

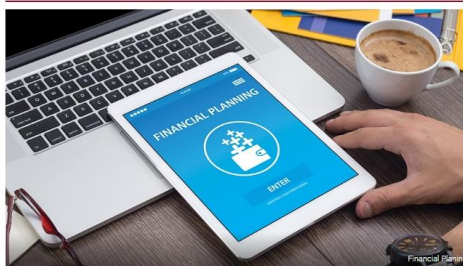
Senin, 1 November 2021

FM-CC-AAJI-006-00

Judul	Allianz Life Indonesia Tawarkan Solusi Perlindungan Keuangan
Nama Media	Industry.co.id
Newstrend	Produk Bancassurance Allianz Life Indonesia
Halaman/URL	https://www.industry.co.id/read/96253/allianz-life-indonesia-tawarkan-solusi-perlindungan-keuangan
Tanggal Berita	2021-10-29
Sentimen	Netral

Allianz Life Indonesia Tawarkan Solusi

Oleh: Hariyanto | Jumat, 29 Oktober 2021 - 09:16 WIB



Facebook Twitter LinkedIn WhatsApp LINE

Berita Terkait



Hingga Kuartal III-2021 Bank OCBC NISP Raih Laba Bersih Rp 2 Triliun

MenkopUKM Lepas Ekspor Produk Tuna Sashimi Nelayan Sikta dan fishOn ke Malaysia dan Jepang

Simak Ini Yang Harus dilakukan untuk Hindari Kesalahan Finansial di Kalangan Generasi Muda dan Investasi Masa Depan

INDUSTRY.co.id - Jakarta – Setiap orang tentu memiliki harapan dan optimisme untuk mencapai kualitas hidup yang lebih baik di masa mendatang. Salah satu persiapan yang dapat dilakukan adalah merencanakan kematangan finansial, agar dapat menikmati hari tua bahagia bersama keluarga.

Dalam mewujudkan hal tersebut, penting bagi setiap individu untuk memahami kebutuhannya ketika membuat perencanaan keuangan, termasuk solusi perlindungan asuransi yang dapat memberikan antisipasi dari berbagai risiko kehidupan.

Dalam survei yang dilakukan pada lebih dari 2.700 orang nasabah Allianz Life Indonesia dari segmen kelas menengah, kekhawatiran terbesar mengarah kepada permasalahan kesehatan yaitu sebesar 65% dan tidak dapat memberikan warisan kepada pasangan atau anak sebesar 62%.

Kesadaran yang tinggi terhadap risiko kehidupan, serta pemahaman bahwa asuransi dapat menjadi salah satu instrumen untuk persiapan legacy atau warisan, ditunjukkan oleh 96% responden. Kemudian 81% responden menyatakan telah mempersiapkan legacy bagi anak atau pasangan mereka.

Untuk melengkapi kebutuhan ini, PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life Indonesia) menghadirkan solusi terbaru produk asuransi jiwa unit link yang memberikan perlindungan diri dan keluarga, sekaligus dapat mendukung tercapainya perencanaan keuangan yang dibuat oleh nasabah.

Allianz Life Indonesia menyediakan produk untuk memenuhi kebutuhan nasabah dua mitra perbankan, yaitu "MyProtection Supreme" untuk nasabah Bank Maybank Indonesia dan "Guardia Supreme Life" untuk nasabah Bank BTPN.

"Kami berkomitmen untuk menghadirkan solusi perlindungan asuransi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah mitra perbankan, serta dapat memberikan manfaat jangka panjang, terutama yang dapat memberikan proteksi yang baik serta untuk tujuan perencanaan transfer asset ke generasi berikutnya, yang saat ini menjadi perhatian besar bagi banyak keluarga kelas menengah atas di Indonesia. Harapan kami program ini dapat menjadi solusi bagi para nasabah perbankan," kata Bianto Surodjo, Direktur & Chief of Partnership Distribution Officer Allianz Life Indonesia yang dikutip [INDUSTRY.co.id](https://www.industry.co.id), Jumat (29/10/2021).

Produk ini dapat memberikan ketenangan ketika nasabah sedang dalam usia produktif, dan memberikan perlindungan asuransi jiwa sampai dengan usia 100 tahun. Sebagai apresiasi kepada nasabah yang konsisten melakukan pembayaran premi, di tahun kelima nasabah akan mendapatkan bonus persistensi yang dapat menambah tujuan nilai investasi yang ingin dicapai.

Selain itu, terdapat potensi penurunan biaya asuransi jangka panjang, sehingga nasabah tidak hanya mendapatkan ketenangan dalam menghadapi berbagai risiko kehidupan, tetapi juga saat menikmati hasil kesuksesan di masa depan.

Produk yang disediakan Allianz Life Indonesia bekerja sama dengan mitra perbankan berdasarkan visi dan misi yang sama, yaitu untuk memberikan solusi keuangan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah mitra perbankan agar dapat melindungi dan mempersiapkan masa depannya. Allianz Life Indonesia akan terus memperkuat komitmen untuk memberikan perlindungan asuransi kepada lebih banyak masyarakat Indonesia.

Judul	Milenial Masih Kesulitan Menyusun Perencanaan Keuangan, Bagaimana Memperbaikinya?
Nama Media	Suara.com
Newstrend	Program Literasi Keuangan Allianz Life Indonesia
Halaman/URL	https://www.suara.com/health/2021/10/29/122940/milenial-masih-kesulitan-menyusun-perencanaan-keuangan-bagaimana-memperbaikinya
Tanggal Berita	2021-10-29
Sentimen	Netral

Milenial Masih Kesulitan Menyusun Perencanaan Keuangan, Bagaimana Memperbaikinya?

By: Nisa Nurani - 29 Oktober 2021 10:20 PM



Konten perencanaan keuangan: (i) via: foto: shutterstock

Suara.com - Generasi milenial yang kebanyakan sudah masuk usia dewasa muda, mulai peduli dengan keuangan mereka.

Namun, Survei Nasional (I) dari: dan Indeks Keuangan (Sumber: Jaka Keuangan (JAKI)) tahun 2019 menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan dari anak muda usia 21-35 tahun hanya sebesar 20,5 persen. Sedangkan milenial usia 18-24 tahun sebesar 22,1 persen. Dengan begitu, anak muda di Indonesia masih tergolong rendah secara finansial.

Berikut ini, survei dari Ipsos dan Morning Consult (2019) juga menunjukkan bahwa hampir 80 persen dari generasi milenial merasa mereka perlu kontrol finansial yang lebih baik dan didukung dengan ekspansi mereka 10 tahun ke depan.

Di sisi lain, generasi muda sering diabaikan dengan istilah generasi sandwich atau suatu keadaan finansial di mana seseorang harus mulai memenuhi kebutuhan dari generasi sebelumnya dan generasi selanjutnya. Oleh karena itu, literasi finansial menjadi semakin penting bagi kalangan muda agar dapat meraih kemerdekaan finansial.

Baca juga: Penting ingatkan Milenial untuk Kontrol Penggunaan Media Sosial, Ini Penjelasannya



Konten perencanaan keuangan: (i) via: foto: shutterstock

Kualitas yang kerap diabaikan oleh kaum muda saat bekerja, mulai dari mengelola kebiasaan membaca, gaya hidup sehat, hingga fokus membaca data akurat dan pertimbangan asuransi.

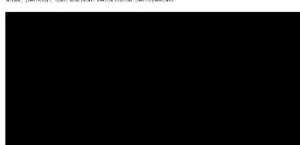
Perencana keuangan dengan IDN 1001 dan nisa.com dan Morning Consult (2019) juga menyatakan bahwa manajemen risiko serta pengaturan cashflow yang baik sangat diperlukan.

Monetize, financial checkup menjadi hal pertama yang dapat dilakukan anak muda untuk mengetahui kondisi finansialnya. Sehingga, dapat mengetahui tingkat **perencanaan keuangan** yang bisa dilakukan.



"Dalam rangka mencapai kemerdekaan finansial sejak muda dan menghindari beban generasi, maka generasi muda perlu memperhatikan perencanaan keuangan sedini mungkin. Sebagai tahapan penting perlu diperhatikan oleh generasi muda yaitu mulai dengan memahami kebutuhan dasar," kata Nisa melalui keterangan tertulis kepada suara.com, Jumat (29/10/2021).

Kemudian kebutuhan perlindungan atau proteksi mereka dalam asuransi juga harus diperhatikan. Hal ini bisa dilakukan untuk memastikan kebutuhan dana mereka, seperti pendidikan anak, pensiun, dan asuransi kesehatan yang diperlukan.



Baca juga: Gen-Sy, Dorong Agar Generasi Muda Lebih Hidup Seimbang

Mika Laksono Permadi Dori, Head of Investment Communication & Fund Development Allianz Life Indonesia menyatakan bahwa generasi milenial sudah sangat peduli dengan keuangan, sehingga harus diberikan dalam perencanaan keuangan.

"Ada banyak pilihan untuk berinvestasi, terutama bagi kalangan muda. Namun, dalam prosesnya perlu diingat dengan risiko yang dihadapi investasi yang cukup matang agar semakin tepat dalam memilih dan sesuai kebutuhan. Selain itu, perlu untuk menentukan tujuan, jangka waktu dan profil risiko sebelum melakukan investasi," jelasnya.

Maka itu, generasi milenial harus memiliki kesadaran di masa muda untuk mempersiapkan dengan sebaik mungkin.

Adapun menerapkan perencanaan terhadap risiko risiko yang dapat terjadi di masa yang akan datang, maka ini digunakan sebagai salah satu tindakan preventif finansial. Terutama bagi kalangan muda yang sudah mulai bekerja, maka saat untuk mulai memahami, katanya.

Monetize, tidak pernah yang wajib dilakukan adalah memahami kondisi keuangan awal. Setelah itu, bisa dapat menjadi dengan pengaturan cashflow yang seimbang dan mengetahui kebutuhan yang dapat membantu dalam mengelola laporan keuangan yang diperlukan.



Baca rencana tersebut sudah terpenuhi, barulah fokus pada dana darurat dan asuransi.

Judul	Anak Muda Indonesia Rentan Finansial, Berikut Tips Jitu Saat Membuat Rencana Keuangan
Nama Media	Merdeka.com
Newstrend	Program Literasi Keuangan Allianz Life Indonesia
Halaman/URL	https://www.merdeka.com/uang/anak-muda-indonesia-rentan-finansial-berikut-tips-jitu-saat-membuat-rencana-keuangan.html
Tanggal Berita	2021-10-30
Sentimen	Netral

Merdeka.com

Anak Muda Indonesia Rentan Finansial, Berikut Tips Jitu Saat Membuat Rencana Keuangan

Subtitel: 30 Oktober 2021 07:00
Reporter : Nurwanita Mulya Pratomo



4 Langkah Awal Menjalani Perencanaan Keuangan di Usia 20, Investor Lukmanul Fikriyanto, 30/10/21
Merdeka.com

Merdeka.com - Hari Sumpah Pemuda mengingatkan kita pada semangat perjuangan muda-mudi Indonesia, yang hingga saat ini pun masih terus berkobar dalam melawan ancaman merah cina-cia. Namun, perjuangan belum berakhir. Generasi muda saat ini dihadapkan pada perjuangan yang berbeda, terutama dalam meraih kesuksesan dan berinvestasi finansial.

Survei dari broker dan Morning Consult (2019) menunjukkan hampir sepertiga dari generasi milenial merasa bahwa pada kondisi finansial yang lebih buruk dibandingkan dengan ekspektasi mereka 10 tahun lalu.



Selain itu, Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Jawa-Kemendagri (2021) tahun 2016 juga mengungkapkan bahwa tingkat literasi keuangan dari anak muda usia 25-35 tahun adalah sebesar 23,5 persen, sedangkan untuk usia 18-25 tahun adalah sebesar 32,1 persen. Dengan begitu, anak muda di Indonesia masih tergolong rentan secara finansial.

Di sisi lain, generasi muda sering dikaitkan dengan istilah sandwich generation atau suatu keadaan finansial di mana seseorang harus turut memenuhi kebutuhan dari generasi sebelumnya dan generasi selanjutnya. Oleh karena itulah literasi finansial menjadi semakin penting bagi kalangan muda agar dapat meraih kompromi keuangan finansial.

Kesalahan yang kerap dilakukan oleh kaum muda pun beragam, mulai dari menabungkan tabungan menabung, saya harus mewah, hingga tidak memiliki dana darurat dan perlindungan asuransi. Perencanaan keuangan dan CEO Finansialku.com, Melvin Mumpuni menjelaskan bahwa, manajemen risiko serta pengaturan cashflow yang baik sangat diperlukan.

Dia mengatakan finansial check up menjadi hal pertama yang dapat dilakukan anak muda untuk mengetahui kondisi finansialnya. Sehingga, mereka dapat mengetahui langkah perencanaan keuangan yang harus diambil. Dalam usaha mencapai kemerdekaan finansial sejak muda dan menghindari jebakan sandwich generation, maka generasi muda perlu mempersiapkan perencanaan keuangan sedini mungkin.

Beberapa tahapan penting perlu diperhatikan oleh generasi muda yaitu dimulai dengan memenuhi kebutuhan dasar kemudian kebutuhan perlindungan/proteksi serta dana darurat.

Selanjutnya, fokus untuk memenuhi kebutuhan dana pendidikan anak, pensiun dan asuransi serta mulai berinvestasi.

2 dari 2 halaman

Investasi dan Asuransi



Head of Investment Communication & Fund Development Allianz Life Indonesia, Mita Ikhromi Permata Dewi mengatakan, bahwa memiliki investasi sudah menjadi keharusan, sehingga harus dilakukan dalam perencanaan keuangan.

"Ada banyak pilihan untuk berinvestasi, terutama bagi kalangan muda. Namun, dalam prosesnya perlu dibarengi dengan wawasan mengenai investasi yang cukup matang agar semakin tepat dalam memilih dari sesuai kebutuhan. Selain itu, perlu untuk memonitoring kinerja, apakah sudah dan profit cukup selagi melakukan investasi," jelasnya dikutip Sabtu (10/10).

Mita pun mengungkapkan bahwa memiliki asuransi di usia muda sama pentingnya dengan sebuah investasi. "Asuransi merupakan perlindungan terhadap risiko, risiko yang dapat terjadi di masa yang akan datang. Hal ini diperlukan sebagai salah satu tindakan preventif finansial, terutama bagi kalangan muda yang sudah mulai bekerja, inilah saat untuk mulai memilikinya."

Perencanaan keuangan yang baik dan dibantu oleh literasi keuangan yang cukup merupakan salah satu langkah terbaik untuk persiapan masa depan, sama halnya dengan asuransi yang dapat menjadi jaring pengaman bagi generasi muda untuk menghindari risiko kerugian keuangan.

"Tahap pertama yang wajib dilakukan adalah memastikan keuangan sehat. Setelah itu baru dapat melakukan pengaturan cashflow yang seimbang dan mengetahui kebutuhan yang dapat membantu dalam mencapai tujuan keuangan yang diinginkan. Setelah itu, berfokus pada dana darurat dan asuransi," ujar Melvin.

"Memiliki asuransi di usia muda memberikan banyak kemudahan dan kepastian, seperti premi yang akan dibayarkan serendah mungkin dikompensasi dengan menanggung asuransi di usia yang lebih tua. Lalu, asuransi juga penting sebagai salah satu langkah dalam mencapai financial freedom. Dengan memiliki asuransi, kita bisa memperoleh pondasi kelas untuk perencanaan keuangan di masa depan," lanjut Mita.

Sebagai generasi dengan semangat yang masih membara, anak muda seharusnya mulai menerapkan prinsip-prinsip perencanaan keuangan yang baik dari sekarang untuk dapat meraih kemerdekaan finansial di masa depan. Hal ini termasuk dalam memiliki asuransi dengan pilihan jenis asuransi yang beragam sesuai dengan kebutuhan seperti asuransi jiwa, asuransi kesehatan, asuransi kecelakaan diri,

Judul	Ingin Capai Kebebasan Finansial? Mulai dari Sekarang, Ini 3 Tahapannya
Nama Media	Kompas.com
Newstrend	Program Literasi Keuangan Allianz Life Indonesia
Halaman/URL	https://biz.kompas.com/read/2021/10/31/084912828/ingin-capai-kebebasan-finansial-mulai-dari-sekarang-ini-3-tahapannya
Tanggal Berita	2021-10-31
Sentimen	Netral

Ingin Capai Kebebasan Finansial? Mulai dari Sekarang, Ini 3 Tahapannya

Kompas.com - 31/10/2021, 08:40 WIB



KOMPAS.com – Meraih *financial freedom* atau kebebasan finansial merupakan impian sebagian besar orang.

Pasalnya, ketika telah meraih kebebasan finansial, seseorang tidak perlu bekerja keras lagi karena telah memiliki kekayaan yang cukup, baik untuk memenuhi kebutuhan pokok maupun tersier.

Meski begitu, meraih kebebasan finansial bukan perkara mudah. Ada sejumlah hambatan yang kerap dihadapi pejuang *financial freedom*, seperti tujuan keuangan yang belum jelas, pengeluaran yang lebih besar daripada pemasukan, serta tidak memiliki dana darurat atau dana cadangan.

Head of Investment Communication and Fund Development Allianz Life Indonesia Meta Lakhsmi Permata Dewi mengatakan, untuk mencapai *financial freedom*, seseorang harus menentukan tujuan atau goal sebelum membuat perencanaan keuangan.

Kemudian, rutin melakukan evaluasi rencana keuangan secara berkala, minimal satu tahun sekali. Dengan begitu, rencana keuangan yang telah disusun dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan situasi terkini.

Selain itu, seseorang juga harus memahami tahapan piramida yang harus dilalui untuk mencapai *financial freedom*. Berikut ulasannya.

Dapatkan informasi, inspirasi dan insight di email kamu.
[Daftarkan email](#)

Financial stability

Sebagai titik awal, tahapan yang harus dilalui adalah *financial stability* atau kondisi keuangan yang stabil.

Tahapan tersebut dapat dicapai bila seseorang sudah dapat memenuhi semua kebutuhan dasarnya. Selain itu, seseorang juga harus terbebas dari utang atau kredit macet.

Tak kalah penting, seseorang juga harus memiliki dana darurat. Idealnya besaran dana darurat sekitar 3-6 bulan dari penghasilan. Jika tahapan pertama ini terpenuhi, maka Anda bisa memulai untuk melakukan investasi.

Financial independency

Ciri *financial independency* adalah ketika seseorang mulai melihat dana yang dimiliki dapat memenuhi kebutuhan lain di luar kebutuhan pokok. Sebagai contoh, dana pendidikan, pensiun, dan warisan.

Selain itu, pada tahap ini seseorang dapat mulai mengukur kondisi finansial serta ketercukupan dana untuk berinvestasi. Perlu diketahui, investasi yang hendak dilakukan tidak boleh menggunakan uang yang sudah dialokasikan untuk kebutuhan sehari-hari.

Financial freedom

Pada tahap ini, seseorang tidak perlu lagi memikirkan cara untuk mendapatkan uang ketika membutuhkan sesuatu.

Singkatnya, ketika menginginkan sesuatu, seseorang tak lagi terbebani dengan kemungkinan untuk berhutang demi membeli suatu barang atau jasa.

Nah, itulah tiga tahapan untuk mencapai *financial freedom*.

Namun, hal terpenting dari ketiga tahapan tersebut adalah memulai langkah dari sekarang untuk mencapai *financial freedom*. Dengan begitu, impian kebebasan finansial jadi selangkah lebih dekat.

Apabila sudah membangun fondasi kokoh dari piramida tersebut, menentukan tujuan, jangka waktu, dan profil risiko investasi, selanjutnya adalah melengkapi perencanaan keuangan dengan perlindungan asuransi untuk mencapai *financial freedom* sesuai rencana.

Salah satu perlindungan tersebut bisa diperoleh dari produk asuransi, seperti yang ditawarkan oleh Allianz Indonesia.

Sebagai informasi, untuk membantu nasabah mencapai *financial freedom*, Allianz senantiasa memberikan edukasi mengenai perencanaan keuangan, perlindungan asuransi yang dimiliki, dan kiat dalam mencapai *financial freedom* sesuai dengan kebutuhan masing-masing nasabah.

Judul	Biar Nggak Salah Kaprah, Pahami Ini Dulu Sebelum Beli Produk Asuransi
Nama Media	Detik.com
Newstrend	Program Literasi Asuransi Allianz Life Indonesia
Halaman/URL	https://news.detik.com/adv-nhl-detikcom/d-5788410/biar-nggak-salah-kaprah-pahami-ini-dulu-sebelum-beli-produk-asuransi
Tanggal Berita	2021-10-29
Sentimen	Netral

Biar Nggak Salah Kaprah, Pahami Ini Dulu Sebelum Beli Produk Asuransi

Advertorial - detikNews
Juniel, 29 Okt 2021 14:06 WIB

SHARE



Foto: Allianz

Jakarta - Tingkat penetrasi asuransi di Indonesia masih cukup tertinggal apabila dibandingkan dengan negara-negara lain di kawasan Asia Tenggara. Menurut informasi dari Deputy Direktur Pengawasan Asuransi II Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Kristanto Andi Handoko, dalam dua tahun terakhir tingkat penetrasi asuransi di Indonesia tidak pernah menembus level 3%.

Pada tahun 2019, tingkat penetrasi asuransi dalam negeri hanya mencapai 2,81% dan 2,92% pada 2020. Meskipun begitu, angin segar bagi industri asuransi datang pada Juni 2021 yang mana tingkat penetrasi asuransi Tanah Air mencapai 3,11%. Hal ini menjadi sinyal positif bagi industri asuransi di Indonesia.

Pandemi ternyata menciptakan peluang untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya perlindungan terhadap berbagai risiko kehidupan. Menurut Presiden Direktur OneSight Financial Planning, Mohamed Andoko, seperti dikutip dari Allianz Indonesia, asuransi menjadi produk finansial yang dicari saat pandemi karena fungsinya yang dapat melindungi kondisi finansial seseorang agar terhindar dari pengeluaran yang besar saat terjadi risiko kehidupan.

"Bersama-sama kita perlu meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap asuransi, baik dari jenis-jenis produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan, apa saja manfaat asuransi yang akan didapatkan hingga kapan waktu terbaik bagi seseorang untuk mulai memiliki asuransi," jelas Chief Marketing Officer Allianz Life Indonesia Karin Zukamarni.

Kapan Harus Memiliki Asuransi?

Menurut banker dan *certified financial planner* Windi Teguh, seseorang disarankan mulai memiliki asuransi saat membutuhkan dan ketika keuangan keluarga sudah bisa menutupi kebutuhan dasar.

"Ketika sudah bisa menutupi kebutuhan dasar seperti sandang, pangan dan papan maka sangat disarankan Anda mempertimbangkan untuk memiliki asuransi. Baik asuransi kesehatan, jiwa maupun umum semuanya harus disesuaikan juga dengan kebutuhan. Contohnya, asuransi jiwa dibutuhkan bagi mereka yang sudah memiliki tanggungan, seperti anak, istri maupun orang tua," ujarnya.

Sebelum memilih asuransi, perlu juga dipahami konsep transfer risiko (*transfer risk*) di mana perlindungan diberikan dalam bentuk pengalihan risiko ekonomi dari nasabah atau tertanggung kepada perusahaan asuransi sebagai penanggung risiko.

Berbagai risiko ekonomi ini dapat berupa sakit atau kebutuhan perawatan, pencuri, naftak meninggal dunia, kebakaran pada bangunan, kerusakan mobil karena banjir dan sebagainya. Dengan mengimplementasikan konsep transfer risk, perusahaan asuransi dapat memberikan sejumlah uang pertanggungan apabila terjadi sesuatu kepada nasabah atau tertanggung sesuai dengan ketentuan pada polis yang dimiliki.

Manfaat dari produk asuransi sejatinya mampu menjawab kebutuhan di setiap langkah kehidupan, misalnya mulai pertama kali bekerja, menikah, memiliki anak, atau pun saat ingin memulai usaha. Bagi mereka yang sudah memiliki kesadaran akan pentingnya asuransi untuk menghindari risiko kerugian finansial di masa depan, perlu mempertimbangkan *milestone* dalam hidup saat memilih asuransi.

"Dalam membeli produk asuransi, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan. Pertama, Anda harus menyesuaikan produk asuransi dengan kebutuhan dan kemampuan. Selain itu, Anda juga perlu mengecek profil dan reputasi perusahaan asuransi yang ingin digunakan. Pastikan bahwa perusahaan tersebut terdaftar di OJK dan memiliki Risk Based Capital (RBC) diatas 120%," ujar Windi.

Saat ini, kebanyakan masyarakat lebih mengenal jenis asuransi kesehatan, terutama manfaatnya di masa pandemi COVID-19. Namun, masih banyak jenis produk asuransi lainnya yang tidak kalah penting, seperti asuransi jiwa dan asuransi umum. Terdapat beragam jenis asuransi yang penting untuk diketahui serta dipahami agar tidak keiru dalam memilih sesuai kebutuhan.

Chief Marketing Officer Allianz Life Indonesia Karin Zukamarni menjelaskan yang paling membedakan antara asuransi kesehatan, asuransi jiwa dan asuransi umum adalah manfaatnya serta siapa yang diberikan perlindungan.

"Asuransi jiwa berfokus pada memberikan proteksi terhadap diri nasabah atas risiko meninggal dunia, sedangkan asuransi kesehatan memberikan perlindungan terhadap risiko finansial yang mungkin terjadi ketika jatuh sakit dan membutuhkan biaya perawatan," ujarnya.

"Lalu, asuransi umum yang tidak membatasi obyek proteksi hanya pada kesehatan atau jiwa seseorang, tetapi juga terhadap risiko kerugian untuk berbagai obyek yang memiliki nilai ekonomi, seperti bangunan/properti, kendaraan, alat elektronik dan sebagainya," jelasnya.

Perusahaan asuransi pada umumnya memiliki banyak produk perlindungan yang bisa dimiliki oleh masyarakat dengan tujuan untuk melindungi dan kerugian finansial. Asuransi kesehatan memberikan proteksi finansial dari pengeluaran yang berlebihan apabila jatuh sakit dan membutuhkan perawatan.

Asuransi jiwa khususnya dibutuhkan oleh mereka yang berperan sebagai pencari nafkah keluarga, di masa saat tertanggung meninggal dunia, beban finansial untuk keluarga yang ditinggalkan dapat terbantu oleh manfaat asuransi sesuai pada polis.

Berperan sebagai pengalihan risiko dari kerugian, asuransi umum juga menjadi salah satu jenis asuransi yang perlu dimiliki. Beberapa produk asuransi umum adalah asuransi kebakaran, asuransi kendaraan bermotor, asuransi perjalanan, asuransi rekayasa, hingga asuransi anekas.

"Seluruh jenis asuransi, baik kesehatan, jiwa maupun umum, memiliki peran yang sama pentingnya untuk mendukung keuangan pribadi yang sehat. Asuransi dapat menjadi salah satu pondasi keuangan yang bermanfaat untuk mendukung stabilitas finansial," tutup Karin.

Temukan informasi menarik seputar produk asuransi sesuai kebutuhan Anda dan keluarga pada laman <https://www.allianz.co.id/produk.html>

Judul	Peran Penting Ibu Rumah Tangga Mengelola Keuangan Keluarga
Nama Media	Medcom.id
Newstrend	Program Literasi Keuangan Prudential Indonesia
Halaman/URL	https://www.medcom.id/gaya/community/GNG7gGdN-peran-penting-ibu-rumah-tangga-mengelola-keuangan-keluarga
Tanggal Berita	2021-10-30
Sentimen	Netral

COMMUNITY
rumah tangga
Tas keluarga
keuangan keluarga
Community

Peran Penting Ibu Rumah Tangga Mengelola Keuangan Keluarga

A. Firdaus Sabtu, 30 Oktober 2021 / 16:09



Jakarta: Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) 2019, sebanyak 85% aktivitas belanja keluarga, seperti belanja bulanan diatur oleh seorang istri atau ibu di rumah. Survei itu menggambarkan bahwa ibu memiliki peran penting dalam mengelola keuangan keluarga.

Untuk itu, perlu adanya edukasi yang membantu perempuan Indonesia, terutama para ibu rumah tangga agar mampu mengelola keuangan keluarga. Seperti yang dilakukan Prudential baru-baru ini.

PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) mengadakan workshop perencanaan finansial untuk meningkatkan literasi keuangan dan asuransi jiwa Syariah bagi masyarakat Indonesia, khususnya ibu rumah tangga pada 26 Oktober 2021.

Acara bertajuk: Membangun keluarga yang tangguh secara finansial melalui asuransi jiwa Syariah ini, dalam rangka peringatan Bulan Inklusi Keuangan 2021, dengan melibatkan kumpulan Emak Blogger (KEB) secara virtual.

Tujuannya, untuk memperlebar pengetahuan dalam mengatur finansial rumah tangga dan mengetahui cara yang paling sesuai untuk mengelola arus kas (cash flow), mengatur alokasi pendapatan, dan perlindungan asuransi berbasis Syariah keluarga.

Pemahaman masyarakat Indonesia mengenai keuangan memang awarna masih rendah. Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) 2019, indeks literasi keuangan baru mencapai 36,02%.

Bila dirinci berdasarkan jenis kelamin, tingkat literasi keuangan laki-laki sebesar 39,94%, sedangkan perempuan hanya sebesar 30,12%. Meskipun kecil, tetapi masih ada jarak antara perempuan dan laki-laki.

"Prudential perempuan memiliki peran yang sangat penting, khususnya dalam rumah tangga, untuk mewujudkan keluarga yang tangguh secara finansial," ucap Lusito Hambali, Chief Marketing and Communications Officer Prudential Indonesia.



Membangun perencanaan finansial untuk meningkatkan literasi keuangan dan asuransi jiwa Syariah bagi masyarakat Indonesia, khususnya ibu rumah tangga bersama kumpulan Emak Blogger.

Kumpulan Emak Blogger menyambut baik insiatif Prudential Indonesia. Terutama untuk mendorong kemampuan literasi keuangan perempuan Indonesia melalui pendekatan yang mudah dipahami, dan diimplementasikan sesuai dengan kondisi keuangan rumah tangga yang beragam.

"Di KEB, kami menjajarkan komunitas yang saling mendukung satu sama lain melalui pendekatan berbagi pengalaman dan belajar bersama," ujar Ety Nurul, Ketua Kumpulan Emak Blogger (KEB).

Berdasarkan survei internal yang diadakan KEB beberapa waktu lalu, terdapat kebutuhan para perempuan di komunitas yang ingin memahami dengan baik konsep dasar alokasi dana rumah tangga dan pentingnya proteksi asuransi jiwa dan kesehatan bagi keluarga.

"Untuk itu, kami sangat mengapresiasi insiatif Prudential Indonesia untuk memberikan edukasi dan membantu para perempuan Indonesia, terutama para ibu rumah tangga, mengelola keuangan keluarga. Sehingga, komunitas kami juga memperoleh manfaat yang lebih baik terkait manfaat dan kondisi asuransi jiwa Syariah," terang Nurul.

Aliyah Notaryo, Financial Advisor, salah satu pembicara dalam kegiatan ini mengatakan, seorang ibu, sebagai Chief financial officer keluarga memiliki peran penting dalam mengelola keuangan rumah tangga.

"Untuk itu setiap perempuan harus memiliki literasi keuangan yang baik. Prinsip dasar membangun keuangan keluarga yang sehat adalah memiliki sistem kelola finansial yang disesuaikan khusus dengan kondisi keluarga kita," kata Aliyah.

"Untuk itu, penting bagi kita untuk dapat menilai kemampuan finansial keluarga dan melakukan pengelolaan dasar finansial dengan komitmen kuat, serta memiliki asuransi sebagai proteksi jangka panjang," pungkas Aliyah.

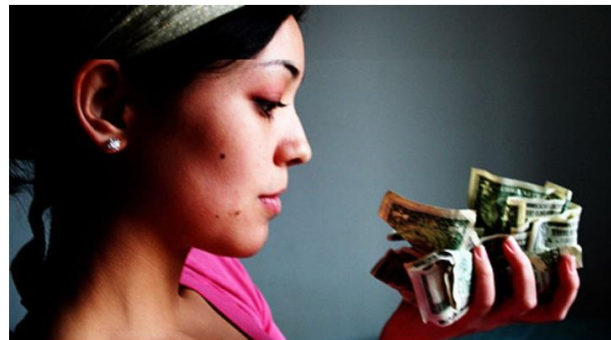
atau

Judul	Ibu Rumah Tangga Perlu Memiliki Literasi Keuangan yang Baik
Nama Media	Tempo.co
Newstrend	Program Literasi Keuangan Prudential Indonesia
Halaman/URL	https://cantik.tempo.co/read/1522510/ibu-rumah-tangga-perlu-memiliki-literasi-keuangan-yang-baik
Tanggal Berita	2021-10-29
Sentimen	Netral

Ibu Rumah Tangga Perlu Memiliki Literasi Keuangan yang Baik

Reporter: [Tempo.co](#)
Editor: [Mila Novita](#)

Jumat, 29 Oktober 2021 12:30 WIB



Ilustrasi perencanaan keuangan. Ploomy.com

TEMPO.CO, Jakarta - Ibu rumah tangga perlu memiliki literasi keuangan untuk perencanaan finansial yang baik bagi keluarga. Sebab, sebagian besar ibu rumah tangga berperan sebagai Chief Financial Officer keluarga. Sekitar 85 persen aktivitas belanja keluarga, seperti belanja bulanan dan keputusan pembelian kebutuhan keluarga lainnya, diatur oleh seorang istri atau ibu di rumah.

"Untuk itu setiap perempuan harus memiliki literasi keuangan yang baik. Prinsip dasar membangun keuangan keluarga yang sehat adalah memiliki sistem kelola finansial yang disesuaikan khusus dengan kondisi keluarga kita," kata Aliyah Natasya, Financial Advisor, dalam siaran pers workshop perencanaan finansial untuk meningkatkan literasi keuangan dan asuransi jiwa Syariah pada Jumat, 29 Oktober 2021.

Untuk itu, penting bagi para ibu rumah tangga untuk dapat menilai kemampuan finansial keluarga dan melakukan pengelolaan dasar finansial dengan komitmen kuat, serta memiliki asuransi sebagai proteksi jangka panjang, ujar Aliyah.

Sayangnya, pemahaman masyarakat Indonesia mengenai keuangan maupun asuransi masih rendah. Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) 2019, indeks literasi keuangan baru mencapai 38,03 persen. Bila dirinci berdasarkan jenis kelamin, tingkat literasi keuangan laki-laki sebesar 39,94 persen, sedangkan perempuan hanya sebesar 36,13 persen.

"Meskipun kecil, tetapi masih ada jarak antara perempuan dan laki-laki. Padahal perempuan memiliki peran yang sangat penting, khususnya dalam rumah tangga, untuk mewujudkan keluarga yang tangguh secara finansial," kata Luskito Hambali, Chief Marketing and Communications Officer Prudential Indonesia.

Meski memiliki peran besar dalam belanja keluarga, sebesar 50 persen istri atau ibu tersebut tidak merasa yakin terhadap keputusan finansial yang mereka ambil dan 62 persen menyatakan kebingungan saat harus mengarahkan rencana finansial jangka panjang keluarga. Mereka membutuhkan bantuan informasi yang sesuai dengan profil keluarga mereka untuk dapat mengambil keputusan finansial yang tepat.

Dengan meningkatnya kemampuan masyarakat dalam mengelola keuangan mereka dengan baik, maka hal ini akan berdampak kesejahteraan mereka, sehingga mereka dapat menikmati yang terbaik dalam hidup.

Judul	Peran Digitalisasi Dalam Peningkatan Literasi Asuransi
Nama Media	Media Asuransi
Newstrend	Transformasi Digital Astra Life
Halaman/URL	14 & 15
Tanggal Berita	2021-10-29
Sentimen	Netral

Cover Story

Cover Story

Peran Digitalisasi dalam Peningkatan Literasi Asuransi

Di tengah pandemi Covid-19 industri perasuransian makin giat melakukan pemberanian sistem teknologi digitalnya untuk meningkatkan kinerja perseroan. Sebenarnya, digitalisasi telah menjadi agenda besar lembaga jasa keuangan dalam beberapa tahun terakhir. Seberapa besar pemanfaatan teknologi digital di perasuransian tersebut dapat meningkatkan edukasi dan literasi asuransi di masyarakat?

Dalam upaya meningkatkan pemanfaatan teknologi digital di industri keuangan, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menerbitkan POJK 4/2021 tentang Penerapan Manajemen Risiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh Lembaga Jasa Keuangan Non Bank (LJKNB). Selain itu, OJK bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika RI juga bersepakat memperkuat digitalisasi di sektor jasa keuangan dalam upaya memperbaiki layanan dan tetap melindungi masyarakat serta mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.

Ketua Dewan Komisiner OJK, Wimboh Santoso, mengatakan bahwa pihaknya sangat mendukung pengembangan digitalisasi di sektor jasa keuangan, selain sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan industri jasa keuangan, juga bertujuan meningkatkan inklusi keuangan masyarakat yang berperan dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Menurut Wimboh, pengembangan ekonomi digital di Indonesia harus dibangun dengan prinsip fundamental yaitu memastikan transformasi digital untuk mencapai *access*, *affordability*, dan *ability* dengan fokus utama membangun infrastruktur digital yang memadai dan merata, tidak hanya kepada masyarakat perkotaan, tetapi juga di pedesaan. "Layanan digital dapat dinikmati seluruh masyarakat dengan mudah, murah, dan cepat," kata Wimboh dalam pertemuan virtual bersama pelaku dan asosiasi industri keuangan akhir Agustus 2021.

Menanggapi perkembangan digitalisasi dan literasi asuransi di Tanah Air, CEO Asuransi Astra, Rudy Chen, mengatakan bahwa literasi asuransi di Indonesia dinilai masih rendah. Berdasarkan data OJK 2019, literasi asuransi di Indonesia berada di angka 10,4 persen sehingga perlu diupayakan meningkatkan literasi dan edukasi

asuransi kepada masyarakat mulai dari usia dini dan dengan cara yang inovatif. Rudy menjelaskan bahwa perubahan *customer behavior* yang mengarah kepada penerapan digitalisasi dalam kehidupan sehari-hari sudah menjadi perhatian Asuransi Astra sejak lama. "Perusahaan selain berkomitmen untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan, sejak 2015 Asuransi Astra telah menerapkan proses digitalisasi pada beberapa layanan dan produk guna memberikan pengalaman eksklusif kepada para pelanggan seperti Garda Mobile Otocare, Garda Mobile Medcare, dan produk asuransi lain yang dapat dibeli melalui website," katanya.

Menurut Rudy, Asuransi Astra ingin menjadikan era digitalisasi ini sebagai salah satu saluran edukasi dan juga meningkatkan *awareness* untuk berasuransi karena mulai dari proses pembelian asuransi hingga proses klaim dapat dilakukan dengan mudah.

"Selain itu, melalui kanal digital kami seperti media sosial Facebook, Twitter, Youtube, dan Instagram Asuransi Astra melalui kedua akunnya yaitu @asuransiastra dan @gardaoto, serta website asuransiastra.com dan gardaoto.com secara rutin menayangkan konten-konten literasi keuangan dan asuransi dengan bahasa yang mudah dipahami," ungkap Rudy Chen.

Sementara itu, Direktur, *Chief of Operations*, Product Proposition & Shared FWD Insurance, Ade Bungsu, mengatakan bahwa FWD sejak awal berdiri, telah menggunakan platform penjualan asuransi tanpa kertas (*paperless*). "Saat ini kami berfokus pada peningkatan pelayanan berbasis digital bagi nasabah, seperti perubahan data polis dan pembayaran klaim melalui aplikasi FWD Max," jelasnya.

FWD Insurance, menurut Ade, berkomitmen selalu memberikan

pengalaman berasuransi berbasis digital yang berbeda dan mendukung setiap posisi nasabah dari latar belakang yang beragam, termasuk yang memilih produk asuransi sesuai prinsip syariah. "Dalam situasi saat ini, perusahaan asuransi harus cepat beradaptasi dengan mengembangkan inovasi berkelanjutan, termasuk transformasi digital dalam bisnisnya," katanya.

Ade menjelaskan, hal ini sejalan dengan visi FWD Insurance untuk mengubah cara pandang masyarakat tentang asuransi. "Sejak awal, kami telah berinovasi dan mengembangkan jalur distribusi digital untuk menyesuaikan target pasar saat ini yang digital savvy. Upaya tersebut juga didukung melalui kolaborasi dengan *insurtech/aggregator/e-commerce* dalam memasarkan Traveloka Protect untuk memperluas jangkauan pasar, sehingga banyak masyarakat yang tergerak," papar Ade.

Era normal baru saat ini, menurut Direktur Utama Capital Life Syariah, Fitri Hartati, perusahaan asuransi dituntut dapat melakukan berbagai inovasi untuk mengembangkan kinerja perusahaan. Salah satu inovasi tersebut adalah melakukan pengembangan di area teknologi informasi atau penerapan digitalisasi untuk mendukung kinerja perusahaan.

"Inovasi dari segi digitalisasi dapat dilakukan dengan pengembangan di penjualan, jadi tenaga pemasar dapat melakukan penjualan maupun *retail* melalui media elektronik. Di masa pandemi saat ini PT Capital Life Syariah tetap melaksanakan tanggung jawabnya untuk melakukan kegiatan literasi dan edukasi untuk mengedukasi masyarakat," terang Fitri.

Fitri mengakui, pada masa sekarang sangat sulit melakukan kegiatan tatap muka, terlebih kegiatan literasi yang dilakukan di area pendidikan atau mahasiswa karena

kegiatan perkuliahan maupun sekolah masih dilakukan secara *online*. "Kami mengadakan kegiatan literasi asuransi secara *online* pada 29 Juni 2021 bersama Departemen Aktuaria Institut Teknologi Sepuluh Nopember dan IIS selaku penyelenggara," ungkapnya.

Menurut Fitri, *awareness* untuk berasuransi sudah harus dilakukan sejak usia dini, perusahaan asuransi perlu terlibat untuk meningkatkan *awareness* terutama di kalangan milenial agar semangat berasuransi terus bergenerasi. "Sebagai contoh, agar milenial teredukasi asuransi, kami melakukan kampanye melalui sosial media sehingga memulihkan kalangan muda untuk mengakses atau melihat edukasi yang kami lakukan," ucapnya.

Dalam hal ini, Direktur Utama PT Asuransi Takaful Keluarga, Arfandi Arief, merujuk data yang dilansir OJK, pada Juni 2021 disebutkan bahwa penetrasi asuransi konvensional adalah 3,11 persen, sedangkan penetrasi asuransi syariah berada di angka 0,15 persen.

Menurut Arfandi, gap yang cukup lebar ini tentu menjadi tanggung jawab sekaligus tantangan bagi seluruh pelaku industri asuransi syariah dan pemangku kepentingan terkait. Diperlukan kerja keras tidak hanya untuk meningkatkan literasi dan edukasi asuransi syariah, tetapi juga untuk mempercepat adopsi platform digital. "Tanpa *shifting* ke *digital insurance*, industri asuransi syariah tidak akan *survive* apalagi mendekati gap penetrasi asuransi syariah dengan asuransi konvensional yang sudah di atas 3 persen," terangnya.

Sejauh ini, lanjut Arfandi, platform digital seperti media sosial, Youtube, atau Zoom sangat efektif dalam mempercepat literasi dan edukasi asuransi. Apalagi didukung oleh infrastruktur teknologi informasi yang semakin merata, kini program literasi dan edukasi dapat menjangkau masyarakat hingga pelosok negeri.

"Sementara itu, masyarakat usia muda dan milenial adalah *digital native* yang sehari-hari tidak bisa lepas dari *gadget* dan internet. Sehingga perlu dilakukan pendekatan digital untuk dapat memaksimalkan literasi dan edukasi asuransi di segmen ini. Industri asuransi harus mampu menciptakan



Pemanfaatan teknologi digital di asuransi untuk edukasi dan literasi

ekosistem *digital insurance* yang sesuai dengan *purchasing behavior* generasi muda dan milenial sebagaimana sukses dilakukan oleh beragam platform *e-commerce*, *ride sharing*, atau *food delivery* populer saat ini," tutupnya.

Pandangan serupa juga diungkapkan oleh Direktur PT IndoLife Pensiortama, Juli Priyadno, bahwa saat ini sudah masuk era digitalisasi dan sudah menjadi tren pada semua sektor ekonomi. Kondisi seperti ini dapat dimanfaatkan juga oleh industri perasuransian. Sudah ada beberapa perusahaan besar yang memanfaatkan tren ini. "Tetapi juga sebaliknya disadari bersama bahwa transformasi digital, apalagi jika diterapkan pada seluruh segmen dalam perusahaan asuransi biayanya sangat mahal. Pada sisi lain kita melihat banyak sekali aset dan elititas perusahaan asuransi relatif sangat kecil jika dibandingkan sektor jasa keuangan lain seperti perbankan. Oleh sebab itu perlu ada kolaborasi dan dorongan banyak pihak jika ingin sektor asuransi masuk ke dalam era digital ataupun ke dalam *e-commerce*," terangnya kepada Mucharor Djaili dari *Media Asuransi*.

Lanjut Juli, untuk memaksimalkan literasi dan edukasi asuransi serta meningkatkan *awareness* masyarakat terutama pada usia muda dengan membangun sarana *e-commerce*, melalui pasar digital yang mudah diakses masyarakat untuk membeli produk asuransi yang murah atau terjangkau. "Platform tersebut di-

manfaatkan oleh banyak perusahaan asuransi sehingga biaya per transaksi menjadi lebih murah. Tentunya untuk menjaga keamanan dan perlindungan konsumen agar tetap maksimal perlu regulasi yang sesuai," tegasnya.

Sementara itu, Ketua Umum APARI, Bambang Suseno, mengemukakan bahwa inklusi literasi dan inklusi keuangan untuk sektor perasuransian naik stabil dalam beberapa tahun terakhir yang menunjukkan tidak ada suatu katalisator yang membuat kenaikan literasi, khususnya inklusi, naik lebih cepat. "Katalisator itu diperlukan sebagai percepatan pertumbuhan, yang tentunya bukan dilakukan dengan cara dan metode kerja yang sama. Hadinya teknologi yang digitalisasi beberapa waktu terakhir, khususnya di tahun 2020 saat pandemi Covid-19, telah menunjukkan kontribusi signifikan dalam mendukung pertumbuhan bisnis perasuransian," ungkapnya kepada Mucharor Djaili.

Menurut Bambang, digitalisasi adalah *game changer* dalam banyak sektor, termasuk di perasuransian. Meski secara rata-rata kenaikan bisnis tetap terjadi, namun cara kerja dengan digitalisasi yang dilakukan sebagian pelaku industri telah berperan dalam membuskisi pertumbuhan bisnis asuransi di tengah penurunan bisnis yang terjadi pada pelaku industri yang lain. "Jadi ke depan digitalisasi diharapkan dapat lebih instrumental dalam memberikan kontribusi pertumbuhan bisnis perasuransian," pungkasnya. ■ Wahyu Widhiastuti

Judul	Sequis Pacu Inovasi Produk & Digital
Nama Media	Media Asuransi
Newstrend	Transformasi Digital Sequis Life
Halaman/URL	60
Tanggal Berita	2021-10-29
Sentimen	Netral

Sequis Pacu Inovasi Produk & Digital

PT Asuransi Jiwa Sequis Life (Sequis Life) membukukan kinerja positif pada periode kuartal II/2021 dengan mencatat total pendapatan premi sebesar Rp1,54 triliun dan laba bersih sebesar Rp438,14 miliar. Sampai kuartal II tahun ini, perusahaan telah membayarkan klaim sebesar Rp333,75 miliar dan total manfaat sebesar Rp1,07 triliun. Sementara itu, klaim kematian dan kesehatan terkait Covid-19 yang telah dibayarkan perusahaan sampai dengan Juli 2021 mencapai lebih dari Rp195,95 miliar.

*President Director & CEO Sequis, Tatang Widjaja, mengatakan bahwa kinerja Sequis dapat bertahan positif salah satunya ditopang oleh inovasi produk dan digital yang sedang digalakkan perusahaan. Dia menyebutkan inovasi asuransi kesehatan berpremi murah, yaitu *Super Well Protection* dan *Super Care Protection* melalui kanal digital *Super You* yang hadir pada masa pandemi (Juni 2021) disambut baik oleh masyarakat. "Saat ini kebutuhan perlindungan kesehatan tinggi peminatnya, tapi terkendala biaya premi," katanya melalui keterangan resmi, 7 September 2021. ■ *Edi**

Judul	Sinarmas MSIG Life Catat Premi Rp1,9 Triliun
Nama Media	Media Asuransi
Newstrend	Kinerja Sinarmas MSIG Life Semester I/2021
Halaman/URL	62
Tanggal Berita	2021-10-29
Sentimen	Netral



Sinarmas MSIG Life Catat Premi Rp1,9 Triliun: PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Tbk (Sinarmas MSIG Life) mampu meningkatkan total pendapatan premi mencapai Rp1,9 triliun di semester I/2021 atau naik 44% dibandingkan periode yang sama tahun 2020. Presiden Direktur Sinarmas MSIG Life, Wianto Chen, dalam *public expose* 2021 secara virtual, 7 September 2021, mengatakan perusahaan mencatatkan pertumbuhan premi bisnis baru (APE) di 2020 sebesar 15% dan selanjutnya di semester I/2021 sebesar 49%. Sementara itu, pertumbuhan nasabah individu sebesar 13% di 2020 dan selanjutnya sebesar 17% di semester I/2021.

Judul	BERITA FOTO – Total Pendapatan Usaha BRI Life
Nama Media	Bisnis Indonesia
Newstrend	Kinerja BRI Life Kuartal III/2021
Halaman/URL	62
Tanggal Berita	2021-10-29
Sentimen	Netral

■ TOTAL PENDAPATAN USAHA BRI LIFE



Bisnis/Eusebio Chrysnamurti

Direktur Utama BRI Life Iwan Pasila (*tengah*) didampingi Direktur Operasional Yosie William Iroth (*kedua kanan*), Direktur Legal, Kepatuhan & SDM Dany Cahya Rukmana (*kanan*), Pejabat Eksekutif Lim Chet Ming (*kedua kiri*) dan Pejabat Eksekutif Sutadi (*kiri*)

memberikan pemaparan saat *media gathering* 2021 di Jakarta, Selasa (26/10). Total pendapatan usaha BRI Life di kuartal III-2021 tercatat mencapai Rp5,25 triliun atau meningkat sebesar 22,29% secara *year-on-year* (yoy).

Judul	Askrindo Bagikan Asuransi Kecelakaan ke UMKM, Nilai Pertanggungan Rp12,5 Miliar
Nama Media	Bisnis.com
Newstrend	Produk Asuransi Jiwa Askrindo
Halaman/URL	https://finansial.bisnis.com/read/20211031/215/1460225/askrindo-bagikan-asuransi-kecelakaan-ke-umkm-nilai-pertanggungan-rp125-miliar
Tanggal Berita	2021-10-31
Sentimen	Netral

Askrindo Bagikan Asuransi Kecelakaan ke UMKM, Nilai Pertanggungan Rp12,5 Miliar

Hal ini sebagai bagian kegiatan literasi asuransi dan inklusi keuangan 2021, sekaligus merayakan Hari Asuransi yang setiap tahunnya diperingati pada 18 Oktober.

Dina Harisza Iskandani - Bisnis.com
31 Oktober 2021 | 15:44 WIB



Karyawan memberikan penjelasan kepada pengunjung tentang produk asuransi kecelakaan diri atau personal accident insurance di booth Askrindo pada acara Indonesia Travel Fair (ITFF) 2019 di Jakarta, Jumat (21/10/2019). - JMB/Hani Hidayat

Bisnis.com, JAKARTA – PT Asuransi Kredit Indonesia (Askrindo) memberikan asuransi kecelakaan diri secara gratis kepada beberapa kelompok binaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan nilai pertanggungan Rp12,5 miliar.

Hal ini sebagai bagian kegiatan literasi asuransi dan inklusi keuangan 2021, sekaligus merayakan Hari Asuransi yang setiap tahunnya diperingati pada 18 Oktober.

Tidak hanya memberikan asuransi kecelakaan diri, anak usaha dan Indonesia Financial Group (IFG) ini juga memberikan pembinaan dan bantuan tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL) berupa sarana produksi sesuai dengan kebutuhan setiap kelompok UMKM, yaitu kelompok usaha pengrajin sepatu kota Tarakanmaya, kelompok UMKM binaan pemerintah Kabupaten Togai dan kelompok UMKM *seafood* olahan Kota Tarakan.

Baca Juga: Akselerasi Penerbitan Polis Asuransi dengan Digital, Askrindo Gandeng TekenAja

"Kami sangat berharap dengan pemberian asuransi kecelakaan diri secara gratis ini, akan mendorong masyarakat untuk memahami pentingnya memiliki asuransi demi meminimalkan risiko kerugian ke depan yang tidak bisa kita pertikarkan apa dan kapan hal tersebut terjadi," ujar Direktur Utama Askrindo Priyastomo melalui siaran pers, Minggu (31/10/2021).



"Dengan memiliki asuransi, masyarakat akan semakin terdorong untuk mencari tahu manfaat asuransi dan keuntungan yang bisa mereka nikmati," katanya.

Askrindo membagikan asuransi kecelakaan diri kepada sekitar 125 orang peserta literasi asuransi melalui aplikasi DigiAsk, dengan mengisi sendiri form asuransi secara digital. Sesuai dengan perkembangan industri 4.0, Askrindo juga semakin gencar membenahi berbagai produk dan layanan.

Baca Juga: Askrindo Syiah Perkuat Kerja Sama dengan PNM, Dukungan Pertumbuhan UMKM

Perusahaan tidak lagi mengandalkan penjualan dan layanan secara konvensional, tetapi sudah mengembangkan berbagai produk dan layanan secara digital.



Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melaporkan penetrasi asuransi di Indonesia sebesar 3,1 persen pada akhir semester I/2021, naik dibandingkan pencapaian akhir 2020 yang tercatat sebesar 2,9 persen.

Masih rendahnya penetrasi asuransi di Indonesia, mendorong OJK bersama industri asuransi untuk semakin gencar melakukan literasi asuransi kepada seluruh lapisan masyarakat, termasuk kepada mahasiswa.

Demi mendorong literasi asuransi kepada mahasiswa, Askrindo juga memberi kesempatan magang kepada mahasiswa dan siswa di kantor pusat Askrindo.

Judul	Askrindo beri asuransi kecelakaan dengan pertanggungan Rp 12,5 miliar
Nama Media	Kontan.co.id
Newstrend	Produk Asuransi Jiwa Askrindo
Halaman/URL	https://keuangan.kontan.co.id/news/askrindo-beri-asuransi-kecelakaan-dengan-pertanggungan-rp-125-miliar
Tanggal Berita	2021-10-31
Sentimen	Netral

Askrindo beri asuransi kecelakaan dengan pertanggungan Rp 12,5 miliar

Minggu, 31 Oktober 2021 / 13:58 WIB



ILUSTRASI logo Askrindo Syariah



Reporter: Ferrika Sari | Editor: Handoyo -

KONTAN.CO.ID - JAKARTA. PT Asuransi Kredit Indonesia (Askrindo) memberikan asuransi kecelakaan diri secara gratis dengan nilai pertanggungan senilai Rp 12,5 miliar. Asuransi ini diberikan kepada kelompok binaan usaha mikro kecil menengah (UMKM).

Direktur Utama Askrindo Priyastomo mengatakan, pemberian asuransi tersebut sebagai bagian dari kegiatan literasi asuransi dan inklusi keuangan tahun 2021. Hal ini sekaligus merayakan hari asuransi yang setiap tahunnya yang diperingati pada 18 Oktober.



"Kami sangat berharap pemberian asuransi kecelakaan ini, akan mendorong masyarakat untuk memahami pentingnya memiliki asuransi demi meminimalkan risiko kerugian ke depan yang tidak bisa kita perkirakan apa dan kapan hal tersebut terjadi," kata Priyastomo dalam keterangan resmi, Minggu (31/10).

Asuransi kecelakaan diri yang dibagikan Askrindo kepada sekitar 125 orang peserta literasi asuransi, dilakukan melalui aplikasi Digiask, dengan mengisi sendiri *form* asuransi secara digital. "Dengan memiliki asuransi, masyarakat akan semakin terdorong untuk mencari tahu manfaat asuransi dan keuntungan yang bisa mereka nikmati," papar Priyastomo.

Baca Juga: [Dukung pertumbuhan UMKM, Askrindo Syariah perkuat kerjasama dengan PNM](#)

Tak hanya itu, anak usaha Indonesia Financial Group (IFG) ini juga memberikan pembinaan dan bantuan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) berupa sarana produksi sesuai dengan kebutuhan ketiga kelompok UMKM, yakni Kelompok Usaha Pengrajin Sepatu kota Tasikmalaya, Kelompok UMKM Binaan pemerintah kabupaten Tegal dan Kelompok UMKM Seafood Olahan kota Tarakan.

Sesuai dengan perkembangan industri 4.0, Askrindo juga semakin gencar membenahi berbagai produk dan layanan, yang tidak lagi hanya mengandalkan penjualan dan layanan secara konvensional, namun sudah mengembangkan berbagai produk dan layanan secara digital.

Hai ini seiring dengan rendahnya penetrasi asuransi di Indonesia. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melaporkan, penetrasi asuransi di Indonesia sebesar 3,1% pada akhir semester satu 2021, naik dibanding pencapaian akhir 2020, yakni sebesar 2,9%.

OJK Bersama industri asuransi kemudian gencar melakukan literasi asuransi kepada seluruh lapisan masyarakat termasuk kepada mahasiswa. Demi mendorong literasi asuransi kepada mahasiswa, Askrindo juga memberi kesempatan magang kepada mahasiswa dan siswa-siswi di kantor pusat Askrindo.

Judul	BCA Dan AIA Luncurkan MEDIC PRO
Nama Media	Media Asuransi
Newstrend	Produk Bancassurance AIA Financial
Halaman/URL	60
Tanggal Berita	2021-10-29
Sentimen	Netral

BCA dan AIA Luncurkan Medic Pro

PT Bank Central Asia (BCA) bekerja sama dengan PT AIA Financial (AIA) meluncurkan produk proteksi kesehatan dengan fasilitas kelas dunia *Premier Medical Protection* (Medic Pro). Wakil Presiden Direktur BCA, Suwignyo Budiman, mengungkapkan bahwa peluncuran Medic Pro merupakan bukti nyata kolaborasi antara dua institusi terkemuka perbankan dan asuransi, BCA bersama AIA, untuk memberikan perlindungan dan layanan yang tepat bagi masyarakat Indonesia. "Bersama dengan AIA, kami konsisten meluncurkan berbagai inovasi proteksi yang dapat membantu masyarakat menjalani hidup di tengah pandemi dengan tenang," katanya melalui keterangan resmi, 7 September 2021.

Presiden Direktur AIA, Sainthan Satyamoorthy, menambahkan bahwa AIA terus meluncurkan produk asuransi untuk membantu jutaan keluarga di Indonesia hidup lebih sehat, lebih lama, lebih baik. ■ *Edi*

Judul	Bhinneka Dorong Masyarakat Miliki Asuransi Jiwa kala Pandemi
Nama Media	Republika.co.id
Newstrend	Program Literasi Asuransi Bhineka Life
Halaman/URL	https://www.republika.co.id/berita/r1r0cx349/bhinneka-dorong-masyarakat-miliki-asuransi-jiwa-kala-pandemi
Tanggal Berita	2021-10-29
Sentimen	Netral

Home > > Konsultasi

Bhinneka Dorong Masyarakat Miliki Asuransi Jiwa kala Pandemi

Jumat 29 Oct 2021 23:55 WIB

Rep: Novita Intan/Red: Ichaan Ennrad Alamayyah



Pekerja sedang melayani nasabah melalui daring di ruangan Customer service Bhinneka Life. Kinerja asuransi jiwa mengalami kenaikan selama pandemi Covid-19. Hal ini seiring meningkatnya daya beli masyarakat dan kesadaran masyarakat pentingnya memiliki asuransi jiwa.

Foto: Tahita Aulia/Repub

Bhinneka menyebut pandemi membuat masyarakat lebih peduli asuransi bagi keluarga

REPUBLIKA.CO.ID, JAKARTA -- Kinerja **asuransi jiwa** mengalami kenaikan selama pandemi Covid-19. Hal ini seiring meningkatnya daya beli masyarakat dan kesadaran masyarakat pentingnya memiliki asuransi jiwa.

Berdasarkan data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), total pendapatan industri asuransi jiwa sebesar Rp 119,74 triliun pada kuartal II 2021. Adapun realisasi ini tumbuh 64,1 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu.

Tumbuhnya pendapatan tersebut ditopang oleh perolehan premi sebesar Rp 104,72 triliun pada kuartal II 2021 atau tumbuh 17,5 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu.

Dari sisi pelaku industri asuransi, PT **Bhinneka Life** Indonesia berupaya mendorong masyarakat menyadari pentingnya asuransi jiwa. Hal ini sejalan literasi masyarakat mengenai perlindungan jiwa dan kesehatan juga mulai meningkat.

Direktur Utama Bhinneka Life Benny Indra mengatakan pandemi Covid-19 mendorong masyarakat semakin peduli dan melindungi sesama khususnya keluarga. "Keluarga juga menjadi tempat berbagi kebahagiaan dan kesedihan. Oleh karena itu, kami ingin melindungi setiap keluarga Indonesia agar masa depan dan harapan masing-masing anggota keluarga dapat terwujud meskipun resiko kehidupan menghampiri," ujarnya dalam keterangan resmi, Jumat (29/10).

Rasa peduli yang mendalam juga dirasakan Bhinneka Life untuk melindungi keluarga Indonesia dari dampak pandemi dan risiko hidup lainnya. Kepedulian tersebut direpresentasikan oleh Bhinneka Life melalui tema yang diusung pada ulang tahun ke-5 perusahaan yang jatuh pada 22 Oktober 2021, yaitu Semangat Bhinneka Life Melindungi Negeri (SINERGI).

"Kata **SINERGI** memberikan arti yang mendalam bagi kami insan Bhinneka Life karena SINERGI merepresentasikan Insan Bhinneka Life memiliki hubungan kerja sama yang produktif dan harmonis untuk menghadirkan produk dan layanan terbaik guna memberikan perlindungan jiwa bagi masyarakat Indonesia," ucapnya.

Judul	Iktikad Baik, Nilai Kunci Persoalan Sengkarutnya AJB Bumiputera 1912
Nama Media	Kumparan.com
Newstrend	Kasus Gagal Bayar Asuransi AJB Bumiputera
Halaman/URL	https://kumparan.com/diding-anwar/iktikad-baik-nilai-kunci-persoalan-sengkarutnya-ajb-bumiputera-1912-1woVyHTSrhP
Tanggal Berita	2021-10-29
Sentimen	Netral

BUMIPUTERA 29 Oktober 2021 13:18 · waktu baca 4 menit

Iktikad Baik, Nilai Kunci Persoalan Sengkarutnya AJB Bumiputera 1912

Konten ini diproduksi oleh Diding S Anwar



Bumiputera 1912. Foto: Facebook/Bumiputera

Perusahaan Asuransi dengan bentuk usaha bersama atau mutual banyak yang maju dan berkembang di berbagai negara di dunia. Meski usianya pun cukup tua namun tetap keren. Namun yang berbentuk badan usaha berbentuk perseroan terbatas (PT) juga banyak yang bakal berujung seperti PT Jiwawaya dan PT Asabri.

keperawatan



Di Indonesia, perusahaan yang menggunakan model bisnis mutual (usaha bersama) adalah AJB Bumiputera yang berdiri pada 1912. Sampai sekarang masih menjadi satu-satunya, mempertahankan mutual sebagai model bisnisnya. Dengan model bisnis seperti itu, AJB berhasil berjalan selama 100 tahun, dengan berbagai macam gelombang tantangan dan ujian.

Dari rahimnya juga telah melahirkan banyak tokoh profesional yang tersebar di industri asuransi, keuangan atau sektor lainnya. Dan yang tidak kalah penting dari semua itu, nilai kontribusi yang sudah diberikan bagi perekonomian negeri ini selama satu abad lebih, sudah lagi sulit dihitung dengan angka.

Dengan kontribusi seperti itu, Indonesia sudah sepatutnya bersyukur dan bangga lahir pejuang bangsa telah mewariskan AJB Bumiputera 1912 sebagai satu-satunya Usaha Bersama di Indonesia. Dari sekitar 3.100-an Perusahaan Mutual yang tersebar di 77 negara di dunia, dan berkembang serta maju pesat tidak tergeras zaman hingga kini.



Bertahan selama lebih dari satu abad secara tidak langsung juga sudah membuktikan, bahwa pengelolaan AJB Bumiputera sudah *on the track*. Berjalan dalam koridor peraturan perundangan yang berlaku termasuk memegang nilai-nilai *Good Corporate Governance* (Tata Kelola Perusahaan yang Baik).

Dan bila ternyata dalam beberapa tahun belakangan ini, perjalanannya agak tersendat dan wajahnya mulai terecoreng, berarti ada sesuatu yang membuat perusahaan berada di luar jalur. Pasti ada aturan yang tidak ditegakkan dengan semestinya atau nilai-nilai GCG yang tidak berjalan dengan semestinya.

Nah, bila memang kondisinya seperti itu, wajar bila timbul inefisiensi dalam pengelolaan keuangan. Sehingga sumber daya lainnya pun tidak bisa berfungsi secara optimal. Pada akhirnya, sudah bisa ditebak ujung perjalanan dari sebuah pengelolaan seperti itu. Satu demi satu persoalan akan bermunculan. Bila akhirnya tidak diselesaikan, persoalan akan tetap terjadi bahkan semakin menyebar ke bagian lain.



Indikasi-indikasi yang berhembus mengenai adanya 'oknum' warga Bumiputera yang menggunakan aset perusahaan untuk kepentingan pribadi dan golongan, harus benar-benar disusut hingga tuntas sampai ke akar-akarnya. Meski tetap harus menjunjung tinggi asas praduga tak bersalah atau istilah agamanyanya saling bertayyub terlebih dahulu.



Alumni Pascasarjana Manajemen Pendidikan Universitas Negeri Jakarta Diding 5 Anwar

Utmost Good Faith

Di tengah sengkarutnya persoalan yang tengah membelit, strategi penyelamatan AJB Bumiputera 1912 harus didasari oleh nilai yang tepat. Sebaliknya, nilai yang dijadikan acuan dalam menyelesaikan persoalan yang tengah mendera adalah dengan *utmost good faith* atau itikad baik, niat yang tulus, bersih dari embel-embel kepentingan pribadi atau golongan, serta tetap berada dalam koridor konstitusi.

Klasik mungkin kedengarannya. Namun persoalan serumit apa pun, bila berpedoman kepada nilai-nilai tersebut, saya yakin prosesnya akan lebih mudah. Paling sejak awal, sudah menciptakan suasana sejuk, kondusif, sehingga membuat kepala dan hati lebih dingin. Apalagi nilai-nilai itu sejalan dengan nilai yang dianut pada pendiri seperti semangat gotong royong, kekeluargaan, saling menghargai, dan tidak berbenturan pula dengan nilai agama yang dianut bangsa Indonesia.



Karena bisa dikatakan, persoalan AJBB 1912 terkunci dalam ruangan gelap. Selama ini organ perusahaan tidak memenuhi syarat Anggaran Dasar. Sebab bila mengacu anggaran dasar, dewan direksi dan komisaris masing-masing harus 3 orang. Sementara kondisi terkini, Anggota BPA kosong, jumlah komisaris independen hanya 2 orang, dan jumlah direktur hanya 1 orang.

Dengan komposisi seperti itu, permasalahan berada dalam julan buntu dan *caveum of power*, satu-satunya hanya menggunakan Penetapan Pengelola Statuter. Namun regulator, yakni Otoritas Jasa Keuangan (OJK) masih enggan menggunakan kewenangannya sebagaimana diberikan oleh Undang-undang sebagaimana diatur dalam Pasal 9 UU Nomor 21 Tahun 2011 tentang OJK.

Maka untuk memecah kebuntuan, manajemen mencoba menyiapkan panitia pemilihan untuk anggota BPA baru dengan meminta persetujuan pemegang polis. Manajemen juga meminta persetujuan pemegang polis terkait susunan panitia pemilihan anggota BPA.

Dengan pengawasan langsung dari pemegang polis AJB Bumiputera yang polisinya masih aktif dan berlaku tertanggal 9 Oktober 2021.



Pihak manajemen masih akan menunggu tanggapan dari pemegang polis hingga 14 hari setelah adanya pemberitahuan tersebut. Jika pemegang polis menyetujuinya, berarti panitia tersebut akan mulai bekerja untuk memilih anggota BPA baru pada 24 Oktober 2021.

Selain itu, saya masih berharap OJK bisa lebih tegas dan tidak kehilangan taring dalam menggunakan kewenangannya dengan cara menetapkan Pengelola Statuter guna menyelamatkan kepentingan Pempol sekaligus sektor jasa keuangan. Karena bila dibiarkan larut tanpa kepastian, persoalan ini berpotensi menggerus kepercayaan publik terhadap industri asuransi.

Judul	OJK: Profil Risiko Asuransi Masih Terjaga
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Profil Risiko Industri Asuransi Jiwa Per September 2021
Halaman/URL	8
Tanggal Berita	2021-10-30
Sentimen	Netral

OJK: Profil Risiko Asuransi Masih Terjaga

JAKARTA – Industri asuransi asuransi komersial membukukan premi mencapai Rp 22 triliun atau tumbuh 6,22% secara bulanan (month to month/mtm) per September 2021. Sementara itu, profil risiko industri asuransi masih relatif terjaga di atas threshold.

Oleh **Prisma Ardianto**

Ketua Dewan Komisiner OJK Wimboh Santoso menyampaikan, rasio *risk based capital* (RBC) industri asuransi jiwa per September 2021 sebesar 587,7%, menurun dibandingkan posisi 633,6% per Agustus 2021. Sedangkan RBC asuransi umum meningkat dari 336,8% per Agustus 2021 menjadi 341,6%, per September 2021.

OJK juga mencatat bahwa industri asuransi mencatatkan penghimpunan premi per Agustus 2021 sebesar Rp 20,9 triliun. Dengan rincian asuransi jiwa sebesar Rp 13,6 triliun, asuransi umum dan reasuransi Rp 7,3 triliun. Premi asuransi jiwa masih mampu tumbuh, namun premi asuransi umum dan reasuransi relatif susut pada September 2021.

"Industri asuransi mencatatkan penghimpunan premi asuransi pada September 2021 sebesar Rp 22,2 triliun dengan rincian asuransi jiwa sebesar Rp 15,1 triliun (tumbuh 11,02%), asuransi umum dan Reasuransi sebesar Rp 7,1 triliun (susut 2,73%)," jelas Wimboh dalam keterangannya, Rabu (27/10).

Di sisi lain, Kepala Eksekutif Pengawas IKNB OJK Riswinandi menuturkan, industri asuransi perlu mengadaptasi teknologi informasi (TI) guna menangkap peluang dari kebutuhan masyarakat. Terlebih, saat ini penetrasi asuransi relatif masih rendah dan perlu ditingkatkan. Adapun adaptasi perusahaan asuransi meliputi tiga hal yaitu pada aspek pemasaran, pelayanan, dan operasional internal perusahaan.

Menurut dia, aspek pemasaran bisa dilakukan oleh perusahaan asuransi sendiri. Jadi perusahaan asuransi sendiri yang melakukan digitalisasi atau tata cara kerja yang didukung



Wimboh Santoso

teknologi. Misalnya pada produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi (PAYDI) atau dikenal sebagai *unit link* untuk dapat dipasarkan tanpa tatap muka (*non face to face*).

Dalam aturan yang berlaku, produk itu harus dilakukan pertemuan tatap muka untuk meyakinkan bahwa penjelasan kepada konsumen yang biasanya diwakili oleh agen mengenai isi produk dilakukan dengan baik dan jelas. Sebab, isi produk yang menyertakan proteksi sekaligus investasi membuat adanya dana lebih yang mesti dibayarkan konsumen, sehingga perlu kehati-hatian lebih saat penutupan asuransi.

"Dalam kondisi pandemi tidak memungkinkan untuk tatap muka, maka OJK memberikan dukungan untuk bisa penjualan tanpa tatap muka dengan memanfaatkan teknologi informasi. Ini juga yang diatur dan dilakukan pemeriksaan TI-nya oleh OJK. Terutama agar penjualan tanpa tatap muka ini terekam dalam sistem, sehingga jika terjadi *dispute* (perselisihan) di belakang hari," kata Riswinandi.



Industri asuransi mencatatkan penghimpunan premi asuransi pada September 2021 sebesar Rp 22,2 triliun dengan rincian asuransi jiwa sebesar Rp 15,1 triliun (tumbuh 11,02%), asuransi umum dan Reasuransi sebesar Rp 7,1 triliun (susut 2,73%).

Wimboh Santoso

Kemudian ada di kerja sama pemasaran antara perusahaan asuransi dengan platform digital. "Ini yang sekarang sedang di *review* oleh OJK mengenai kedudukan platform digital hanya sebagai referral atau memang ikut berproses dalam penutupan asuransi," ujar dia.

Riswinandi mengatakan, saat ini perusahaan asuransi memang bisa menggandeng mitra untuk memudahkan proses bisnisnya. Salah satunya adalah kerja sama menyangkut kemudahan klaim bekerja sama dengan platform digital. Namun demikian, pihaknya mengimbau kerja sama harus dijalankan dengan benar dan sesuai prinsip kehati-hatian.

Ketiga adalah aspek operasional.

Dengan semakin bertumbuhnya bisnis, semakin banyak produk, dan bertambahnya nasabah, mau tidak mau perusahaan asuransi mesti didukung sistem operasi TI dalam berkegiatan. Apalagi ketika pandemi banyak karyawan yang melakukan *work from home* (WFH), sehingga aplikasi yang digunakan harus dipastikan tidak mengganggu aspek kehati-hatian dan tetap menjaga kepercayaan masyarakat sebagai pemegang polis.

Perkembangan Insurtech

Dengan demikian, lanjut Riswinandi, OJK mengelompokkan *insurance technology* (*insurtech*) menjadi tiga bagian dalam ekosistem industri asuransi. Kelompok pertama merupakan pelaku *insurtech* yang menjalankan fungsi pertanggungan risiko atau perusahaan asuransi itu sendiri. Jadi tidak tertutup kemungkinan bagi perusahaan asuransi selain melakukan penjualan secara konvensional, untuk turut memanfaatkan TI dalam rangka menjangkau pasar yang lebih luas.

Kelompok kedua, kata dia, disebut sebagai distributor yang biasanya dijalankan oleh platform digital. Mereka bisa berbentuk industri keuangan digital yang bukan industri jasa keuangan, maupun merupakan pialang asuransi yang menjalankan bisnis secara digital.

Sementara kelompok ketiga adalah enabler yaitu penyedia jasa pendukung untuk industri jasa keuangan. Mereka biasanya provider TI seperti penyedia kemudahan klaim atau penyedia data yang memungkinkan sebagai *insurtech*. "Tentu dalam hal ini, yang perlu diperhatikan adalah perlindungan data pribadi itu terjaga. Kita di OJK yang tentu dijaga adalah agar perusahaan asuransi terdaftar dan berizin tetap menjaga prinsip kehati-hatian dan menjalankan perlindungan konsumen" imbuh Riswinandi.