

Selasa, 1 Maret 2022

FM-CC-AAJI-006-00

Judul	Dear Milenial, Ini Tips Atur Keuangan Biar Masa Depan Tak Suram
Nama Media	Andalannews.com
Newstrend	Edukasi Perencanaan Keuangan dan Asuransi Jiwa
Halaman/URL	https://andalannews.com/dear-milenial-ini-tips-atur-keuangan-biar-masa-depan-tak-suram/
Tanggal Berita	2022-02-27
Sentimen	Positif

Dear Milenial, Ini Tips Atur Keuangan Biar Masa Depan Tak Suram

February 27, 2022 · in Ekonomi · Reading Time: 1 min read · AA



1 SHARES 4 VIEWS

[Share](#) [Share](#) [Share](#) [Share](#) [Share](#)

ADVERTISEMENT

JavaPos.com – Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) mengungkapkan, berdasarkan data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan OJK 2019, indeks literasi keuangan Indonesia baru mencapai 38,03 persen dan indeks inklusi keuangan sebesar 76,19 persen. Angka ini masih dinilai relatif rendah.

Kepala Departemen Literasi & Inklusi Asuransi AAJI Antony Japari mengatakan perencanaan keuangan harus diterapkan sejak dini agar dapat terbiasa untuk mengendalikan keuangan serta mampu menyiapkan proteksi untuk masa depan.

“Cash flow management yang terbagi menjadi empat bagian,” ujarnya dalam keterangannya, Sabtu (26/2).

Pertama 40 persen pendapatan dapat digunakan untuk kebutuhan sehari-hari, termasuk untuk kebutuhan makanan, pakaian, transportasi, pulsa, listrik, air dan lainnya. Kemudian 30 persen untuk kebutuhan cicilan yang bersifat produktif, seperti cicilan rumah dan kendaraan.

Editor : Edy Pramana
Reporter : Romys Birnekasi

Judul	Dear Milenial, Ini Tips Atur Keuangan Biar Masa Depan Tak Suram
Nama Media	Jawapos.com
Newstrend	Edukasi Perencanaan Keuangan dan Asuransi Jiwa
Halaman/URL	https://www.jawapos.com/ekonomi/27/02/2022/dear-milenial-ini-tips-atur-keuangan-biar-masa-depan-tak-suram/
Tanggal Berita	2022-02-27
Sentimen	Positif

Home > Ekonomi

Dear Milenial, Ini Tips Atur Keuangan Biar Masa Depan Tak Suram

EKONOMI 27 Februari 2022, 07:07:38 WIB



Normos One
Effortless IFRS 16 lease accounting and
base management

OPEN

Ilustrasi mengatur keuangan (Ruedi Wealth)

BERITA MENARIK LAINNYA

mgid



MANTAN BOS WASKITA KARYA
LUNASI DANG DENDA DAN
PENGANGGARAN RP 3,6 MILIAR



ANDA WAJIB MINUM INI AGAR
TENSI 120/80 DAN PEMBULUH
DARAH BERSIH

Cardionormin



ANDA WAJIB MINUM INI AGAR
TENSI 120/80 DAN PEMBULUH
DARAH BERSIH

Cardionormin



UKRAINA SER
GEMBATAN SE
SELAMA DIAL

JawaPos.com - Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) mengungkapkan, berdasarkan data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan OJK 2019, indeks literasi keuangan Indonesia baru mencapai 38,03 persen dan indeks inklusi keuangan sebesar 76,19 persen. Angka ini masih dinilai relatif rendah.

Kepala Departemen Literasi & Inklusi Asuransi AAJI Antony Japari mengatakan perencanaan keuangan harus diterapkan sejak dini agar dapat terbiasa untuk mengendalikan keuangan serta mampu menyiapkan proteksi untuk masa depan.

"Cash flow management yang terbagi menjadi empat bagian," ujarnya dalam keterangannya, Sabtu (26/2).

Baca juga:

[Tak Tahu Kapan Covid-19 Berakhir, ini Tips Atur Keuangan Karyawan](#)

Pertama 40 persen pendapatan dapat digunakan untuk kebutuhan sehari-hari, termasuk untuk kebutuhan makanan, pakaian, transportasi, pulsa, listrik, air dan lainnya. Kemudian 30 persen untuk kebutuhan cicilan yang bersifat produktif, seperti cicilan rumah dan kendaraan.



Bridgestone
Ban Mobil Ti

1 2



Judul	Dear Milenial, Ini Tips Atur Keuangan Biar Masa Depan Tak Suram
Nama Media	Rctiplus.com
Newstrend	Edukasi Perencanaan Keuangan dan Asuransi Jiwa
Halaman/URL	https://www.rctiplus.com/news/detail/ekonomi/2064412/dear-milenial-ini-tips-aturn-keuangan-biar-masa-depan-tak-suram
Tanggal Berita	2022-02-27
Sentimen	Positif

Dear Milenial, Ini Tips Atur Keuangan Biar Masa Depan Tak Suram

Ekonomi | Jawapos | Published at Minggu, 27 Februari 2022 - 07:07

[f](#)
[t](#)
[w](#)
[l](#)
[m](#)



JawaPos.com Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) mengungkapkan, berdasarkan data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan OJK 2019, indeks literasi keuangan Indonesia baru mencapai 38,03 persen dan indeks inklusi keuangan sebesar 76,19 persen. Angka ini masih dinilai relatif rendah.

Kepala Departemen Literasi & Inklusi Asuransi AAJI Antony Japari mengatakan perencanaan keuangan harus diterapkan sejak dini agar dapat terbiasa untuk mengendalikan keuangan serta mampu menyiapkan proteksi untuk masa depan.

Cash flow management yang terbagi menjadi empat bagian, ujarnya dalam keterangannya, Sabtu (26/2).

Pertama 40 persen pendapatan dapat digunakan untuk kebutuhan sehari-hari, termasuk untuk kebutuhan makanan, pakaian, transportasi, pulsa, listrik, air dan lainnya. Kemudian 30 persen untuk kebutuhan cicilan yang bersifat produktif, seperti cicilan rumah dan kendaraan.

Lalu, sebesar 20 persen untuk kebutuhan masa depan yang dibagi menjadi dana darurat, asuransi dan investasi. 10 persen terakhir tentunya tidak lupa dialokasikan untuk donasi dan membantu anggota keluarga lain yang membutuhkan.

Sementara, Ketua Literasi Pelajar dan Mahasiswa AAJI Cicilia Nina juga menambahkan bahwa generasi milenial perlu memperhatikan fondasi finansial yang kuat. Fondasi ini terbagi menjadi lima bagian, yakni menjaga cash flow dengan memeriksa keuangan yang telah dikeluarkan atau disebut dengan financial checkup, lalu menciptakan cash flow yang positif, dan memiliki tabungan untuk kebutuhan tidak terduga.

Kedua, generasi milenial perlu memiliki kesiapan untuk menghadapi risiko dimasa depan, terutama risiko kesehatan, hal ini dapat disiapkan dengan memiliki asuransi kesehatan dan asuransi jiwa.

Fondasi ketiga, generasi milenial harus disiplin dalam pengeluaran keuangan dengan sebisa mungkin mengurangi porsi hutang. Serta, dua fondasi terakhir adalah menyiapkan dana darurat serta memiliki perencanaan keuangan jangka panjang dengan investasi.

[Artikel Asli](#)

Judul	AAJI Ajak Milenial Cerdas Memilih Produk Keuangan
Nama Media	Marketing.co.id
Newstrend	Edukasi Perencanaan Keuangan dan Asuransi Jiwa
Halaman/URL	https://marketing.co.id/aaaji-ajak-milenial-cerdas-memilih-produk-keuangan/
Tanggal Berita	2022-02-28
Sentimen	Positif

FINANCIAL SERVICES

AAJI Ajak Milenial Cerdas Memilih Produk Keuangan

By Cecep Supriadi
Posted on 28 February 2022

Marketing.co.id – Berita Financial Services | Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) mewujudkan komitmen dalam peningkatan literasi keuangan dan asuransi dengan menggelar webinar bertajuk “Cerdas Memilih Produk Financial #PahamiPerlindunganmu” pada Kamis (24/02).

Dihadiri ratusan pelajar, mahasiswa dan generasi milenial lainnya, webinar ini menghadirkan narasumber kredibel di bidang keuangan dan asuransi jiwa serta tenaga pemasar dan nasabah untuk berbagi pengalaman dan inspirasi terkait manfaat asuransi jiwa.

Seperti diketahui, berdasarkan data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan OJK 2019, indeks literasi keuangan Indonesia baru mencapai 38,03% dan indeks inklusi keuangan sebesar 76,19%. Angka ini masih dinilai relatif rendah. Porsi persentase literasi perasuransian dalam indeks literasi keuangan juga hanya menunjukkan 19,40% dan persentase indeks inklusi hanya mencapai 13,15%.

Hal ini membuat AAJI menguatkan komitmennya untuk membantu meningkatkan literasi keuangan dan asuransi agar perlindungan asuransi jiwa dapat dirasakan lebih luas oleh masyarakat.

“Sejalan dengan semangat transformasi industri asuransi jiwa Indonesia untuk lampau batas, AAJI ingin menebarkan semangat untuk terus maju melampaui aspirasi semua pihak dan memberikan kontribusi pada kesejahteraan masyarakat Indonesia. Melalui webinar ini, harapannya generasi milenial dapat cerdas mengelola finansial sekaligus merealisasikan misi asuransi jiwa dalam meningkatkan literasi dan inklusi keuangan Indonesia, terutama dapat memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia akan perlindungan dan rencana keuangan jangka panjang,” kata Budi Tampubolon, Ketua Dewan Pengurus AAJI.

Tips Perencanaan Keuangan Milenial

Perencanaan keuangan yang baik perlu diterapkan sejak dini agar dapat terbiasa untuk mengendalikan keuangan serta mampu menyiapkan proteksi untuk masa depan. Kepala Departemen Literasi & Inklusi Asuransi AAJI Antony Japari berbagi tips *cash flow management* yang terbagi menjadi empat bagian.

Pertama, 40% pendapatan dapat digunakan untuk kebutuhan sehari-hari, termasuk kebutuhan makanan, pakaian, transportasi, pulsa, listrik, air dan lainnya. Kemudian 30% untuk kebutuhan cicilan yang bersifat produktif, seperti cicilan rumah dan kendaraan, lalu 20% untuk kebutuhan masa depan yang dibagi menjadi dana darurat, asuransi dan investasi. 10% terakhir tentunya tidak lupa dialokasikan untuk donasi dan membantu anggota keluarga lain yang membutuhkan.

Ketua Literasi Pelajar dan Mahasiswa AAJI Cicilia Nina menambahkan bahwa generasi milenial perlu memperhatikan fondasi finansial yang kuat. Fondasi ini terbagi menjadi lima bagian, yakni merajaga *cash flow* dengan memeriksa keuangan yang telah dikeluarkan atau disebut dengan *financial checkup*, lalu menciptakan *cash flow* yang positif, dan memiliki tabungan untuk kebutuhan tidak terduga.

Kedua, generasi milenial perlu memiliki kesiapan untuk menghadapi risiko dimasa depan, terutama risiko kesehatan, hal ini dapat disiapkan dengan memiliki asuransi kesehatan dan asuransi jiwa. Fondasi ketiga, generasi milenial harus disiplin dalam pengeluaran keuangan dengan sebisa mungkin mengurangi porsi hutang, dan dua fondasi terakhir adalah menyiapkan dana darurat serta memiliki perencanaan keuangan jangka panjang dengan investasi.

Peran dan Manfaat Asuransi

Dalam kesempatan yang sama, juga dibahas mengenai peran dan manfaat asuransi di mana mungkin masih banyak generasi milenial yang bingung apakah perlu mendahulukan asuransi atau investasi untuk masa depan. Hal ini tentu kembali pada kemampuan dana yang dimiliki setiap orang, tetapi jika memang terbatas maka asuransi adalah produk yang dapat diprioritaskan sebagai proteksi.

Hal ini karena peran keduanya berbeda. Investasi berfungsi untuk memenuhi tujuan keuangan di masa mendatang agar daya beli yang dimiliki seseorang tidak terkuras oleh inflasi. Jika generasi milenial masih ingin menjalankan keduanya, maka produk Unit Link adalah salah satu yang dapat dimiliki. Sedangkan asuransi berfungsi sebagai perlindungan untuk seseorang atau keluarganya dalam hal finansial dari risiko yang datangnya tiba-tiba dan tidak terduga.

Dijelaskan Business Director Allianz Life Indonesia Bianto Surodjo, produk Unit Link adalah suatu produk yang bisa memberikan *empowerment finansial*, di mana produk asuransi jiwa ini menggabungkan proteksi dengan nilai *cash* produk yang terhubung dengan aset investasi seperti pasar uang, obligasi, saham dan lainnya untuk tujuan perlindungan jangka panjang.

Komitmen AAJI Dalam Meningkatkan Literasi Asuransi Indonesia

Untuk memilih produk asuransi yang tepat, calon nasabah perlu memahami tiap produk, manfaat, risiko agar produk yang dipilih kelak adalah produk yang sesuai dengan kebutuhan proteksinya masing-masing. Penjelasan ini akan didapatkan calon nasabah dari tenaga pemasar yang bersertifikasi AAJI atau instansi kredibel lainnya untuk memastikan produk sesuai dengan kebutuhan calon nasabah.

Walaupun akan dijelaskan tenaga pemasar, calon nasabah tetap perlu memiliki pemahaman yang baik terkait asuransi. Oleh karena itulah, peningkatan literasi asuransi termasuk produk-produk asuransi di dalamnya menjadi salah satu fokus komitmen AAJI saat ini agar lebih banyak keluarga Indonesia mendapatkan perlindungan.

“Selain meningkatkan literasi asuransi, AAJI bersama perusahaan anggota juga berkomitmen melaksanakan tugas dan tanggung jawab sebaik-baiknya dalam memberikan pembayaran kepada pemegang polis, tertanggung atau pihak lain yang berhak sesuai dengan polis yang dimiliki,” terang Fitri Estiwardani, Ketua Literasi Milenial AAJI.

“Apabila terdapat ketidakpuasan nasabah atas layanan atau produk perusahaan asuransi jiwa yang dimiliki nasabah juga dapat mengajukan penyelesaian masalahnya melalui Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Sektor Jasa Keuangan atau LAPS SJK,” tambahnya.

Judul	Tingkatkan Literasi Keuangan dan Asuransi, AAJI Gelar Webinar #PahamiPerlindunganmu
Nama Media	Bisnisasia.co.id
Newstrend	AAJI Gelar Webinar #PahamiPerlindunganmu
Halaman/URL	https://bisnisasia.co.id/2022/02/28/tingkatkan-literasi-keuangan-dan-asuransi-aaji-gelar-webinar-pahamiperindunganmu/
Tanggal Berita	2022-02-28
Sentimen	Positif

Tingkatkan Literasi Keuangan dan Asuransi, AAJI Gelar Webinar #PahamiPerlindunganmu

Penulis: Redaksi BisnisAsia 28 Februari 2022



Konten sumber: <https://bisnisasia.co.id/2022/02/28/tingkatkan-literasi-keuangan-dan-asuransi-aaji-gelar-webinar-pahamiperindunganmu/>

BISNISASIA.CO.ID, JAKARTA – Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) menunjukkan komitmen dalam peningkatan literasi keuangan dan asuransi dengan menggelar webinar bertajuk "Cerdas Memilih Produk Finansial #PahamiPerlindunganmu" pada Kamis (24/02) yang dihadiri oleh ratusan pelajar, mahasiswa dan generasi milenial lainnya. Webinar ini menghadirkan narasumber-narasumber kredibel di bidang keuangan dan asuransi jiwa serta tenaga pemasar dan nasabah untuk berbagi pengalaman dan inspirasi terkait manfaat asuransi jiwa.

Berdasarkan data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan OJK 2019, indeks literasi keuangan Indonesia baru mencapai 38,03% dan indeks inklusi keuangan sebesar 76,19%. Angka ini masih relatif rendah. Porsi persentase literasi perasuransian dalam indeks literasi keuangan juga hanya menunjukkan 19,40% dan persentase indeks inklusi hanya mencapai 13,13%. Hal ini membuat AAJI mengupayakan komitmennya untuk membantu meningkatkan literasi keuangan dan asuransi agar perlindungan asuransi jiwa dapat dirasakan lebih luas oleh masyarakat.

"Selain dengan semangat transformasi industri asuransi jiwa Indonesia untuk menuju ke depan, AAJI ingin memberikan semangat untuk terus maju melampaui semua pihak dan memberikan kontribusi pada kesejahteraan masyarakat Indonesia. Melalui pelaksanaan Webinar #PahamiPerlindunganmu ini, harapannya generasi milenial dapat cerdas mengelola finansial sekaligus memaksimalkan nilai asuransi jiwa dalam meningkatkan literasi dan inklusi keuangan Indonesia, terutama dapat memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia akan perlindungan dan rencana keuangan jangka panjang," kata Budi Tempubakso, Ketua Dewan Pengurus AAJI.

Tips Perencanaan Keuangan Milenial

Perencanaan keuangan yang baik perlu diterapkan sejak dini agar dapat terbiasa untuk mengalokasikan keuangan serta mampu menyiapkan proteksi untuk masa depan. Antony Japri sebagai Kepala Departemen Literasi & Inklusi Asuransi AAJI berbagi tips cash flow management yang terbagi menjadi empat bagian. "Pertama 40% pendapatan dapat digunakan untuk kebutuhan sehari-hari, termasuk untuk kebutuhan makanan, pakaian, transportasi, pulsa, listrik, air dan lainnya. Kemudian 20% untuk kebutuhan cicilan yang bersifat produktif, seperti cicilan rumah dan kendaraan, lalu 20% untuk kebutuhan masa depan yang dibagi menjadi dana darurat, asuransi dan investasi. 10% terakhir tentunya tidak lupa dialokasikan untuk donasi dan membantu anggota keluarga lain yang membutuhkan," ujarnya.

Ketua Literasi Pelajar dan Mahasiswa AAJI, Cicilia Nisa juga menambahkan bahwa generasi milenial perlu memperhatikan fondasi finansial yang kuat. "Fondasi ini terbagi menjadi lima bagian, yakni menjaga cash flow dengan memeriksa keuangan yang telah dikeluarkan atau dibuat dengan financial checkup, lalu menciptakan cash flow yang positif, dan memiliki tabungan untuk kebutuhan tidak terduga. Kedua, generasi milenial perlu memiliki kesadaran untuk menghadapi risiko dimasa depan, terutama risiko kesehatan, hal ini dapat dipecahkan dengan memiliki asuransi kesehatan dan asuransi jiwa. Fondasi ketiga, generasi milenial harus disiplin dalam pengelolaan keuangan dengan selalu mungkin mengurangi porsi hutang, dan dua fondasi terakhir adalah menyisihkan dana darurat serta memiliki perencanaan keuangan jangka panjang dengan investasi," ungkapnya.

AAJI: Inovasi Digital Jadi Upaya Peningkatan Pelayanan Industri Asuransi Jiwa Indonesia

Peran dan Manfaat Asuransi

Dalam kesempatan yang sama, juga dibahas mengenai peran dan manfaat asuransi di mana mungkin masih banyak generasi milenial yang bingung apakah perlu mendahulukan asuransi atau investasi untuk masa depan. Hal ini tentu kembali pada kemampuan dana yang dimiliki oleh setiap orang, tetapi jika memang terbatas maka asuransi adalah produk yang dapat diprioritaskan sebagai proteksi. Hal ini karena peran keduanya berbeda. Investasi berfungsi untuk memenuhi tujuan keuangan di masa mendatang agar daya beli yang dimiliki oleh seseorang tidak terkuras oleh inflasi. Jika generasi milenial masih ingin menjalankan kebutuhannya, maka produk Unit Link adalah salah satu yang dapat dimiliki. Sedangkan asuransi berfungsi sebagai perlindungan untuk seseorang atau keluarganya dalam hal finansial dari risiko yang ditanggungnya tiba-tiba dan tidak terduga.

Dijelaskan oleh Sianto Surodjo, Business Director Allianz Life Indonesia, produk Unit Link adalah suatu produk yang bisa memberikan empowerment finansial, di mana produk asuransi jiwa ini menggabungkan proteksi dengan nilai cash produk yang terhubung dengan aset investasi seperti pasar uang, obligasi, saham dan lainnya untuk tujuan perlindungan jangka panjang.

Ibu Susana, sebagai salah satu nasabah yang hadir dalam webinar #PahamiPerlindunganmu ini juga telah merasakan manfaat salah satu produk asuransi kesehatan dalam perjalanan kesehatannya dari kanker tulang yang sempat dideritanya selama beberapa tahun terakhir. "Sebagai pejuang kanker, saya merasakan bagaimana asuransi sangat bermanfaat bagi saya dan keluarga, saya juga bertemu dengan pejuang kanker yang sudah di usia muda, oleh karena itu saya rasa asuransi adalah hal yang penting untuk generasi milenial sebagai rencana proteksi di masa depan."

Komitmen AAJI Dalam Meningkatkan Literasi Asuransi Indonesia

Untuk memilih produk asuransi yang tepat, calon nasabah perlu memahami tiap produk, manfaat, risiko agar produk yang dipilih kelak adalah produk yang sesuai dengan kebutuhan praktiknya masing-masing. Penjelasan ini akan didapatkan oleh calon nasabah dari tenaga pemasar yang bersertifikasi dari AAJI atau instruksi kredibel lainnya untuk memastikan produk sesuai dengan kebutuhan calon nasabah.

Walaupun akan dijelaskan oleh tenaga pemasar, calon nasabah tetap perlu memiliki pemahaman yang baik terkait asuransi. Oleh karena itu, peningkatan literasi asuransi termasuk produk-produk asuransi di dalamnya menjadi salah satu fokus komitmen AAJI saat ini agar lebih banyak keluarga Indonesia mendapatkan perlindungan.

"Selain meningkatkan literasi asuransi, AAJI bersama perusahaan anggota juga berkomitmen untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab sebagai banknya dalam memberikan pembiayaan kepada pemangkas polis, tertanggung atau pihak lain yang berhak sesuai dengan polis yang dimiliki," terang Firi Estwardani, Ketua Literasi Milenial AAJI. Apabila terdapat ketidakpuasan nasabah atas layanan atau produk perusahaan asuransi jiwa yang dimiliki nasabah juga dapat mengajukan penyelesaian masalahnya melalui Lembaga Alternatif Pemeclesaian Sengketa Sektor Jasa Keuangan atau LAPS SJK, tambahnya.

Perjelas lebih lanjut terkait manfaat asuransi, produk asuransi Unit Link dan tips keuangan lainnya dapat diwacanakan kembali melalui kanal YouTube AAJI. Masyarakat umum juga dapat mengikuti kompetisi video Reels Instagram bertema Cara Cerdas Memilih Produk Asuransi Jiwa mulai 25 Februari hingga 25 Maret 2022 dengan mencantumkan tagar #PahamiPerlindunganmu. Pemegang akan mendapatkan kesempatan memenangkan hadiah total senilai Rp 11 juta rupiah. Syarat dan ketentuan kompetisi ini dapat dibaca lebih lanjut melalui tautan https://bit.ly/AAJIKontesPeningkatBahwIG_2022 **(BA-06)**

Judul	Bayarkan Klaim Rp 170 Miliar Terkait Covid-19
Nama Media	Batampos.id
Newstrend	Kinerja Positif Astra Life
Halaman/URL	https://batampos.id/2022/02/25/bayarkan-klaim-rp-170-miliar-terkait-covid-19/
Tanggal Berita	2022-02-25
Sentimen	Positif

Ekonomi & Bisnis

Bayarkan Klaim Rp 170 Miliar Terkait Covid-19

25 Feb 2022 - 19:12 WIB



Sebagai perusahaan asuransi jiwa yang berkomitmen penuh terhadap kewajiban terhadap nasabah, PT Astra Life telah membayarkan klaim terkait Covid-19 senilai Rp 170 miliar di 2021. F. Astra Life

batampos – Berdasarkan data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), hingga September 2021 total klaim industri asuransi jiwa telah mencapai Rp 7,36 triliun sejak kasus Covid-19 ditemukan pertama kali di Indonesia pada Maret 2020 lalu. Jumlah ini terus bertambah seiring dengan kasus Covid-19 yang belum sepenuhnya mereda.

Sebagai perusahaan asuransi jiwa yang berkomitmen penuh terhadap kewajiban terhadap nasabah, PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life) telah membayarkan klaim terkait Covid-19 senilai Rp 170 miliar di 2021.

Jumlah ini meningkat sebesar hampir 10 kali lipat jika dibandingkan dengan total klaim sepanjang 2020. Klaim ini terdiri dari klaim rawat jalan dan rawat inap sebesar Rp 15 miliar dan klaim kematian sebesar Rp 155 miliar. Adapun total kasus yang ditangani juga meningkat tajam dari 201 kasus di 2020 menjadi 5.502 kasus di 2021. Sehingga total klaim yang dibayarkan oleh Astra Life terkait Covid-19 sejak awal pandemi di Maret 2020 adalah senilai Rp 186 miliar dengan 5.703 kasus.

"Peningkatan kasus Covid-19 yang terjadi di tahun 2021 tentunya berdampak pada peningkatan angka klaim kesehatan maupun kematian secara keseluruhan. Astra Life berkomitmen penuh membayar manfaat sesuai dengan ketentuan polis yang dimiliki nasabah," kata Windawati Tjahjadi, Presiden Direktur Astra Life, dalam keterangannya, Rabu (23/2).

Berbagai keterbatasan yang terjadi selama pandemi Covid-19 tidak menurunkan semangat Astra Life untuk tetap terhubung dengan nasabah kapan dan di mana saja, terutama untuk layanan klaim dimana kemudahan dan kenyamanan nasabah menjadi prioritas.

Selain itu, sejak awal pandemi Covid-19, Astra Life dengan kampanye #IGotYourBack telah menghadirkan berbagai program dan inovasi yang dilakukan sebagai wujud adaptasi akan kondisi luar biasa akibat Covid-19.

BACA JUGA: Ada 115 Juta Sepeda Motor, namun Kesadaran Berasuransi untuk Pengguna Motor Masih Rendah

"Hal ini mencakup penyediaan jalur penjualan dan distribusi digital yang menjadi solusi kebutuhan perlindungan di masa pandemi Covid-19 yang dapat diakses tanpa tatap muka, call centre yang tersedia 24 jam," terangnya.

Fasilitas konsultasi medis, pembelian obat, serta layanan klaim secara online untuk nasabah asuransi kumpulan, serta tim operasional yang siaga membantu proses klaim dan kebutuhan lainnya. "Informasi mengenai layanan perlindungan Astra Life terkait Covid-19 dapat dilihat pada website resmi Astra Life di www.astralife.co.id," jelasnya.

Atau hubungi Hello Astra Life Call Center 24 jam di nomor 1 500 282, nomor WA 08952-1500282, serta layanan e-mail: hello@astralife.co.id yang tersedia dari Senin-Jumat pukul 08.00-16.00 WIB. (*)

Judul	Proteksi Jiwa Murni Sekaligus Perlindungan Finansial
Nama Media	Batampos.id
Newstrend	Peluncuran Fortuna Income Protection oleh CIMB dan AIA
Halaman/URL	https://batampos.id/2022/02/25/proteksi-jiwa-murni-sekaligus-perindungan-finansial/
Tanggal Berita	2022-02-25
Sentimen	Netral

Ekonomi & Bisnis

Proteksi Jiwa Murni Sekaligus Perlindungan Finansial

25 Feb 2022 - 21:31 WIB



ILLUSTRASI: Bank CIMB Niaga Nagoya, Batam, Senin 29 Maret 2021. F. Supriadi/Tanjung, Batam Pos

batampos – PT AIA Financial (AIA), asuransi jiwa terkemuka di Indonesia bersama dengan PT Bank CIMB Niaga Tbk resmi meluncurkan produk bancassurance Fortuna Income Protection, produk proteksi jiwa murni sekaligus perlindungan finansial yang diperuntukkan bagi nasabah usia produktif dalam mempersiapkan dana hari tua dan memastikan nasabah memiliki bekal di masa pensiun. Peluncuran Fortuna Income Protection menjadi upaya berkelanjutan dalam mendorong kesadaran proteksi dan diharapkan mampu memutus rantai gene-rasi sandwich di Indonesia. Produk ini menawarkan manfaat tahunan hingga 130% dari premi dasar tahunan.

Presiden Direktur AIA, Sainthan Sathymoorthy mengatakan, "Di AIA, kami fokus menyediakan inovasi produk proteksi untuk membantu jutaan keluarga Indonesia hidup lebih sehat, lebih lama, lebih baik. Melalui semangat ini kami memperkuat kolaborasi dengan mitra bank CIMB Niaga dalam menghadirkan Fortuna Income Protection. Produk ini dirancang khusus untuk proteksi jiwa dan perencanaan dana pensiun yang akan turut berkontribusi dalam memutus rantai generasi sandwich pada usia produktif.

Dengan fitur yang fleksibel, kami optimis peluncuran Fortuna Income Protection dapat diterima dengan baik sehingga mampu membantu generasi masa depan memiliki kebebasan finansial melalui perencanaan keuangan yang matang."

Hasil survei Katadata Insight Center pada bulan September 2021 terhadap 1.828 responden berusia 25-45 tahun yang tersebar di seluruh Indonesia menyebutkan bahwa 83,6% Sandwich Generation di Indonesia percaya kalau mereka mampu merawat tanggungan dengan baik, walau faktanya hanya 13,4% yang memiliki kesiapan finansial dalam memenuhi kebutuhan pokok, menabung, dan berinvestasi. Data tersebut menunjukkan diperlukannya upaya panjang dalam memutus generasi sandwich pada usia produktif.

Presiden Direktur CIMB Niaga, Lani Darmawan menyampaikan, "Kami mengutamakan nasabah dalam perjalanan perencanaan keuangan yang baik karena kami adalah perusahaan finansial yang fokus pada customer centricity. Sebagian besar nasabah CIMB Niaga merupakan nasabah dengan berusia produktif dan merupakan generasi sandwich, oleh karena itu kami optimis Fortuna Income Protection yang merupakan produk asuransi tradisional endowment dapat menjadi pilihan solusi perencanaan finansial yang akan memberikan kemudahan untuk generasi penerus pada usia produktif dalam merencanakan keuangan di masa depan dengan nyaman. Kami percaya Fortuna Income Protection dapat menjaga kesiapan dana hari tua dengan satu proteksi yang melindungi jutaan mimpi dan optikan kebebasan finansial pada masa pensiun yang akan datang."

Fortuna Income Protection menjadi produk asuransi dwiguna yang memiliki pilihan masa bayar premi mulai dari 5-20 tahun yang dibayarkan per tahun pada usia produktif. Setelah menyelesaikan masa bayar premi, di tahun-tahun berikutnya nasabah akan menikmati nilai tunai sebesar 35%-130% dari premi tahunan yang akan dibayarkan setiap tahunnya selama 15-30 tahun, tergantung dari pilihan skema yang menjadi pilihan nasabah.

Otoritas Jasa Keuangan menyatakan upaya memutus rantai generasi sandwich bukanlah hal mudah dan memerlukan konsistensi besar untuk dilakukan termasuk dengan memiliki asuransi, tabungan rencana, hingga program pensiun.

BACA JUGA: FIFGROUP Tanam Pohon di Mandalika

Sejalan dengan pernyataan tersebut, Kementerian Keuangan menyebutkan bahwa berdasarkan peta demografi, Indonesia memiliki jumlah penduduk usia produktif (usia 15-64 tahun) sebanyak 191 juta jiwa dengan 5,6 juta penduduk adalah investor ritel yang artinya baru 3% dari penduduk usia produktif ini yang memanfaatkan peluang investasi di Indonesia. AIA dan CIMB Niaga melihat perlu adanya upaya menanamkan kesadaran dan kedisiplinan investasi sebagai persiapan masa pensiun sejak dini yang sangat penting untuk dilakukan demi mewujudkan perekonomian negara yang lebih kuat.

Melihat rendahnya tingkat kesadaran serta kedisiplinan perencanaan dana pensiun dan investasi pada usia produktif, Fortuna Income Protection memberikan kemudahan investasi dalam mata uang Rupiah dan Dolar Amerika.

Produk asuransi tradisional endowment ini memberikan kepastian pembayaran manfaat dan diperuntukkan bagi nasabah usia produktif, memberikan kemudahan dengan masa pembayaran premi setengah dari masa pembayaran manfaat dan perlindungan hingga 20 tahun. Lebih dari itu, produk Fortuna Income Protection dapat dilengkapi dengan Asuransi Tambahan Payor Benefit yang memberikan manfaat pembebasan Premi apabila Pemegang Polis meninggal atau menderita Cacat Tetap Total. (*)

Judul	Pandemi masih berkecamuk, BCA Life tetap torehkan kinerja positif
Nama Media	Finroll.com
Newstrend	Kinerja Positif BCA Life
Halaman/URL	https://www.finroll.com/financeroll/asuransi/pandemi-masih-berkecamuk-bca-life-tetap-torehkan-kinerja-positif/
Tanggal Berita	2022-02-25
Sentimen	Netral

Direksi, 25 Februari 2022

Pandemi masih berkecamuk, BCA Life tetap torehkan kinerja positif

Indonesia English



Jakarta (ANTARA) — Di tengah kondisi pandemi, BCA Life berhasil membalikan kinerja yang cukup baik. Pada tahun kedua masa pandemi COVID-19, BCA Life berhasil mencatatkan pendapatan premi sebesar Rp1.345,8 miliar, naik sebesar 34,5% dibandingkan pada tahun 2020. BCA Life membalikan aset sebesar Rp1.293,2 miliar atau naik 31,5% dibanding tahun 2020. Dampak pandemi yang dirasakan oleh seluruh industri termasuk industri asuransi jiwa, dimana pada tahun 2021 ini laba komprehensif BCA Life mengalami penurunan 50,2% menjadi sebesar Rp40,2 miliar dibandingkan tahun 2020. Selama masa pandemi ini, banyak peristiwa terjadi yang mengakibatkan pendapatan angka basis meningkat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, khususnya yang disebabkan oleh COVID-19. Hal ini tercermin dari kewajiban yang diberikan BCA Life khususnya untuk klaim dan manfaat, dimana pada tahun 2021 ini jumlahnya mencapai Rp798,7 miliar atau naik sebesar 78,1% dibandingkan tahun 2020. Angka ini menunjukkan komitmen BCA Life untuk memenuhi kewajiban dan memberikan layanan terbaik bagi nasabah dan keluarga. Dalam hal kemampuan pencairan memenuhi kewajibannya, BCA Life senantiasa terus menjaga Rasio Pencapaian Solvabilitas jauh di atas batas minimum yang ditentukan oleh Otoritas Jasa Keuangan yaitu sebesar 325,6%.

"Dampak pandemi sudah sampai kita rasakan pada tahun 2021, begitu juga para nasabah kami yang terdampak COVID-19. Oleh karena itu, kami terus berkomitmen melakukan pemenuhan kewajiban kami nasabah dengan tepat agar keluarga dan ahli waris yang ditinggalkan dapat terus mencapai impian dan rencana keuangan yang sudah dibuat," ujar Ro Wihard, Presiden Direktur & CEO BCA Life.

"Aveya Spaces is amazing for scheduling and meeting online."



BCA Life terus menjaga kinerja melalui beragam modalitas yang dapat dipilih oleh masyarakat sesuai dengan kebutuhan keuangan mereka. Dengan kontribusi utama pendapatan premi diberikan melalui jalur telemarketing, bancassurance dan corporate business, selain itu juga memiliki jalur agency digital & credit life. Kontribusi besar ini merupakan hasil dari kerja sama yang kuat antara BCA Life dengan Omni BCA dan partner lainnya dalam menyediakan solusi pemenuhan keuangan yang tepat untuk seluruh masyarakat Indonesia.

Sepanjang tahun 2021, BCA Life mengelola dana investasi sebesar Rp1.521,4 miliar dan berhasil membentuk hasil investasi sebesar Rp81,8 miliar. Penempatan investasi BCA Life dilakukan dengan memperhatikan prinsip kehati-hatian agar tetap memberikan hasil yang optimal di tengah kondisi ekonomi masa pandemi.

Beberapa

1. Terbitkan E-Book Periodic di Tengah Krisis, BSB Risk & Penghargaan di Medan & Jakarta (BANK 2021)
2. Juara Utama Life Telemarketing di Tengah Pandemi, by Rethardiana...
3. Top Banker, Negeri Jarak Tempuh Sukses Terbitkan Periodic di Duta

Reputasi dan Masyarakat atas Kinerja BCA Life sepanjang tahun 2021

Tahun 2021 tentunya tidak hanya dipenuhi dengan tantangan menghadapi pandemi COVID-19 tetapi BCA Life juga mendapat apresiasi atas hasil kerja baik yang dicapai. Apresiasi kepercayaan dari masyarakat dan media terlihat dalam bentuk berbagai penghargaan yang berhasil didapatkan antara lain:

- Silver Champion of Indonesia WOW BRAND 2021 dari MarkPlus, Inc.
- Predikat "SANGAT" 542,07 Rating Majalah IPOBANK kategori Asuransi Jiwa terpredikat bruto Rp200 miliar sampai di bawah Rp1 triliun.
- Asuransi Terbaik 2021 kategori Asuransi Jiwa Asuransi di atas Rp1 - 5 Triliun dari Majalah BUKU2021.

Judul	Asuransi Memacu Penjualan Premi Melalui Kanal Agregator
Nama Media	Tribun Medan
Newstrend	Penjualan Premi Asuransi via Kanal Agregator
Halaman/URL	4
Tanggal Berita	2022-02-26
Sentimen	Netral



KONTAN/CAROLUS AGUS WALUYO

PRODUK ASURANSI - Nasabah mencari informasi mengenai produk unit link dari asuransi di kantor Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) di Jakarta, Rabu (2/1).

Asuransi Memacu Penjualan Premi Melalui Kanal Agregator

JAKARTA, TRIBUN - Perusahaan asuransi kini dapat memasarkan produknya melalui kerjasama dengan badan usaha bukan bank (BUSB), hal ini seiring dengan upaya peningkatan penetrasi asuransi, juga memanfaatkan berbagai saluran pemasaran alternatif.

Hal tersebut berdasarkan Surat Edaran (SE) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 19 Tahun 2020 Tentang Saluran Pemasaran Produk Asuransi. Regulator memberikan lampu hijau kepada perusahaan asuransi untuk memasarkan produknya melalui kerjasama dengan badan usaha bukan bank (BUSB).

Berdasarkan beleid tersebut, OJK juga mengatur pemasaran melalui badan usaha selain bank (BUSB), di antaranya dapat dilakukan dalam bentuk referensi. Kemudian menggandeng badan usaha yang memiliki izin dari lembaga yang berwenang.

Kemudian memenuhi ketentuan pemasaran produk asuransi bagi BUSB. Badan usaha itu juga harus berperan aktif memasarkan produk asuransi hanya dari satu perusahaan yang memiliki usaha sejenis harus terdaftar sebagai badan usaha yang mempekerjakan agen asuransi.

Selain itu, badan usaha harus berperan aktif memasarkan produk dari dua atau lebih perusahaan yang memiliki usaha sejenis, dinyatakan telah melakukan kegiatan usaha secara resmi. Lalu mengantongi izin usaha keperantara sebagai platform asuransi.

Salah satu contoh peluang kerjasama pemasaran produk asuransi melalui BUSB adalah sinergi antara perusahaan asuransi dengan penyedia sistem elektronik yang menyajikan perbandingan produk atau layanan dari beberapa perusahaan perusahaan teknologi finansial (tektin) penjual produk asuransi, atau lazim disebut sebagai web aggregator. Kini, web aggregator menjadi saluran pemasaran alternatif asuransi selain agen dan bancassurance.

Kepala Eksekutif Pengawas Industri Keuangan Non Bank OJK Riswinandi, mengatakan, keberadaan web aggregator diharapkan dapat memberikan insentif bagi perusahaan asuransi untuk memasarkan polis dengan memanfaatkan berbagai saluran pemasaran alternatif, dan dengan premi kompetitif.

Menurutnya, dengan adanya web aggregator, menjadi hal positif bagi masyarakat dalam memilih sebuah produk asuransi. Selain memberikan kemudahan kepada nasabah, adanya web pengumpul ini juga bisa meningkatkan transparansi dalam proses pemasaran produk asuransi.

"Kami berharap kebijakan ini memberikan keleluasaan bagi perusahaan asuransi untuk memanfaatkan berbagai alternatif saluran pemasaran produk," kata Riswinandi, Kamis (24/2).

Salah satu perusahaan asuransi, BNI Life juga mengakui, tren pemasaran melalui aggregator di tahun 2021 lalu banyak sekali peluang dalam

memperluas kanal ini.

Arry Herwindo Wildan, General Manager Corporate Secretary, Legal & Corporate Communication BNI Life Insurance mengatakan, secara realisasi pendapatan premi belum memberikan kontribusi yang signifikan karena produk yang dipasarkan adalah produk yang simpel dengan premi terjangkau, namun menurutnya secara jumlah polis realisasi tahun lalu lebih dari 200 polis per partner.

"Tahun ini, kami mengubah beberapa strategi untuk meningkatkan added value dengan menambah benefit produk. Harapan kami dengan pergantian produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan nasabah, permintaan akan semakin meningkat," kata Arry.

Arry juga menjelaskan, aggregator dapat menjadi mitra dengan kebutuhan produk yang general, sehingga tidak diperlukan customized produk untuk segmentasi pasar yang juga spesifik, sehingga tingkat kemudahan untuk bermitra menjadi lebih mudah.

Untuk pemasaran asuransi melalui agregator, BNI Life tetap mengacu pada ketentuan SEOJK No.19 Tentang Saluran Pemasaran Produk Asuransi bagian VI mengenai Persyaratan Pemasaran Produk Asuransi Melalui Badan Usaha Selain Bank.

Menurutnya, kebijakan OJK akan membuka banyak potensi kerjasama antara perusahaan asuransi dengan perusahaan non-bank. Tak terkecuali dengan perusahaan aggregator. **(Selvi Mayasari)**

Judul	Proteksi dan Investasi Asuransi "Unit Link"
Nama Media	Kompas
Newstrend	Edukasi Terkait Unit Link
Halaman/URL	13
Tanggal Berita	2022-02-26
Sentimen	Netral

Proteksi dan Investasi Asuransi "Unit Link"

Beberapa waktu ini asuransi *unit link* ramai dibahas di media massa dan media sosial. Sejumlah pemegang polis asuransi *unit link* mengeluhkan janji investasi dari komponen *unit link* yang dibelinya tidak memberi hasil seperti yang diharapkan atau dijanjikan oleh agen penjual.

Pemahaman masyarakat mengenai produk asuransi *unit link* perlu terus ditingkatkan agar masyarakat menjadi lebih paham sebelum membeli produk ini. Setidaknya masyarakat harus memahami bahwa asuransi *unit link* bukanlah tabungan, melainkan proteksi sebagaimana fungsi utama dari produk asuransi. Fitur investasi yang ada dalam *unit link* memiliki risiko seperti produk investasi umumnya, yaitu risiko penurunan nilai seiring fluktuasi aset yang diinvestasikan, dan risiko investasi ini ditanggung oleh pemegang polis.

Sebagai calon konsumen, kita memiliki hak dan kewajiban sebelum membeli atau mengikuti produk dan layanan sektor jasa keuangan, khususnya produk asuransi.

Kenali hak dan kewajiban konsumen

Pertama, hak memperoleh informasi jujur, jelas, dan tidak menyesatkan terkait apa saja yang ditanggung dalam polis.

Kedua, pada asuransi ada masa mempelajari polis (*free look period*), yaitu periode untuk mempelajari polis dan apabila terdapat ketidaksesuaian, maka berhak untuk membatalkan polis yang dibeli dan bisa mendapat pengembalian premi.

Ketiga, calon konsumen ber-

hak mendapat penjelasan ketika terjadi penolakan terhadap klaim yang diajukan. Keempat, hak untuk mendapatkan informasi terkait jenis dan besaran kewajiban sebagai pemegang polis terhadap perusahaan asuransi seperti besaran premi atau biaya lain yang mungkin timbul dan kesempatan memilih paket produk.

Selain hak, konsumen juga memiliki kewajiban sebagai pemegang polis asuransi. Pertama, memastikan bahwa jenis asuransi yang dipilih sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan bayar.

Kedua, memberikan informasi yang benar dan jujur serta menyampaikan dokumen yang akurat kepada perusahaan asuransi.

Ketiga, harus membaca dan memahami ketentuan dalam perjanjian asuransi secara teliti. Keempat, wajib memastikan data yang tertera telah sesuai dengan kesepakatan awal.

Kelima, wajib membayar premi tepat waktu. Pembayaran premi dilakukan agar pemegang polis mendapatkan manfaat proteksi yang diperjanjikan dan akan mengurangi porsi investasi yang dapat dinikmati di kemudian hari.

Pemegang polis juga berhak untuk memilih beberapa penempatan investasi yang disesuaikan dengan profil risiko yang dimiliki.

Pahami jenis-jenis asuransi "unit link"

Jenis-jenis asuransi *unit link* berdasarkan penempatan dana investasinya dapat dibagi menjadi empat jenis. Pertama, *cash fund unit link* atau *unit link*

INVESTASI

CHRISTIANSEN FRISILYA BR PERANGIN-ANGIN
Otoritas Jasa Keuangan

Hak dan Kewajiban Pemegang Polis

Hak Pemegang Polis	Kewajiban Pemegang Polis
• Memperoleh informasi jujur, jelas, dan tidak menyesatkan terkait polis. • Berhak untuk membatalkan polis pada masa mempelajari polis (<i>free look period</i>). • Mendapat penjelasan ketika terjadi penolakan terhadap klaim yang diajukan. • Mendapatkan informasi terkait jenis dan besaran kewajiban sebagai pemegang polis. • Melakukan <i>switching</i> atau pengalihan penempatan investasi yang dimiliki.	• Pastikan jenis asuransi yang dipilih sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan bayar. • Berikan informasi yang benar dan jujur serta menyampaikan dokumen yang akurat. • Membaca dan memahami ketentuan dalam perjanjian asuransi secara teliti. • Pastikan data yang tertera telah sesuai dengan kesepakatan awal. • Wajib membayar premi tepat waktu.

Sumber: OJK



INFOGRAFI: ARJENDRO

pasar uang yang seluruh porsi investasi ditempatkan di instrumen pasar uang, seperti deposito berjangka, Sertifikat Bank Indonesia (SBI), dan surat utang jangka pendek. Penempatan dana ini memiliki risiko yang rendah dan imbal hasil yang terbatas. *Unit link* jenis ini cocok untuk calon pemegang polis yang konservatif.

Kedua, *fixed income unit link* atau *unit link* pendapatan tetap yang 80 persen dana investasi dari premi yang disektor pemegang polis ditempatkan di instrumen obligasi atau surat utang dan sisanya ditempatkan di instrumen pasar uang. *Unit link* ini co-

cok bagi pemegang polis yang ingin mendapatkan imbal hasil yang relatif stabil dan mampu menerima risiko sedang (moderat).

Ketiga, *managed unit link* atau *unit link* pendapatan campuran yang porsi investasi ditempatkan pada instrumen saham, obligasi, dan pasar uang dengan komposisi tertentu. *Unit link* ini sesuai untuk konsumen yang ingin memperoleh pendapatan yang memadai, sekaligus peluang pertumbuhan investasi jangka panjang.

Keempat, *equity unit link* atau *unit link* dana saham yang penempatan dana pada saham minimal 80 persen.

Unit link dana saham menawarkan imbal hasil yang paling besar, tetapi dengan risiko yang paling besar. *Unit link* jenis ini untuk pemegang polis yang memiliki pemahaman investasi yang baik dan berani mengambil risiko (*agresif*). Pemegang polis juga dapat melakukan *switching* atau pengalihan penempatan investasi yang dimiliki. Pemegang polis hendaknya melakukan evaluasi terhadap polis yang dimiliki secara berkala.

Masyarakat hendaknya memahami bahwa semua produk sektor jasa keuangan yang dikaitkan dengan investasi seperti asuransi ini memiliki risiko penyusutan sesuai aset yang diinvestasikan. Perlu diingat prinsip investasi *high-risk, high-gain* bahwa semakin besar penawaran kemungkinan keuntungan dari investasi, maka semakin besar pula risiko kerugiannya.

Pastikan perusahaan asuransi dan produk asuransi yang ditawarkan telah berizin dari OJK dengan mengecek melalui Kontak OJK 157 atau melalui Whatsapp 081 157 157 157. Selain itu, data dimaksud juga dapat diakses melalui www.ojk.go.id.

Yuk, jadi konsumen yang bijak dengan memahami hak, kewajiban, serta jenis-jenis asuransi *unit link* sebelum membeli produk ini.

Judul	Jangan Puas Cuma Disodori Cuan, Pengelola Keuangan Kamu Sudah Lakukan 3 Tips Investasi Ini?
Nama Media	Dream.co.id
Newstrend	Edukasi Investasi Semasa Pandemi oleh Citi Indonesia
Halaman/URL	https://www.dream.co.id/dinar/citi-indonesia-bagikan-tips-cerdas-investasi-di-masa-pandemi-covid-19-2202254.html
Tanggal Berita	2022-02-28
Sentimen	Netral

Jangan Puas Cuma Disodori Cuan, Pengelola Keuangan Kamu Sudah Lakukan 3 Tips Investasi Ini?

Reporter: ARI Setiawan
Senin, 28 Februari 2022 07:00



Investor memang menginginkan keuntungan dari setiap sen uang yang disimpan. Namun jangan cuma sodori mereka keuntungan saja.

Dream - Tren berinvestasi sepanjang pandemi Covid-19 telah mengawali pergeseran. Investor yang terbiasa bermain aman dengan menempatkan dana pada produk konvensional seperti deposito kini beralih memaklilagi dan produk investasi lain dengan tingkat return lebih tinggi.

Pergeseran ini seharusnya kut dibarengi kesadaran tingkat risiko yang lebih tinggi dibandingkan produk investasi konvensional. Investor harus cermat sekaligus waspada terhadap siklus ekonomi yang tidak terduga.

Sementara bagi pelaku perbankan harus semakin bersiap dengan tuntutan lebih tinggi dari investor. Industri keuangan harus bisa mengagan kerugian nasabah dalam layanan pengelolaan kekayaan yang mereka berikan.

Tindakan tersebut diikuti ikap pelaku investasi yang harus cermat dan berhati-hati dalam memilih produk perbankan dan investasi yang paling tepat bagi dirinya.

Citi Indonesia memberikan tiga tips utama yang perlu diperhatikan dalam membuat keputusan investasi di masa pandemi, baik bagi investor maupun pihak pengelola kekayaan.



Menganalisis saham bisa dipelajari, salah satunya



Cover s.d Mobil Usia 12 Tahun



GT Radial Ban Mobil Radial Champiro Eco 155/70 R13 17C

1 dari 3 halaman

1. Produk Investasi yang Sesuai Kebutuhan

Nasabah harus menyadari kebutuhannya agar dapat memilih produk investasi yang tepat. Kondisi dan kebutuhan setiap individu pastinya berbeda-beda. Ada nasabah keluarga muda yang berinvestasi untuk dana pendidikan anak. Di sisi lain, ada nasabah yang berinvestasi untuk masa pensiun. Perbedaan kebutuhan ini akan berpengaruh pada produk investasi yang sebaiknya dipilih oleh nasabah.

Kebutuhan ini harus mendapatkan perhatian khusus baik dari nasabah maupun pengelola kekayaan suatu institusi perbankan. Identifikasi kebutuhan dan produk investasi apa yang paling sesuai saat ini lebih mudah dilakukan dengan adanya teknologi digital untuk mencari informasi sebanyak mungkin terkait berbagai produk investasi dan tingkat risikonya.

Tergantung profil nasabah, pengelola kekayaan juga dapat mempertimbangkan diversifikasi investasi dengan tingkat risiko yang disesuaikan.

2 dari 3 halaman

2. Pendampingan dalam Melakukan Investasi

Hal tak kalah penting saat berinvestasi adalah pendampingan dari penyedia layanan pengelola kekayaan. Hal-hal penting seperti selektif dalam memilih investasi dan memberikan informasi terkini terkait investasi yang telah ditanamkan, penting diketahui investor pemula.

Institusi perbankan biasanya akan diwakili oleh seorang Relationship Manager dan tim konsultan investasi yang akan memantau, melaporkan, dan menyarankan penyesuaian investasi pada nasabahnya.

Relationship Manager perlu memiliki kompetensi dalam menjelaskan berbagai hal terkait investasi dan proteksi kepada para nasabah. Dalam hal ini, Relationship Manager dan tim konsultan investasi Citi Indonesia telah mengaitorngi berbagai sertifikasi standar terkait industri, seperti Waa Perantara Inyagang (Eks (per)) untuk obligasi, Wharton Executive Education untuk reksadana, dan Asosiasi Asuransi Jwa Indonesia (AAJI) untuk asuransi.

3 dari 3 halaman

3. Kualitas Layanan Pengelolaan Kekayaan

Pada praktiknya, terutama selama masa pandemi, lembaga perbankan banyak mengalami keterbatasan untuk bertemu nasabah secara langsung. Saat ini, nasabah dapat memantau dan menilai kualitas layanan pengelolaan kekayaan dari institusi perbankan dengan memantau market update dan berbagai informasi yang diberikan melalui kanal digital.

Citi Indonesia juga terus bekerja sama dengan para manajer investasi untuk menerbitkan produk-produk baru guna makin mengoptimalkan kegiatan pengelolaan kekayaan para nasabah. Semua hal tersebut dilakukan untuk memudahkan dan mengoptimalkan pengelolaan kekayaan para nasabah.

Judul	Don't be satisfied with just being offered money, has your financial manager done these 3 investment tips?
Nama Media	1news.my.id
Newstrend	Edukasi Investasi Semasa Pandemi oleh Citi Indonesia
Halaman/URL	https://1news.my.id/2022/02/28/dont-be-satisfied-with-just-being-offered-money-has-your-financial-manager-done-these-3-investment-tips-1news/
Tanggal Berita	2022-02-28
Sentimen	Netral

Don't be satisfied with just being offered money, has your financial manager done these 3 investment tips? | 1NEWS

editor@dream.co.id (Editor) - DINAR

February 28, 2022

Comment

SHARE    

ANDROID 13 RELEASE DATE AND EVERYTHING ABOUT NEW FEATURES  CLICK HERE TO SEE MORE



2. Assistance in Making Investments



No less important when investing is assistance from wealth management service providers. Important things such as being selective in choosing investments and providing up-to-date information regarding investments that have been invested are important for novice investors to know.

Banking institutions will usually be represented by a Relationship Manager and a team of investment consultants who will monitor, report, and suggest investment adjustments to their customers.

Relationship Managers need to be competent in explaining various matters related to investment and protection to customers. In this regard, Citi Indonesia's Relationship Manager and investment consultant team have obtained various industry best standard certifications, such as Broker-Dealer Representative (WPPE) for bonds, Wharton Executive Education for mutual funds, and the Indonesian Life Insurance Association (AAJI) for insurance.

Judul	Solusi Digital Saja Tak Cukup
Nama Media	Tempo.co
Newstrend	Pelebaran Bisnis Medix ke Indonesia
Halaman/URL	https://koran.tempo.co/read/ekonomi-dan-bisnis/472075/wawancara-ceo-medix-sigal-atzmon-soal-strategi-bersaing-di-bisnis-layanan-kesehatan-digital?
Tanggal Berita	2022-02-28
Sentimen	Netral

EKONOMI DAN BISNIS

Solusi Digital Saja Tak Cukup

Wawancara Chief Executive Officer Medix, Sigal Atzmon.
EDISI, 28 FEBRUARI 2022



VINDRY FLORENTIN



Sigal Atzmon. Dokumentasi Medix

- Medix akan memperluas layanan kesehatan personal di Indonesia.
- Digitalisasi sektor kesehatan menjadi kebutuhan saat akses tidak merata.
- Medix sedang melokalkan aplikasi kesehatan digital.

Medix, penyedia layanan manajemen [kesehatan](#) personal, bersiap melebarkan sayapnya di Indonesia. Perusahaan yang berkantor di beberapa negara, seperti Inggris, Singapura, dan Hong Kong, ini membidik pasar industri kesehatan berbasis digital, yang sedang bertumbuh di Indonesia.

Chief Executive Officer dan Presiden Medix, Sigal Atzmon, mengatakan, di negara dengan kondisi geografis seperti Indonesia, pemerataan akses terhadap layanan kesehatan

BERITA TERKAIT

Jalan Baru Vaksinasi Swasta

Menanti Vaksin Merah Putih

Harga Minyak Terus Melambung

Solusi Digital Saja Tak Cukup

[illegible]

Judul	Perekonomian Sudah Ada Lintasan ke Full Normal
Nama Media	Majalah Tempo
Newstrend	Opini Ketua OJK terkait Perekonomian Indonesia
Halaman/URL	60, 61, 62, 63
Tanggal Berita	2022-02-28
Sentimen	Netral



Judul	Peluang Penetrasi Bisnis Asuransi Makin Luas
Nama Media	Media Indonesia
Newstrend	Opini Pengamat Perasuransian Terkait Peluang Penetrasi Bisnis Asuransi
Halaman/URL	19
Tanggal Berita	2022-03-01
Sentimen	Netral

| PROSPEK IFG LIFE |

Peluang Penetrasi Bisnis Asuransi Makin Luas

Bisnis, JAKARTA — Industri asuransi di Tanah Air perlu membangun dan mengembangkan pola literasi keuangan sesuai dengan jalur pemasaran yang berkualitas dan sesuai target pasar untuk menjangkau kalangan masyarakat secara lebih luas.

Pengamat asuransi yang juga Chairman Financial Planning Standards Boards Indonesia (FPSBI) Tri Djoko Santoso mengatakan bahwa perusahaan asuransi di Indonesia sudah melakukan upaya literasi keuangan dan asuransi sejak 10 tahun lalu, baik melalui perguruan tinggi dan terjun ke masyarakat secara langsung. Hanya saja, katanya, hasil diperoleh dari upaya melakukan literasi itu belum sebanding dengan upaya yang telah dilakukan selama ini.

Tingkat literasi asuransi dan penetrasi asuransinya rendah sedangkan

tingkat inklusi dan tingkat pengaduan dan keluhan nasabah di OJK (Otoritas Jasa Keuangan) terlalu tinggi," ujarnya, pekan lalu.

Oleh sebab itu, ujar Tri, tantangan perusahaan asuransi saat ini adalah membangun literasi keuangan sesuai jalur jalur pemasaran, baik melalui agen asuransi, perbankan, platform digital yang memiliki segmen pasar untuk menjangkau pasar secara lebih luas.

Dia mencontohkan model pemasaran yang kemungkinan bakal dikembangkan oleh PT Asuransi Jiwa IFG atau IFG Life. Sebagai entitas anyar di bisnis asuransi jiwa, IFG Life kemungkinan besar akan fokus pada pasar *captive* mereka yaitu BUMN dalam jangka pendek dan menengah.

"Ini cara paling masuk akal menggarap dulu pasar sesama BUMN sembari

membangun citra terbaik agar di masa depan bisa bersaing di pasar bebas yang penuh kompetisi," katanya.

Hal senada juga disampaikan oleh pengamat BUMN dari Universitas Indonesia Toto Pranoto. Menurutnya, potensi *captive market* IFG Life dari sinergi BUMN dan jaringan kementerian/lembaga cukup besar.

Jika upaya menggarap pasar dengan melakukan sinergi antar-BUMN dan jaringan kementerian/lembaga berhasil, hal itu dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap bisnis asuransi ke depan.

Komitmen pemerintah dalam mendukung bisnis IFG Life juga sangat serius terlihat dari penyertaan modal negara (PMN) dan dukungan bank-pelat merah dalam mendukung permodalan perusahaan itu.

Dengan dukungan modal yang kuat

terhadap IFG Life, kinerja perusahaan diharapkan makin baik sehingga dapat menggarap pasar-pasar baru yang lebih luas seperti di asuransi jiwa, kesehatan, dan pengelolaan dana pensiun. Dukungan ini juga memberikan IFG Life peluang untuk tampil sebagai pemain utama di industri asuransi jiwa.

Di sisi lain, IFG Life dengan *branding* baru sebagai perusahaan asuransi jiwa yang mengedepankan aspek kehati-hatian, kata Toto, dapat mengambil inisiatif edukasi publik soal berasuransi.

Sebelumnya, IFG Life mengklaim akan membawa sejumlah fondasi yang dalam tata kelola industri asuransi jiwa ke depan, dengan mengedepankan teknologi dan platform digital.

Sebagai BUMN, IFG Life juga mengaplikasikan *good corporate governance*.

Sebagai pemain baru di industri asuransi nasional, sepak terjang IFG Life patut untuk diperhatikan.

Dalam paparan kinerja pekan lalu, Direktur Keuangan dan Investasi PT Asuransi Jiwa IFG atau IFG Life Farid Azhar Nasution menuturkan kinerja pada awal tahun yang dibukukan cukup positif. Laba pada Januari 2022 sebesar Rp24,79 miliar.

"Awal Januari 2022, kami bukukan laba Rp24,8 miliar dan premi Rp131 miliar. Angka ini meyakinkan kami operasi IFG Life akan berlangsung normal. Kami akan terus menjaga IFG Life ini jadi perusahaan asuransi yang sehat," katanya.

Dia menuturkan, IFG Life akan banyak belajar dari pengalaman sebelumnya agar bisnis yang dijalani saat ini mampu berkembang. (Dennis R. Melanova/Stefanus Arief Setiaji)

Judul Berita Foto - Asuransi Jiwa untuk KPR

Nama Media Kontan

Newstrend Asuransi Jiwa untuk KPR

Halaman/URL 10

Tanggal Berita 2022-03-01

Sentimen Netral

Asuransi Jiwa untuk KPR



KONTAN/Carolus Agus Waluyo

Pembangunan perumahan di Cisauk, Tangerang, Banten, Senin (28/2). Adanya asuransi jiwa untuk kredit pembelian rumah (KPR) dapat meminimalisir risiko serta memberikan jaminan bantuan jika terjadi hal tak terduga, seperti kreditur meninggal dunia.

Judul	Jaga Aset, Bumiputera Perlu Langkah Cepat Penyelesaian Masalah
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Opini BKF terkait Bumiputera
Halaman/URL	23
Tanggal Berita	2022-03-01
Sentimen	Netral

Jaga Aset, Bumiputera Perlu Langkah Cepat Penyelesaian Masalah

JAKARTA – Badan Kebijakan Fiskal (BKF) Kementerian Keuangan (Kemenkeu) menilai Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 (AJBB) memerlukan langkah cepat terkait solusi dan arah penyelesaian permasalahan. Jika tidak, aset terus tergerus, opsi pendanaan baru ikut terhambat, dan berdampak signifikan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat untuk berasuransi.

Oleh Prisma Ardianto

Hal itu disampaikan BKF dalam Tajuk berjudul Melik Arah Asuransi Berbentuk Usaha Bersama di Indonesia di Laporan Ekonomi dan Keuangan Mingguan, pekan lalu. Secara umum, BKF mencoba untuk menggambarkan situasi, perkembangan, arah kebijakan industri perasuransian dalam negeri maupun luar negeri, AJBB menjadi pembahasan utama.

"Pengawas asuransi, perusahaan, dan stakeholder terkait kiranya perlu mengambil langkah cepat dan menentukan posisi yang solid terkait solusi dan arah penyelesaian permasalahan AJBB. Jika hal ini tidak dapat dilakukan segera, tidak tertutup kemungkinan aset perusahaan dan hak pemegang polis akan semakin tergerus dan implementasi opsi penambahan pendanaan baru dapat terkendala," tulis BKF.

Lebih luas lagi, lambannya upaya penyelesaian permasalahan AJBB dapat berdampak signifikan terhadap tingkat kepercayaan dan minat masyarakat untuk berasuransi. "Semoga solusi terbaik dapat segera diwujudkan untuk kepentingan pemegang polis dan perusahaan asuransi mutual yang telah hadir di Indonesia lebih dari seabad lalu," tulis BKF dalam tajuknya.

BKF juga memaparkan, AJBB sebagai asuransi mutual memiliki beberapa opsi untuk memperbaiki tingkat solvabilitasnya. Antara lain dengan memak-simalkan pendapatan premi dari polis baru, melakukan pembagian kerugian kepada pemegang polis dan anggota eksisting, memperbaiki pengelolaan sesi reasuransi, demutualisasi, atau menerbitkan *surplus notes*.

Menurut BKF, semua opsi memiliki tantangan, terutama dua opsi awal yang dirasakan cukup berat untuk dilakukan akibat kondisi dan kinerja keuangan perusahaan yang terus menurun. Opsi demutualisasi juga tidak mudah untuk dilakukan mengingat

tahapan dan persyaratan yang perlu dipenuhi. Pertanyaan berikutnya adalah keberadaan minat investor yang akan masuk dan menyuntikkan modal.

"Selain itu, perlu dipastikan apakah dampak terhadap dilusi kepemilikan dan *benefit* kepada pemegang polis paska demutualisasi dapat diterima semua pihak termasuk pemegang polis. Opsi lainnya adalah dengan penerbitan *surplus notes* walaupun aplikasinya tidak mudah, mengingat mekanisme ini tergolong baru dan belum terdapat kerangka regulasinya di Indonesia," ungkap BKF.

Proses penyehatan dan penyelesaian klaim nasabah AJBB menyita perhatian publik selama 2021. Bahkan, pada awal bulan ini AJBB kembali menjadi topik perbincangan hangat hingga ke gedung parlemen.

OJK mencatat, AJBB memiliki 2.161.245 pemegang polis per Desember 2021, dengan total nilai kontrak polis senilai Rp 20,08 triliun dan nilai polis masa depan Rp 62,9 triliun. Total aset Rp 10,7 triliun (aset properti Rp 6 triliun), liabilitas mencapai Rp 32,63 triliun, dan AJBB defisit kurang lebih Rp 21,9 triliun. Secara kesehatan, *risk based capital* (RBC) -1.164,77% jauh dari persyaratan OJK di level 120%. Rasio kecukupan investasi (RKI) hanya 12,11%, juga jauh dari standar di atas 100%. Kemudian rasio likuiditasnya 16,40% atau di bawah standar sekurang-kurangnya 100%.

Berkaca pada Jepang

Perusahaan asuransi yang berbentuk mutual seperti AJBB bukanlah hal baru di industri asuransi, bahkan memiliki memiliki peran yang dapat diapresiasi tapi dalam pasar asuransi internasional. Data International Cooperative and Mutual Insurance Federation (ICMIF) diketahui bahwa asuransi mutual pada 2017 secara keseluruhan mengambil pangsa pasar asuransi global sebesar 26,7%, dan menjalankan kegiatan usaha di bidang asuransi umum (31,6%) dan asuransi jiwa (22,5%).

Di negara maju, porsi pasar asur-



Pengawas asuransi, perusahaan, dan stakeholder terkait kiranya perlu mengambil langkah cepat dan menentukan posisi yang solid terkait solusi dan arah penyelesaian permasalahan AJBB. Jika hal ini tidak dapat dilakukan segera, tidak tertutup kemungkinan aset perusahaan dan hak pemegang polis akan semakin tergerus dan implementasi opsi penambahan pendanaan baru dapat terkendala.

Badan Kebijakan Fiskal (BKF)
Kementerian Keuangan (Kemenkeu)

ansi mutual jauh lebih besar yakni 32,8% atau 10 kali lipat dibandingkan negara berkembang yang hanya 3,1%. Di Jepang, nilai aset asuransi usaha bersama mencapai 65,7 miliar yen atau hampir Rp 9.000 triliun pada 2019.

Secara garis besar, BKF menilai asuransi berbentuk mutual di Jepang dapat berkembang karena adanya memanfaatkan peluang yang ada di masyarakat. Strategi tersebut dapat dilihat dari dua sisi. Dari sisi *supply*,

perusahaan fokus pada produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Sedangkan di sisi *demand*, industri asuransi terus berupaya dalam meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat untuk berasuransi.

"Lebih lanjut asuransi mutual di Jepang juga berfokus pada jenis produk tradisional dan sederhana. Kondisi ini berbeda dengan asuransi mutual di Indonesia yang menawarkan dan bahkan didominasi oleh produk kompleks seperti PAYDI (produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi) atau *unit link*," terang kajian BKF.

BKF pun melihat ketidakmampuan perusahaan dalam memenuhi tingkat pengembalian yang dijanjikan untuk produksi asuransi kompleks tersebut 'bisa jadi' menjadi salah satu permasalahan utama dalam bisnis AJBB. Sehingga patut dipertimbangkan untuk industri asuransi jiwa, seperti diketahui pendapatan premi asuransi jiwa di Indonesia saat ini didominasi dari premi yang berasal dari PAYDI.

"Jika tidak memiliki kapasitas, sumber daya, dan praktik manajemen risiko yang memadai, perusahaan asuransi jiwa sebaiknya lebih fokus pada penyediaan jasa proteksi daripada memperluas usahanya ke dalam lini usaha yang berisiko," ungkap BKF.

Sementara dari aspek regulasi dan kebijakan, arah pengaturan pengawas sektor keuangan di Jepang mirip dengan pengaturan dalam Undang-Undang (UU) Perasuransian yaitu melakukan moratorium untuk izin baru perusahaan asuransi berbentuk mutual. Insurance Business Law Jepang pun sejak amandemen pada 2005 meninggalkan konsep asuransi mutual.

"Walaupun begitu, pelaku usaha tetap berusaha bertahan dengan berlandung pada regulasi sektoral serta tunduk pada pengawasan dari otoritas yang berbeda-beda. Argumentasi yang mendasari hal tersebut utamanya terkait sulitnya akses permodalan manakala perusahaan membutuhkan pendanaan," terang BKF.