

Senin, 10 Oktober 2022

Judul	Imbal Hasil Unitlink Masih Melanjutkan Tren Minus
Nama Media	Kontan
Newstrend	Imbal Hasil unitlink
Halaman	10
Tanggal Berita	10/10/22
Sentimen	Netral

■ IMBAL HASIL UNITLINK

Imbal Hasil Unitlink Masih Melanjutkan Tren Minus

JAKARTA. Kinerja unitlink tertekan kenaikan suku bunga dan resesi global. Akibatnya, tren penurunan imbal hasil unitlink yang berlangsung sejak awal tahun ini, bertahun hingga September.

Data Infovesta Utama memperlihatkan, imbal hasil produk unitlink yang berbasis saham pada bulan September 2022 tercatat minus 3,11% secara bulanan. Sementara jika dibandingkan dengan imbal hasil di awal tahun, maka minus 3,48%.

Tak jauh berbeda, produk unitlink dengan basis campuran juga minus 1,58% secara bulanan. Sejak awal tahun tercatat masih minus 1,10%.

Unitlink pendapatan tetap juga tercatat minus sekitar 1,45% secara bulanan. Imbal hasil ini masih minus 2,26% jika dilihat dari awal tahun.

Produk unitlink berbasis

pasar uang mencetak hasil mendingan, dengan minus 0,25% per September. Namun jika dilihat dari awal tahun masih di angka positif 0,59%.

Vice President Infovesta Utama, Wawan Hendryana menjelaskan, kenaikan suku bunga bank sentral Amerika Serikat alias Federal Reserve (The Fed) dan Bank Indonesia (BI) yang lebih tinggi dibandingkan ekspektasi, juga dolar AS yang menguat, menjadi salah satu sentimen negatif penurunan kinerja unitlink secara bulanan.

Di diperkirakan akan menaikkan suku bunga sekali lagi pada tahun ini. "Apalagi kalau di bulan depan The Fed menaikkan suku bunga lagi. Ini menyebabkan sebagian investor melakukan aksi *profit taking* di pasar modal," kata Wawan, kepada Kontan, Minggu (9/10).

Wawan menilai, perlunya mencermati inflasi yang meningkat dan menuju level 6%. Wawan menilai, bukan tidak mungkin ada koreksi sampai akhir tahun nanti.

Menurutnya, hingga akhir tahun produk pasar uang ma-

ngatakan, pendapatan premi unitlink BNI Life per September 2022 mencapai lebih dari Rp 1 triliun. Jumlah tersebut memberikan kontribusi lebih dari 20% terhadap total pendapatan premi.

Sementara rata-rata yield sekitar 5,2%. "Tetapi jika dibandingkan tahun lalu secara tahunan mengalami penurunan sekitar 12%. Penurunan terjadi karena kondisi market yang masih *recovery* pasen pandemi," kata Eben.

Ia menjelaskan saat ini produk unitlink andalan BNI Life adalah Unitlink Dana Aktif dengan rata-rata return tahunan sekitar 16%.

Produk ini masih menyimpan mayoritas aset unitlink pada saham. Sedangkan dari sisi anhan, sektor keuangan dan infrastruktur yang mendominasi.

Dalam menjaga penjualan

unitlink, BNI Life selalu melakukan analisa kondisi market untuk mencari momentum dalam melakukan trading serta menyesuaikan kembali strategi disetiap perubahan yang terjadi.

Menurut Eben, dengan menggunakan analisa yang lebih komprehensif, BNI Life terbantu dalam memilih aset alokasi yang lebih tepat, untuk mengejar imbal hasil hingga akhir tahun nanti.

Setyi Mayasari

Imbal hasil unitlink pasar uang masih lebih baik dibanding produk lain.

...sah tetap positif. Sementara untuk unitlink pendapatan tetap memang saat ini negatif tetapi harapannya bisa naik tipis mungkin 1%.

Direktur Keuangan BNI Life, Eben Eser Nainggolan

Judul	Bisnis DPLK Simas Jiwa
Nama Media	Kontan
Newstrend	Bisnis DPLK Simas Jiwa
Halaman	10
Tanggal Berita	10/10/22
Sentimen	Netral

Kontan

Bisnis DPLK Simas Jiwa

JAKARTA. PT Asuransi Simas Jiwa akan terus mengembangkan saluran distribusi Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK). Terbaru melalui produk Program Pensiun Iuran Pasti (PIIP) dan Dana Kompensasi Pascakerja (DKP).

Strategi ini selaras dengan perubahan arah bisnis perusahaan tersebut di masa mendatang. Sekaligus mengantisipasi penurunan produk unitlink.

DPLK Simas Jiwa menunjukkan perkembangan pada pertumbuhan dana kelolaan. Hingga Agustus 2022, dana kelolaan mencapai Rp 506,75 miliar, tumbuh sekitar 24% dibandingkan akhir tahun 2021 sebesar Rp 409,54 miliar. Kontribusi dana kelolaan tersebut terdiri dari DKP sebesar Rp 432,13 miliar dan PIIP sebesar Rp 74,61 miliar.

Direktur Utama Asuransi Simas Jiwa, IJ Soegeng Wibowo menuturkan, salah satu pemasaran DPLK melalui produk-produk untuk pensiun, baik sebagai karyawan maupun sebagai individu.

Dina Mirayanti

Judul	Pembekalan Agen Asuransi
Nama Media	Kontan
Newstrend	Edukasi Literasi Untuk Tenaga Pemasar
Halaman	10
Tanggal Berita	10/10/22
Sentimen	Netral



Judul	Tingkatkan Penetrasi, Manulife Perkuat Tenaga Pemasar
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Edukasi Tenaga Pemasar
Halaman	17
Tanggal Berita	10/10/22
Sentimen	Netral

Tingkatkan Penetrasi, Manulife Perkuat Tenaga Pemasar

JAKARTA, ID – PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia (Manulife Indonesia) menilai industri asuransi mulai menggeliat seiring berangsur pulihnya kondisi ekonomi pascapandemi Covid-19. Hal itu menjadi peluang besar bagi perusahaan asuransi jiwa untuk menggarap pasar yang mulai tumbuh ke arah normal. Manulife pun memperkuat tenaga pemasar untuk meningkatkan penetrasi asuransi.

"Kami menyadari minat masyarakat Indonesia terhadap asuransi mulai meningkat terutama sejak adanya pandemi. Hal ini terlihat dari hasil survei Manulife Asia Care 2020 yang menyatakan 72% responden Indonesia ingin membeli polis baru dalam enam bulan ke depan," ujar Direktur dan *General Manager Agency* Manulife Indonesia Novita J Rumngangun di Jakarta, Minggu (8/10).

Tingginya minat berasuransi ternyata berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan asuransi jiwa, termasuk Manulife Indonesia. Tercatat, sepanjang 2021, Manulife Indonesia meraih pendapatan bersih premi asuransi Rp 12,1 triliun. Jumlah itu meningkat 42% dibandingkan tahun 2020. Pertumbuhan signifikan itu didorong kenaikan pendapatan premi di tahun yang sama. Kinerja premi bisnis baru pada 2021 tumbuh 35% dari sebelumnya Rp 5,6 triliun menjadi Rp 7,5 triliun (berdasarkan *annualized premium equivalent*).

Novita menjelaskan, Manulife senantiasa melakukan inovasi produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan keuangan masyarakat yang beragam. Manulife juga melakukan inovasi layanan seperti MiEclaim yang mempermudah nasabah dalam mengajukan klaim melalui kanal digital. Termasuk membekali para tenaga pemasar dengan berbagai platform digital untuk memudahkan mereka memenuhi kebutuhan nasabah dan masyarakat luas. Terutama dalam hal kemudahan pencairan klaim. Pada 2021 Manulife Indonesia membayar klaim senilai Rp 8,9 triliun.

Novita optimistis kinerja Manulife Indonesia semakin positif melihat kondisi ekonomi Indonesia. Tercatat, pada 2019, agen Manulife Indonesia sebanyak 4.593 orang. Kemudian pada 2020 melonjak menjadi 5.978 orang, dan tahun ini hingga September 2022 sudah mencapai 8.589 agen. Peningkatan signifikan itu sesuai target yang ditetapkan di awal tahun, yakni penambahan 7.777 agen baru pada tahun ini. Kebutuhan agen memang sangat diperlukan, apalagi penetrasi asuransi di Indonesia baru 4% dari populasi penduduk. Padahal, jumlah agen asuransi masih minim.

Sementara itu, *Business Director* Manulife Surabaya Felicia Hadi-wibowo mengakui potensi asuransi di Indonesia masih besar. Hal itu menjadi peluang bagi para agen asuransi. Ia memiliki 225 agen yang tersebar di sejumlah kota seperti Surabaya, Malang, Blitar, Semarang, Jember, Denpasar, Papua, dan Jakarta. Dengan perkembangan teknologi digital, dia bisa merekrut banyak agen di berbagai kota secara daring. Dia berharap tahun depan, jumlah agen bisa melampaui 500 orang.

Pada kesempatan terpisah, *Business Director* Manulife asal Jakarta Angellia SP menilai pasar asuransi prospektif. Data terbaru OJK menunjukkan pada 2019, Indeks Inklusi Keuangan 76,19%. Angka itu jauh dibandingkan Singapura sebesar 98%, Malaysia 85%, dan Thailand 82%. Selain itu, kemudahan klaim yang dilakukan oleh Manulife menjadi daya tarik bagi agen yang ingin bergabung. (th)

Judul	Industri Asuransi Menggeliat, Manulife Perkuat Tenaga Pemasar
Nama Media	Kontan
Newstrend	Edukasi Literasi Tenaga Pemasar
URL	https://keuangan.kontan.co.id/news/industri-asuransi-menggeliat-manulife-perkuat-tenaga-pemasar
Tanggal Berita	10/10/22
Sentimen	Netral

Reporter: **Tendi Mahadi** | Editor: **Tendi Mahadi**

KONTAN.CO.ID - JAKARTA. Industri asuransi mulai menggeliat seiring berangsur pulihnya kondisi ekonomi pascapandemi Covid 19. Hal itu menjadi peluang besar bagi perusahaan asuransi jiwa untuk menggarap pasar yang mulai tumbuh ke arah normal.

“Kami menyadari minat masyarakat Indonesia terhadap asuransi mulai meningkat terutama sejak adanya pandemi. Hal ini terlihat dari hasil survey Manulife Asia Care 2020 yang menyatakan 72% responden Indonesia ingin membeli polis baru dalam enam bulan ke depan,” ujar Direktur & *General Manager Agency* PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia (Manulife Indonesia) Novita J Rumngangun dalam keterangannya, Minggu (8/10).

Judul	Sun Life Indonesia dan CIMB Niaga Hadirkan Sun Proteksi Jiwa
Nama Media	Suara.com
Newstrend	Kolaborasi CIMB Niaga dan Sun Life
URL	https://keuangan.kontan.co.id/news/industri-asuransi-menggeliat-manulife-perkuat-tenaga-pemasar
Tanggal Berita	10/10/22
Sentimen	Netral

Suara.com - PT Sun Life Financial Indonesia (**Sun Life Indonesia**) melalui kerja sama bancassurance dengan PT Bank **CIMB Niaga** Tbk (CIMB Niaga) kini memperluas jangkauan produknya dengan menghadirkan Sun Proteksi Jiwa (Si Jiwa) bagi nasabah CIMB Niaga.

Sun Proteksi Jiwa merupakan produk asuransi jiwa tradisional dengan premi terjangkau dan fleksibel yang disesuaikan untuk generasi produktif. Menawarkan beragam keunggulan dan manfaat perlindungan, Sun Proteksi Jiwa dapat dimanfaatkan sebagai pengganti penghasilan atau dana warisan jika terjadi risiko pada kepala keluarga sehingga kelangsungan hidup keluarga yang ditinggalkan tetap terpenuhi dan tujuan finansial keluarga di masa mendatang tetap tercapai.

Berdasarkan data yang dilansir dari Badan Pusat Statistik, bahwa hanya 37% masyarakat Indonesia yang memiliki tabungan untuk hidup lebih dari 6 bulan ke depan.