

Selasa, 13 Februari 2024

FM-CC-AAJI-006-00

Judul	Human Touch Tetap Penting
Nama Media	Marketing
Newstrend	Advertorial Bhinneka Life
Halaman/URL	Pg36&37
Tanggal Berita	13/02/2024
Sentimen	positive



Human Touch Tetap Penting

Teknologi memberikan berbagai manfaat positif, namun unsur human touch masih dibutuhkan dalam pelayanan di industri asuransi.

Banyak perusahaan telah menginvestasikan uang dalam jumlah besar untuk menerapkan teknologi mutakhir, seperti chatbot, artificial intelligence (AI) dan machine learning, robotic process automation (RPA), virtual reality (VR), serta augmented reality (AR). Tujuannya untuk meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan mereka.

Hal ini menimbulkan pertanyaan, apakah teknologi menggantikan peran manusia? Menanggapi ini, Benny Indra, Direktur Utama PT Bhinneka Life Indonesia, berpendapat bahwa teknologi akan banyak membantu pekerjaan manusia menjadi lebih efisien, tetapi keberadaan manusia untuk menggantikan peran manusia.

"Terkadang teknologi yang digunakan tidak tepat untuk menghadapi kebutuhan konsumen, sebab banyak teknologi yang tidak melibatkan sisi emosional dan empati dalam pengembangannya. Terlebih di bisnis asuransi, 'human touch' perlu dimanfaatkan untuk mendapatkan respect, flexibility, dan empathy yang diinginkan oleh nasabah," ujarnya.

Menurut Benny, ketika nasabah menyampaikan kebutuhannya, teknologi dapat memantapkan interaksi antara nasabah dan perusahaan, serta mampu meningkatkan efisiensi dalam pelayanan. Namun, harus ada elemen manusia yang dapat menangkap sinyal emosional dan memiliki empati, sehingga dapat menyelesaikan pesan yang tepat dari nasabah.

Korea itu, dibutuhkan keseimbangan antara human touch dan teknologi. Perlu dipahami bahwa teknologi adalah alat bantu (support tool) bagi agen pemasar atau karyawan, bukan pengganti (replacement). Keseimbangan ini akan memberikan nilai lebih pelayanan kepada nasabah. Selalu membangun kepercayaan antara nasabah dan agen pemasar yang memberikan dampak positif dalam jangka panjang.

Mengingat konsep layanan Bhinneka Life adalah melayani nasabah dengan sepenuh hati, maka human touch sangat dibutuhkan dalam pelayanan nasabah saat ini. "Rantai antara perusahaan dengan nasabah dibangun oleh rasa kepercayaan, yang dapat dibangun dengan adanya human touch bagi human relations," jelas Benny.

Bhinneka Life pun telah melibatkan teknologi dalam layanan pelanggan, agar dapat menjawab keluhan layanan masyarakat



BIAR dalam Layanan

Selain melibatkan teknologi, layanan pelanggan Bhinneka Life yang sudah terdistribusi melalui berbagai saluran customer care untuk melayani incoming call, incoming e-mail, web in customer maupun out going call, dan channel distribusi Bhinneka Life melalui jalur pemasaran agen, dimana nasabah banyak dan lebih senang berinteraksi dengan agen (pemasar) atau customer service untuk mendapatkan informasi asuransi dan polis yang diminta.

Dari total karyawan Bhinneka Life, sebanyak 230 orang—sekitar 23%—memiliki peran penting sebagai handler untuk memberikan pelayanan langsung kepada nasabah di 33 kantor pemasaran regional yang tersebar di kota-kota besar wilayah Indonesia. "Per September 2023, nasabah aktif Bhinneka Life berjumlah 49.000 pemegang polis," ungkap Benny.

Filosofi pelayanan yang diterapkan oleh Bhinneka Life adalah oleh nilai berupa perusahaan, yaitu BAK, berorientasi pada kebutuhan nasabah, berintegritas dalam melayani nasabah, jujur dan jujur merespons kebutuhan nasabah. Alasan dalam memberikan produk, dan layanan selama siap berkolaborasi untuk memberikan yang terbaik kepada nasabah dan seluruh pemangku kepentingan.

Siapkan SDM Mumpuni

Benny menyampaikan, tantangan yang dihadapi dalam menyelaraskan SDM dan teknologi dalam pelayanan tidak bisa dilihat dari internal saja (karyawan, agen, sistem, ruang lingkup perusahaan), namun perlu analisis dari eksternal (pelanggan, trend market).

Dari sisi internal, memiliki karyawan atau SDM dengan talenta sesuai teknologi yang digunakan akan memberikan nilai lebih bagi pelayanan terhadap nasabah. Hal ini dimulai dengan proses perekrutan karyawan, dimana Human Capital Department tak sekedar mencari pengganti dari karyawan senior, tetapi memastikan bahwa talenta baru yang direkrut memiliki kualifikasi sesuai kebutuhan.

"SDM berteknis tinggi merupakan aset penting yang dimiliki oleh Bhinneka Life, sehingga efektivitasnya bisa dipertahankan dengan melakukan engagement program yang baik," ujar Benny.

Pengembangan teknologi juga harus berorientasi kepada kemampuan tenaga pemasar (agen dan mitra). Setiap sistem ataupun aplikasi yang dibangun harus dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam aksesibilitas dari tenaga pemasar dan kebutuhan nasabah. Saat ini, agen pemasar Bhinneka Life memiliki jaringan yang sangat kuat, jadi aplikasi yang akan digunakan harus dapat membantu serta memberikan benefit lebih terhadap tenaga pemasar.

Dari sisi eksternal, nasabah pastinya menginginkan aplikasi yang cepat dan aman serta dapat memberikan multi-channel akses. Hal ini menjadi tantangan bagi SDM untuk terus mencari inovasi terbaik yang berorientasi dengan strategi dan tujuan pelayanan.

"Kami telah berinvestasi 50-60 antara SDM dan teknologi. Pengembangan teknologi sangat bergantung pada SDM. Kesiapan SDM harus diimbangi oleh Bhinneka Life agar dapat menciptakan inovasi atau metode kerja yang baru dalam berinovasi dan mencari solusi terbaik untuk perusahaan," tutup Benny. ■

Red: Agus Mahidhi

Judul	Penuh Empati dan Profesional
Nama Media	Marketing
Newstrend	Advertorial Chubb Life
Halaman/URL	Pg40&41
Tanggal Berita	13/02/2024
Sentimen	positive

Penuh Empati dan Profesional

"Meskipun teknologi dapat menggantikan banyak proses, banyak nasabah masih lebih memilih kontak manusia karena mereka dapat berbantuan dengan petugas layanan nasabah yang senantiasa memberikan empati dan kenyamanan yang tidak bisa diberikan oleh formulir klaim online."

Transformasi digital di bisnis asuransi telah mengubah harapan dan permintaan pelanggan. Kini pelanggan lebih banyak menuntut perusahaan asuransi terkait kecepatan pelayanan, interaksi yang personalisasi, responsif terhadap pertanyaan atau masalah, hingga pengalaman yang menyenangkan di semua saluran pelanggan.

Menilikinya, perusahaan asuransi sekarang kian agresif mengembangkan layanan digital demi mendorong kinerja dan layanan pelanggan. Hal ini pun dilakukan oleh Chubb Life Indonesia, perusahaan asuransi jiwa yang terus memperkuat layanan digital untuk mendapatkan perhatian dan loyalitas nasabahnya.

"Kami berupaya untuk menjadi lebih agile (tangkas) dan berkembang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Memahami kebutuhan dan preferensi unik mereka adalah prioritas utama perusahaan," kata Sri Rahayu, Chief Operations Officer PT Chubb Life Insurance Indonesia (Chubb Life Indonesia).

Chubb Life Indonesia memiliki struktur layanan nasabah omni-channel yang didukung oleh teknologi. Jadi, pelanggan dapat menghubungi kapan saja dan di mana pun mereka berada. Selain itu, tersedia platform Interaktif Customer Corner (platform portal pelanggan) yang dapat diakses secara online, yang memiliki fungsi klaim klaim (express claim) yang tersedia untuk poli dengan harga terjangkau hingga Rp1 juta.

Nasabah dapat mengajukan klaim, mengunggah dokumen, dan memantau statusnya dengan mudah melalui platform tersebut. Untuk memberikan dukungan instan nasabah secara online, Chubb Life Indonesia juga memiliki fitur Live Chat khusus di mychubblife.co.id. "Struktur layanan kami yang berbasis teknologi dan omni-channel memungkinkan pelanggan berinteraksi melalui platform pilihan mereka," sebut Ayu—sapaan akrab Sri Rahayu.

Sri Rahayu
Chief Operations Officer
PT Chubb Life Insurance Indonesia
(Chubb Life Indonesia)

Chubb Life Indonesia juga fokus pada analisis data untuk meningkatkan dan mengembangkan solusi perlindungan keuangan dan kesehatan yang unggul. Ini memungkinkan nasabah merencanakan masa depan sesuai dengan kebutuhan gaya hidup mereka.

"Di Chubb Life Indonesia, kami tidak hanya memberikan layanan, tapi juga memberikan pengalaman yang berpusat pada nasabah yang disesuaikan dengan kebutuhan tap-tap individu," tutur Ayu.

Selanjutnya dalam memberikan pengalaman nasabah yang unggul, Chubb Life Indonesia menggunakan pendekatan layanan terintegrasi yang didukung oleh teknologi. Nasabah dapat menghubungi perusahaan melalui gawainya di berbagai saluran, termasuk Customer Corner, Live Chat, WhatsApp, Hotline khusus, e-mail, dan akun media sosial korporasi.

"Meskipun teknologi dapat menggantikan banyak proses, banyak nasabah masih lebih memilih kontak manusia karena mereka dapat berbantuan dengan petugas layanan nasabah yang senantiasa memberikan empati dan kenyamanan yang tidak bisa diberikan oleh formulir klaim online," ungkapnya.

Chubb Life Indonesia telah melayani seluruh lapisan masyarakat di Indonesia dan memiliki jutaan nasabah. Kepercayaan ini didapatkan karena perusahaan memposisikan nasabah sebagai yang terdepan. Fokus ini mengharuskan perusahaan untuk memprioritaskan kebutuhan nasabah. Selangkah mengembangkan produk dan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka yang terus berubah dan lebih mudah diakses.

"Sesuai ini tidak akan mungkin terwujud tanpa aset terbesar perusahaan, yaitu karyawan. Terutama tim layanan nasabah (customer service). Ini merupakan wujud komitmen kami untuk mengutamakan nasabah, dan memastikan mereka selalu menjadi prioritas utama," ucap Ayu.

Sinergi Tenaga Manusia dan Teknologi

Chubb Life Indonesia memahami bahwa setiap nasabah memiliki keunikan terkait preferensi mereka dalam berinteraksi dengan perusahaan. Selain itu, penting mengembangkan tenaga manusia dan teknologi dalam pelayanan sehingga menciptakan value bagi perusahaan.

Ayu mengemukakan, SDM yang bertugas pada layanan nasabah memiliki dedikasi dan semangat berkolaborasi untuk menangani setiap pertanyaan secara responsif penuh empati dan profesional. Tak hanya itu, mereka juga

dituntut untuk mengoperasikan layanan berbasis teknologi, yang diwariskan sebagai bagian dari penerusan struktur layanan omni-channel perusahaan.

Kandati layanan digital dapat memudahkan interaksi antara nasabah dan perusahaan, serta mampu meningkatkan efisiensi dalam pelayanan, Ayu menilai masih ada sejumlah tantangan dalam penerapannya. Tantangan tersebut terutama bagaimana meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelanggan terhadap layanan berbasis teknologi yang telah disediakan. Sehingga ketika mereka memerlukan tanggapan cepat terhadap pertanyaannya, mereka tahu di mana dan bagaimana menghubungi perusahaan.

Selain itu, masih banyak nasabah yang khawatir mengenai bagaimana data pribadi mereka dikelola dan digunakan, termasuk serang siber yang mengakibatkan kebocoran data pribadi. "Kami memprioritaskan perlindungan data nasabah dan terus berinvestasi pada teknologi unggul dan sistem keamanan ter canggih. Rujukannya untuk memastikan privasi data nasabah tetap terjaga setiap saat," tegas Ayu. ■

Mail: Ayu Mahuli

40 | ekonomi.kompas.com/direktori/marketing

www.marketing.com | 13 FEBRUARI 2024 | 41

Judul	Sentuhan Manusia Dan Teknologi Dalam Pelayanan
Nama Media	Marketing
Newstrend	Manusia Tetap Relevan di Tengah Digitalisasi Industri Keuangan
Halaman/URL	Pg28&29&30&31
Tanggal Berita	13/02/2024
Sentimen	positive

SENTUHAN MANUSIA DALAM

DAN TEKNOLOGI PELAYANAN

Di era ini, jumlah pelanggan yang terus meningkat. Di masa mendatang, jumlahnya terus meningkat. Setelah sekian lama yang akan datang, akan ada manusia pada tahun 2027 dengan cukup modal dibandingkan dengan tahun 2023. Kemudian, jumlah asetnya akan meningkat yang dengan aset manusia di tahun 2023 akan mencapai 100 miliar pada tahun 2027, menjadi 200 miliar pada tahun 2027.

Siapa yang akan menggantikan peran manusia?

Human capital yang akan menggantikan peran manusia adalah industri yang cukup kuat menggantikan teknologi untuk menggantikan manusia. Kita, sebagai perusahaan perbankan dan asuransi bisa dengan modal platform digital, sehingga masalah kita akan mengalami keterbatasan dan tekanan dengan platform.

Apakah fungsi kantor cabang dan peran manusia akan hilang? Itu juga tidak. Kita sebagai industri ini akan menghadapi tantangan yang berbeda-beda. Kita sebagai industri ini akan menghadapi tantangan yang berbeda-beda. Kita sebagai industri ini akan menghadapi tantangan yang berbeda-beda.

Apakah fungsi kantor cabang dan peran manusia akan hilang? Itu juga tidak. Kita sebagai industri ini akan menghadapi tantangan yang berbeda-beda. Kita sebagai industri ini akan menghadapi tantangan yang berbeda-beda. Kita sebagai industri ini akan menghadapi tantangan yang berbeda-beda.

Di era teknologi, setiap perusahaan dituntut dapat melayani pelanggannya dengan efisien dan cepat. Namun, tidak semua pelayanan bisa diberikan oleh teknologi. Karena itu, perusahaan dituntut untuk menyeimbangkan antara human touch dan technology.

Salah satu hal yang menjadi tantangan perusahaan perbankan teknologi adalah bagaimana melayani pelanggan dengan efisien dan cepat. Namun, tidak semua pelayanan bisa diberikan oleh teknologi. Karena itu, perusahaan dituntut untuk menyeimbangkan antara human touch dan technology.

Salah satu hal yang menjadi tantangan perusahaan perbankan teknologi adalah bagaimana melayani pelanggan dengan efisien dan cepat. Namun, tidak semua pelayanan bisa diberikan oleh teknologi. Karena itu, perusahaan dituntut untuk menyeimbangkan antara human touch dan technology.

Salah satu hal yang menjadi tantangan perusahaan perbankan teknologi adalah bagaimana melayani pelanggan dengan efisien dan cepat. Namun, tidak semua pelayanan bisa diberikan oleh teknologi. Karena itu, perusahaan dituntut untuk menyeimbangkan antara human touch dan technology.

30 | [www.kompas.com](#) | [www.kompas.com](#)

31 | [www.kompas.com](#) | [www.kompas.com](#)

Judul	RPK AJB BUMIPUTERA SIAP DIREVISI
Nama Media	Bisnis Indonesia
Newstrend	Perkembangan RPK AJB Bumiputera
Halaman/URL	Pg15
Tanggal Berita	13/02/2024
Sentimen	positive

| PENANGANAN ASURANSI BERMASALAH |

RPK AJB BUMIPUTERA SIAP DIREVISI

Bisnis, JAKARTA — Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 akan merevisi rencana penyehatan keuangan (RPK) perusahaan sebagai respons atas evaluasi yang dilakukan regulator terhadap pelaksanaan RPK.

Rika Anggrani
rika.anggrani@bisnis.com

Sekretaris Perusahaan AJB Bumiputera 1912 Hery Darmawansyah mengatakan perubahan RPK akan mencakup rencana penerimaan premi income dan optimalisasi aset untuk memenuhi kewajiban kepada pemegang polis.

"Untuk optimalisasi aset, skema yang dilakukan adalah dengan melakukan penjualan aset yang tidak produktif menjadi *liquid asset*," katanya kepada *fituris*, Senin (12/2).

Perubahan itu akan disampaikan kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada pertengahan Maret.

Manajemen sebelumnya telah menghadiri undangan regulator pada 2 Februari. Dari pihak AJB Bumiputera, pertemuan dihadiri oleh peserta rapat umum anggota (RUA), dewan komisaris, dan direksi.

Dalam pertemuan tersebut, kata Hery, salah satu agenda yang dibahas adalah evaluasi RPK AJB

Bumiputera 1912 dan perubahan rencana RPK yang disesuaikan dengan realitas secara realistis.

"Perubahan RPK sedang dalam finalisasi dan pada pertengahan Maret 2024 sudah harus disampaikan kembali ke OJK," ujarnya.

Hery menekankan bahwa sampai saat ini, tim *task force* masih berperan aktif menjalankan tugas dan fungsinya.

Selain perubahan RPK, dalam pertemuan tersebut, AJB Bumiputera 1912 juga membahas perubahan anggaran dasar yang disesuaikan dengan UU No.4/2023 tentang PPSK dan POJK No.7/2023 Tentang Tata Kelola dan Kelembagaan Perusahaan Asuransi Berbentuk Usaha Bersama.

Hery menjelaskan bahwa anggaran dasar perubahan AJB Bumiputera 1912 tersebut telah disampaikan kepada OJK pada 12 Januari 2024 dan telah dibahas bersama di OJK pada 24 Januari 2024.

"Revisi anggaran dasar telah dikirimkan kembali kepada OJK pada 30 Januari 2024 untuk mendapatkan persetujuan OJK," tuturnya.

OJK membenarkan bahwa regulator telah mengadakan pertemuan dengan manajemen AJB Bumiputera 1912 pada 2 Februari.

Deputi Komisiner Bidang Pengawasan Perasuransian, Penjaminan, dan Dana Pensiun OJK Iwan Pasila menyampaikan, dalam pertemuan itu, ada beberapa tindak lanjut yang perlu dilakukan untuk memastikan tujuan penyehatan AJB Bumiputera 1912 dapat mulai bergerak.

"Untuk detail [pertemuan], belum bisa saya sampaikan ya," kata Iwan saat dihubungi, kemarin.

Dalam rapat tersebut, OJK juga menyampaikan beberapa keluhan nasabah dan pekerja dari perusahaan asuransi berbentuk mutual itu.

"[Keluhan itu] yang perlu mendapat perhatian direksi dalam mengelola program penyehatan," imbuhnya.

Regulator pernah menyenggung

“**Untuk optimalisasi aset, skema yang dilakukan adalah dengan melakukan penjualan aset yang tidak produktif menjadi *liquid asset*.**

soal RPK perusahaan asuransi mutual itu yang belum berjalan optimal.

Kepada Eksekutif Pengawas Perasuransian, Penjaminan, dan Dana Pensiun OJK Ogi Prastomiyono mengatakan program atau target yang ditetapkan dalam RPK AJB Bumiputera 1912 banyak yang tidak tercapai.

"Perolehan premi dan kerja sama penutupan asuransi jauh dari target dan belum ada realisasi optimalisasi atau pelepasan aset properti," katanya dalam kete-

rangan, belum lama ini.

Dengan tidak tercapainya target atau program dalam RPK, OJK telah meminta AJB Bumiputera 1912 untuk mengevaluasi pelaksanaan RPK.

"OJK hingga saat ini masih menunggu hasil evaluasi RPK AJB Bumiputera 1912 yang komprehensif untuk menentukan tindakan pengawasan atau keberlanjutan atas RPK AJBB," kata Ogi.

OJK mencatat bahwa AJB Bumiputera 1912 baru memaliskan pembayaran outstanding claim untuk 52.636 polis dengan total nominal Rp153,1 miliar per 27 Desember 2023. Dana itu bersumber dari pencairan kelebihan dana jaminan.

Ogi menambahkan, OJK telah melakukan pertemuan secara berkala, baik dengan peserta RUA, Dewan Komisaris, maupun Direksi AJB Bumiputera 1912, untuk memonitor implementasi RPK.

"Pada akhir 2023, OJK juga melakukan pemeriksaan langsung terhadap AJBB dengan salah satu aspek terkait implementasi RPK," kata Ogi. ■

Setelah Otoritas Jasa Keuangan mengeluarkan pernyataan tidak keberatan atas rencana penyehatan keuangan (RPK) AJB Bumiputera 1912, perusahaan menyusun tiga tahapan penyehatan keuangan perusahaan untuk memastikan perlindungan terhadap hak-hak pemegang polis, pekerja, dan agen.

3 Tahap Penyehatan Keuangan AJB Bumiputera 1912

1. Penyelamatan dengan fokus pada pemenuhan likuiditas perusahaan untuk memenuhi kewajiban klaim tertunda.
2. Penyehatan yang beriringan dengan upaya penyelamatan untuk memperbaiki kondisi perusahaan, penyelesaian kewajiban kepada pemegang polis, dan menjaga kesinambungan operasional perusahaan pada waktu yang akan datang.
3. Transformasi dengan perusahaan sudah berjalan normal, beban pembayaran kewajiban kepada pemegang polis dan pihak ketiga sudah terurai dan terselesaikan, memastikan tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*), serta digitalisasi produk asuransi dan produk operasional.

Rangkaian Upaya Penyehatan AJB Bumiputera 1912



Kinerja Bumiputera 1912 Per 31 Desember 2023

Aset : Rp10,41 triliun (-3,91%)
Investasi : Rp6,75 triliun (-5,69%)

Utang : Rp8,54 triliun (18,89%)
Utang klaim : Rp7,88 triliun (18,9%)

Liabilitas : Rp14,38 triliun (4,28%)
Ekuitas : Rp3,97 triliun (34,56%)

Pendapatan premi : Rp688,85 miliar (-41,3%)
Pendapatan : Rp853,4 miliar (-42,3%)

Pembayaran klaim & manfaat : Rp2,07 triliun (9,29%)
Rugi setelah pajak : Rp794,84 miliar (dari laba setelah pajak Rp705,07 miliar pada 2022)

RBC : -774,47% (dari -631,78% pada 31 Desember 2022)

BKI : 23,47%
Rasio likuiditas : 18,87%

Judul	Unitlink Pasar Uang Mencetak Return Terbaik
Nama Media	Kontan
Newstrend	Catatan Kinerja Unitlink
Halaman/URL	Pg10
Tanggal Berita	13/02/2024
Sentimen	positive

Unitlink Pasar Uang Mencetak Return Terbaik

Kinerja unitlink pendapatan tetap ke depan akan positif

Ferry Saputra

JAKARTA. Mayoritas asuransi yang dikaitkan dengan investasi alias unitlink mencetak kinerja positif di Januari 2024. Unitlink pasar uang menjadi unitlink berkinerja terbaik.

Berdasarkan data Infovesta Utama, unitlink pasar uang mencetak imbal hasil rata-rata 0,29% di Januari 2024. Di urutan kedua ada unitlink campuran, dengan *return* 0,21%.

Research Analyst Infovesta Kapital Advisory Arjun Ajwani menyebut, unitlink pasar uang mencetak imbal hasil tertinggi karena menawarkan stabilitas di tengah gejolak pasar. "Pasar uang menjadi produk dengan risiko terendah dan aman," ujar dia, kemarin.

Kinerja unitlink saham juga masih positif 0,17%. Tapi kinerja unitlink pendapatan tetap minus 0,05% karena proyeksi pemangkasan bunga The Fed. Toh, Arjun menilai, kinerja unitlink saham dan pendapatan tetap tahun ini tetap prospektif.

Di masing-masing perusahaan asuransi, jenis unitlink yang jadi jawara sedikit berbeda. Di BNI Life Insurance, menurut Plt Direktur Utama BNI Life Eben Eser Nainggolan, kinerja tertinggi dipegang unitlink jenis saham.

Eben menyebut unitlink Bli-

fe Link Saham Maksima mencetak imbal hasil rata-rata 1,1%. "Ini disebabkan kenaikan saham sektor keuangan, khususnya perbankan," ujar dia.

Suku bunga turun

Di semester I-2024, Eben memperkirakan, unitlink saham akan menghasilkan *return* lebih tinggi, dengan catatan investasi dilakukan selektif. Di semester II-2024, ada potensi suku bunga turun dan menurunkan *yield* obligasi, sehingga harga naik. Jadi, kinerja unitlink pendapatan tetap diprediksikan melesat.

Asuransi Jiwa Generali Indonesia juga mencatat unitlink saham menjadi unitlink jawara. Berdasarkan data Infovesta Utama, unitlink Generali yang memberi *return* ter-

tinggi pada Januari 2024 adalah Generali Equity Growth, dengan *return* 1,66%. Sementara Generali Fixed Income Syariah memberi *return* 0,96%, diikuti Generali Money Market Employee dengan imbal hasil 0,5%.

Chief Marketing Officer Generali Indonesia Vivin Arbi-anti Gautama berharap, tahun ini, Pemilu berjalan lancar sehingga stabilitas makro terjaga. Dus, *return* unitlink pendapatan tetap dan saham akan bergerak positif.

Prudential Life Assurance meyakini kinerja unitlink pendapatan tetap akan positif pada tahun ini. Chief Customer & Marketing Officer Prudential Indonesia Karin Zulkarnaen menyebut, penurunan bunga acuan akan menjadi peluang tersendiri. ■

Kinerja Unitlink Bulan Januari 2024

Nama Aset	Return
Infovesta Money Market Unit Linked Index	0,30%
Infovesta Balanced Unit Linked Index	0,26%
Infovesta Equity Unit Linked Index	0,17%
Infovesta Fixed Income Unit Linked Index	-0,05%
Indeks IDX30	-0,10%
LQ45	0,38%
Indeks Harga Saham Gabungan	-0,89%
Infovesta Government Bond Index	0,28%
Infovesta Corporate Bond Index	0,36%

Sumber: Infovesta Utama

Judul	Sekarang & Nanti, Hidup Tetap Terlindungi
Nama Media	tirto.id
Newstrend	Advertorial Prudential
Halaman/URL	https://tirto.id/sekarang-nanti-hidup-tetap-terlindungi-gVuy
Tanggal Berita	12/02/2024
Sentimen	positive




SEKARANG & NANTI, HIDUP TETAP TERLINDUNG!

Asuransi Jiwa PRULink NextGen yang diterbitkan dan dipasarkan PT Prudential Life Assurance adalah produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi (PAYDI) yang memberikan manfaat perlindungan jiwa (proteksi) sekaligus investasi dengan komponen investasi mengandung risiko. Calon Pemegang Polis atau Tertanggung wajib membaca dan memahami ringkasan informasi produk dan layanan sebelum memutuskan untuk membeli. Kinerja investasi masa lalu tidak mencerminkan kinerja investasi masa datang.

Di masa tua, kebutuhan keuangan tak lantas berhenti

Perlu persiapan matang sehingga tidak membebani anggota keluarga lainnya

Persiapkan sedari muda salah satunya dengan produk asuransi

Salah satu pilihannya adalah asuransi jiwa PRULink NextGen

KEUNGGULAN

- Beri manfaat proteksi & investasi
- Lindungi anggota keluarga di tiap jenjang kehidupan
- Fleksibel pilih masa perlindungan hingga 99 tahun
- Potongan biaya asuransi dasar 30%
- Manfaat meninggal akibat kecelakaan pada musim liburan hingga 300%
- Total Loyalty Bonus hingga 200%





Informasi produk lebih lanjut:
bit.ly/PRULinkNextGen

Didukung oleh Prudential Indonesia Q2M

Judul	AIA Vitality Womens 10K, Akan Hadir Kembali dengan Playground Baru di Solo
Nama Media	rm.id
Newstrend	Program Eksternal AIA Vitality
Halaman/URL	https://rm.id/baca-berita/etalase-bisnis/210211/aia-vitality-womens-10k-akan-hadir-kembali-dengan-playground-baru-di-solo
Tanggal Berita	12/02/2024
Sentimen	positive

AIA Vitality Womens 10K, Akan Hadir Kembali dengan Playground Baru di Solo

Reporter & Editor :
TEAM ADV

Etalase Bisnis



Senin, 12 Februari 2024 22:07 WIB



RM.id Rakyat Merdeka - Dalam merayakan Hari Perempuan Internasional, PT AIA FINANCIAL (AIA) melalui program health & wellness AIA Vitality untuk kelima kalinya pada tahun 2024 menggelar AIA Vitality Women's 10K dengan mengangkat tema #RiseUpYourPlayground yang akan dilaksanakan di Solo Jawa Tengah pada 3 Maret 2024 mendatang dengan mengajak 1500 perempuan.



Judul	Perkuat Penetrasi di Jawa Timur, Sun Life Buka Kantor Pemasaran Mandiri di Surabaya
Nama Media	kontan.co.id
Newstrend	Sun Life Buka Kantor Pemasaran di Surabaya
Halaman/URL	https://keuangan.kontan.co.id/news/perkuat-penetrasi-di-jawa-timur-sun-life-buka-kantor-pemasaran-mandiri-di-surabaya
Tanggal Berita	12/02/2024
Sentimen	positive

Perkuat Penetrasi di Jawa Timur, Sun Life Buka Kantor Pemasaran Mandiri di Surabaya

Senin, 12 Februari 2024 / 16:35 WIB



ILUSTRASI: Sun Life Indonesia Perkuat Penetrasi Bisnis di Jawa Timur dengan Resolusi Kantor Pemasaran Mandiri di Surabaya.

**Asuransi
All Risk
Paling
Murah**

Reporter: Tendi Mahadi | Editor: Tendi Mahadi

KONTAN.CO.ID - JAKARTA. Sun Life Indonesia kembali menegaskan komitmen dalam memperkuat dan meningkatkan penetrasi pasar asuransi di wilayah Jawa Timur, dengan menambah Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) di kota Surabaya.

Judul	Allianz Life Proyeksikan Klaim Asuransi Kesehatan Tetap Meningkat pada 2024
Nama Media	kontan.co.id
Newstrend	Tren Peningkatan Klaim Kesehatan Masih Berlangsung
Halaman/URL	https://keuangan.kontan.co.id/news/allianz-life-proyeksikan-klaim-asuransi-kesehatan-tetap-meningkat-pada-2024
Tanggal Berita	12/02/2024
Sentimen	positive

Allianz Life Proyeksikan Klaim Asuransi Kesehatan Tetap Meningkat pada 2024

Sekutu, 12 Februari 2024 / 14:06 WIB



KONTAN/Carolus Agus Waluyo

ILUSTRASI: Aktivitas nasabah di kantor pelayanan asuransi Allianz, Jakarta, Kamis (9/2). (KONTAN/Carolus Agus Waluyo)



✕ Reporter: Ferry Saputra | Editor: Tendi Mahadi

KONTAN.CO.ID - JAKARTA. PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life) memproyeksikan klaim asuransi kesehatan tetap akan meningkat pada tahun ini. Mengenai hal itu, *Head of Claim Support and Data Analytics* Allianz Life Indonesia Tubagus Arlie Sunartadirdja mengatakan salah satu faktor karena adanya inflasi medis.

"Dengan demikian, terjadi penyesuaian harga di rumah sakit pascapandemi Covid-19. Meskipun demikian, fokus kami adalah senantiasa mengusahakan layanan perlindungan yang optimal bagi nasabah sesuai dengan komitmen kami untuk melindungi lebih banyak orang," ungkapnya kepada Kontan, Senin (12/2).

Judul	Berita Foto - PENDAPATAN PREMI BRUTO MENINGKAT
Nama Media	Bisnis Indonesia
Newstrend	Catatan Kinerja Allianz
Halaman/URL	Pg15
Tanggal Berita	13/02/2024
Sentimen	positive

■ PENDAPATAN PREMI BRUTO MENINGKAT



Bisnis/Arief Hermawan P

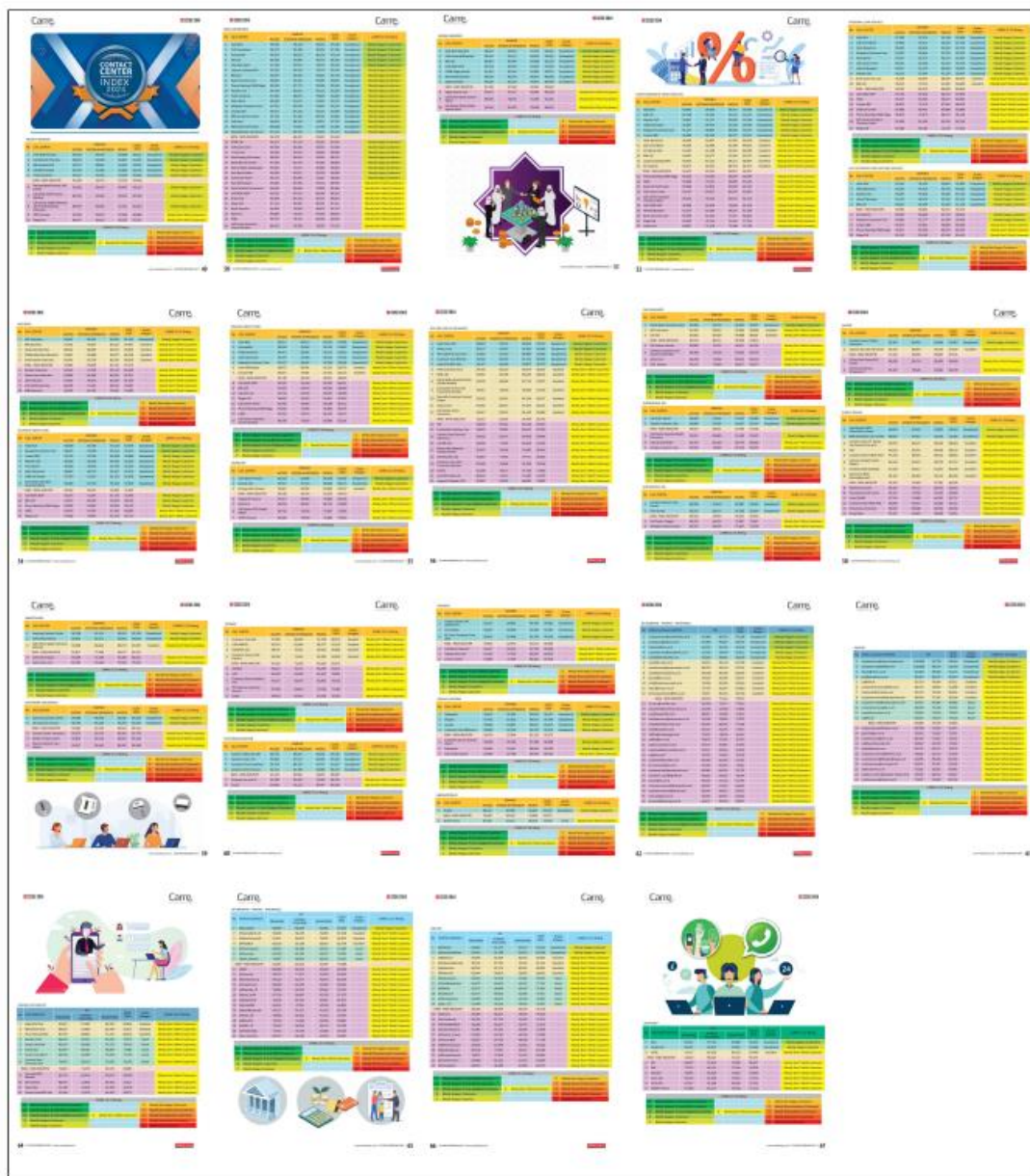
Karyawan melayani nasabah di kantor Allianz Life Indonesia, di Jakarta, Senin (12/2). PT Asuransi Allianz life Indonesia (Allianz Life Indonesia) membukukan total premi bruto atau *gross written premium* (GWP)

unaudited sebesar Rp16,8 triliun sepanjang 2023, tumbuh 5% apabila dibandingkan dengan perolehan pada tahun sebelumnya.

Judul	Cover Majalah Marketing 2, Februari 2024
Nama Media	Marketing
Newstrend	Chubb Life Tampil di Cover Majalah Marketing
Halaman/URL	Pg1
Tanggal Berita	13/02/2024
Sentimen	positive



Judul	Contact Center Service Excellence Index 2024
Nama Media	Marketing
Newstrend	Daftar Kontak Perusahaan Asuransi Jiwa
Halaman/URL	Pg49&50&51&52&53&54&55&56&57&58&59&60&61&62&63&64&65&66&67
Tanggal Berita	13/02/2024
Sentimen	positive



Judul	Excellent Service Experience Index 2024 Based On Experience Audit
Nama Media	Marketing
Newstrend	Daftar Perusahaan Asuransi Jiwa yang Masuk Excellent Service Experience Index 2024
Halaman/URL	Pg69&70&71&72&73&74&75&76&77&78&79&80
Tanggal Berita	13/02/2024
Sentimen	positive

