaan asuransi. "Sebenarnya langkah kami sudah sejalan dengan prinsip-prinsip syariah tersebut sejak awal beroperasi menyelenggarakan Program JKN-KIS. Pertama, Dana Jaminan Sosial (DSJ) adalah dana amanat milik seluruh peserta yang dikelola BRIS Kesehatan untuk memberikan manfaat kepada peserta. Dana ini digunakan sebesar-besarnya untuk kepentingan peserta. BRIS Kesehatan tidak mengambil keuntungan karena BRIS Kesehatan mengikhtisarkan prinsip 'mala'." ujar Direktur Utama BRIS Kesehatan, Ali Ghufron Mukti.

Sebagaimana halnya BRIS Kesehatan juga mengelola Program JKN-KIS berdasarkan prinsip gotong royong dan kebersamaan antar-peserta dalam menanggung beban biaya jaminan sosial. Ia menjelaskan, Customer Journey seseorang menjadi peserta JKN-KIS dimulai dengan mengisi Daftar Isian Peserta (DIP). DIP tersebut telah disesuaikan menjadi akad tertulis antara peserta dengan BRIS Kesehatan, sesuai dengan prinsip syariah. Melakui akad tersebut, peserta menyetujui iuran yang dibayarkan sebagai hibah untuk menolong peserta lain sebagai bentuk gotong royong.

Peserta juga memberikan kuasa kepada BRIS Kesehatan untuk mengelola dana amanat milik peserta dan hasil pengembangannya untuk memberikan manfaat kepada peserta. Ghufron juga menambahkan, dalam melakukan aktivitas investasi, BRIS Kesehatan menetapkan kebijakan, pedoman dan pengalokasian risiko investasi yang tidak bertentangan dengan syarat yang ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), yaitu pelaksanaan transaksi menurut prinsip kehati-hatian serta tidak diperbolehkan melakukan spekulasi dan manipulasi yang di dalamnya mengandung unsur dharar, gharar, riba, maistr,

risyah, maksiat dan kezaliman. Adapun investasi Dana Jaminan Sosial juga telah ditempatkan dalam instrumen investasi di bank syariah. "Kami juga telah melakukan pembahasan bersama Dewan Syariah Nasional (DSN) dan MUI terkait pembentukan Dewan Pemantau Syariah (DPS) BRIS Kesehatan. Dan mulai hari ini kami resmi melakukan penyesuaian SOP layanan kepada peserta di Kantor BRIS Kesehatan se-Provinsi Aceh, antara lain dengan mengubah sistem ex-ante (sebelum pengisian/score) menjadi sistem ismi (sesama-muallakum wr'wb/assalamu'alaikum wr'wb), penggunaan seragam syari' dan persiapan formulir DIP," kata Ghufron.

Judul	Program JKN-KIS Sesuai Syariah Sektor Jasa Keuangan Stabil
Nama Media	Analisa Daily
Newstrend	JKN-KIS BPJS Kesehatan Syariah
Halaman/URL	14
Tanggal Berita	2022-01-04
Sentimen	Netral

Penyelenggaraan Program JKN-KIS Sesuai Syariah

Banda Aceh, (Analisa)

Dalam upaya mendukung Qanun Layanan Keuangan Syariah (LKS) di Aceh, Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan resmi menghadirkan layanan syariah program Jaminan Kesehatan Nasional - Kartu Indonesia Sehat (JKN-KIS).

Direktur Utama BPJS Kesehatan Ali Ghufron Mukti di sela-sela peluncuran program itu di Anjong Mon Mata Kompleks Pendopo Gubernur Aceh, Senin (3/1), mengatakan sesuai Qanun Nomor 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah, setidaknya ada lima prinsip yang harus dipenuhi dalam menyelenggarakan asuransi syariah.

Pertama, dana tabarru' sepenuhnya

miliki shahibul maal. Kedua, dana tabarru' sepenuhnya dikelola oleh mudharrib pemegang amanah. Ketiga, mudharrib tidak ikut dalam pengambilan keuntungan dan pertanggung jawaban risiko terhadap dana tabarru'. Keempat, sistem pertanggung jawaban risiko dengan cara saling bagi risiko. Kelima, tidak ada perpindahan risiko dari peserta kepada perusahaan asuransi.

"Sebenarnya langkah kami sudah selaras dengan prinsip-prinsip syariah tersebut sejak awal beroperasi menyelenggarakan Program JKN-KIS. Pertama, Dana Jaminan Sosial (DSJ) adalah dana amanat milik seluruh peserta yang dikelola BPJS Kesehatan untuk memberikan manfaat kepada peserta," jelasnya.

Dana tersebut digunakan sebesar-besarnya untuk kepentingan peserta. BPJS Kesehatan tidak mengambil keuntungan karena BPJS Kesehatan mengelolanya berdasarkan prinsip nir-laba. Kemudian, BPJS Kesehatan juga mengelola Program JKN-KIS berdasarkan prinsip gotong-royong dan kebersamaan antarpeserta dalam menanggung beban biaya jaminan sosial.

Dia menerangkan bahwa dalam melakukan aktivitas investasi, BPJS Kesehatan menetapkan kebijakan, pedoman dan pengelolaan risiko investasi yang tidak bertentangan dengan syariat yang ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), yaitu pelaksanaan transaksi menurut prinsip kehati-hatian serta tidak diperbolehkan melakukan spekulasi dan manipulasi yang di dalamnya mengandung unsur dharar, gharar, riba, maisir, risywah, maksiat dan kezaliman. Adapun investasi Dana Jaminan Sosial juga telah ditempatkan dalam instrumen investasi di bank syariah.

Sementara itu, Gubernur Aceh Nova Iriansyah mengatakan bahwa Qanun LKS bertujuan menata lembaga keuangan syariah dalam mewujudkan ekonomi masyarakat Aceh yang sesuai dengan syariat Islam.

Dengan Qanun tersebut, seluruh lembaga keuangan di Aceh diwajibkan berbenah diri dan beralih dari konvensional ke syariah, dan ditargetkan tuntas pada Januari 2022.

Ketua Dewan Jaminan Sosial Nasional Andie Megantara yang turut hadir dalam kesempatan tersebut, mengungkapkan bahwa penyelenggaraan Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN) telah sejalan dengan prinsip syariah, yang dalam syariah dikenal dengan ta'awun yaitu tolong-menolong dalam kebaikan. (ags)



Analisa/istimewa

PELUNCURAN: Gubernur Aceh, Nova Iriansyah, Direktur Utama BPJS Kesehatan, Ali Ghufron Mukti, Ketua Dewan Jaminan Sosial Nasional, Andie Megantara dan pejabat terkait lainnya saat peluncuran layanan syariah BPJS Kesehatan di Aceh yang berlangsung di Anjong Mon Mata Kompleks Pendopo Gubernur Aceh, Senin (3/1).

Judul	Transformasi Berkelanjutan BRI, 126 Tahun Memberi Makna Indonesia
Nama Media	Info Bank
Newstrend	126 Tahun BRI
Halaman/URL	8, 9
Tanggal Berita	2022-01-04
Sentimen	Netral



Transformasi Berkelanjutan BRI, 126 Tahun Memberi Makna Indonesia

Selama 126 tahun, BRI sudah banyak berkontribusi bagi perekonomian nasional dan sektor UMKM. Transformasi berkelanjutan yang dilakukan BRI, termasuk digitalisasi diyakini akan membuat perseoran kecil tangguh dan mampu menjawab tantangan di era "metaverse".



PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK atau BRI genap berusia 126 tahun pada 16 Desember 2021 lalu. Sepanjang 126 tahun berkiprah di industri perbankan, BRI terus berkarya memberi makna Indonesia. Sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia, BRI menggerakkan seluruh sumber daya untuk mendorong pemulihan ekonomi, terutama segmen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Upaya itu dibarengi sejumlah transformasi yang dilakukan BRI untuk memperkuat lini bisnisnya.

Dalam peringatan Hari Ulang Tahun BRI ke-126, Direktur Utama BRI Sunarno menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh insan BRILian (Pekerja BRI) atas semangat dan kerja kerasnya, sehingga perseoran mampu mempertahankan kinerja positif di tengah situasi penuh tantangan akibat pandemi COVID-19.

Di hadapan lebih dari 125 ribu pekerja BRI di seluruh Indonesia, secara daring (online), Sunarno memberikan apresiasi terbesarnya bagi insan BRILian yang senantiasa bekerja dan mengawal proses transformasi BRI sejak 2016.

"Transformasi ini kita suakan dengan

blueprint IRRevolution. Bayangkan, kita bisa mentransformasi digitalisasi dan culture bahkan sebelum pandemi COVID-19, sehingga kita lebih siap menghadapi "tsunami" COVID-19," kata Sunarno. Segmen UMKM yang menjadi backbone BRI berhasil melewati tantangan pandemi berkat transformasi digital. Per September 2021, BRI secara konsolidasi mencatatkan pertumbuhan aset 11,87% year-on-year (yoy), atau menjadi Rp1.619,77 triliun. Kepercayaan nasabah untuk menepatkan dana di BRI pun terjaga dengan baik, di mana penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) tumbuh menjadi Rp1.135,31 triliun.

"Dana yang masyarakat simpan sebagian besar kami salurkan kredit untuk memstimulasi pertumbuhan ekonomi," sehingga pada posisi September 2021, kredit di BRI menembus Rp1.026 triliun atau tumbuh 9,74% yoy, di tengah situasi melambatnya kredit, kami masih tumbuh kuat. Dan kemudian aset-aset itu kita kelola dengan sangat hati-hati, dengan prudential principle yang tinggi, sehingga di tengah tekanan kualitas kredit akibat dampak pandemi dan melambatnya

perekonomian, BRI berhasil melalui berbagai program restrukturisasi dan BRI juga masih tetap tumbuh secara selektif," papar Sunarno.

Di usanya yang ke-126, BRI secara aktif meneruskan komitmennya untuk mengakselerasi pemulihan ekonomi nasional. Kinerja keuangan yang solid membuat BRI mempunyai ruang untuk memacu pertumbuhan ekonomi lewat ekspansi kredit. Kemampuan ekspansi ini terdorong dari Loan to Deposit ratio (LDR) yang masih di level 83%. Ini juga disokong pemodalannya yang kuat dengan Capital Adequacy Ratio (CAR) sebesar 24%, jauh di atas threshold yang diatur regulator.

"Bagaimana kita melihat peluang ke depan? LDR kita berada di kisaran 83% sejalan yang optimal, bahkan regulator membolehkan batasan atas 92%, artinya BRI masih punya ruang yang cukup secara likuiditas untuk menumbuhkan kredit. Maka BRI masih punya kesempatan untuk tumbuh secara agresif ke depan, tentu agresif yang disertai dengan kehati-hatian," ungkapnya.

Sejalan dengan visi menjadi The Most Valuable Banking Group in Southeast Asia & Champion Of Financial Inclusion, BRI tidak hanya memacu pertumbuhan bisnis secara organik, tapi juga anorganik. Selama pandemi, setidaknya BRI telah melakukan 3 aksi korporasi besar. Pertama, melalui konsolidasi Bank Syariah Indonesia, di mana saham BRI Syariah mengalami peningkatan signifikan, dari sebelum konsolidasi sekitar Rp600 per saham, naik hingga kisaran harga Rp3.000 per saham. Kedua adalah anak usaha di bidang asuransi jiwa, BRI Life. Valuasi BRI Life telah mencapai Rp7,5 triliun di tahun 2021. BRI sebelumnya mengakuisisi BRI Life dengan nilai Rp1,6 triliun di tahun 2015. Selain itu, BRI juga mendapatkan mitra cash business access fee sebesar Rp 4,4 triliun yang dibayar secara bertahap di tahun 2021-2024.

Ketiga, BRI telah melakukan aksi korporasi Penambahan Modal melalui Hak



Memesan Etek Terebih Dahulu (PMMETO) atau rights issue dalam rangka pembentukan ekosistem ultra mikro. Total nilai right issue BRI mencapai Rp95,9 triliun. Pencapaian itu menjadikan rights issue BRI sebagai yang terbesar di kawasan Asia Tenggara, peringkat ke-3 Rights Issue di Asia dan nomor 7 di seluruh Dunia.

"Maka kita makin meyakini bahwa penahanan anak itu ada karena untuk menjalankan fungsi dalam rangka value creation terhadap BRI Group. Perusahaan anak setidaknya kita fungsikan, kita perankan untuk mendiversifikasi income. Yang kedua adalah melakukan spreading risk, supaya risiko kita tidak menumpuk di satu item-item. Dan kemudian yang terakhir rasanya kita sadari ialah untuk memperkuat dan memperluas customer base," papar Sunarno.

Di samping itu, BRI juga terus melakukan transformasi manajerial dan kultur demi meningkatkan tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance/ GCG). Praktik GCG ini salah satunya terdorong dari pengukuran-pengukuran yang dilakukan pihak independen. Sunarno mengapresiasi seluruh Insan BRILian atas pencapaian GCGI (Corporate Governance Perception Index) yang tertinggi di antara seluruh BUMN.

Dalam semangat IRRevolution 2.0 yang sedang dilakukannya, Sunarno menekankan pentingnya efisiensi organisasi sekaligus kultur agility. Maka perseoran menyederhanakan hierarki organisasi menjadi lebih flat dan agile. Perseoran juga menaruh atensi terhadap isu-isu krusial, salah satunya Environment, Social and Governance (ESG). Sebagai bukti keseriusan dalam mengkomodifikasi penetapan

ESG dalam operasional bisnis, BRI membentuk unit khusus di usanya yang ke-126 ini. IRRevolution 2.0 menjadi kelanjutan transformasi IRRevolution 1.0. Adanya pandemi membuat transformasi BRI dilanjutkan menjadi IRRevolution 2.0, dan visi besar BRI turut diubah menjadi The Most Valuable Banking Group in Southeast Asia.

"Transformasi yang dilakukan oleh BRI difokuskan pada dua area utama, yakni digital dan culture. Transformasi digital dilakukan dengan fokus untuk mendapatkan efisiensi melalui digitalisasi proses bisnis, dan menciptakan value baru melalui new business model," ungkap Sunarno. Sunarno menambahkan bahwa dalam mewujudkan visi BRI tahun 2025, BRI sudah memulai dan tengah mengimplementasikan misalif strategis dalam IRRevolution 2.0, dan yang paling ambisius dan akan menjawab target menantang BRI kedepan dinamakan sebagai Moonshot. Terdapatnya ada 4 inisiatif Moonshot. Di luar itu, masih ada sejumlah inisiatif lain yang menjadi langkah konkret BRI dalam meningkatkan financial value, sustainability perusahaan, serta social value bagi masyarakat Indonesia.

Enik Thohir Pui Inisiatif "Moonshot" IRRevolution 2.0

Inisiatif strategis BRI dalam upaya mencapai visi tahun 2025 sebagai The Most Valuable Banking Group in Southeast Asia & Champion of Financial Inclusion, mendapat apresiasi dari Menteri BUMN Enik Thohir. Inisiatif yang dinamakan Moonshot tersebut diyakini akan membuat BRI mampu menjawab tantangan pesatnya perkembangan teknologi, khususnya di era "metaverse". Enik menyebut bahwa jangkauan bisnis yang sudah tersebar hingga ke wilayah

rural membuat BRI dapat lebih agile dalam penerapan digitalisasi. Enik mengapresiasi BRI yang telah melakukan transformasi dan menyiapkan berbagai langkah strategis untuk menghadapi tantangan ke depan. Menurut Enik, penguatan teknologi yang dilakukan BRI dapat merangsang klusterisasi usaha yang digodok oleh BRI.

"Saya ingin melihat ekosistemnya dibangun. Bahaya kalau kita membuat klusterisasi tanpa menyiapkan metaverse. Tapi saya percaya BRI yang sudah punya brand di pedesaan, UMKM, bisa membuat strategi "moonshot" dari perusahaan yang bisa berjalan optimal," kata Enik dalam Rapat Kerja Nasional (Rakernas) BRI yang juga dihadiri oleh Menteri BUMN RI Enik Thohir dan juga Wakil Menteri BUMN sekaligus Komisioner Utama BRI Kamika Wipratodjo beberapa waktu lalu.

Kemampuan BRI yang agresif melakukan ekspansi semakin didukung dengan integrasi dan konsolidasi anak usaha melalui Holding BUMN Ultra Mikro. BRI kini terkonsolidasi dengan PT Pegadaian dan PT Pemodal Nasional Mandiri (PMMN) yang kuat di segmen ultra mikro dan mikro. Kehadiran Holding BUMN Ultra Mikro disebut Enik dapat menjadi lokomotif pemulihan ekonomi. Dengan memantik pemodalannya di segmen Ultra Mikro, Enik optimistis pemulihan ekonomi nasional dapat terakselerasi secara optimal.

BRI diharapkan dapat menjadi garda terdepan dalam penyediaan pemodalannya bagi segmen ultra mikro dan UMKM. Komposisi segmen UMKM dalam proposi kredit BRI diproyeksikan bisa mencapai 85% pada 2025. "Saya ingin memastikan, dengan holding BUMN Ultra Mikro, menjadikan BRI sebagai leader yang akan memastikan UMKM berkembang baik dan menjadi besar," jelas Enik. ■

Judul	OJK pastikan Stabilitas Jasa Keuangan
Nama Media	Tribun Batam
Newstrend	Kinerja Sektor Jasa Keuangan 2021
Halaman/URL	3
Tanggal Berita	2022-01-04
Sentimen	Netral

OJK Pastikan Stabilitas Jasa Keuangan

BATAM, TRIBUN - Otoritas Jasa Keuangan mencatat stabilitas sektor jasa keuangan hingga akhir 2021 tetap terjaga diiringi dengan fungsi intermediasi perbankan dan penghimpunan dana di pasar modal yang terus membaik. Kondisi ini didorong oleh terkendalinya pandemi Covid-19, pulihnya mobilitas dan meningkatnya kegiatan perekonomian.

Penghimpunan dana di pasar modal hingga 24 Desember tercatat sebesar Rp 358,4 triliun, merupakan nilai tertinggi sepanjang sejarah dengan emiten baru tercatat sebanyak 55 emiten. Penghimpunan dana ini mayoritas digunakan sebagai modal kerja. Sementara fungsi intermediasi perbankan pada November 2021 tumbuh sebesar 4,82 persen yoy atau 4,17 persen ytd didorong peningkatan pada kredit UMKM dan ritel.

Indikator perekonomian domestik juga menunjukkan perbaikan yang terus berlanjut. Indikator-indikator sektor riil seperti Purchasing Managers Index (PMI) Manufaktur, Indeks Keyakinan Konsumen, Penjualan Kendaraan dan lowongan pekerjaan terus meningkat.

Sementara itu, sektor eksternal juga terus membaik ditunjukkan oleh surplus neraca perdagangan dan peningkatan cadangan devisa. Hal ini diperkirakan dapat menyediakan buffer untuk meredam dampak normalisasi kebijakan moneter bank sentral utama khususnya The Fed.

Sejalan dengan itu, pasar saham Indonesia masih menguat. Hingga 24 Desember 2021, IHSG tercatat menguat sebesar 0,4 persen mtd ke level 6.563 dengan non residen mencatatkan inflow sebesar Rp 0,94 triliun. Sementara di pasar SBN, non residen mencatatkan outflow sebesar Rp 24,99 triliun se-

OJK secara konsisten melakukan asesmen terhadap perekonomian dan sektor jasa keuangan bersama dengan pemerintah dan otoritas terkait serta para stakeholder dalam rangka menjaga stabilitas sistem keuangan

WIMBOH SANTOSO
Ketua Dewan Komisiner OJK

hingga mendorong rerata yield SBN naik 8 bps mtd pada seluruh tenor.

Di industri perbankan, mayoritas sektor utama kredit mencatatkan kenaikan terutama pada sektor pengolahan dan rumah tangga masing-masing sebesar Rp 24,9 triliun dan Rp 9,1 triliun. Sementara itu, Dana Pihak Ketiga (DPK) mencatatkan pertumbuhan sebesar 10,48 persen yoy atau 9,98 persen ytd.

Di sektor IKNB, sektor asuransi berhasil menghimpun premi pada bulan November 2021 sebesar Rp26,1 triliun dengan premi Asuransi Jiwa sebesar Rp 16,3 triliun, serta Asuransi Umum dan Reasuransi sebesar Rp9,8 triliun. Selain itu, Fintech peer to peer (P2P) lending pada November 2021 terus mencatatkan pertumbuhan outstanding pembiayaan sebesar 106,6 persen yoy atau meningkat Rp1,2 triliun (ytd Rp13,8 triliun).

Sementara itu, piutang perusahaan pembiayaan tercatat relatif stabil pada level Rp363 triliun.

Profil risiko lembaga jasa keuangan pada November 2021 masih terjaga dengan rasio NPL net tercatat turun menjadi 0,98 persen

(NPL gross: 3,19 persen) dan rasio NPF Perusahaan Pembiayaan tercatat sebesar 3,92 persen.

Sementara restrukturisasi kredit Covid-19 masih melanjutkan tren penurunan di November 2021 dengan kredit restrukturisasi Covid-19 tercatat sebesar Rp 693,62 triliun (Oktober 2021: Rp 714,01 triliun). Jumlah debitur restrukturisasi Covid-19 juga menu-

run dari 4,4 juta debitur menjadi 4,2 juta debitur.

Sedangkan Posisi Devisa Neto (PDN) November 2021 tercatat sebesar 1,60 persen atau berada jauh di bawah threshold sebesar 20 persen.

Selain itu, likuiditas industri perbankan pada November 2021 masih berada pada level yang memadai. Hal tersebut terlihat dari rasio Alat Likuid atau Non-Core Deposit dan Alat Likuid atau DPK masing-masing sebesar 154,90 persen dan 34,24 persen, di atas ambang batas ketentuan masing-masing pada level 50 persen dan 10 persen.

Dari sisi permodalan, lembaga jasa keuangan juga mencatatkan permodalan yang semakin membaik.

Industri perbankan mencatatkan peningkatan CAR menjadi sebesar 25,62 persen atau jauh di atas threshold. Sementara itu, industri asuransi jiwa dan asuransi umum mencatatkan RBC yang terjaga sebesar 589,5 persen dan 322,9

persen yang berada jauh di atas threshold sebesar 120 persen.

Begitu pula pada gearing ratio perusahaan pembiayaan yang tercatat sebesar 1,91 kali atau jauh di bawah batas maksimum 10 kali.

"OJK secara konsisten melakukan asesmen terhadap perekonomian dan sektor jasa keuangan bersama dengan pemerintah dan otoritas terkait lainnya serta para stakeholder dalam rangka menjaga stabilitas sistem keuangan dan mendorong momentum akselerasi pemulihan ekonomi nasional. Untuk mendorong pemulihan ekonomi nasional, OJK terus melakukan sinergi dan koordinasi dengan berbagai kementerian atau lembaga. Pemerintah Daerah dan Industri Jasa Keuangan dengan menggelar berbagai kegiatan untuk menggerakkan UMKM, pengembangan KUR klaster, Bank Wakaf Mikro dan vaksinasi massal," ujar Ketua Dewan Komisiner OJK, Wimboh Santoso. **(*/reb)**

Judul	IFG Terima PMN Rp20 Triliun untuk Penguatan Modal Asuransi Jiwa
Nama Media	Indonesiainside.id
Newstrend	Penerimaan PMN dari Pemerintah
Halaman/URL	https://indonesiainside.id/ekonomi/2022/01/04/ifg-terima-pmn-rp20-triliun-untuk-penguatan-modal-asuransi-jiwa
Tanggal Berita	2022-01-04
Sentimen	Netral

Home » Ekonomi

IFG Terima PMN Rp20 Triliun untuk Penguatan Modal Asuransi Jiwa

Astar Asia - Selasa, 04/01/2022 10:52 WIB



Ikuti kami di Facebook | Ikuti kami di Twitter

Indonesiainside.id, Jakarta – PT Bahana Pembinaan Usaha Indonesia (Persero), BUMN Holding asuransi dan penjaminan yang dikenal sebagai Indonesia Financial Group (IFG) menjadi salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang melakukan penandatanganan komitmen penerimaan Penyerahan Modal Negara (PMN) pada Kamis, 30 Desember 2021. Penandatanganan ini menyulit telah obornya sunikan dana PMN sebesar Rp20 triliun kepada IFG di tahun 2021. Dana PMN yang diterima dimanfaatkan bagi penguatan modal PT Asuransi Jiwa IFG (IFG Life).

Momen bersejarah ini ditandai dengan Seremoni Penandatanganan Komitmen Pelaksanaan Key Performance Indikator Penyerahan Modal Negara (PMN) yang Bersumber dari APBN Tahun 2021, yang dilaksanakan di Gedung Dharmaoka, Kementerian Keuangan Republik Indonesia, Jakarta. Dokumen Komitmen Pelaksanaan oleh IFG ditandatangani oleh Direktur Utama IFG Robertus Billitea bersama dengan BUMN lainnya yang menerima dana PMN.



Selain IFG, juga hadir BUMN penerima PMN lainnya, diantaranya PT Perusahaan Listrik Negara (Persero), PT PAL Indonesia (Persero), PT Kereta Api Indonesia (Persero) dan Bank Tanah. Acara ini diadakan secara langsung oleh Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati, Menteri Agraria dan Tata Ruang Sofyan Djallil serta Menteri BUMN Erick Thohir.

Penyerahan dana PMN sendiri bertujuan untuk memperkuat struktur permodalan kepada BUMN yang melakukan penugasan pemerintah dengan dampak ekonomi dan sosial yang besar bagi masyarakat Indonesia. BUMN penerima dana diharapkan dapat berkomitmen mengelola PMN secara akuntabel dan transparan serta ditinjau bagi kemandirian rakyat. Di sisi lain, BUMN juga diharapkan dapat menjadi agen perubahan nasional melalui pelaksanaan proses bisnis yang lebih profesional, berlandaskan good governance, serta keberpihakan kepada publik secara umum.

Baca Juga:

Menag Ajak Mitra BUMN dan Swasta Jadi Bagak Angkat untuk Ekonomi Pesantren

DPR Peringatkan Utang Jumbo BUMN Bisa Bikin Ekonomi Terecek

Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati menyampaikan, dana PMN yang diberikan kepada BUMN ini harus disertai dan didukung oleh kinerja yang mumpuni.

"Kementerian Keuangan ingin menciptakan satu tradisi baru yang lebih transparan dan memiliki nilai akuntabilitas. Penerapan tata kelola usaha yang baik menjadi kunci kesuksesan BUMN."



Bonus Penyerahan Modal hingga Rp20

triliun hingga 2021

Utang Asuransi

Asuransi

Sebelumnya, pemanfaatan dana PMN yang diterima IFG telah direalisasikan dengan dilakukannya pengalihan polis dari PT Asuransi Jivawasa (Persero) yang mulai efektif pada sejak tanggal 16 Desember 2021 lalu. Di samping sebagai bentuk tanggung jawab pemerintah sebagai ultimate stakeholders, pemanfaatan dana PMN ini juga ditujukan untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap industri asuransi, dan mengembalikan marwah industri asuransi kepada fungsi perlindungan.

Menteri BUMN Erick Thohir juga menyampaikan, PMN ini adalah sebuah bentuk kepercayaan yang diberikan oleh pemerintah kepada BUMN dan harus dijalankan dengan sebaik-baiknya. Dia juga yakin, bahwa pemberian PMN dilakukan atas dasar semangat persatuan untuk memperkuat BUMN tanah air.

"Sehingga dari segi lini bisnis yang ada dapat terus bersaing dan memberikan lebih banyak manfaat kepada masyarakat luas."

Erick Thohir juga menekankan kepada IFG, sebagai holding asuransi dan penjaminan, pemerintah akan hadir dalam segala upaya transformasi yang dilaksanakan holding.

Direktur Utama IFG, Robertus Billitea mengatakan, IFG berterima kasih atas dukungan dalam bentuk dana PMN yang diberikan. Ini merupakan bentuk kepercayaan yang diberikan pemerintah dan stakeholders lainnya dalam rangka membangun dan memperkuat industri asuransi yang lebih sehat, khususnya di bidang asuransi jiwa dan kesehatan melalui IFG Life.

IFG Life sendiri merupakan perusahaan asuransi baru di industri jiwa dan kesehatan yang bertugas untuk menyelesaikan proses pengalihan polis nasabah eks Jivawasa. Selain itu IFG Life hadir melingkupi dan memperkuat ekosistem holding dalam pengembangan produk dan layanan asuransi jiwa dan kesehatan yang berfokus pada proteksi, serta berorientasi pada customer centric. (Aza)

Judul	IFG Bakal Gunakan PMN untuk Penguatan Modal IFG Life
Nama Media	Theconomics.com
Newstrend	Penerimaan PMN dari Pemerintah
Halaman/URL	https://www.theconomics.com/art-of-execution/ifg-bakal-gunakan-pmn-untuk-penguatan-modal-ifg-life/
Tanggal Berita	2022-01-04
Sentimen	Netral



Economics - PT Bahana Pembinaan Usaha Indonesia (Persero) selaku BUMN Holding asuransi dan perjaminan atau **Indonesia Financial Group (IFG)** telah menandatangani komitmen penerimaan Penyerahan Modal Negara (PMN) pada 30 Desember 2021.

- **Kontrak Baru 2021 Lampaui Target, PP Privasi akan Perluas Kontrak Baru 2022 di Mining Services**
- **Sab, Kementerian Konefio Merestui Merges dan Akuisisi Inobac dan Hutidison 3 Indonesia**
- **Mendag, Stok Minyak Goreng dengan Harga Terjangkau Dipastikan Tetap Tersedia**

Dana PMN yang diterima sebesar Rp20 triliun ini akan dimanfaatkan IFG untuk penguatan modal PT Asuransi Jiwa IFG (IFG Life).



Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati berpesan agar dana PMN yang diberikan kepada BUMN ini harus disertai dan didukung oleh kinerja yang mumpuni. Ia mengatakan dalam hal ini, Kementerian Keuangan ingin menciptakan satu tradisi baru yang lebih transparan dan memiliki nilai akuntabilitas. Penerapan tata kelola usaha yang baik menjadi kunci kesuksesan BUMN.

Sebelumnya, pemanfaatan dana PMN yang diterima IFG telah direalisasikan dengan dilakukannya pengalihan polis dari PT Asuransi Jiwasraya (Persero) yang mulai efektif pada sejak tanggal 16 Desember 2021 lalu. Di samping sebagai bentuk tanggung jawab pemerintah sebagai *ultimate stakeholders*, pemanfaatan dana PMN ini juga ditujukan untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap industri asuransi, dan mengembalikan marwah industri asuransi kepada fungsi perlindungan.

Baca Juga : [Tangsel Berkembang, KAI Lakukan Penataan dan Pengembangan Stasiun Jurangmangu](#)

Menteri BUMN Erick Thohir juga menyampaikan pihaknya percaya bahwa PMN ini adalah sebuah bentuk kepercayaan yang diberikan oleh pemerintah kepada BUMN dan harus dijalankan dengan sebaik-baiknya.

Menteri Erick juga menekankan kepada IFG, sebagai *holding* asuransi dan perjaminan, pemerintah akan hadir dalam segala upaya transformasi yang dilaksanakan *holding*.

Direktur Utama IFG Robertus Billiea mengatakan ini merupakan bentuk kepercayaan yang diberikan pemerintah dan *stakeholders* lainnya dalam rangka membangun dan memperkuat industri asuransi yang lebih sehat, khususnya di bidang asuransi jiwa dan kesehatan melalui IFG Life.



IFG Life sendiri merupakan perusahaan asuransi baru di industri jiwa dan kesehatan yang bertugas untuk menyelesaikan proses pengalihan polis nasabah eks Jiwasraya. Selain itu IFG Life hadir melengkapi dan memperkuat ekosistem *holding* dalam pengembangan produk dan layanan asuransi jiwa dan kesehatan yang berfokus pada proteksi, serta berorientasi pada *customer-centric*.

Judul	OJK Catat Stabilitas Sektor Jasa Keuangan Tetap Terjaga
Nama Media	Hariansib.com
Newstrend	Kinerja Sektor Jasa Keuangan 2021
Halaman/URL	https://www.hariansib.com/detail/Marsipature-Hutanabe/OJK-Catat-Stabilitas-Sektor-Jasa-Kuangan-Tetap-Terjaga
Tanggal Berita	2022-01-04
Sentimen	Netral

OJK Catat Stabilitas Sektor Jasa Keuangan Tetap Terjaga

Selasa, 04 Januari 2022 16:41 WIB

09 foto



Otoritas Jasa Keuangan

Foto: tohanand58.com

Jakarta (SR)

Otoritas Jasa Keuangan mencatat stabilitas sektor jasa keuangan hingga akhir 2021 tetap terjaga diiringi dengan fungsi intermediasi perbankan dan penghimpunan dana di pasar modal yang terus membaik didorong terkendalinya pandemi Covid-19, pulihnya mobilitas dan meningkatnya kegiatan perekonomian.

Hal itu diutarakan Deputy Komisioner Hubungan Masyarakat dan Logistik OJK, Anto Prabowo dalam keterangan tertulis disampaikan Kepala Sub Bagian Informasi dan Dokumentasi OJK KRS Sumbagut, Ardiansyah kepada wartawan, Kamis (30/12).

Ia mengatakan, penghimpunan dana di pasar modal hingga 24 Desember tercatat sebesar Rp 358,4 triliun. Hal itu merupakan nilai tertinggi sepanjang sejarah dengan emiten baru tercatat sebanyak 55 emiten. Penghimpunan dana ini mayoritas digunakan sebagai modal kerja, ungkapnya.

Di sisi fungsi intermediasi perbankan pada November 2021 tumbuh sebesar 4,82% yoy atau 4,17% ytd didorong peningkatan pada kredit UMKM dan ritel.

Selain itu, indikator perekonomian domestik juga menunjukkan perbaikan yang terus berlanjut. Indikator-indikator sektor riil seperti Purchasing Managers Index (PMI) Manufaktur, Indeks Keyakinan Konsumen, Penjualan Kendaraan, dan lowongan pekerjaan terus meningkat.

Sementara itu, sektor eksternal juga terus membaik yang ditunjukkan pada surplus neraca perdagangan dan peningkatan cadangan devisa. Ini diperkirakan dapat menyediakan buffer untuk meredam dampak normalisasi kebijakan moneter bank sentral utama khususnya The Fed," paparnya.

Sejalan dengan itu, pasar saham Indonesia masih menguat. Hingga 24 Desember 2021, IHSG tercatat menguat sebesar 0,4% mtd ke level 6.563 dengan non residen mencatatkan inflow sebesar Rp 0,94 triliun.

Sementara di pasar SBN, non residen mencatatkan outflow sebesar Rp 24,99 triliun sehingga mendorong rerata yield SBN naik 8 bps mtd pada seluruh tenor.

Di industri perbankan, lanjutnya, mayoritas sektor utama kredit mencatatkan kenaikan terutama pada sektor pengolahan dan rumah tangga masing-masing sebesar Rp 24,9 triliun dan Rp 9,1 triliun. Sementara itu, Dana Pihak Ketiga (DPK) mencatatkan pertumbuhan sebesar 10,48% yoy atau 9,98% ytd.

Di sektor IKNB, sektor asuransi berhasil menghimpun premi pada bulan November 2021 sebesar Rp26,1 triliun dengan premi Asuransi Jiwa sebesar Rp 16,3 triliun, serta Asuransi Umum dan Reasuransi sebesar Rp9,8 triliun.

Selain itu, Fintech peer to peer (P2P) lending pada November 2021 terus mencatatkan pertumbuhan outstanding pembiayaan sebesar 106,6% yoy atau meningkat Rp1,2 triliun (ytd: Rp13,8 triliun).

Sementara itu, piutang perusahaan pembiayaan tercatat relatif stabil pada level Rp363 triliun. Profil risiko lembaga jasa keuangan pada November 2021 masih terjaga dengan rasio NPL net tercatat turun menjadi 0,98% (NPL gross: 3,19%) dan rasio NPF Perusahaan Pembiayaan tercatat sebesar 3,92%.

Untuk restrukturisasi kredit Covid-19 masih melanjutkan tren penurunan di November 2021 dengan kredit restrukturisasi Covid-19 tercatat sebesar Rp 693,62 triliun (Oktober 2021 Rp 714,01 triliun).

Jumlah debitur restrukturisasi Covid juga menurun dari 4,4 juta debitur menjadi 4,2 juta debitur.

Sedangkan Posisi Devisa Neto (PDN) November 2021 tercatat sebesar 1,60% atau berada jauh di bawah threshold sebesar 20%.

Selain itu, likuiditas industri perbankan pada November 2021 masih berada pada level yang memadai. Hal tersebut terlihat dari rasio Alat Likuid/Non-Core Deposit dan Alat Likuid/DPK masing-masing sebesar 154,90% dan 34,24%, di atas ambang batas ketentuan masing-masing pada level 50% dan 10%.

Dari sisi permodalan, lembaga jasa keuangan juga mencatatkan permodalan yang semakin membaik. Industri perbankan mencatatkan peningkatan CAR menjadi sebesar 25,62% atau jauh di atas threshold.

Sementara itu, industri asuransi jiwa dan asuransi umum mencatatkan RBC yang terjaga sebesar 589,5% dan 322,9% yang berada jauh di atas threshold sebesar 120%.

Begitu pula pada gearing ratio perusahaan pembiayaan yang tercatat sebesar 1,91 kali atau jauh di bawah batas maksimum 10 kali.

OJK secara konsisten melakukan asosmen terhadap perekonomian dan sektor jasa keuangan bersama dengan pemerintah dan otoritas terkait lainnya serta para stakeholder dalam rangka menjaga stabilitas sistem keuangan dan mendorong momentum akselerasi pemulihan ekonomi nasional," ujarnya.

Untuk mendorong pemulihan ekonomi nasional, OJK terus melakukan sinergi dan koordinasi dengan berbagai kementerian/lembaga, Pemerintah Daerah dan Industri Jasa Keuangan dengan menggalang berbagai kegiatan untuk menggerakkan UMKM, pengembangan KUR klaster, Bank Wakaf Mikro dan vaksinasi massal. (A1/re/rd)

Judul	OJK Catat Stabilitas Sektor Jasa Keuangan Tetap Terjaga
Nama Media	Sinar Indonesia Baru
Newstrend	Kinerja Sektor Jasa Keuangan 2021
Halaman/URL	10
Tanggal Berita	2022-01-04
Sentimen	Netral

OJK Catat Stabilitas Sektor Jasa Keuangan Tetap Terjaga

Jakarta (SIB)

Otoritas Jasa Keuangan mencatat stabilitas sektor jasa keuangan hingga akhir 2021 tetap terjaga diiringi dengan fungsi intermediasi perbankan dan penghimpunan dana di pasar modal yang terus membaik didorong terkendalinya pandemi Covid 19, pulihnya mobilitas dan meningkatnya kegiatan perekonomian.

Hal itu diutarakan Deputi Komisioner Hubungan Masyarakat dan Logistik OJK, Anto Prabowo dalam keterangan tertulis disampaikan Kepala Sub Bagian Informasi dan Dokumentasi OJK KR5 Sumbagut, Ardiansyah kepada wartawan, Kamis (30/12).

Ia mengatakan, penghimpunan dana di pasar modal hingga 24 Desember tercatat sebesar Rp 358,4 triliun. Hal itu merupakan nilai tertinggi sepanjang sejarah dengan emiten baru tercatat sebanyak 55 emiten. Penghimpunan dana ini mayoritas digunakan sebagai modal kerja, ungkapnya.

Di satu sisi fungsi intermediasi perbankan pada November 2021 tumbuh sebesar 4,82% yoy atau 4,17% ytd didorong peningkatan pada kredit UMKM dan ritel.

Selain itu, indikator perekonomian domestik juga menunjukkan perbaikan yang terus berlanjut. Indikator-indikator sektor riil seperti Purchasing Managers Index (PMI) Manufaktur, Indeks

Keyakinan Konsumen, Penjualan Kendaraan, dan lowongan pekerjaan terus meningkat.

Sementara itu, sektor eksternal juga terus membaik yang ditunjukkan pada surplus neraca perdagangan dan peningkatan cadangan devisa. Ini diperkirakan dapat menyediakan buffer untuk meredam dampak normalisasi kebijakan moneter bank sentral utama khususnya The Fed," paparnya.

Sejalan dengan itu, pasar saham Indonesia masih menguat. Hingga 24 Desember 2021, IHSG tercatat menguat sebesar 0,4% mtd ke level 6.563 dengan non residen mencatatkan inflow sebesar Rp 0,94 triliun.

Sementara di pasar SBN, non residen mencatatkan outflow sebesar Rp 24,99 triliun sehingga mendorong rerata yield SBN naik 8 bps mtd pada seluruh tenor.

Di industri perbankan, lanjutnya, mayoritas sektor utama kredit mencatatkan kenaikan terutama pada sektor pengolahan dan rumah tangga masing-masing sebesar Rp 24,9 triliun dan Rp 9,1 triliun. Sementara itu, Dana Pihak Ketiga (DPK) mencatatkan pertumbuhan sebesar 10,48% yoy atau 9,98% ytd.

Di sektor IKNB, sektor asuransi berhasil menghimpun premi pada bulan November 2021 sebesar Rp26,1 triliun dengan premi Asuransi Jiwa sebesar Rp 16,3 triliun, serta Asuransi

Umum dan Reasuransi sebesar Rp9,8 triliun.

Selain itu, Fintech peer to peer (P2P) lending pada November 2021 terus mencatatkan pertumbuhan outstanding pembiayaan sebesar 106,6% yoy atau meningkat Rp1,2 triliun (ytd: Rp13,8 triliun).

Sementara itu, piutang perusahaan pembiayaan tercatat relatif stabil pada level Rp363 triliun. Profil risiko lembaga jasa keuangan pada November 2021 masih terjaga dengan rasio NPL net tercatat turun menjadi 0,98% (NPL gross: 3,19%) dan rasio NPF Perusahaan Pembiayaan tercatat sebesar 3,92%.

Untuk restrukturisasi kredit Covid-19 masih melanjutkan tren penurunan di November 2021 dengan kredit restrukturisasi Covid-19 tercatat sebesar Rp 693,62 triliun (Oktober 2021 Rp 714,01 triliun).

Jumlah debitur restrukturisasi Covid juga menurun dari 4,4 juta debitur menjadi 4,2 juta debitur.

Sedangkan Posisi Devisa Neto (PDN) November 2021 tercatat sebesar 1,60% atau berada jauh di bawah threshold sebesar 20%.

Selain itu, likuiditas industri perbankan pada November 2021 masih berada pada level yang memadai. Hal tersebut terlihat dari rasio Alat Likuid/Non-Core Deposit dan Alat Likuid/DPK masing-masing sebesar 154,90% dan 34,24%, di atas ambang batas ketentuan

masing-masing pada level 50% dan 10%.

Dari sisi permodalan, lembaga jasa keuangan juga mencatatkan permodalan yang semakin membaik. Industri perbankan mencatatkan peningkatan CAR menjadi sebesar 25,62% atau jauh di atas threshold.

Sementara itu, industri asuransi jiwa dan asuransi umum mencatatkan RBC yang terjaga sebesar 589,5% dan 322,9% yang berada jauh di atas threshold sebesar 120%.

Begitu pula pada gearing ratio perusahaan pembiayaan yang tercatat sebesar 1,91 kali atau jauh di bawah batas maksimum 10 kali.

OJK secara konsisten melakukan asesmen terhadap perekonomian dan sektor jasa keuangan bersama dengan pemerintah dan otoritas terkait lainnya serta para stakeholder dalam rangka menjaga stabilitas sistem keuangan dan mendorong momentum akselerasi pemulihan ekonomi nasional," ujarnya.

Untuk mendorong pemulihan ekonomi nasional, OJK terus melakukan sinergi dan koordinasi dengan berbagai kementerian/lembaga, Pemerintah Daerah dan Industri Jasa Keuangan dengan menggelar berbagai kegiatan untuk menggerakkan UMKM, pengembangan KUR klaster, Bank Wakaf Mikro dan vaksinasi massal. (A117000)

Judul	Tips Memilih Asuransi Jiwa Bagus Sesuai Kebutuhan Anda
Nama Media	Kontan.co.id
Newstrend	Edukasi Perencanaan Keuangan dan Asuransi Jiwa
Halaman/URL	https://personalfinance.kontan.co.id/news/tips-memilih-asuransi-jiwa-bagus-sesuai-kebutuhan-anda
Tanggal Berita	2022-01-04
Sentimen	Netral

Tips Memilih Asuransi Jiwa Bagus Sesuai Kebutuhan Anda

Selasa, 04 Januari 2022 | 16:07 WIB | Penulis: Virdita Ratriani



ILUSTRASI. Ilustrasi tips memilih asuransi jiwa bagus sesuai kebutuhan Anda./pho KONTAN/Carolus Agus Waluyo/01/12/2021.



KONTAN.CO.ID - Jakarta. Ada sejumlah tips untuk memilih asuransi jiwa yang bagus dan murah sesuai dengan kebutuhan Anda sebagai nasabah. Kriteria asuransi jiwa yang bagus bukan berdasarkan produk yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi melainkan produk yang sesuai dengan kebutuhan.



Dirangkum dari keterangan resmi Lifepal, berikut adalah sejumlah kriteria asuransi jiwa yang bagus:

1. Beli asuransi jiwa yang sesuai penghasilan

Belilah produk asuransi jiwa yang sesuai dengan kemampuan finansial. Alokasi dana yang bisa disisihkan dari penghasilan setidaknya sebesar 5 persen.

Jika penghasilan Anda setiap bulan sebesar Rp 5 juta, artinya Anda harus menyisihkan dana sebesar Rp 250 ribu per bulan. Semakin tinggi penghasilan Anda, semakin tinggi juga dana yang harus disisihkan untuk proteksi jiwa.

Baca Juga: [IHSG Naik 0,45% ke 6.695 di Perdagangan Selasa \(4/1\), Net Sell Asing Rp 546,83 miliar](#)

2. Uang pertanggungan sesuai kebutuhan

Belilah produk asuransi jiwa yang memberikan uang pertanggungan sesuai dengan kebutuhan. Caranya tentu saja membandingkan beberapa produk yang ada dengan uang pertanggungan yang ditawarkan.

Anda tidak perlu repot lagi membandingkan beberapa produk asuransi jiwa yang ada. Anda dapat mengunjungi laman berikut ini untuk membandingkan beberapa produk asuransi jiwa secara online.

Baca Juga: [Daftar 10 Pemain Bola Indonesia dengan Nilai Pasar Tertinggi: Ada Pratama Arhan](#)

[Selanjutnya >](#)

Judul	Berita Foto - Kontribusi Pendapatan Premi
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Kinerja Sektor Jasa Keuangan 2021
Halaman/URL	24
Tanggal Berita	2022-01-05
Sentimen	Positif



BeritaSatu Photo/Mohammad Defrizal

Kontribusi Pendapatan Premi

Agen asuransi menjelaskan produk asuransi jiwa di sebuah perusahaan asuransi di Jakarta. Data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) per semester II 2021 menunjukkan kontribusi pendapatan premi sebesar 62,5% dari produk unit-link industri asuransi jiwa, atau mencapai Rp 93,3 triliun, tumbuh 9% dibandingkan periode yang sama tahun 2020.

Judul Berita Foto - Klaim Axa Mandiri

Nama Media Investor Daily

Newstrend Kinerja Positif AXA Mandiri

Halaman/URL 23

Tanggal Berita 2022-01-05

Sentimen Netral



Investor Daily/David Gita Roza

Klaim AXA Mandiri

Nasabah berada di kantor cabang AXA Mandiri, Jakarta, kemarin. PT AXA Mandiri Financial Services (AXA Mandiri) telah membayarkan sejumlah klaim pada para pemegang polis. Hingga September 2021, total klaim yang telah dibayar secara nasional mencapai Rp 6,2 triliun, naik hampir dua kali lipat dari periode yang sama tahun 2020 sebesar Rp 3,7 triliun.

Judul	Edukasi Efektif
Nama Media	Marketeers
Newstrend	Edukasi Perencanaan Keuangan dan Asuransi Jiwa
Halaman/URL	36
Tanggal Berita	2022-01-05
Sentimen	Netral

036 MARKETEEERS EDITOR'S CHOICE AWARD 2021

360° Marketing Campaign of the Year
FWD Insurance

Edukasi Efektif

Pandemi COVID-19 semakin membuka mata masyarakat pada pentingnya asuransi jiwa. FWD Insurance sebagai salah satu pemain bergerak cepat menerapkan pemasaran 360° sebagai strategi untuk mengomunikasikan semua produk dan layanan yang mereka.

Oleh Bianca Astira



Akhir-akhir ini, asuransi jiwa semakin memiliki peran penting, khususnya di tengah situasi pandemi. Namun sayang, banyak masyarakat masih kesulitan untuk bisa memahami dokumen-dokumen asuransi. Melihat hal tersebut, FWD Insurance memiliki visi untuk mendorong cara pandang masyarakat tentang asuransi menjadi lebih relevan dan mudah dipahami.

FWD Insurance menghadirkan beragam inovasi pada setiap aspek bisnisnya. Salah satunya, dengan inisiatif Clarity yang bertujuan untuk menyederhanakan kata-kata dalam setiap dokumen resmi FWD Insurance. Hal ini sekaligus mampu menembus penilaian atas industri asuransi yang membosankan. Melalui inisiatif ini, FWD Insurance menunjukkan keberaniannya dalam melakukan perubahan demi kemudahan para nasabah dalam berasuransi.

Pada praktiknya, FWD Insurance melihat bagaimana cara otak membaca dan memproses sebuah informasi. Oleh sebab itu, instruksi di dokumen dikemas secara sederhana dan jelas. Tampilannya dilengkapi dengan visual dan infografik agar informasi lebih mudah ditemukan.

Baru-baru ini, FWD Insurance juga berinovasi dengan memperkenalkan aplikasi chatbot yang bernama Fi. Inovasi ini memberikan pengalaman asuransi yang berbeda kepada nasabah. Fi dapat membantu nasabah untuk mencari informasi seputar asuransi FWD Insurance yang cepat dan mudah diakses melalui fwd.co.id.

Anantharaman Sridharan, Direktur

Utama FWD Insurance, mengatakan Fi merupakan bentuk komitmen FWD Insurance dalam mewujudkan visi untuk mengubah cara pandang masyarakat tentang asuransi. "Kami selalu memastikan kebutuhan nasabah terpenuhi. FWD Insurance ingin nasabah lebih mudah memahami asuransi dan mengajukan klaim," ujarnya.

Sebelumnya, FWD Insurance telah melakukan inovasi lain, yakni FWD Hospital Care Protection. Produk ini mencakup perlindungan menyeluruh untuk pelayanan medis rawat inap maupun rawat jalan dan serangkaian fasilitas rehabilitasi, termasuk perawatan ekstra untuk mendukung di masa pemulihan.

Nasabah dapat memilih beragam pilihan layanan berdasarkan wilayah geografis dan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan dan tingkat risiko kesehatan. FWD Hospital Care Protection ini hadir seiring dengan meningkatnya minat masyarakat akan asuransi dengan harga terjangkau.

Menariknya, produk ini juga memberi manfaat tambahan seperti *limit booster*, sehingga total manfaat dapat mencapai Rp 75 miliar. Lalu *no claim bonus* dan santunan pemakaman. Demi memudahkan nasabah, produk ini didukung jangkauan perlindungan di seluruh dunia dan pengajuan klaim melalui aplikasi FWD MAX. "Melalui produk ini, kami ingin membantu nasabah untuk fokus kepada proses pemulihan kesehatan mereka tanpa harus khawatir akan biaya," tegas Anantharaman.

FWD Insurance juga melakukan kolaborasi untuk memperluas layanan. FWD Insurance merangkul Halodoc agar makin banyak nasabah melakukan

“Kami selalu memastikan kebutuhan nasabah terpenuhi. FWD Insurance ingin nasabah lebih mudah memahami asuransi dan mengajukan klaim.”

Anantharaman Sridharan,
Direktur Utama FWD Insurance

konsultasi medis secara *online* lewat aplikasi FWD MAX. Layanan ini tersedia untuk nasabah korporasi dengan manfaat rawat jalan.

Sejak awal kehadirannya, FWD Insurance fokus pada nasabahnya. Dengan demikian, setiap inovasi dan terobosan diterapkan berdasarkan kebutuhan para nasabah. Didukung oleh pemanfaatan teknologi digital, FWD Insurance semakin menjaga relevansinya. FWD Insurance turut membawa pendekatan baru dalam menyampaikan setiap inovasinya. Antara lain dengan menerapkan strategi pemasaran 360° dan memanfaatkan segala platform.

Judul	Strategi Komunikasi untuk Peningkatan Penjualan
Nama Media	Marketeers
Newstrend	Kinerja Asuransi Bhinneka Life
Halaman/URL	32
Tanggal Berita	2022-01-05
Sentimen	Netral

032 MARKETEERS EDITOR'S CHOICE AWARD 2021

Corporate Branding of the Year
PT Bhinneka Life Indonesia

Strategi Komunikasi untuk Peningkatan Penjualan

Industri asuransi jiwa terus menunjukkan persaingan ketat dalam memperebutkan market share di Indonesia. Terlebih lagi, di tengah merebaknya pandemi COVID-19 yang berdampak pada melonjaknya permintaan produk asuransi. Beragam cara pun dilakukan oleh para pemain asuransi untuk bisa meningkatkan penjualan.

Oleh Tri Kurnia Yuniyanto



Di tengah ketatnya persaingan, cara berbeda justru ditunjukkan oleh PT Bhinneka Life Indonesia yang mengutamakan peningkatan *corporate branding* dalam melakukan penjualan. Beragam kampanye yang inovatif pun diciptakan di berbagai *platform* media sosial melalui aktivitas *above the line (ATL)* maupun *below the line (BTL)*. Adapun beberapa program yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan *corporate branding* dan komunikasi perusahaan yaitu implementasi program 'Bersama Bisa Cegah Corona' dan pemberian donasi untuk alat pelindung diri (APD) kepada tenaga kesehatan yang bertugas menangani wabah.

Selain program kampanye perusahaan terkait pencegahan penyebaran COVID-19, Bhinneka Life juga secara aktif melaksanakan berbagai program inovatif seperti kegiatan *corporate social responsibility (CSR)*, edukasi literasi dan inklusi asuransi jiwa, serta berbagai kegiatan perusahaan lainnya baik melalui program kegiatan internal seperti program *Bhinneka Assurance Protection Customer Reward* maupun kegiatan eksternal melalui program kerja sama *sponsorship* dan *partnership* perusahaan.

Director of Marketing & Operations Bhinneka Life, Rama Viva mengatakan, strategi komunikasi perusahaan yang efektif juga menjadi hal yang patut diperhitungkan dalam meningkatkan kepercayaan publik. Termasuk pula para nasabah dan calon nasabah yang

tengah diijaki. Sehingga, strategi pemasaran seperti itu diklaim cukup efektif dalam meningkatkan penjualan.

"Melalui komunikasi yang efektif dalam menyampaikan informasi perusahaan yang tepat dan transparan kepada para *stakeholders*, dapat meningkatkan kepercayaan kepada perusahaan sehingga memberikan pengaruh positif terhadap aktivitas bisnis perusahaan. Mengingat peran dari *stakeholders* dalam dunia bisnis sangat penting dan sangat dibutuhkan dalam mencapai tujuan dari sebuah perusahaan," kata Rama.

Menurutnya, di samping strategi komunikasi yang efektif, upaya lain yang harus dilakukan perusahaan dalam meningkatkan kinerja bisnis yakni dengan memperbaiki tata kelola dan sistem informasi serta teknologi. Pasalnya, pengelolaan perusahaan secara profesional juga menjadi salah satu faktor penunjang dalam meningkatkan kepercayaan *stakeholders* sehingga berpengaruh kepada peningkatan kinerja perusahaan.

Rama menyebut upaya-upaya tersebut telah dilakukan perusahaannya dengan baik. Bahkan, dengan perbaikan tata kelolanya, perusahaan mampu menyabet beberapa penghargaan di antaranya TOP GRC 2020 dengan predikat Baik dalam ajang penghargaan TOP GRC (*Governance, Risk & Compliance*) Award 2020. Lalu, ada juga penghargaan dari Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) juga telah memberikan sertifikat Indeks Keamanan Informasi (KAMI) yang merupakan aplikasi sebagai alat bantu untuk melakukan *assessment* dan evaluasi tingkat penerapan keamanan

“

Bhinneka Life memiliki misi memberikan kemudahan kepada nasabah melalui inovasi produk dan pelayanan yang berkesinambungan.

”

Rama Viva,
Director of Marketing & Operations
PT Bhinneka Life Indonesia

informasi berdasarkan kriteria Standar Nasional Indonesia (SNI) ISO/IEC 27001.

"Sejalan dengan misi Bhinneka Life yaitu memberikan kemudahan kepada nasabah melalui inovasi produk dan pelayanan yang berkesinambungan. Sehingga kebutuhan akan implementasi pengembangan produk dan layanan termasuk dalam hal digitalisasi sudah menjadi bagian dari strategi perusahaan. Oleh karena itu, hanya diperlukan fokus perusahaan dalam menghadirkan layanan digital yang inovatif agar dapat menjawab kebutuhan nasabah khususnya dalam era digital saat ini," pungkasnya.