

Jumat, 2 Agustus 2024

FM-CC-AAJI-006-00

Judul	IFG Bakal Ubah Aset Properti Jadi Finansial
Nama Media	Rakyat Merdeka
Newstrend	IFG Life Perkuat Kualitas Aset Milik Perusahaan
Halaman/URL	Pg9
Tanggal Berita	02/08/2024
Sentimen	positive

Kerek Kualitas Investasi

IFG Bakal Ubah Aset Properti Jadi Finansial



Mufri Dharmawan

PT Asuransi Jiwa IFG (IFG Life) menegaskan komitmennya kepada nasabah dalam menjaga pelayanan dan keuangan yang sehat.

Salah satu yang dilakukan dengan meningkatkan kualitas aset investasi perseroan. Yaitu dari aset properti menjadi aset finansial (*shifting to quality*).

Direktur Investasi IFG Life Mufri Dharmawan menjelaskan, strategi peningkatan kualitas aset sejalan dengan pengelolaan sumber daya yang dilakukan perseroan. Yakni untuk mendorong pertumbuhan hasil investasi yang lebih berkualitas di masa mendatang.

Dalam mengelola portofolio aset investasi, imbuhnya, IFG Life selalu berpegang pada prinsip *liability driven investment*.

"Hal itu untuk menjaga agar profil aset investasi sesuai dengan profil liabilitas perseroan," ucap Mufri dalam keterangan resmi, Kamis (1/8/2024).

Ditegaskan Mufri, upaya ini untuk mendorong ekspansi perseroan tumbuh lebih berkelanjutan di masa mendatang.

"Tumbuh berkesinambungan sangat penting, agar kami dapat memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat Indonesia," ujarnya.

Ia mencontohkan, IFG Life akan melakukan kegiatan lelang atas sejumlah aset properti dan menempatkan dana hasil penjualannya pada aset finansial, agar lebih memberikan nilai tambah bagi perseroan.

Pada pekan depan, perseroan akan melelang tiga aset properti di tiga lokasi berbeda di Jakarta Pusat.

Adapun proses lelang aset akan dilaksanakan melalui *E-Auction* di Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL) Jakarta IV pada Senin (5/8/2024), dengan batas waktu penawaran hingga pukul 14.00 WIB.

Kegiatan lelang ini terbuka bagi masyarakat umum yang memenuhi persyaratan, sesuai ketentuan dan peraturan yang berlaku.

Pada proses lelang ini, calon penawar dapat mengikuti lelang melalui aplikasi lelang yang tersedia di *website* <https://portal.lelang.go.id>.

Menurut Mufri, tiga aset ini berlokasi di kawasan strategis, yakni Jalan Wahid Hasyim, Jalan Raden Saleh dan Jalan Gondangdia.

"Selain tiga aset ini, kami juga secara kontinyu melakukan peninjauan atas kualitas aset properti lainnya, mengingat aset investasi berupa properti milik IFG Life saat ini tersebar di berbagai wilayah di Indonesia," katanya.

Di samping untuk mendorong pertumbuhan hasil investasi yang lebih berkualitas, kegiatan lelang tersebut menjadi langkah strategis dalam pengelolaan aset investasi dengan penuh kehati-hatian, agar perseroan dapat terus tumbuh berkesinambungan.

Terlebih, sebagai salah satu anak usaha BUMN (Badan Usaha Milik Negara), sambung Mufri, IFG Life membawa amanat untuk dapat terus berkembang menjadi perusahaan terbaik. Yang dapat mempertahankan kepercayaan publik, serta memperkuat industri asuransi nasional.

"Ibarat pelari, kualitas sumber daya harus ditingkatkan, sehingga bisa mencapai visi kami. Yakni menjadi perusahaan asuransi jiwa dan kesehatan yang terbaik di Indonesia," tuturnya.

Mufri optimistis, dengan dukungan seluruh pihak, khususnya dari para pemangku kepentingan dan tim internal, IFG Life akan mampu mencapai visi tersebut. ■ DWI

Judul	Penjualan Aset Wanaartha Terganjal
Nama Media	Kontan
Newstrend	Pencairan Aset Wanaartha Life
Halaman/URL	Pg10
Tanggal Berita	02/08/2024
Sentimen	neutral

■ LIKUIDASI WANAARTHA LIFE

Penjualan Aset Wanaartha Terganjal

JAKARTA. Pembayaran hasil likuidasi PT Asuransi Jiwa Adisarana Wanaartha atau Wanaartha Life (WAL) masih menemui kendala. Pasalnya tim likuidasi Wanaartha Life bilang ada sejumlah aset perusahaan asuransi jiwa tersebut yang masih diblokir oleh pihak berwenang.

Ketua tim likuidasi Wanaartha Life Harvardy Muhammad Iqbal mengungkapkan, sejumlah bidang tanah dan bangunan masih diblokir Bareskrim Polri. Pemblokiran itu berkaitan dengan perkara pidana yang melibatkan tujuh terduga dari Wanaartha Life.

"Dengan demikian, Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL) membatalkan permohonan lelang aset yang diajukan oleh tim likuidasi," kata Harvardy. Saat ini Harvardy menjelaskan dirinya sedang mengupayakan pembukaan blokir aset-aset tersebut agar secepatnya dapat dijual.

Di sisi lain, tim likuidasi juga masih berupaya meminta Kejaksaan Agung untuk melepaskan aset reksadana milik Wanaartha Life sekitar Rp 300 miliar agar bisa dimanfaatkan untuk pembayaran kepada pemegang polis.

Sebelumnya, 265.479.034 unit aset reksadana RD Pinnacle Protected Fund 2 telah dirampas negara berdasarkan Putusan Mahkamah Agung No

4165 K/Pid.Sus/2023 tanggal 12 Oktober 2023 jo. Putusan No 46/PID.SUS-TPK/2022/PT DKI tanggal 9 Januari 2023 jo. Putusan No 61/Pid.Sus-TPK/2021/PN.Jkt.Pst tanggal 22 Juni 2022.

Meski masih menemui kendala, Harvardy bilang pihaknya terus berupaya memenuhi hak-hak pemegang polis. Terbaru, tim likuidasi melakukan pembayaran hasil likuidasi tahap kedua senilai Rp 49,3 miliar hingga akhir Juli. Dia bilang dana pembayaran likuidasi ini berasal dari dana jaminan dan aset yang sudah berhasil dijual atau dicairkan.

Pembayaran hasil likuidasi tahap kedua ini merupakan kelanjutan dari pembayaran hasil likuidasi tahap pertama senilai Rp 6,4 miliar. Sementara untuk pembayaran tahap berikutnya akan dilakukan setelah tim likuidasi selesai melakukan pembayaran tahap dua kepada pemegang polis yang baru mengajukan konfirmasi penerimaan pembagian proporsional.

Sebelumnya, Kepala Eksekutif Pengawas Perasuransian, Penjaminan dan Dana Pensiun Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Ogi Prastomiyono memastikan akan terus mengawasi proses likuidasi Wanaartha Life sampai dengan prosesnya selesai.

Judul	#PressPlay FWD Insurance
Nama Media	Mix
Newstrend	Strategi Bisnis FWD Insurance
Halaman/URL	Pg44
Tanggal Berita	02/08/2024
Sentimen	positive

#PressPlay FWD Insurance

INDONESIA BRAND COMMUNICATION EXCELLENCE 2024 INTEGRATED BRAND CAMPAIGN CATEGORY

Kampanye #PressPlay dari FWD Insurance bertujuan untuk menjangkau 42% *brand awareness* dan 20% *brand consideration*, dengan memanfaatkan durasi kampanye selama tiga bulan, pertengahan September-Desember 2022. Pesan utama dari kampanye tersebut sejalan dengan janji dan *tagline* dari FWD Insurance, yakni "Celebrate Living".

Brand campaign dari FWD Insurance ini juga mencerminkan peluang dan tantangan yang dihadapi oleh orang-orang saat mereka memikirkan masa depan mereka. Melalui kampanye itu, FWD Insurance ingin menginspirasi semua orang untuk melakukan 'press play' untuk mengejar *passion* mereka, baik secara *professional* maupun *personal*, di mana asuransi (FWD Insurance) berperan sebagai pendukung mereka dalam meraih *passion* yang diinginkan.

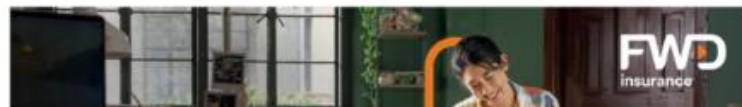
Rudy Franto Manik, *Chief HR & Marketing Officer* FWD Insurance, seperti yang dikutip dari situs resmi FWD Insurance, menyatakan bahwa FWD Insurance ingin menghadirkan pengalaman asuransi yang berbeda dengan mengubah cara pandang masyarakat tentang asuransi. "Melalui pesan dari kampanye #PressPlay, kami ingin memberikan dukungan dan memberdayakan tiap-tiap individu untuk terus membebaskan langkah yang merupakan komitmen kami," katanya.

Kampanye ini memanfaatkan kekuatan dari simbol tombol "play" yang konsisten dengan filosofi FWD Insurance bahwa asuransi adalah sumber pemberdayaan dalam menikmati hidup, salah satunya adalah melalui musik yang merupakan bahasa universal yang dimengerti oleh seluruh kalangan masyarakat.

Kampanye #PressPlay dikemas dalam kampanye terintegrasi yang memanfaatkan berbagai *platform*, mulai dari *digital media*, *digital activation*, media luar ruang atau OOH (*Out of Home*), aktivasi *offline* "FWD Press Play Music Event", hingga *Public Relations* (PR) melalui pendekatan media dan *blogger*.

Kampanye ini berhasil meraih PR *value* Rp 942.516.000, dengan lebih dari 79 juta *digital media reach*, mengalami kenaikan *digital media engagement* sebesar 140% di Meta (FB dan IG) dan 96% di X (Twitter), serta mencapai 42% *brand awareness* dan 20% *brand consideration* pada Desember 2022—sebelum kampanye, pada Juli 2022, *brand awareness* FWD Insurance mencapai 30% dan *brand consideration*-nya mencapai 14%.

Kampanye terintegrasi #PressPlay dari FWD Insurance ini berhasil meraih predikat "Excellent" di kategori Integrated Brand Campaign, pada ajang "Indonesia Brand Communications Excellence 2024", yang digelar Majalah MIX MarComm. Menurut anggota dewan juri Janoe Arijanto, *PressPlay campaign* memang kampanye regional. Namun, ada upaya lokalisasi yang optimal, bahkan seperti lahir dari insights lokal yang kuat. (Dwi)



Judul	"Reach for Great Generation Campaign" Great Eastern
Nama Media	Mix
Newstrend	Strategi Bisnis Great Eastern Life
Halaman/URL	Pg46
Tanggal Berita	02/08/2024
Sentimen	positive

"Reach for Great Generation Campaign" Great Eastern

INDONESIA BRAND COMMUNICATION EXCELLENCE 2024
INTEGRATED BRAND CAMPAIGN CATEGORY

Great Eastern menggelar kampanye "Reach for Great Generation". Di kampanye itu, Great Eastern ingin menunjukkan kehadiran Great Eastern Life Indonesia sebagai penyedia solusi perlindungan bagi generasi sandwich. Target audiensi dari kampanye ini adalah generasi sandwich, 24-35 tahun.

Pesan yang ingin disampaikan melalui kampanye ini adalah Generasi Sandwich bisa Jadi Hebat (Reach for Great) dan jadi Generasi Hebat (Great Generation) dengan perlindungan yang tepat. Oleh karena itu, salah satu produk yang diperkenalkan pada kampanye ini adalah Asuransi GREAT Pro Solution, yakni produk asuransi terjangkau yang memberikan kepastian pertumbuhan aset dan perlindungan optimal untuk ketenangan pikiran.

Pada kampanye ini, Great Eastern menggunakan strategi 360 derajat integrated brand campaign dan membaginya dalam dua fase. Fase pertama, Great Eastern mengajak para KOL untuk mengkampanyekan pesan melalui media sosial. Great Eastern menggelar kampanye ini di media luar ruang atau OOH (Out of Home) dan melalui webinar.

Memasuki fase kedua, Great Eastern menghadirkan Photobox Great Generation dan Wheel of Fortune, IG Live bersama artis Andien, kontes foto atau video, nontong bareng Andien, branding di OOH, hingga amplifikasi di berbagai bioskop di Jakarta.

Kampanye "Reach for Great Generation" selama 2023 yang mengintegrasikan media digital, media luar rumah, serta aktivitas offline berhasil menjangkau lebih dari 5 juta generasi sandwich, mendapatkan lebih dari Rp 10 miliar PR value, meningkatkan brand health perusahaan, dan mencatatkan kinerja keuangan positif antara lain meraih pendapatan bersih Rp 208 miliar.

Kampanye ini pun berhasil meraih predikat "Good" untuk kategori Integrated Brand Campaign pada ajang "Indonesia Brand Communications Excellence 2024" yang digelar Majalah MIX MarComm. (Dwi)



Judul	Industri Reasuransi Masih Bisa Memupuk Pendapatan Premi
Nama Media	Kontan
Newstrend	Catatan Kinerja Perusahaan Reasuransi
Halaman/URL	Pg10
Tanggal Berita	02/08/2024
Sentimen	positive

■ KINERJA REASURANSI

Industri Reasuransi Masih Bisa Memupuk Pendapatan Premi

JAKARTA. Pelaku industri reasuransi masih mampu mencetak pertumbuhan premi di tengah kondisi ekonomi yang masih menantang. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat industri reasuransi mengantongi pendapatan premi sebesar Rp 12,7 triliun hingga Mei 2024. Jumlah tersebut naik sekitar 20,9% dari posisi pada Mei 2023 yang sebanyak Rp 10,5 triliun.

Pertumbuhan premi juga berhasil dicetak sejumlah perusahaan reasuransi hingga pertengahan tahun ini. PT Maskapai Reasuransi Indonesia Tbk alias Marein, misalnya, membukukan premi bruto sebesar Rp 1,63 triliun hingga Juni 2024, alias tumbuh 13,9% secara tahunan.

Marein bahkan membukukan pertumbuhan laba sebesar 77,5% dibanding periode sama pada tahun lalu menjadi Rp 75,22 miliar.

Selain kenaikan premi bruto, Direktur Kepatuhan Marein Tamara Arista Salim bilang capaian laba perusahaannya hingga Juni lalu juga didorong oleh perbaikan kualitas akseptasi dan peningkatan implementasi manajemen risiko.

Hasil investasi yang didapat Marein juga berkontribusi positif bagi laba perseroan. Marein mencatatkan hasil investasi Rp 96,5 miliar pada Juni 2024, meningkat dari Juni

2023 yang sebesar Rp 56,1 miliar. "Peningkatan laba setelah pajak ini melebihi target yang telah ditetapkan hingga semester I," ujar Tamara.

Hingga akhir tahun 2024, Marein pendapatan premi bisa mencapai Rp 3,34 triliun. Sementara target untuk perolehan laba tahun ini adalah sebesar Rp 81,19 miliar. Untuk memenuhi target sampai akhir tahun, Marein berupaya untuk meningkatkan kualitas portofolio bisnis.

PT Reasuransi Maipark Indonesia juga berhasil merek pendapatan premi bruto sebesar 9,3% secara tahunan menjadi Rp 92,1 miliar pada semester I 2024.

Direktur Utama Maipark Kocu Andre Hutagalung masih optimistis perusahaannya bisa membukukan pertumbuhan premi sebesar dua digit sepanjang tahun ini. Untuk mencapainya, Kocu bilang perseroan akan menyiapkan sejumlah produk baru guna menggenjot premi dari segmen bisnis fakultatif.

PT Reasuransi Indonesia Utama juga mencatat kenaikan pendapatan premi sebesar 11,9% menjadi Rp 2,83 triliun pada semester I 2024. Aset perseroan juga naik menjadi Rp 13,57 triliun dari posisi akhir Juni 2023 yang tercatat sebesar Rp 10,74 triliun.

Ivanka Rahmana

Judul	Reasuransi Indonesia
Nama Media	Mix
Newstrend	Strategi Bisnis Indonesia Re
Halaman/URL	Pg39
Tanggal Berita	02/08/2024
Sentimen	positive

Reasuransi Indonesia

INDONESIA BRAND COMMUNICATION EXCELLENCE 2024
DIGITAL BRAND CAMPAIGN CATEGORY
(BASED ON ENGAGEMENT RATE INDEX)

PT Reasuransi Indonesia Utama (Persero) atau disebut Indonesia Re, merupakan perusahaan reasuransi BUMN yang memiliki peran untuk menyerap risiko asuransi dan meningkatkan retensi premi dalam negeri yang diharapkan dapat mengurangi defisit neraca pembayaran dari sektor perasuransian.

Untuk memperkenalkan Indonesia Re sebagai perusahaan reasuransi yang memiliki peran penting dalam menopang bisnis asuransi di Indonesia, Persero ini mengadakan sebuah aktivasi brand. Brand activation itu sekaligus diintegrasikan dengan aktivasi literasi untuk memberikan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya asuransi.

Brand activation Indonesia Re dimulai dengan merancang sebuah cerita melalui pesan yang relevan dan *up to date* dengan isu terkini di publik. Sebagai nilai tambah yang diharap bisa memancing keterlibatan publik, mereka membuat *content activation* dan mengajak publik untuk mengikuti mereka media sosial Indonesia Re serta menjalin kolaborasi dengan *Key Opinion Leader* (KOL).

Amplifikasi program dilakukan melalui beberapa *channel* yang disesuaikan agar jangkauan dan interaksi dengan audiens bisa semakin luas. Selain itu, mereka juga melibatkan karyawan sebagai '*Social Media Rangers*' untuk membantu percepatan dan penyebaran informasi melalui media sosial.

Dalam melaksanakan kampanye dan publikasi, Perusahaan menggunakan berbagai *platform* komunikasi yang sesuai dengan target *stakeholder/audiens*. *Platform* media sosial yang digunakan adalah Instagram, Twitter (X) dan LinkedIn. Selain itu mereka juga melakukan *blocking time* di Metro TV dalam acara Indonesia Re International Conference 2023. Juga dilengkapi dengan *event branding* dan expo.

Hasilnya, jumlah *followers* di semua platform media sosial mengalami peningkatan setiap bulannya, dengan tren *engagement rate* yang meningkat di hampir semua platform. Channel Instagram dan YouTube memiliki peningkatan *rate* lebih tinggi karena merupakan media sosial yang lebih populer di masyarakat.

Data crawling dengan kata kunci Reasuransi, IndonesiaRe, Reinsurance, IndonesiaReforReinsuranceSolution, SobatRIU, dan SolusiReasuransi, RippleIO Digital Listening Tools selama Januari-Juni 2024 mencatat, kampanye ini berhasil mendapatkan *total stream* sebesar 4,415 dengan *tone positif* sebesar 73,67%, *potensial reach* sebesar 20,2 juta dan level engagement sebesar 2,845. Dengan kinerja seperti itu, Ivosights memberikan *rating* Very Good untuk kampanye digital Reasuransi Indonesia.

Selain itu, tim brand communications Indonesia Re mencatat, jumlah *coverage* berita perusahaan di berbagai media online nasional selama periode kampanye tersebut mengalami peningkatan sampai 61% dibandingkan tahun 2022. (Nurur R Bintari)



Judul	Reach for Sandwich Great Generation Campaign
Nama Media	Mix
Newstrend	Strategi Bisnis Great Eastern Life
Halaman/URL	Pg41
Tanggal Berita	02/08/2024
Sentimen	positive

Reach for Sandwich Great Generation Campaign

INDONESIA BRAND COMMUNICATION EXCELLENCE 2024
DIGITAL BRAND CAMPAIGN CATEGORY
(BASED ON ENGAGEMENT RATE INDEX)

Reach for Great Generation adalah kampanye yang diadakan Great Eastern Life Indonesia dan bertujuan menginspirasi serta mengiringi perjalanan 'generasi sandwich'—generasi yang menanggung hidup lebih dari dua generasi—agar mereka dapat menjadi *Great Generation*. Lewat kampanye ini, Great Eastern Life Indonesia menunjukkan kehadirannya sebagai penyedia solusi perlindungan bagi segmen masyarakat, khususnya bagi generasi sandwich.

Kampanye dibagi dalam dua fase. Fase pertama diadakan pada periode Januari - Maret 2023, dan fase kedua dimulai sejak September 2023 hingga Januari 2024.

Rangkaian kampanye fase kedua dimulai dengan konten edukasi di Instagram Reels yang disampaikan oleh Fellexandro Ruby, seorang perencana keuangan dan Andien Aisyah, artis dan penyanyi. Lewat konten tersebut, Ruby dan Andien, memantik audiensnya untuk membagikan *low moment* dan *great moment* dalam proses menjadi generasi *sandwich*. Perbincangan kemudian dilanjutkan dengan diskusi langsung via Instagram Live bersama perwakilan dari Great Eastern Life Indonesia. Lewat konten ini, kampanye berhasil menjangkau lebih dari 900 ribu audiens.

Bertepatan dengan Hari Asuransi Nasional pada 18 Oktober 2023, Great Eastern Life Indonesia juga menyapa langsung para *Great Generation* di Photobox *Great Generation* selama dua minggu di Jembatan Penyebrangan Duku Atas, Jakarta, yang menghubungkan Stasiun LRT, MRT, dan Stasiun Kereta Bandara. Hanya dalam kurun waktu dua minggu, terdapat lebih dari 1.100 generasi *sandwich* berpose di photobox, baik sendiri, berdua bersama teman/sahabat, maupun beramai-ramai bersama keluarga. Great Eastern Life Indonesia kemudian mengajak mereka untuk terlibat dalam kompetisi foto atau video bagi generasi sandwich dengan mengunggah foto hasil posenya di Photobox *Great Generation*.

Di Instagram, para *Sandwich Gen* juga diajak menjadi bagian kampanye melalui kontes foto dan video "Inilah Caraku Jadi Hebat". Sebanyak 84 orang telah menceritakan perjalanannya melalui *low moment* hingga akhirnya sukses dan memperoleh *great moment*-nya.

Tim brand communication Great Eastern Life mengklaim, kampanye *Reach for Great Generation* selama 2023 yang mengintegrasikan media digital, media luar rumah, serta aktivitas offline berhasil berhasil menjangkau lebih dari 5 juta generasi sandwich, meningkatkan brand health perusahaan dan mencatatkan kinerja keuangan positif.

Sigi Ripple10 Digital Listening Tools sepanjang Januari-Juni 2024 mencatat, kampanye ini berhasil mendapatkan total *stream* sebesar 125, dengan tone positif sebesar 79,45%, *potential reach* sebesar 19,795, dan *level engagement* sebesar 70. Dengan kinerja ini, kampanye *Great Generation* ini berhak mendapatkan predikat *good* dalam Indonesia Brand Communications Excellence 2024 yang diadakan Majalah MIX Marcomm. (Nurur R Bintari)



Judul	Jenis Asuransi Jiwa yang Perlu Anda Ketahui dan Manfaat Finansialnya
Nama Media	soloaja.co
Newstrend	Artikel Literasi Asuransi
Halaman/URL	https://soloaja.co/read/jenis-asuransi-jiwa-yang-perlu-anda-ketahui-dan-manfaat-finansialnya
Tanggal Berita	01/08/2024
Sentimen	positive

Jenis Asuransi Jiwa yang Perlu Anda Ketahui dan Manfaat Finansialnya

REDAKSI DAERAH - © Kamis, 01 Agustus 2024 15:12 WIB



Mengenal Beragam Jenis Asuransi Jiwa dan Manfaatnya bagi Kehidupan Finansial (Pixabay)

JAKARTA - Asuransi jiwa adalah salah satu bentuk perlindungan finansial yang penting dalam kehidupan Anda. Dalam kontrak perjanjian ini, pemegang polis (tertanggung) melakukan kesepakatan dengan perusahaan asuransi (penanggung) di mana perusahaan tersebut berjanji untuk memberikan pembayaran berdasarkan kondisi tertentu seperti kematian tertanggung atau berdasarkan jangka waktu hidup tertanggung.

Tujuan utama dari asuransi jiwa adalah melindungi dari kerugian finansial tak terduga yang dapat terjadi akibat kematian mendadak, cacat total permanen, atau situasi tidak produktif lainnya seperti usia lanjut.

Untuk memahami lebih dalam mengenai asuransi jiwa, mari kita telusuri beberapa jenis asuransi jiwa yang tersedia dan manfaat yang ditawarkan.

Judul	Jaminan Asuransi Kecelakaan Diri Peserta Digiland Run 2024
Nama Media	tribunnews.com
Newstrend	BRI Life Berikan Jaminan Asuransi Kecelakaan Diri Peserta Digiland Run 2024
Halaman/URL	https://www.tribunnews.com/images/editorial/view/2002048/jaminan-asuransi-kecelakaan-diri-peserta-digiland-run-2024
Tanggal Berita	01/08/2024
Sentimen	positive

Jaminan Asuransi Kecelakaan Diri Peserta Digiland Run 2024

Kamis, 1 Agustus 2024 21:27 WIB

Foto #1



Pengunjung melakukan pendaftaran untuk mendapatkan perlindungan asuransi Pro Sport BRI Life di ajang Digiland Run 2024, kemarin. Pro Sport merupakan salah satu produk asuransi dari BRI Life yang memberikan perlindungan jiwa atas risiko kecelakaan saat melakukan aktivitas olahraga, baik olahraga umum sampai dengan olahraga ekstrem, berupa santunan meninggal dunia dan santunan perawatan rumah sakit karena aktivitas olahraga, dengan uang Pertanggungan sebesar Rp.25.000.000. Selain itu, melalui Pro Sport, BRI Life juga mengcover peserta lari dari kejadian yang tidak diinginkan selama perlombaan, seperti penggantian biaya rawat jalan darurat, biaya operasi, biaya fisioterapi dan pemulihan, santunan patah tulang hingga meninggal dunia. TRIBUNNEWS/HO

Judul	Laba Maskapai Reasuransi Indonesia (MREI) Meningkat 77,54% di Semester I-2024
Nama Media	id.tradingview.com
Newstrend	Catatan Kinerja Marein
Halaman/URL	https://id.tradingview.com/news/kontan:119e1cb3787ea:0/
Tanggal Berita	01/08/2024
Sentimen	positive

Laba Maskapai Reasuransi Indonesia (MREI) Meningkat 77,54% di Semester I-2024

1 Agu 2024 · 13.41 WIB



PT Maskapai Reasuransi Indonesia Tbk atau Reasuransi Marein (MREI) pada semester I-2024 mencatat kenaikan laba setelah pajak sebesar 77,54% secara year on year (YoY) menjadi Rp 75,22 miliar. Pada periode yang sama tahun sebelumnya, laba Reasuransi Marein tercatat senilai Rp 42,36 miliar.

Premi bruto Reasuransi Marein menjadi pendorong atas meningkatnya laba di semester I-2024 ini, premi bruto perusahaan tercatat tumbuh 12,67% secara YoY menjadi senilai Rp 1,38 triliun dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya Rp 1,23 triliun.

Direktur Kepatuhan Marein, Tamara Arista Salim menjelaskan, kinerja positif di semester I-2024 ini terjadi karena perbaikan kualitas akseptasi, peningkatan hasil investasi, serta peningkatan implementasi manajemen risiko.

"Peningkatan laba setelah pajak ini melebihi target yang telah ditetapkan," ujarnya kepada Kontan.co.id, Rabu (31/7).

Hingga akhir tahun 2024, MREI menargetkan laba bersih bisa mencapai Rp 81,19 miliar. Sementara untuk target pendapatan premi bisa mencapai Rp 3,34 triliun.

Sementara itu, hasil underwriting Reasuransi Marein turun 29,52% menjadi Rp 14,8 miliar jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu senilai Rp 21,1 miliar. Adapun jumlah aset Marein meningkat menjadi Rp 5,06 triliun dari Rp 4,77 triliun.

Judul	Unitlink Saham Tokio Marine Life Catatkan Kinerja Positif pada Juni 2024
Nama Media	id.tradingview.com
Newstrend	Catatan Kinerja Marine Life
Halaman/URL	https://id.tradingview.com/news/kontan:418e0c30487ea:0/
Tanggal Berita	01/08/2024
Sentimen	positive

Unitlink Saham Tokio Marine Life Catatkan Kinerja Positif pada Juni 2024

1 Agu 2024 • 13.24 WIB



Berdasarkan data Infovesta per Juni 2024, produk unitlink berjenis saham menunjukkan performa terbaik dengan rata-rata imbal hasil (return) tertinggi sebesar 1,02%.

Di antara produk-produk unitlink saham, TM USD Global Equity Fund dari PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia mencatatkan kinerja unggul dengan return sebesar 5,07% pada bulan Juni 2024.

Cholil Ridwan, Head of Investment Tokio Marine Life Insurance Indonesia, menjelaskan bahwa kinerja subdana saham perusahaan bervariasi tergantung pada strategi portofolio dan pemilihan saham.

Cholil mengakui bahwa Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) mengalami penurunan sebesar 2,88% hingga Juni 2024, yang dipengaruhi oleh sektor keuangan, teknologi, dan industri. Penurunan ini menyebabkan saham-saham blue chip mengalami koreksi signifikan.

"Meski demikian, beberapa subdana kami mampu mencatatkan kinerja yang lebih baik dibandingkan IHSG. Ini menunjukkan kemampuan manajer investasi kami dalam mengelola risiko dan memilih saham berkualitas, sehingga subdana kami tidak mengalami koreksi signifikan meskipun pasar sedang menurun," ujar Cholil kepada Kontan pada Rabu (31/7).

Mengenai proyeksi ke depan, Cholil memperkirakan bahwa pergerakan indeks saham akan sangat dipengaruhi oleh sentimen global, seperti keputusan pemangkasan suku bunga oleh The Fed.

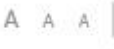
Judul	Laba MNC Kapital Indonesia (BCAP) Naik 63% Jadi Rp102,9 Miliar di Semester I-2024
Nama Media	economy.okezone.com
Newstrend	Catatan Kinerja MNC Kapital
Halaman/URL	https://economy.okezone.com/read/2024/08/01/278/3042557/laba-mnc-kapital-indonesia-bcap-naik-63-jadi-rp102-9-miliar-di-semester-i-2024
Tanggal Berita	01/08/2024
Sentimen	positive

Laba MNC Kapital Indonesia (BCAP) Naik 63% Jadi Rp102,9 Miliar di Semester I-2024

Ghanny Rachmansyah S., Okezone - Kamis 01 Agustus 2024 09:01 WIB



MNC Kapital Bukukan Kenaikan Laba di Semester I-2024. (Foto: Okezone.com/Freepik)



JAKARTA - PT MNC Kapital Indonesia Tbk (BCAP) mencatat laba bersih Rp102,9 miliar pada semester I-2024. Capaian tersebut melesat 63,8% dibandingkan pada H1-2023 sebesar Rp62,8 miliar.

Total laba bersih yang diatribusikan kepada pemilik entitas induk mencapai Rp91,8 miliar pada akhir Juni 2024.

Sementara itu, total pendapatan konsolidasi sebesar Rp1.525,0 miliar atau meningkat 7,3% year-on-year (yoy) dari H1-2023. Porsi terbesar berasal dari pendapatan bunga dan dividen yang menanjak 4,2% yoy dari Rp912,8 miliar menjadi Rp951,1 miliar pada H1- 2024.

Judul	Berkat GRC, PT MSIG Life Insurance Indonesia Tbk Berhasil Hadirkan Banyak Inisiatif
Nama Media	topbusiness.id
Newstrend	Catatan Kinerja MSIG Life
Halaman/URL	https://www.topbusiness.id/94875/berkat-grc-pt-msig-life-insurance-indonesia-tbk-berhasil-hadirkan-banyak-inisiatif.html
Tanggal Berita	01/08/2024
Sentimen	positive

Berkat GRC, PT MSIG Life Insurance Indonesia Tbk Berhasil Hadirkan Banyak Inisiatif

Irawan Djoko Nugroho — 1 August 2024 | 17:17 rubrik: Event, GCG



FOTO: TopBusiness

Share on Facebook

Share on Twitter

G+

Share

Jakarta, TopBusiness – Sebagai sebuah perusahaan yang memiliki aktivitas usaha menyelenggarakan usaha asuransi jiwa termasuk usaha dengan prinsip syariah dan dana pensiun lembaga keuangan, PT MSIG Life Insurance Indonesia Tbk dicatat banyak menghadirkan capaian positif terkait *Governance, Risk, and Compliance* (GRC), *Environmental, Social, and Governance* (ESG), atau *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang mendukung *Sustainable Business* perusahaan.

Hal ini disampaikan Chief Legal Compliance & Corporate Secretary PT MSIG Life Insurance Indonesia Tbk, Renova Siregar dalam Penjurian TOP GRC Awards 2024 secara daring (31/7/2024). PT MSIG Life Insurance Indonesia telah resmi terpilih menjadi salah satu finalis TOP GRC Awards 2024 yang diselenggarakan oleh TOP Business. Hadir pula dalam penjurian, Head Legal and Corporate Secretary PT MSIG Life Insurance Indonesia Tbk, Leony Samosir.

Judul	Sejumlah Perusahaan Reasuransi Merilis Kinerja Semester I-2024 dengan Hasil Beragam
Nama Media	id.tradingview.com
Newstrend	Catatan Kinerja Perusahaan Reasurans
Halaman/URL	https://id.tradingview.com/news/kontan:c64dbe38687ea:0/
Tanggal Berita	01/08/2024
Sentimen	positive

Sejumlah Perusahaan Reasuransi Merilis Kinerja Semester I-2024 dengan Hasil Beragam

1 Agu 2024 · 18.08 WIB



Dalam enam bulan pertama tahun ini, berbagai perusahaan reasuransi telah melaporkan kinerjanya dengan hasil yang bervariasi.

Salah satu contohnya adalah PT Maskapai Reasuransi Indonesia Tbk atau lebih dikenal dengan Reasuransi Marein (MREI), yang pada semester I-2024 mencatat kenaikan laba setelah pajak sebesar 77,54% secara year on year (YoY), mencapai Rp 75,22 miliar.

Pada periode yang sama tahun lalu, laba bersih perusahaan ini tercatat sebesar Rp 42,36 miliar.

Peningkatan laba ini terutama didorong oleh pertumbuhan premi bruto MREI yang naik 12,67% YoY, menjadi Rp 1,38 triliun dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya sebesar Rp 1,23 triliun.

Selain itu, total aset Marein juga mengalami peningkatan, naik dari Rp 4,77 triliun menjadi Rp 5,06 triliun pada semester I-2024 ini.

Direktur Kepatuhan Marein, Tamara Arista Salim, menyatakan bahwa kinerja positif ini dapat dicapai berkat perbaikan kualitas akseptasi, peningkatan hasil investasi, serta implementasi manajemen risiko yang lebih baik.

"Peningkatan laba setelah pajak ini telah melampaui target yang kami tetapkan," ujarnya kepada Kontan.co.id, Rabu (31/7).

Judul	IFG Life & Mandiri Inhealth Mengajar Hingga Renovasi Toilet SDN Singajaya 06 Jonggol
Nama Media	rm.id
Newstrend	CSR IFG Life dan Mandiri Inhealth
Halaman/URL	https://rm.id/baca-berita/ekonomi-bisnis/230062/laksanakan-program-cser-ifg-life-mandiri-inhealth-mengajar-hingga-renovasi-toilet-sdn-singajaya-06-jonggol
Tanggal Berita	01/08/2024
Sentimen	positive

IFG Life & Mandiri Inhealth Mengajar Hingga Renovasi Toilet SDN Singajaya 06 Jonggol

Reporter & Editor :
UJANG SUNDA

Ekonomi Bisnis

Kamis, 1 Agustus 2024 17:31 WIB



SDN Singajaya 06, Kecamatan Jonggol, Bogor, gembira mengikuti program CSR IFG Life dan Mandiri Inhealth. (Foto: IFG Life)



RM.id Rakyat Merdeka - PT Asuransi Jiwa IFG (IFG Life) dan anak perusahaannya, PT Asuransi Jiwa Inhealth Indonesia (Mandiri Inhealth), berkolaborasi menjalankan program Corporate Social Environmental Responsibility (CSER), di SDN Singajaya 06, Kecamatan Jonggol, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, Sabtu (29/7/2024). Program ini meliputi renovasi toilet, pengecatan gedung sekolah, IFG Life & Mandiri Inhealth Mengajar untuk siswa SD kelas 1 hingga kelas 6, serta literasi keuangan kepada orang tua siswa.

Corporate Secretary IFG Life Gatot Haryadi menuturkan, kegiatan CSER ini merupakan salah satu bukti kepedulian IFG Life terhadap keberlanjutan lingkungan serta kesehatan finansial. Seremoni ini juga dilengkapi dengan kegiatan literasi keuangan bagi para orang tua siswa SD Negeri Singajaya 06 Jonggol, Bogor.

Judul	4 Unit Bisnis MNC Kapital Teken MoU Kemitraan Strategis Bersama 18 Jamkrida
Nama Media	ekbis.sindonews.com
Newstrend	MNC Kapital Gandeng Jamkrida
Halaman/URL	https://ekbis.sindonews.com/read/1427457/178/4-unit-bisnis-mnc-kapital-teken-mou-kemitraan-strategis-bersama-18-jamkrida-1722514127
Tanggal Berita	01/08/2024
Sentimen	positive

4 Unit Bisnis MNC Kapital Teken MoU Kemitraan Strategis Bersama 18 Jamkrida

 Atikah Umiyani • Kamis, 01 Agustus 2024 - 19:50 WIB



PT Penjaminan Kredit Daerah Jakarta (Jamkrida) menggelar seremonial MoU dengan beberapa unit bisnis PT MNC Kapital Indonesia Tbk (BCAP) seperti MNC Asset Management, MNC Insurance, MNC Life. Foto/Dok

JAKARTA - PT Penjaminan Kredit Daerah Jakarta (**Jamkrida**) menggelar seremonial penandatanganan kerjasama dengan beberapa unit bisnis PT **MNC Kapital** Indonesia Tbk (BCAP) seperti **MNC Asset Management** , MNC Insurance, MNC Insurance Broker, dan MNC Life.

Judul	Mandiri Inhealth Dicaplok IFG Life, Porsi Kepemilikan Bank Mandiri Tinggal 20 Persen
Nama Media	money.kompas.com
Newstrend	Peralihan Mandiri Inhealth ke IFG Life
Halaman/URL	https://money.kompas.com/read/2024/08/01/113900726/mandiri-inhealth-dicaplok-ifg-life-porsi-kepemilikan-bank-mandiri-tinggal-20
Tanggal Berita	01/08/2024
Sentimen	positive

Mandiri Inhealth Dicaplok IFG Life, Porsi Kepemilikan Bank Mandiri Tinggal 20 Persen

Kompas.com - 01/08/2024, 11:39 WIB

AI ED Agustinus Rangga Respati, Erlangga Djumena
Tim Redaksi

👍 🗨️ 🔗 📌 💬

**PAPARAN PUBLIK
LAPORAN KEUANGAN TRIWULAN II/2024
PT BANK MANDIRI (PERSERO) Tbk.**

Jakarta, 31 Juli 2024



Acara Paparan Kinerja Bank Mandiri Kuartal II-2024 di Jakarta, Rabu (31/7/2024). (Dok. Bank Mandiri)



JAKARTA, KOMPAS.com - PT Bank Mandiri (Persero) Tbk atau BMRI melaporkan, saat ini porsi kepemilikan perusahaan terhadap PT Asuransi Jiwa Inhealth Indonesia atau Mandiri Inhealth tinggal 20 persen.

Bank Mandiri telah melepas sebanyak 60 persen kepemilikan atas Mandiri Inhealth kepada PT Asuransi Jiwa IFG (IFG Life).

Direktur Keuangan dan Strategi Bank Mandiri Sigit Prastowo menjelaskan, transaksi divestasi tersebut merupakan bagian dari rencana besar pemerintah sebagai pemegang saham pengendali Bank Mandiri memperkuat industri asuransi nasional.

"Yang rencananya dikonsolidasikan di bawah IFG," kata dia dalam Paparan Kinerja Bank Mandiri Kuartal II 2024 di Jakarta, Rabu (31/7/2024).



Mossad, Jejak Penyusupan di Iran, dan Mudahnya Israel...
KGNow! • 1 hari yang lalu



[FULL] Isi Pembicaraan Prabowo Dan Presiden Rusia Vladimir Putin Di...
KGNow! • 1 hari yang lalu



[FULL] Sahroni Memaki Hakim Berengsek, Berikut Kronologi...
KGNow! • 3 hari yang lalu



Uji Coba Taksi Terbang IKN Buat Hyundai
KGNow! • 3 hari yang lalu



Hasil Indonesia Vs Thailand 1-0, Garuda Nusantara Juara Piala...
KGNow! • 3 hari yang lalu

[Lihat semua >](#)

TERPOPULER

- SuperIndo Tempelkan Indikator Level Gula di Produk Minuman Berpemanis
- Harga Emas Antam Hari Ini Naik Rp 21.000, Simak Rincian Lengkap untuk 1 Agustus 2024
- KFC Indonesia Menderita Rugi Rp 348,83 Miliar
- Rasio Utang Pemerintah Dekati 40 Persen PDB, Stafsus Sri Mulyani Buka Suara
- Tak Hanya Gula, Super Indo Juga Bakal Tempelkan

Judul	Jalankan Revisi Rencana Penyehatan Keuangan (RPK), AJB Bumiputera Bentuk Gugus Tugas
Nama Media	finansial.bisnis.com
Newstrend	Perkembangan RPK AJB Bumiputera
Halaman/URL	https://finansial.bisnis.com/read/20240801/215/1787363/jalankan-revisi-rencana-penyehatan-keuangan-rpk-ajb-bumiputera-bentuk-gugus-tugas
Tanggal Berita	01/08/2024
Sentimen	positive

Jalankan Revisi Rencana Penyehatan Keuangan (RPK), AJB Bumiputera Bentuk Gugus Tugas

AJB Bumiputera membentuk gugus tugas untuk menjalankan revisi rencana penyehatan keuangan (RPK).



Pernita Hestin Untari - Bisnis.com
Kamis, 1 Agustus 2024 | 13:32

Share



Karyawan beraktivitas di Kantor Asuransi Bumiputera di Jakarta. Bisnis/Abdullah Azzam

Smallest Font Largest Font

Bisnis.com, JAKARTA — Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 membentuk satuan kerja atau gugus tugas untuk menjalankan revisi Rencana Penyehatan Keuangan (RPK) yang telah disetujui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) beberapa waktu lalu.

Gugus tugas dibentuk untuk melakukan percepatan langkah penyehatan. Harapannya, sesuai dengan RPK, AJB Bumiputera 1912 bisa kembali sehat pada 2023.

"Implementasi revisi RPK terus berproses dengan baik dan percepatan tahapan RPK terlaksana, dibentuk satuan kerja RPK yaitu gugus tugas," kata Sekretaris Perusahaan AJB Bumiputera 1912 Hery Darmawansyah kepada *Bisnis*, Rabu (31/7/2024).

Hery menerangkan bahwa progress menjalankan RPK dilakukan evaluasi setiap minggunya. Terbaru, AJB Bumiputera 1912 masih melanjutkan pembayaran klaim tertunda atas persetujuan Penurunan Nilai Manfaat (PNM).

Judul	Inovasi Jadi Fokus Utama Allianz Syariah dalam Pengembangan Bisnis
Nama Media	id.tradingview.com
Newstrend	Strategi Bisnis Allianz Syariah
Halaman/URL	https://id.tradingview.com/news/kontan:ec6bd1aa687ea:0/
Tanggal Berita	01/08/2024
Sentimen	positive

Inovasi Jadi Fokus Utama Allianz Syariah dalam Pengembangan Bisnis

1 Agu 2024 • 14.21 WIB



PT Asuransi Allianz Life Syariah Indonesia (Allianz Syariah) berhasil mencatatkan kontribusi lebih dari Rp 1 triliun pada semester I-2024.

Direktur Utama Allianz Life Syariah Indonesia, Achmad Permana, menyatakan bahwa angka tersebut menunjukkan pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya, meskipun ia tidak merinci angka persentase pertumbuhannya.

Achmad mengungkapkan bahwa pencapaian positif ini didukung oleh strategi perusahaan dalam mengoptimalkan pertumbuhan bisnis melalui berbagai jalur distribusi dengan menghadirkan produk-produk unggulan yang menjadi pilihan nasabah.

"Ini sejalan dengan komitmen kami untuk memberikan fasilitas proteksi dan investasi kepada masyarakat luas di Indonesia," ujarnya kepada Kontan, Rabu (31/7).

Ke depan, Allianz Syariah berencana untuk terus meningkatkan kinerja positifnya dengan mengoptimalkan strategi bisnis yang telah dimiliki.

Salah satunya, dengan mengoptimalkan strategi bisnis yang dimiliki oleh perusahaan.

"Upaya itu didukung dengan fokus perusahaan untuk terus melakukan edukasi agar dapat meningkatkan literasi dan penetrasi asuransi syariah di Indonesia," katanya.

Judul	PertaLife Implementasikan GRC untuk Pembenahan Perusahaan
Nama Media	topbusiness.id
Newstrend	Strategi Bisnis Perta Life
Halaman/URL	https://www.topbusiness.id/94893/pertalife-implementasikan-grc-untuk-pembenahan-perusahaan.html
Tanggal Berita	01/08/2024
Sentimen	positive

PertaLife Implementasikan GRC untuk Pembenahan Perusahaan

Agus Haryanto — 1 August 2024 | 18:05 rubrik: Event



Jakarta, TopBusiness – Manajemen PT Perta Life Insurance atau PertaLife telah melakukan pembenahan melalui pengimplementasian governance, risk management and compliance (GRC). Ini semua dilakukan agar semakin meningkat kepercayaan nasabah, dan pemangku kepentingan.

Saat memberikan pernyataan pembuka pada acara penjurian TOP GRC Awards 2024, Direktur Utama Hanindio W. Hadi dengan panggilan akrab Ludi menceritakan soal pengalamannya dalam mentransformasi perusahaan dengan dukungan tata kelola, manajemen risiko dan kepatuhan.

"Kita memulai proses transformasi. Memang benar, dulu namanya PT Asuransi Jiwa Tugu Mandiri. Dalam proses perjalanan 35 tahun, Tugu Mandiri ini memang berjalan secara normatif saja. Tapi sejak 2020, kami bergabung. Jadi, ditugaskan untuk melakukan perombakan besar termasuk the real tracks transformation dalam arti pembenahan proses bisnis, manusia, kemudian produk-produknya," ungkap Ludi, di hadapan Dewan Juri TOP GRC Awards 2024,

Judul	Tim Likuidasi Wanaartha Life Bayarkan Hasil Likuidasi Tahap 2 Senilai Rp 49,3 Miliar
Nama Media	id.tradingview.com
Newstrend	Wanaartha Life Bayarkan Hasil Likuidasi
Halaman/URL	https://id.tradingview.com/news/kontan:d12193fe387ea:0/
Tanggal Berita	01/08/2024
Sentimen	positive

Tim Likuidasi Wanaartha Life Bayarkan Hasil Likuidasi Tahap 2 Senilai Rp 49,3 Miliar

1 Agu 2024 · 17.27 WIB



Tim Likuidasi PT Asuransi Jiwa Adisarana Wanaartha atau Wanaartha Life (Dalam Likuidasi) telah melaksanakan pembayaran hasil likuidasi tahap kedua kepada pemegang polis.

Ketua Tim Likuidasi Wanaartha Life Harvardy Muhammad Iqbal merinci pembayaran hasil likuidasi tahap 2 yang telah disalurkan senilai Rp 49,3 miliar hingga Juli 2024. Adapun periode pembayaran tahap 2 dimulai dari Juni 2024 hingga Juli 2024.

"Sebelumnya, telah dilakukan pembayaran hasil likuidasi tahap 1 sebesar Rp 26,4 miliar. Pembagian proporsional tahap 1 sudah dibayarkan kepada lebih dari 8.700 pemegang polis," ujarnya kepada Kontan.co.id, Kamis (1/8).

Harvardy menerangkan pembayaran tahap 3 akan dilakukan setelah Tim Likuidasi selesai melakukan pembayaran tahap 2 kepada pemegang polis yang baru mengajukan konfirmasi penerimaan pembagian proporsional.

Dia bilang sumber dananya berasal dari dana jaminan dan aset-aset likuidasi yang sudah berhasil dijual atau dicairkan.

Mengenai penelusuran aset Wanaartha Life, dia mengatakan masih mengacu kepada neraca sementara likuidasi yang sudah diumumkan di surat kabar dan website Tim Likuidasi.