

## AAJI Marcomm Summit 2024 Merumuskan Ulang Strategi Pemasaran untuk Pertumbuhan Berkelanjutan

Jakarta, 21 November 2024 – Dengan tema “Redefining the Marketing Playbook for Sustainable Growth”, Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) menyelenggarakan Marcomm Summit 2024, sebuah forum strategis yang dirancang untuk membantu pelaku industri asuransi jiwa menghadapi ekspektasi masyarakat yang semakin tinggi terhadap komitmen perusahaan tanggung jawab Environment Social Governance (ESG) dan pemenuhan SDG (Sustainable Development Goals). Acara ini sukses digelar di M-Bloc Live House, BlokM yang dihadiri 132 peserta dari 56 perusahaan .

Data tahun 2023 dari KG Media Lestari mengungkapkan bahwa 68% responden survei tertarik untuk beralih ke merek yang mengimplementasikan program mendukung Sustainable Development Goals (SDGs), dan 53% bersedia membayar lebih kepada merek yang menerapkan program SDG. Temuan ini menegaskan pentingnya inisiatif keberlanjutan dalam membangun loyalitas dan preferensi konsumen. EcoAI, konsep yang mengintegrasikan keberlanjutan dengan kecerdasan buatan (AI), menjadi fokus utama dalam forum ini. Pendekatan ini memberikan paradigma baru bagi pelaku industri untuk meningkatkan efisiensi operasional, menciptakan nilai tambah bagi nasabah yang relevan, dan secara bersamaan mendukung pelestarian lingkungan.

**Ketua Bidang Marketing & Komunikasi AAJI, Novita Rumngangun** mengingatkan seluruh pelaku industri asuransi jiwa bahwa pada Semester I tingkat penetrasi tercatat masih stagnan dari tahun 2023 dengan angka 0.8%. Hal ini mengingatkan kita untuk terus beradaptasi dan inovatif mengingat kita masih tertinggal jauh dari negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia.<sup>1</sup>

“Melalui Marcomm Summit 2024, AAJI ingin memngajak pelaku industri secara umum khususnya asuransi jiwa untuk mengharmoniskan profitabilitas dengan keberlanjutan dan teknologi, terutama kecerdasan buatan. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap lingkungan, kita dapat bersama-sama menciptakan dampak positif yang lebih besar dan memastikan semakin banyak keluarga terlindungi serta kesejahteraan masyarakat dan Indonesia meningkat” ujar Novita.

---

<sup>1</sup> Asworo, H.T, “Jauh Tertinggal! Penetrasi Asuransi dan Dapen RI Dibandingkan Singapura – Malaysia” Bisnis.com, Oktober 9, 2024 <https://finansial.bisnis.com/read/20241009/215/1806031/jauh-tertinggal-penetrasi-asuransi-dan-dapen-ri-dibandingkan-singapura-malaysia>

Menanggapi relevansi topik ini, **Deputi Komisioner Pengawas Perasuransian, Penjaminan dan Dana Pensiun OJK, Iwan Pasila** menyatakan kita tidak bisa menutup mata mengenai risiko yang kita hadapi. Di regional dan seluruh dunia sedang menghadapi risiko yang sama. International Association of Insurance Supervisors (IAIS) menetapkan ada 6 tema risiko yang sedang kita hadapi bersama dan risiko pertama adalah climate risk dengan dampak terbanyak di industri asuransi jiwa.<sup>2</sup>

“Risiko *climate* terbesar di Asia meliputi bencana alam, risiko siber, serta kesenjangan dalam perlindungan seperti tabungan pensiun dan risiko longevitas. Kami mendorong penerapan ESG secara luas dan sosialisasinya kepada publik agar keberlanjutan menjadi agenda bersama, memastikan kesejahteraan masyarakat dan perkembangan industri yang berkelanjutan. Harapannya kegiatan ini tidak hanya dapat dilihat dari sisi silo rekan-rekan marketing karena core business activity kita ada di tengah-tengah untuk mendukung customer kita. Jadi apapun yang dilakukan perusahaan asuransi, agen asuransi, distributor, back office, harus bisa dikomunikasikan kepada customer” ungkap Iwan.

Forum ini menghadirkan sejumlah pembicara terkemuka yang berbagi wawasan tentang cara membangun ekosistem bisnis yang tangguh dan berkelanjutan, antara lain:

- **Dr. Muhammad Ariono Margiono, PhD**, Associate Professor in Management, **Binus University**, yang membahas tentang bagaimana EcoAI dapat menjadi pendorong keberlanjutan dalam operasional bisnis.
- **Orin Axel Setyadi, ESG Manager Carbonethics**, memaparkan perihal pentingnya penerapan ESG dalam ekosistem industri asuransi yang secara terukur dan terstruktur.
- **Kendro Hendra, CEO & Founder PT InTouch Innovate Indonesia**, yang secara praktis memaparkan perihal strategi dalam menghubungkan loyalitas pelanggan dengan upaya keberlanjutan yang dapat meningkatkan performa bisnis.
- **Dr. Dirga Sakti Rambe, M.Sc, Sp.PD, Ahli Vaksinasi**, yang menyoroti kesehatan karyawan sebagai elemen kunci keberlanjutan bisnis.
- **Dian Suri, Founder & Designer Kunang Jewelry**, mengangkat materi serta berbagi Langkah nyata perihal peran dan pemberdayaan perempuan dalam sektor keberlanjutan.

---

<sup>2</sup> Falah, M.Fajrul, “IAIS Susun Peta Jalan Global 2025-2029, Isinya Fokus Tentang Ini” mediaasuransinews, November 19, 2024 [https://mediaasuransinews.co.id/asuransi/iais-susun-peta-jalan-global-2025-2029-isinya-fokus-tentang-ini/#google\\_vignette](https://mediaasuransinews.co.id/asuransi/iais-susun-peta-jalan-global-2025-2029-isinya-fokus-tentang-ini/#google_vignette)

- Benjamin Handradjasa, CEO Adidas Indonesia, yang mengulas pembangunan citra merek ramah lingkungan yang kuat dan konsisten.
- Wisnu Nugroho, VP Sustainability KG Media, yang membahas tentang peran media dalam mendukung keberlanjutan.
- Didi Kaspi Kasim, Pemimpin Redaksi National Geographic Indonesia, memaparkan perihal strategi dalam pembuatan konten ramah lingkungan dalam pemasaran digital yang berkelanjutan.

Ketua Panitia MarComm Summit 2024, Roy Hendrata Gozalie menyatakan pada event tahun ini, kami mengintegrasikan pengalaman *eco All The Way*, secara *end-to-end* dengan mengedepankan konsep berkelanjutan mulai dari pemilihan venue, peralatan pendukung acara, merchandise yang dipilih, hingga perhitungan carbon footprint dari limbah yang dihasilkan setelah acara, dimana semua ini merupakan satu Langkah kecil di awal yang bila dilakukan bersama secara konsisten akan memberikan dampak besar bagi industri khususnya industri asuransi jiwa.

“Bentuk komitmen industri asuransi jiwa juga akan digaungkan lintas industri dalam bentuk media coverage. Oleh karenanya, untuk memaksimalkan tujuan dari acara MarComm Summit 2024 kami mengadakan **Kompetisi Best Media Coverage** dan tercatat sudah 20 lebih jurnalis yang mendaftarkan diri dari berbagai media online dan offline. Harapannya pengalaman ini dapat membuka mata bahwa kegiatan & strategi *marketing communications* dapat memberikan nilai tambah lebih untuk performa bisnis serta memberi sudut pandang baru yang relevan dengan mengintegrasikan konsep keberlanjutan” ujar Roy.

Selain diskusi panel, summit ini juga menampilkan inisiatif nyata seperti seremoni penyerahan bibit mangrove untuk ditanam sebagai simbol komitmen AAJI terhadap pelestarian lingkungan, serta peluncuran Insurance Sustainability Report (ISR) yang menyoroti kontribusi industri terhadap tujuan keberlanjutan. AAJI menjaga komitmennya dengan melakukan donasi mangrove secara rutin di tahun 2024 pada bulan Mei, Agustus dan Desember mendatang. Kegiatan ini diperkirakan setiap tahunnya akan membantu penyerapan karbon dioksida hingga 58.597 kg karbon dioksida (CO<sub>2</sub>) dan menghasilkan oksigen hingga 11.677 kg O<sub>2</sub>. Selain donasi mangrove, AAJI juga telah melakukan donasi Lidah Mertua di Bandung dan rutin mengadakan workshop terkait ESG dengan harapan semakin banyak yang sadar bahwa pencemaran udara, air dan tanah memiliki dampak besar terhadap masa depan manusia khususnya di sektor kesehatan.

MarComm Summit 2024 menjadi bentuk komitmen nyata asuransi jiwa dan lintas industri dengan pembahasan dari sisi regulasi, penyeimbangan profit, dampak dari lingkungan yang harus dikontrol, pemberdayaan Perempuan, inisiatif green branding hingga bagaimana cara membawa inisiatif ESG menjadi konten yang bermakna. Dimulai dari langkah kecil namun dilakukan dengan kolaborasi untuk mencapai tujuan keberlanjutan bersama.

###

#### **Tentang Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI)**

AAJI adalah wadah dan penyalur aspirasi Perusahaan Asuransi Jiwa dan Reasuransi di Indonesia. Didirikan pada tahun 2002, saat ini AAJI beranggotakan 60 perusahaan asuransi jiwa dan 6 perusahaan reasuransi di Indonesia. Visi AAJI adalah mendorong transformasi industri asuransi jiwa dan seluruh pemangku kepentingan di dalamnya untuk melampaui setiap sasaran dan batasan. AAJI memiliki tiga misi yaitu sebagai aggregator, menyatukan semua sumber daya untuk mendorong dan mewujudkan seluruh kepentingan setiap pemangku kepentingan, sebagai aktivator yang mengaktifkan peta jalan untuk mewujudkan setiap tujuan yang dipercayakan oleh pemangku kepentingan, dan sebagai akselerator yang mengakselerasi transformasi industri asuransi jiwa serta setiap pemangku kepentingan di dalamnya.

#### **Untuk keterangan lebih lanjut:**

Togar Pasaribu

Direktur Eksekutif AAJI

Telp: +6221 3190 0500 | Email: [aaji.info@aaji.or.id](mailto:aaji.info@aaji.or.id)