

Senin, 13 December 2021

FM-CC-AAJI-006-00

Judul	Penjualan Produk Asuransi Jiwa melalui Agen melorot
Nama Media	Kontan
Newstrend	Pendapatan Premi dari Keagenan
Halaman/URL	10
Tanggal Berita	13/12/2021
Sentimen	Netral

■ BISNIS ASURANSI

Penjualan Produk Asuransi Jiwa Melalui Agen Melorot

JAKARTA. Dampak pandemi Covid-19 mempengaruhi penjualan produk asuransi jiwa pada kanal keagenan. Hal tersebut tampak dari pendapatan premi dari kanal tersebut yang konsisten terus menurun.

Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) mencatat, pendapatan premi dari kanal keagenan mengalami kontraksi 10,1% secara tahunan, dengan nilai mencapai Rp 43,51 triliun. Pencapaian tersebut berkontribusi 29,1% dari total pendapatan premi yang ada.

Sementara itu, kontraksi tersebut jauh lebih dalam dibandingkan kuartal sebelumnya yang hanya menurun 4,9% secara tahunan.

Kepala Departemen Komunikasi AAJI, Nini Sumohandoyo menjelaskan, penurunan pendapatan premi dari kanal keagenan murni dikarenakan pandemi Covid-19 yang mem-

batasi mobilitas tenaga pemasar untuk menjual produk.

Meski terus menurun, penjualan melalui agen masih akan tetap menjadi andalan perusahaan asuransi.

Terlebih, agen asuransi jiwa juga boleh menjual produk secara virtual. Sehingga strategi tersebut bisa menumbuhkan kanal keagenan.

Penjualan produk asuransi virtual memang harus dilakukan, seiring dengan penetrasi industri asuransi yang masih tergolong rendah. "Semua akan terus kami sempurnakan supaya para nasabah semakin biasa menerima penjelasan dan melakukan pembelian melalui virtual," ujar Nini, akhir pekan lalu.

Direktur Keuangan BNILife Eben Eser Nainggolan memiliki pendapat sama terkait penurunan di kanal keagenan. Sebab di periode tersebut

Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) juga diperketat.

Sampai November 2021, kanal keagenan di BNI Life juga menurun dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya sekitar 15%. Penca-

Dampak pandemi menyebabkan kunjungan agen ke nasabah menurun.

paian tersebut baru menyumbang sekitar 4% dari total pendapatan premi yang sudah mencapai Rp 4,1 triliun.

Eben menilai, distribusi keagenan masih akan terus dibutuhkan. Oleh karena itu,

setiap perusahaan asuransi pasti akan membangun dan memperkuat kanal distribusi keagenan mereka.

Kontribusi keagenan bervariasi pada rentang angka 25% hingga 30% dalam beberapa tahun terakhir. "Pasar asuransi jiwa di Indonesia masih sangat besar, dan kanal yang bisa melakukan penetrasi ke pasar tersebut adalah kanal distribusi keagenan. Secara alamiah, agensi memiliki *unlimited access to market*," terang Eben.

Sementara agak sedikit berbeda Allianz Life justru mengalami pertumbuhan premi dari kanal distribusi keagenan. Kenaikan itu mencapai 15,5% yoy.

Keagenan berkontribusi 39,7% dari pendapatan premi perusahaan. "Salah satu pendorong utama dari pertumbuhan kanal distribusi ke-

agenan adalah para *business partner* kami. Sebanyak 64% di antara mereka merupakan generasi milenial," ujar Karin Zulkarnaen, *Chief Marketing Officer* Allianz Life Indonesia.

Direktur & *Chief Agency Officer* Sequis, Franky Nayoan menjelaskan, kontribusi kanal keagenan di Sequis. Tapi ia tak menyebut besarnya. Hanya menurut dia, sekarang ada pertumbuhan dari kanal distribusi *online*.

Adrianus Octaviano

Judul	Pendapatan premi dari kanal keagenan asuransi jiwa terus menurun karena pandemi
Nama Media	Kontan.co.id
Newstrend	Pendapatan Premi dari Keagenan
Halaman/URL	https://keuangan.kontan.co.id/news/pendapatan-premi-dari-kanal-keagenan-asuransi-jiwa-terus-menurun-karena-pandemi
Tanggal Berita	12/12/2021
Sentimen	

Pendapatan premi dari kanal keagenan asuransi jiwa terus menurun karena pandemi

Minggu, 12 Desember 2021 / 10:50 WIB



KONTAN.CO.ID - Supremasi mengemas konten tetap berkembang di kantor Tersebut BNI Life Jakarta Utara KONTAN.CO.ID Agan Widiyati

Reporter: **Adrianus Octaviano** | Editor: **Herlina Kartika Dewi**

KONTAN.CO.ID - JAKARTA. Dampak pandemi Covid-19 tampaknya masih terus mempengaruhi distribusi produk asuransi jiwa pada kanal keagenan. Hal tersebut tampak dari pendapatan premi dari kanal tersebut yang konsisten terus menurun.

Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) mencatat pendapatan premi dari kanal keagenan pada kuartal III-2021 mengalami kontraksi 10,1% secara tahunan (yoy) dengan nilai mencapai Rp 43,51 triliun. Capaian tersebut berkontribusi 29,1% dari total pendapatan premi yang ada.

Sementara itu, kontraksi tersebut jauh lebih dalam dari kuartal sebelumnya yang hanya turun 4,9% yoy. Namun, persentase kontribusi kanal keagenan tak berubah.

Kepala Departemen Komunikasi AAJI Nini Sumohandoyo menjelaskan, turunnya pendapatan premi dari kanal keagenan murni dikarenakan pandemi covid-19 yang membatasi mobilitas tenaga pemasar untuk menjual produk. Ia optimistis kondisi ini akan membaik di tahun depan sejalan dengan bisnis yang diprediksi akan mulai kembali normal.

Terlebih, ia juga menyoroti saat ini industri asuransi jiwa juga diperbolehkan menjual produk secara virtual. Sehingga, hal tersebut bisa menumbuhkan kanal keagenan seiring dengan penetrasi asuransi yang masih tergolong rendah.

Baca Juga: Cigna Indonesia distribusikan 13 tangan palu ke masyarakat disabilitas

"Ini semuanya akan terus kami sempumakan supaya juga para nasabah semakin biasa menerima penjelasan dan melakukan purchase melalui virtual," ujar Nini dalam konferensi pers AAJI, beberapa waktu lalu.

Direktur Keuangan BNI Life Eben Eser Nainggolan pun memiliki pendapat yang sama terkait penurunan di kanal keagenan karena di periode tersebut PPKM juga diperketat mengingat adanya varian delta.

Sekadar informasi, sampai dengan November 2021, kanal agensi di BNI Life juga mengalami penurunan dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya sekitar 15%. Adapun, capaian tersebut baru menyumbang sekitar 4% dari total pendapatan premi yang sudah mencapai Rp 4,1 triliun rupiah.

Meskipun demikian, Eben menilai distribusi keagenan masih akan terus dibutuhkan karena setiap perusahaan pasti akan membangun dan memperkuat kanal distribusi keagenan mereka. Mengingat, kontribusi keagenan ada di angka 25-30% secara rata-rata dalam beberapa tahun terakhir di industri ini.

"Pasar Asuransi jiwa di Indonesia masih sangat besar, dan kanal yang bisa melakukan penetrasi ke pasar tersebut adalah kanal distribusi keagenan/agency, karena secara alamiah, agency memiliki unlimited access to market," ujar Eben kepada Kontan.co.id, Jumat (10/12).

Sedikit berbeda, Allianz Life justru mencatat pertumbuhan premi dari kanal distribusi keagenan mencapai 15,5% yoy. Ini berkontribusi 39,7% dari pendapatan premi perusahaan yang jika melihat dari laporan keuangannya mencapai Rp 13,83 triliun di kuartal III-2021.

"Salah satu pendorong utama dari pertumbuhan kanal distribusi keagenan adalah komitmen dari para business partner kami, dimana 64% merupakan generasi milenial yang terus berkembang," ujar Karin Zulkarnaen Chief Marketing Officer Allianz Life Indonesia.

Baca Juga: Manfaatkan hasil investasi untuk memperpanjang proteksi

Director & Chief Agency Officer Sequis Franky Nayoan turut menjelaskan bahwa kontribusi kanal distribusi keagenan di Sequis masih menjadi kanal yang dominan dari seluruh pendapatan premi perusahaan. Namun, ia tidak menyebutkan berapa kontribusi pastinya.

Hanya saja, ia bilang bahwa saat ini juga sudah mulai adanya pertumbuhan pendapatan premi dari kanal distribusi online seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat di era pandemi yang mulai nyaman membeli asuransi secara online.

Selanjutnya: Hilangkan insomnia dengan Menerapkan 5 Cara Ini

Judul	Kesadaran Perlindungan Asuransi Jiwa saat Pandemi Meningkat
Nama Media	Majalahjustforkids.com
Newstrend	Pertumbuhan Asuransi Jiwa
Halaman/URL	https://www.majalahjustforkids.com/kesadaran-perlindungan-asuransi-jiwa-saat-pandemi-meningkat/
Tanggal Berita	10/12/2021
Sentimen	Positif

Kesadaran Perlindungan Asuransi Jiwa saat Pandemi Meningkat



NOVI DECEMBER 10, 2021 LEAVE A COMMENT PARENTS INFO

Makin baiknya kesadaran masyarakat atas perlindungan diri saat Pandemi Covid-19 menjadi katalis positif bagi pertumbuhan positif industri asuransi jiwa di kuartal III tahun ini. Tren industri yang makin positif dan stabil terjadi sejak awal tahun tersebut dinilai Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) memberikan optimisme di momen pergantian tahun 2021 ini.

Pertanda terjadinya rebound kinerja industri di kuartal III tahun ini terlihat dari tumbuh positifnya pendapatan di berbagai lini usaha industri asuransi jiwa. Total pendapatan yang dibukukan industri mencapai Rp 171,36 triliun. Angka tersebut setara dengan pertumbuhan sebesar 38,7% (YoY) dibandingkan periode sama tahun lalu.

Dalam Laporan Kinerja Industri Asuransi Jiwa dari 58 perusahaan yang dinaungi AAJI, terlihat bahwa tekanan penurunan pendapatan akibat pandemi mulai mereda. Bahkan kinerja pendapatan kuartalan yang dirilis AAJI Rabu (8/12/2021) tersebut, sudah melampaui kinerja pada 2019 saat pandemi belum terjadi.



Ketua Dewan Pengurus AAJI, Budi Tampubolon menjelaskan bahwa konsistensi kinerja pendapatan industrinya ditopang oleh kondisi perbaikan ekonomi nasional dan meningkatnya kesadaran masyarakat soal perencanaan keuangan, baik untuk memperoleh perlindungan asuransi jiwa maupun perencanaan investasi.

"Taktor kesadaran masyarakat untuk berasuransi pada masa pandemi yang meningkat drastis menjadi salah satu pendorong positif naiknya pendapatan industri asuransi jiwa di kuartal III 2021. Kami bersyukur atas pertumbuhan sebesar 38,7 persen yang dicapai ini. Hal ini mencerminkan angka pemulihan Covid-19, berangsur aktifnya perekonomian, dan kesadaran masyarakat atas perlindungan asuransi jiwa menjadi pendorongnya," jelas Budi.

AAJI juga menjelaskan bahwa industri asuransi jiwa Indonesia mencatat total pendapatan premi sebesar Rp 149,36 triliun atau tumbuh sebesar 11,5%. Menurut Budi, meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap asuransi jiwa dan dorongan kondisi pandemi menjadi katalis utamanya.

Secara detail Budi menjelaskan bahwa kinerja positif pendapatan tersebut disumbang oleh kenaikan premi bisnis baru dan premi lanjutan. Masing-masing premi tersebut tumbuh 17,6% (YoY) menjadi Rp 94,2 triliun, dan 2,4% menjadi Rp 55,15 triliun.

Produk Asuransi yang Dikalikan Dengan Investasi (PDYDI) atau Unit Link, masih mendominasi dengan kontribusi sebesar 62,5% dari total pendapatan premi. Selama kuartal III 2021, produk asuransi jiwa Unit Link bernilai total Rp 93,31 triliun atau naik 9,0% (YoY), sementara produk bertipe tradisional mencapai Rp 56,04 triliun atau naik 15,7%. Hasil naiknya penjualan produk Unit Link di era pandemi ini terkait dengan keunggulan benefit yang dimilikinya. Kombinasi dari proteksi dan investasi produk Unit Link menjadi benefit yang unik dan disukai pasar yang memberikan kesempatan kepada nasabah untuk memperoleh keuntungan berupa proteksi dan juga manfaat tambahan untuk investasi.

Sementara itu, klaim nilai tebus (*surrender*) di kuartal III mengalami perlambatan sebesar 11,9%. Tercatat, nilai tebus di kuartal III tahun lalu mencapai Rp 67,46 triliun dan menjadi Rp 59,42 triliun di kuartal yang sama tahun ini. Sedangkan untuk klaim tebus parsial (*partial withdrawal*), terjadi kenaikan dari Rp 10,31 triliun menjadi Rp 12,6 triliun di kuartal III dibandingkan tahun lalu. Perubahan tersebut setara dengan kenaikan 22,2 persen (YoY).

"Perlambatan klaim *surrender* dan pertumbuhan klaim *partial withdrawal* menjadi indikasi kuat dari meningkatnya kesadaran tentang pentingnya asuransi. Saat ini masyarakat memilih untuk tidak buru-buru menutup polisnya. Pengalaman kita saat pandemi memuncak beberapa waktu lalu, telah membuat kita makin yakin tentang pentingnya asuransi jiwa dalam melindungi diri dan keluarga tercinta," tandas Budi.

AAJI mencatat total manfaat atas klaim meninggal dunia selama kuartal III 2021 mencapai Rp 14,58 triliun atau meningkat 65,7% (YoY). Manfaat klaim kesehatan juga meningkat sebesar 43,6% menjadi Rp 4,81 triliun. AAJI menilai besarnya manfaat tersebut sangat berguna dalam meringankan beban banyak keluarga Indonesia saat menghadapi masa sulit.

"Pembayaran klaim yang muncul akibat penularan Covid-19 maupun sebab lain di masa pandemi ini adalah komitmen penuh kami kepada publik. Hingga September tahun ini saja, industri asuransi jiwa telah membayarkan klaim terkait penularan Covid-19 sebesar Rp 7,36 triliun. Tentunya di masa depan, AAJI bersama perusahaan anggotanya selalu berupaya untuk meningkatkan bukti nyata komitmen industri dalam melindungi masyarakat," ucap Budi.

Meskipun klaim kesehatan dan kematian tersebut mengalami kenaikan, namun secara total klaim yang dikeluarkan oleh industri asuransi jiwa justru mengalami penurunan tipis. Total klaim dan manfaat yang dibayarkan industri asuransi jiwa mencapai Rp 107,45 triliun di kuartal III 2021. Angka tersebut turun tipis 1,9 persen (YoY).

Peran Industri Asuransi Jiwa Pada Stabilitas Ekonomi dan Pembangunan Indonesia

Di sisi pendapatan, AAJI juga menyampaikan adanya capaian positif dari investasi yang dijalankan industrinya. Selama kuartal III 2021, perusahaan anggotanya berhasil mengelola total dana investasi sebesar Rp 477,84 triliun atau meningkat sebesar 6,4% (YoY). Dana kelola investasi tersebut meningkat seiring dengan membaiknya kinerja industri di periode tersebut.

Secara spesifik, industri asuransi jiwa telah menempatkan dana investasi pada instrumen saham maupun reksadana dengan nilai total Rp 285,57 triliun atau meningkat 9,9% (YoY). Selain itu, 30,5% dana kelola investasi lainnya ditempatkan pada instrumen SDN yang tercatat meningkat 17,3% (YoY) dengan nilai total Rp 98,02 triliun.

"Kami selalu mendorong industri asuransi jiwa berada di zona positif. Dengan peran aktif industri yang didukung regulator plus meningkatnya kesadaran masyarakat atas perlindungan asuransi jiwa, kami meyakini momen stabil positif ini bisa kita jaga dan tingkatkan bersama di tahun depan. Komitmen penuh semua pihak, kami yakini akan berdampak positif dan sistemik ke perekonomian Indonesia," tutup Budi.

Judul	Pemasaran Unit-Link Disorot, AAJI Siap Perbaiki Tata Kelola
Nama Media	Solo Post
Newstrend	Pertumbuhan Asuransi Jiwa
Halaman/URL	5
Tanggal Berita	10/12/2021
Sentimen	Positif

Pemasaran Unit-Link Disorot, AAJI Siap Perbaiki Tata Kelola

DENIS RIANTIZA MEILANOVA

JAKARTA—Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) akan terus bekerja sama dan berdiskusi dengan perusahaan anggota serta regulator dalam upaya memperbaiki tata kelola penjualan produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi (PAYDI) atau *unit-link*.

Hal itu disampaikan Ketua Dewan Pengurus AAJI Budi Tampubolon dalam menanggapi usulan Komisi XI DPR untuk moratorium penjualan asuransi *unit-link* seiring maraknya keluhan pemegang polis soal pelanggaran etika dan *mis-selling* oleh para agen asuransi.

"Kalau memang ada kesalahan dari perusahaan asuransi maka akan diperbaiki oleh perusahaan asuransi. Tetapi jangan dilupakan ini menjawab kebutuhan masyarakat Indonesia, produk *unit link* juga menghimpun dana investasi yang juga berguna untuk pembangunan Indonesia. Sesi diskusi dengan DPR itu menjadi suatu yang

kami cermati dan akan kami sikapi untuk membawa industri asuransi jiwa ini semakin tumbuh dan membaik, semakin banyak masyarakat Indonesia yang terproteksi," ujar Budi, Rabu (8/12/2021).

Menurutnya, aturan terkait produk asuransi yang paling ketat. Untuk memasarkan produk *unit-link*, agen harus memiliki sertifikasi level tertinggi yang dikeluarkan oleh AAJI. AAJI percaya semua anggotanya sangat memperhatikan segala ketentuan terkait produk *unit-link*, termasuk lisensi keagenan dan proses penjualan.

"Kami percaya bahwa pada saat proses berjualan, agen asuransi jiwa sudah memberikan upaya mereka yang terbaik untuk menjelaskan karakteristik produk ini," katanya.

Ia juga menggarisbawahi bahwa produk *unit-link* merupakan produk asuransi yang umum dipasarkan di berbagai negara, seperti Inggris, Singapura, Hong Kong, dan lainnya,

tidak hanya ada di Indonesia. Selain itu, produk *unit-link* yang memiliki dua karakteristik, yakni fitur proteksi dan investasi, menjawab kebutuhan sebagian masyarakat yang memang menginginkan kemudahan memperoleh produk asuransi dan investasi sekaligus dalam satu produk.

AAJI menyampaikan produk *unit-link* masih mendominasi perolehan premi industri asuransi jiwa dengan kontribusi sebesar 62,5 persen dari total pendapatan premi produk III/2021, pendapatan premi produk asuransi jiwa *unit-link* mencapai Rp93,31 triliun atau naik 9 persen *year-on-year* (yoy), sementara produk bertipe tradisional mencapai Rp56,04 triliun atau naik 15,7 persen *yoy*.

Sebelumnya, dalam rapat dengar pendapat panja industri jasa keuangan dengan Otoritas Jasa Keuangan dan Komunitas Korban Asuransi AXA Mandiri, AIA, dan Prudential, Senin (6/12/2021), anggota Komisi XI Vera Febyanthi mengungkap kekecewaan

terhadap divisi Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) OJK karena dinilai telah lalai dalam pengawasan tata kelola perusahaan asuransi di lapangan. "Kalau menunggu OJK melakukan revisi aturan, tidak menyelesaikan masalah yang ada. Karena sebelum [aturan] resmi terbit, pasti perusahaan juga sudah punya cara bagaimana bisa mengeruk keuntungan. Kita bisa melakukan moratorium, karena sudah ada pengalaman juga sebelumnya ada produk keuangan lain yang bermasalah dan bisa kita hentikan penjualannya," ujarnya.

"Ini meningkat karena pada 2019 cuma ada 360 aduan dan ketika pandemi kemarin kami dengar ada 3 juta nasabah yang menutup polis *unit link* miliknya. Jadi kalau bisa produk ini ada moratorium dahulu, seperti saat ini di industri *fintech peer-to-peer lending* yang terdampak kasus pinjol [pinjaman *online* ilegal]," ujar anggota Komisi XI Puteri Anetta Komarudin.

Pihaknya mencatat *unit-link* menjadi

salah satu sumber aduan masyarakat terkait lembaga jasa keuangan, tepatnya mencapai 593 pengaduan pada tahun ini.

Koordinator Komunitas Korban Asuransi Maria Trihartati mengungkap pengalaman pribadinya dan suami terjerumus produk-produk dari tiga perusahaan asuransi. Dia menuntut kepada pemerintah dan otoritas agar produk asuransi *unit-link* dihentikan saja karena merugikan para nasabah. Kasus terbanyak, yaitu soal penipuan agen saat awal pengenalan polis. Agen menyebut produk yang akan dibeli nasabah merupakan tabungan atau investasi, namun dengan bonus asuransi. Agen tidak menyebut produk tersebut adalah asuransi *unit-link*. Salah satu pemegang polis asal Medan, Natalia Sihotang, mengungkap bahwa dirinya menjadi saksi bagaimana kondisi di lapangan sebenarnya karena turut menjadi agen asuransi yang menerapkan strategi *multi level marketing* (MLM).

(Bisnis.com)

Judul	Kelas BPJS Kesehatan Akan Dihapus, Bagaimana Jika Mau Layanan Lebih?
Nama Media	Swa.co.id
Newstrend	BPJS Kesehatan
Halaman/URL	https://swa.co.id/swa/trends/kelas-bpjs-kesehatan-akan-dihapus-bagaimana-jika-mau-layanan-lebih
Tanggal Berita	10/12/2021
Sentimen	Positif

Kelas BPJS Kesehatan Akan Dihapus, Bagaimana Jika Mau Layanan Lebih?

by Tempo.co - December 10, 2021



Kelas rawat inap BPJS Kesehatan akan dihapus mulai tahun depan dan diganti dengan kelas standar, sesuai perintah Pasal 23 ayat 4 UU Sistem Jaminan Sosial Nasional. Perubahan ini akan membuat peserta atau pasien pengguna BPJS Kesehatan harus mengeluarkan uang tambahan jika ingin mendapatkan kelas yang lebih tinggi.

Beleid tersebut menyebutkan peserta yang menginginkan kelas yang lebih tinggi dari pada haknya (kelas standar) dapat meningkatkan haknya dengan mengikuti asuransi kesehatan tambahan. Alternatif lain, peserta membayar sendiri selisih antara biaya yang dijamin oleh BPJS dan biaya yang harus dibayar akibat peningkatan kelas perawatan.

"Sehingga yang diatur adalah selisih biaya," kata anggota Dewan Jaminan Sosial Nasional atau DJSN Muttaqien saat dihubungi, Rabu, 9 Desember 2021.

Rencana ini disampaikan DJSN sejak 2020 dan harus berlaku paling lambat sebelum 31 Desember 2021. Sesuai UU Sistem Jaminan Sosial Nasional, peserta BPJS hanya akan menerima layanan kelas rawat inap standar dan Kebutuhan Dasar Kesehatan atau KDK saja.

Muttaqien belum merinci mekanisme gabungan layanan antara BPJS dan asuransi tambahan ini, termasuk perusahaan asuransi mana saja yang bakal terlibat. Ia menyebut tim kelas rawat inap jaminan kesehatan nasional di dewan sudah melakukan konsultasi publik dengan beberapa pihak terkait untuk menampung masukan.

Salah satu yang diajak duduk bicara yaitu perusahaan asuransi komersil di asosiasi asuransi jiwa, karena jadi salah satu pihak dalam desain ekosistem jaminan kesehatan nasional. "Masukan yang disampaikan stakeholder sangat berarti untuk perbaikan yang diperlukan dalam desain," ujarnya.

Adapun Ketua Dewan Pengurus Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) Budi Tampubolon menilai pemerintah membuka opsi mekanisme koordinasi manfaat bagi perusahaan-perusahaan asuransi swasta lewat rencana ini. Koordinasi ini yaitu untuk menutup kekurangan layanan fasilitas kesehatan yang tidak dipenuhi oleh BPJS Kesehatan.

Budi menjelaskan, penghapusan aturan kelas rawat inap peserta BPJS Kesehatan itu juga akan menciptakan kebutuhan layanan bagi masyarakat yang ingin naik kelas. Hal tersebut yang diperkirakan bakal jadi ceruk khusus yang akan digarap perusahaan asuransi swasta.

"Ini sesuatu yang sedang dicermati industri asuransi jiwa dan asuransi umum," ujar Budi, Rabu, 8 Desember 2021, dikutip dari Bisnis.

Menurut dia, rencana ini akan menciptakan kebutuhan masyarakat antara lain kalau mereka mau naik kelas. Dalam beberapa kesempatan, kata Budi, industri asuransi telah membahas hal itu dengan BPJS Kesehatan dan DJSN.

Tapi belum diketahui persis bagaimana aturan kelas standar tersebut akan diimplementasikan nantinya. Budi yakin tiap perusahaan kini tengah menyiapkan strategi masing-masing untuk mengantisipasi kebijakan terbaru itu.

"Ini kami cermati sungguh-sungguh karena kami percaya ini akan menciptakan kebutuhan bagi sebagian masyarakat ketika nantinya BPJS menerapkan kelas standar," ucapnya.

Sumber: Tempo.co

Judul	Sedia Payung sebelum Hujan
Nama Media	Sumatera Ekspres
Newstrend	Pertumbuhan Asuransi Jiwa
Halaman/URL	3
Tanggal Berita	12/12/2021
Sentimen	Positif

Sedia Payung sebelum Hujan

SEIRING tingginya risiko kesehatan dan keselamatan jiwa di masa Covid-19, tingkat kesadaran masyarakat melindungi diri dengan asuransi nyatanya meningkat. Laporan kinerja asuransi jiwa di Indonesia, AAJI mencatat total pendapatan industri Rp171,36 triliun atau tumbuh 38,7 persen per kuartal III 2021 (yoy).

Kondisi ini pun cukup wajar sebagai upaya nasabah mitigasi naiknya risiko finansial. Womenpreneur & Content Creator, Stephanie Hertanto punya pengalaman dimana proteksi itu sangat penting. "Asuransi benar-benar membantu keluarga kami. Jadi ada cerita tante aku, keluarganya ada saja penyakit. Walau mereka berkecukupan, tapi jika keluar dana besar dalam waktu sesaat untuk berobat berat juga. Singkat cerita, anaknya sakit lupus dan sudah pakai asuransi. Batas asuransinya Rp5 miliar setahun dan itu sudah habis," tuturnya dalam Youtube Live.



PERSONAL ACCIDENT : IFG Life menawarkan produk IFG Personal Accident untuk proteksi jiwa.

"Setahun kemudian tante aku sakit payudara, lanjut 3 tahun kanker itu muncul lagi. Tanpa proteksi ini bisa buat keuangan jadi bermasalah. Makanya aku sendiri sejak punya anak, income dialokasikan sedemikian rupa kalau terjadi apa-apa aku sudah siap. Ada asuransi, dana pendidikan, rekening khusus jalankan bisnis. Semuanya aman jadi life lebih balance," tuturnya.

Anaknya sendiri masih be-

rumur 1,5 tahun sudah punya asuransi. "Apalagi kemarin dengar ada teman anaknya masuk RS, seminggu habis Rp100 juta. Jadi kalau nabung di asuransi kita lebih tenang," ujarnya.

Manfaat proteksi yang sama juga dirasakan Supatmi (48), warga Desa Rimba Jaya, Air Kumbang, Kabupaten Banyuwangi Sumsel. Sekitar Juli 2021, dia kehilangan suaminya karena tertular Covid-19, sehingga kini Supatmi tulang punggung

keluarga, menggantikan pekerjaan suaminya menyadap karet agar bisa bertahan hidup dan memenuhi nafkah dua anaknya. Tapi beruntungnya, saat itu suaminya sudah beli produk proteksi jiwa. Sehingga saat berpulang, Supatmi sebagai ahli waris diganjar uang pertanggungan kematian Rp42 juta.

Ekonom sekaligus Praktisi Keuangan Sumsel, Yan Sulistyio mengatakan pengelolaan

keuangan harus dibarengi pengelolaan risiko supaya tujuan finansial tercapai. "Asuransi itu tujuannya baik. Supaya kita kurangi risiko finansial, kita lemparkan ke pihak ketiga (asuransi, red), baik itu asuransi kesehatan, kecelakaan diri, pendidikan," terangnya.

Ibarat kata pepatah, "sedia payung sebelum hujan", maka produk asuransi adalah payungnya dan hujan adalah risiko finansial. "Cuma tantangan asuransi saat ini masalah kepercayaan masyarakat. Tetapi selama kita yakin asuransi itu punya track record bagus dan bisa dipercaya, kenapa tidak jadi nasabahnya," ujarnya. Menurut Yan, namanya hidup tidak bisa diprediksi kapan sakit, kapan kena musibah. Setiap orang harus punya planning bagi masa depannya. "Jika kita sudah punya rencana keuangan sebelum pandemi, maka kita menjadi orang-orang yang bertahan di masa krisis," tutup Yan. (fad)

Judul	Nasabah Harus Memahami Secara Utuh Manfaat dari Unit Link
Nama Media	Katadata.com
Newstrend	Manfaat Asuransi Unit Link
Halaman/URL	https://katadata.co.id/doddyrosadi/finansial/61b30274a0b93/nasabah-harus-memahami-secara-utuh-manfaat-dari-unit-link
Tanggal Berita	10/12/2021
Sentimen	Positif



Jakarta, 9 Desember 2021 - Beberapa waktu lalu, sejumlah nasabah melakukan protes karena telah disuguhkan oleh produk unit link yang diterbitkan oleh perusahaan asuransi. Padahal nilai tunai yang mereka peroleh dirasa tidak sesuai dengan premi yang telah dibayarkan.

Hal tersebut semakin menegaskan pentingnya pemahaman nasabah sebelum membeli produk unit link. Perlu dipahami bahwa produk unit link merupakan produk asuransi yang dilakukan dengan investasi dan memberikan dua manfaat sekaligus dalam satu polis, yaitu manfaat perlindungan serta investasi yang memiliki risiko sesuai dengan dana investasi yang dipilih.

Hasil investasi atau nilai tunai berasal dari pengembangan dana di produk pasar modal seperti di antaranya adalah saham (equity) dan obligasi (bond). Oleh karena itu, nilai tunai pada produk unit link bergerak fluktuatif seiring dengan perkembangan pasar modal.

Menanggapi maraknya protes pemilik polis unit link, pemecana keuangan Mada Aryanegara mengatakan, unit link merupakan produk asuransi yang unik. Karena, kata dia, unit link merupakan produk perlindungan untuk nasabah yang dilengkapi alokasi investasi yang memungkinkan nasabah bisa menikmati nilai tunai yang lebih besar dari premi yang dibayarkan.

"Tapi bermaksud bedot di sini salah satu pihak, jika ditanya apakah produk unit link bagus buat masyarakat, saya akan bilang bagus. Karena produk ini tak hanya memberikan manfaat perlindungan bagi nasabah, tapi juga ada produk investasi di dalamnya," kata Mada.

Perihal alokasi investasi inilah yang menurut Mada harus benar benar dipahami oleh nasabah. Karena besar kecil sebuah investasi, ia masih mengandung risiko penurunan nilai hingga bernilai (Nilai) per unit dari produk unit link yang dimiliki.

Seperti halnya produk investasi seperti reksa dana maupun saham yang diperuntukkan bagi investor berakar jangka panjang, maka unit link sejatinya merupakan produk perlindungan plus investasi untuk jangka panjang. Nasabah idealnya tidak menarik hasil investasi yang diperoleh dari produk unit link saat NAB-nya meningkat, namun tetap disimpan untuk bisa dijadikan semacam jaring pengaman sosial ketika dalam satu waktu ternyata si nasabah mengalami kesulitan untuk membayar premi.

"Hasil investasi di unit link dapat menjaga keberlangsungan polis, sehingga nasabah tetap mendapatkan perlindungan, jadi hasil investasi di unit link bisa digunakan untuk membayar premi di saat nasabah mengalami kesulitan. Dini mereka harus tahu atau belanjanya pertanggung," kata Mada yang juga seorang CDO firma konsultan keuangan PT Sohai Pundi Indonesia (Spundi).

"Idealnya hasil investasi di unit link memang bisa dimanfaatkan untuk menjaga polis nasabah tetap aktif," terangnya.

Dengan demikian, maka target nasabah untuk tak lagi membayar premi setelah kontrak polis berakhir bisa terwujud. Pasalnya penyelenggara asuransi bisa mengalihkan hasil investasi yang diperoleh untuk menutupi *insurance cost* yang dibutuhkan.

Mada menyebutkan, hal terpenting dari upaya memperoleh manfaat lebih dari unit link adalah, pemahaman yang utuh. Nasabah harus memahami bahwa setiap produk, ada risiko investasi yang bisa dipilih sesuai *risk profile* dari nasabah. Semisal si nasabah adalah tipe yang konservatif risiko yang rendah atau konservatif, maka unit link berbasis reksa dana pasar uang adalah pilihan yang tepat.

Sementara, buat mereka yang moderat bisa memilih unit link berbasis reksa dana campuran atau pendapatan tetap. Sedangkan buat mereka dengan *risk profile* tinggi, maka unit link dengan *underlying asset* pada reksa dana saham adalah pilihan yang terbaik.

Hal yang perlu diingat oleh para nasabah pemilik unit link, kata Mada, adalah prinsip investasi *high risk, high return. Low risk, low return*. Semakin besar potensi kenaikan nilai investasi akan diiringi oleh besarnya risiko penurunan nilai. Sementara rendahnya potensi kenaikan nilai investasi akan diikuti oleh risiko yang rendah pula.

Lantas bagaimana jika kondisi instrumen investasi yang angket? Mereka dipastikan memiliki *potential cost* yang besar jika ingin mengambil manfaat tunai dari unit link yang dimiliki.

"Di saat pasar modal sedang anjlok, seharusnya mereka tidak mencarikannya. Jika mereka memilih mencarikannya karena merasa rugi, maka mereka akan mereduksi keuntungannya. Seharusnya mereka menunggu hingga kondisi pasar membaik," ujar Mada.

Ia pun kembali menegaskan, karakter jangka panjang yang dimiliki unit link, "Hasil investasi ini akan menjadikan unit link benar benar menjadi produk perlindungan bagi nasabah dan keluarga. Tak terkecuali di saat sulit, karena saat itu hasil investasi unit link bisa dijadikan sebagai penutup premi yang tak mampu mereka bayar," tandasnya.

Luar *her not invest*, Mada menegaskan bahwa pada dasarnya unit link adalah salah satu produk perlindungan, maka masyarakat harus menepati *member etas* bahwa mereka membeli unit link untuk perlindungan diri maupun keluarga.

Nasabah pun harus selalu membaca *prospectus* produk unit link, dan memahami risiko apa saja yang ditanggung oleh produk tersebut.

"Jangan sampai terbelah kejadian seorang nasabah yang mengajukan klaim atau sakit yang dideritanya, namun klaim tidak bisa diberikan. Setelah diteliti, risiko sakit yang diklaim ternyata tidak masuk dalam risiko yang di *cover* asuransi," ujar Mada.

Ia dirasa terdapat klaim yang kurang dipahami oleh calon nasabah, lanjut Mada, sudah seharusnya calon nasabah menggali lebih dalam informasi tersebut lewat sesi konsultasi dengan agen atau perusahaan asuransi terkait, maupun dengan pemecana keuangan.

Data dari Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) menunjukkan bahwa produk unit link tetap menjadi pilihan konsumen atau nasabah di Indonesia.

Hal ini terlihat dari penjualan premi produk unit link yang masih menunjukkan kinerja positif sepanjang semester I 2021. AAJI mencatat sampai dengan Juni 2021, pendapatan premi produk unit link mencapai Rp64,45 triliun atau tumbuh 17 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Kontribusi dari produk ini juga mencapai 62 persen terhadap total pendapatan premi industri asuransi jiwa.

Judul	Ayo Manfaatkan Hasil Investasi Unit Link untuk Memperpanjang Proteksi Anda
Nama Media	Industry.co.id
Newstrend	Manfaat Asuransi Unit Link
Halaman/URL	https://www.industry.co.id/read/98966/ayo-manfaatkan-hasil-investasi-unit-link-untuk-memperpanjang-proteksi-anda
Tanggal Berita	10/12/2021
Sentimen	Positif

Ayo Manfaatkan Hasil Investasi Unit Link untuk Memperpanjang Proteksi Anda

Oleh: **Karmen Baras** | Jumat, 10 Desember 2021 - 12:40 WIB



Facebook Twitter LinkedIn WhatsApp LINE

Berita Terkait



Incar Pemasukan Pengguna User Apps Baru, PDP Express Hadirkan Promo Ongkir

Organisasi Depo Air Ini Meng Taklakan Rencana BPOM Labeli Galeri Polikarbonat Berpotensi Mengandung BPA

Penjualan Performa Bank Banten Dorong DPM Banten Siapkan Perda Ekosistem Keuangan Daerah

INDUSTRY.co.id, Jakarta: Belum lama ini terjadi protes dari beberapa nasabah yang mengklaim telah digugurkan oleh produk unit link yang diterbitkan oleh perusahaan asuransi. Pasalnya nilai tunai yang mereka peroleh dirasa tidak sesuai dengan premi yang sudah dibayarkan.

Hal tersebut semakin menunjukkan pentingnya pemahaman nasabah sebelum membeli produk unit link. Perlu dipahami bahwa produk unit link merupakan produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi dan memberikan dua manfaat sekaligus dalam satu polis, yaitu manfaat perlindungan serta investasi yang memiliki risiko sesuai dengan dana investasi yang dipilih.

Hasil investasi atau nilai tunai berasal dari pengembangan dana di produk pasar modal seperti di antaranya adalah saham (stock) dan obligasi (bond). Oleh karena itu, nilai tunai pada produk unit link bergerak fluktuatif seiring dengan perkembangan pasar modal.

Akan tetapi, data dari Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) menunjukkan bahwa produk unit link tetap menjadi pilihan konsumen atau nasabah di Indonesia.

Hal ini terlihat dari perolehan premi produk unit link yang masih menunjukkan kinerja positif sepanjang semester I/2021. AAJI mencatat sampai dengan Juni 2021, pendapatan premi produk unit link mencapai Rp64,44 triliun atau tumbuh 17 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Kontribusi dari produk ini juga mencapai 62 persen terhadap total pendapatan premi industri asuransi jiwa.

Menanggapi maraknya protes pemilik polis unit link, perencana keuangan Mada Anyanraha SE, RFA, CFP mengatakan, unit link merupakan produk asuransi yang unik, karena merupakan produk perlindungan untuk nasabah yang dilengkapi alokasi investasi yang memungkinkan nasabah bisa menikmati nilai tunai yang lebih besar dari premi yang dibayarkan.

"Tanpa bermaksud berdiri di sisi salah satu pihak, jika ditanya apakah produk unit link bagus buat masyarakat, saya akan bilang bagus. Karena produk ini tak hanya memberikan manfaat perlindungan buat nasabah, tapi juga ada produk investasi di dalamnya," kata Mada.

Perihal alokasi investasi inilah yang menurut Mada harus benar-benar dipahami oleh nasabah. Karena besar kecil sebuah investasi, ia masih mengandung risiko penurunan nilai aktiva bersih (NAB) per unit dari produk unit link yang dimiliki.

Seperti halnya produk investasi seperti reksa dana maupun saham yang diperuntukkan bagi investor berkarakter jangka panjang, maka unit link sejatinya merupakan produk perlindungan plus investasi untuk jangka panjang. Nasabah idealnya tidak menarik hasil investasi yang diperoleh dari produk unit link saat NAB-nya merosot, namun tetap disamping untuk bisa dijadikan semacam jaring pengaman sosial ketika dalam satu waktu tertentu si nasabah mengalami kesulitan untuk membayar premi.

"Hasil investasi di unit link dapat menjaga keberlangsungan polis, sehingga nasabah tetap mendapatkan perlindungan. Jadi hasil investasi di unit link bisa digunakan untuk membayar premi di saat nasabah mengalami kesulitan. Demi mencegah lapse atau berhentinya pertanggungan," kata pria yang juga seorang CDO firma konsultan keuangan PT Solusi Pundi Indonesia (Sipundi) ini dalam keterangannya kepada media. "Idealnya hasil investasi di unit link memang bisa dimanfaatkan untuk menjaga polis nasabah tetap aktif," terangnya.

Dengan demikian, maka target nasabah untuk tak lagi membayar premi setelah kontrak polis berakhir bisa terwujud. Pasalnya penyelenggara asuransi bisa mengalihkan hasil investasi yang diperoleh untuk menutupi insurance cost yang dibutuhkan.

Berikutnya Mada menyebutkan, hal terpenting dari upaya memperoleh manfaat lebih dari unit link adalah pemahaman yang utuh. Nasabah harus memahami bahwa selain proteksi, ada unsur investasi yang bisa dipilih sesuai risk profile dari nasabah. Semisal si nasabah adalah tipe yang pengambil risiko yang rendah atau konservatif, maka unit link berbasis reksa dana pasar uang adalah pilihan yang tepat. Sementara buat mereka yang moderat bisa memilih unit link berbasis reksa dana campuran atau pendapatan tetap. Sedangkan buat mereka dengan risk profile tinggi, maka unit link dengan underlying asset pada reksa dana saham adalah pilihan yang terbaik.

Hal yang perlu diingat oleh para nasabah pemilik unit link, kata Mada, adalah prinsip investasi high risk, high return. Low risk, low return. Semakin besar potensi kenaikan nilai investasi akan diiringi oleh besarnya risiko penurunan nilai. Sementara rendahnya potensi kenaikan nilai investasi akan diikuti oleh risiko yang rendah pula.

Lantas bagaimana jika kondisi instrumen investasi yang anjlok? Mereka dipastikan memiliki potensial lost yang besar jika ingin mengambil manfaat tunai dari unit link yang dimiliki.

"Di saat pasar modal sedang anjlok, seharusnya mereka tidak mencarikannya. Jika mereka memilih mencarikan karena merasa rugi, maka mereka akan merealisasikan kerugiannya. Seharusnya mereka menunggu hingga kondisi pasar membaik," tegas Mada.

Ia pun kembali menegaskan, karakter jangka panjang yang dimiliki unit link. "Hasil investasi ini akan menjadikan unit link benar-benar menjadi produk perlindungan buat nasabah dan keluarga. Tak terkecuali di saat sulit, karena saat itu hasil investasi unit link bisa dijadikan sebagai penutup premi yang tak mampu mereka bayar," tandasnya.

Last but not least, Mada menegaskan bahwa pada dasarnya unit link adalah salah satu produk perlindungan, maka masyarakat harus menetapkan mind set utama bahwa mereka membeli unit link untuk perlindungan diri maupun keluarga.

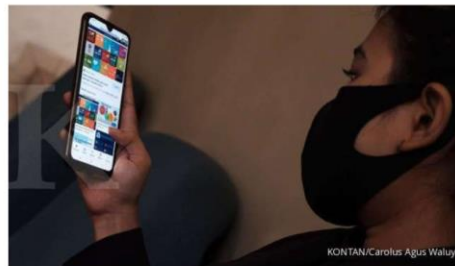
Nasabah pun harus teliti membaca prospektus produk unit link, dan memahami risiko apa saja yang ditanggung oleh produk tersebut. "Jangan sampai terulang kejadian seorang nasabah yang mengajukan klaim atas sakit yang dideritanya, namun klaim tidak bisa dicairkan. Setelah diinvestasi, risiko sakit yang diklaim ternyata tidak masuk dalam risiko yang di-cover asuransi," ujar Mada.

Jika dirasa terdapat klausul yang kurang dipahami oleh calon nasabah, lanjut Mada, sudah seharusnya calon nasabah menggali lebih dalam informasi tersebut lewat sesi konsultasi dengan agen atau perusahaan asuransi terkait, maupun dengan perencana keuangan.

Judul	Manfaatkan hasil investasi unitlink untuk memperpanjang proteksi
Nama Media	Kontan.co.id
Newstrend	Manfaat Asuransi Unit Link
Halaman/URL	https://personalfinance.kontan.co.id/news/manfaatkan-hasil-investasi-unitlink-untuk-memperpanjang-proteksi
Tanggal Berita	10/12/2021
Sentimen	Positif

Manfaatkan hasil investasi unitlink untuk memperpanjang proteksi

Jumat, 10 Desember 2021 | 13:50 WIB | Reporter: Tendi Mahadi



KONTAN/Carolus Agus Waluyo

ILUSTRASI: Nasabah mengamati produk asuransi yang ditawarkan melalui kanal digital di Jakarta, Selasa (26/11). (Foto: KONTAN/Carolus Agus Waluyo/26/11/2021)

KONTAN.CO.ID - JAKARTA. Belum lama ini terjadi protes dari beberapa nasabah yang mengklaim telah dirugikan oleh produk *unit link* yang diterbitkan oleh perusahaan asuransi. Pasalnya nilai tunai yang mereka peroleh dirasa tidak sesuai dengan premi yang sudah dibayarkan.

Hal tersebut semakin menunjukkan pentingnya pemahaman nasabah sebelum membeli produk *unit link*. Perlu dipahami bahwa produk *unit link* merupakan produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi dan memberikan dua manfaat sekaligus dalam satu polis, yaitu manfaat perlindungan serta investasi yang memiliki risiko sesuai dengan dana investasi yang dipilih.

Hasil investasi atau nilai tunai berasal dari pengembangan dana di produk pasar modal seperti di antaranya adalah saham (stock) dan obligasi (bond). Oleh karena itu, nilai tunai pada produk *unit link* bergerak fluktuatif seiring dengan perkembangan pasar modal. Akan tetapi, data dari Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) menunjukkan bahwa produk *unit link* tetap menjadi pilihan konsumen atau nasabah di Indonesia.

Hal ini terlihat dari perolehan premi produk *unit link* yang masih menunjukkan kinerja positif sepanjang semester I/2021. AAJI mencatat sampai dengan Juni 2021, pendapatan premi produk *unit link* mencapai Rp 64,44 triliun atau tumbuh 17% dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Kontribusi dari produk ini juga mencapai 62% terhadap total pendapatan premi industri asuransi jiwa.

Baca Juga: Pefindo menegaskan peringkat idAA untuk Indonesia Re

Menanggapi maraknya protes pemilik polis *unit link*, perencana keuangan Mada Aryanugraha SE, RFA, CFP mengatakan, *unit link* merupakan produk asuransi yang unik, karena merupakan produk perlindungan untuk nasabah yang dilengkapi alokasi investasi yang memungkinkan nasabah bisa menikmati nilai tunai yang lebih besar dari premi yang dibayarkan.

"Tanpa bermaksud berdiri di sisi salah satu pihak, jika ditanya apakah produk *unit link* bagus buat masyarakat, saya akan bilang bagus. Karena produk ini tak hanya memberikan manfaat perlindungan buat nasabah, tapi juga ada produk investasi di dalamnya," kata Mada dalam keterangannya, Jumat (10/12).

Perihal alokasi investasi inilah yang menurut Mada harus benar-benar dipahami oleh nasabah. Karena besar kecil sebuah investasi, ia masih mengandung risiko penurunan nilai aktiva bersih (NAB) per unit dari produk *unit link* yang dimiliki.

Seperti halnya produk investasi seperti reksadana maupun saham yang diperuntukkan bagi investor berakarakter jangka panjang, maka *unit link* sejatinya merupakan produk perlindungan plus investasi untuk jangka panjang.

Nasabah idealnya tidak menarik hasil investasi yang diperoleh dari produk *unit link* saat NAB-nya meningkat, namun tetap disimpan untuk bisa dijadikan semacam jaring pengaman sosial ketika dalam satu waktu tertentu si nasabah mengalami kesulitan untuk membayar premi.

"Hasil investasi di *unit link* dapat menjaga keberlangsungan polis, sehingga nasabah tetap mendapatkan perlindungan. Jadi hasil investasi di *unit link* bisa digunakan untuk membayar premi di saat nasabah mengalami kesulitan. Demi mencegah lapse atau berhentinya pertanggungan," kata pria yang juga seorang COO firma konsultan keuangan PT Solusi Pundi Indonesia (Spundi) ini.

Baca Juga: Askrindo gandeng RNI Group salurkan PUMK senilai Rp 5 miliar

"Idealnya hasil investasi di *unit link* memang bisa dimanfaatkan untuk menjaga polis nasabah tetap aktif," terangnya.

Dengan demikian, maka target nasabah untuk tak lagi membayar premi setelah kontrak polis berakhir bisa terwujud. Pasalnya penyelenggara asuransi bisa mengalihkan hasil investasi yang diperoleh untuk menutupi *insurance cost* yang dibutuhkan.

Berikutnya Mada menyebutkan, hal terpenting dari upaya memperoleh manfaat lebih dari *unit link* adalah, pemahaman yang utuh. Nasabah harus memahami bahwa selain proteksi, ada unsur investasi yang bisa dipilih sesuai *risk profile* dari nasabah.

Judul	Investasi Unit Link untuk Memperpanjang Proteksi Anda, Data dari AAJI Bilang Begini
Nama Media	Wartaekonomi.co.id
Newstrend	Manfaat Asuransi Unit Link
Halaman/URL	https://wartaekonomi.co.id/read379816/investasi-unit-link-untuk-memperpanjang-proteksi-anda-data-dari-aaji-bilang-begini
Tanggal Berita	10/12/2021
Sentimen	Positif

Investasi Unit Link untuk Memperpanjang Proteksi Anda, Data dari AAJI Bilang Begini...

Jum'at, 10 Desember 2021, 20:59 WIB



Kredit Foto: Amar Bank

WE Online, Jakarta - Belum lama ini terjadi protes dari beberapa nasabah yang mengklaim telah dirugikan oleh produk unit link yang diterbitkan oleh perusahaan asuransi. Pasalnya nilai tunai yang mereka peroleh dirasa tidak sesuai dengan premi yang sudah dibayarkan.

Hal tersebut semakin menunjukkan pentingnya pemahaman nasabah sebelum membeli produk unit link. Perlu dipahami bahwa produk unit link, merupakan produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi dan memberikan dua manfaat sekaligus dalam satu polis, yaitu manfaat perlindungan serta investasi yang memiliki risiko sesuai dengan dana investasi yang dipilih.

Hasil investasi atau nilai tunai berasal dari pengembangan dana di produk pasar modal seperti di antaranya adalah saham (stock) dan obligasi (bond). Oleh karena itu, nilai tunai pada produk unit link bergerak fluktuatif seiring dengan perkembangan pasar modal.

Akan tetapi, data dari Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) menunjukkan bahwa produk unit link tetap menjadi pilihan konsumen atau nasabah di Indonesia.

Hal ini terlihat dari perolehan premi produk unit link yang masih menunjukkan kinerja positif sepanjang semester I/2021. AAJI mencatat sampai dengan Juni 2021, pendapatan premi produk unit link mencapai Rp64,44 triliun atau tumbuh 17 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Kontribusi dari produk ini juga mencapai 62 persen terhadap total pendapatan premi industri asuransi jiwa.

Menanggapi maraknya protes pemilik polis unit link, perencana keuangan Mada Aryanugraha SE, RFA, CFP mengatakan, unit link merupakan produk asuransi yang unik, karena merupakan produk perlindungan untuk nasabah yang dilengkapi alokasi investasi yang memungkinkan nasabah bisa menikmati nilai tunai yang lebih besar dari premi yang dibayarkan.

"Tanpa bermaksud berdiri di sisi salah satu pihak, jika ditanya apakah produk unit link bagus buat masyarakat, saya akan bilang bagus. Karena produk ini tak hanya memberikan manfaat perlindungan buat nasabah, tapi juga ada produk investasi di dalamnya," kata Mada.

Judul	Legislator Minta OJK Serius Tangani Aduan Nasabah Unit Link
Nama Media	Cnbcindonesia.com
Newstrend	Pengaduan Nasabah Asuransi
Halaman/URL	https://www.cnbcindonesia.com/news/20211210104503-8-298201/legislator-minta-ojk-serius-tangani-aduan-nasabah-unit-link
Tanggal Berita	10/12/2021
Sentimen	Netral

CNBC Indonesia > News > Video News



Video

Legislator Minta OJK Serius Tangani Aduan Nasabah Unit Link

NEWS - CNBC Indonesia TV, CNBC Indonesia | 10 December 2021 10:59

SHARE |  

Jakarta, CNBC Indonesia - Anggota DPR Komisi XI dari fraksi Golkar Puteri Komarudin meminta agar OJK serius dalam menangani pengaduan nasabah asuransi unitlink dengan memperbaiki mekanisme pengaduan. Puteri Komarudin mengatakan saat ini masih banyak nasabah di berbagai daerah kesulitan untuk mengakses sistem informasi pengaduan OJK.

Simak informasi selengkapnya dalam program Squawk Box di CNBC Indonesia (Jumat, 10/12/2021) berikut ini.

Judul	Berita Foto - PERESMIAN GYMNASTIC CENTER KIDZANIA
Nama Media	Bisnis Indonesia
Newstrend	Peresmian Gymnastic Center
Halaman/URL	4
Tanggal Berita	11/12/2021
Sentimen	Netral

■ PERESMIAN GYMNASTIC CENTER KIDZANIA



Bisnis/Arief Hermawan P.

Presiden Direktur PT Aryan Indonesia (KidZania Jakarta) Kerry Riza (*kanan*) dan Chief Marketing Officer PT Asuransi Allianz Life Indonesia Karin Zulkarnaen (*kedua kanan*) beramah tamah dengan pengunjung saat peresmian Gymnastic Center di KidZania Jakarta, Jumat (10/12). Allianz Life Indonesia memperkenalkan Gymnastic Center, yakni salah satu fasilitas baru di KidZania Jakarta yang mengajak anak-anak untuk mengenal gaya hidup sehat dan konsep perlindungan sejak dini.

Judul	Allianz Gymnastic Center hadir di KidZania Jakarta
Nama Media	Tribunnews.com
Newstrend	Peresmian Gymnastic Center
Halaman/URL	https://www.tribunnews.com/images/regional/view/1905152/allianz-gymnastic-center-hadir-di-kidzania-jakarta
Tanggal Berita	11/12/2021
Sentimen	Netral

Allianz Gymnastic Center hadir di KidZania Jakarta

Foto #5



Presiden Direktur PT Aryan Indonesia (KidZania Jakarta), Kerry Riza, Public Figure & Perwakilan Keluarga Muda Indonesia Tya Ariestya, Chief Marketing Officer, Allianz Life Indonesia Karin Zulkarnaen usai meresmikan wahana baru Allianz Gymnastic di KidZania Jakarta SCBD, Jakarta Selatan, Jumat (10/12/2021). Kegiatan terbaru dari wahana Allianz Gymnastic Center untuk anak-anak dapat mengembangkan keterampilan motorik kasar, belajar keterampilan emosional, memahami gaya hidup sehat, menjunjung nilai-nilai sportivitas, dan berkompetisi secara positif. Di sini mereka bisa berolahraga aerobik, melatih keseimbangan dan koordinasi tubuh. (Warta Kota/Henry Lopulalan)

Judul	Allianz Gymnastic Center di Kidzania Jakarta Ajak Anak Olahraga
Nama Media	Mediaindonesia.com
Newstrend	Peresmian Gymnastic Center
Halaman/URL	https://mediaindonesia.com/humaniora/453064/allianz-gymnastic-center-di-kidzania-jakarta-ajak-anak-olahraga
Tanggal Berita	11/12/2021
Sentimen	Netral

Sabtu 11 Desember 2021, 17:20 WIB

Allianz Gymnastic Center di Kidzania Jakarta Ajak Anak Olahraga

Mediaindonesia.com | Humaniora



DOK Pribadi.

Di Gymnastic Center itu, anak anak diperkenalkan sekaligus belajar mengenai pentingnya konsep perlindungan sejak dini saat beraktivitas.

TEMUAN penelitian yang diterbitkan dalam Study Finds oleh University of Leicester mengungkapkan bahwa pandemi covid-19 meningkatkan penggunaan gadget atau gawai pada anak. Salah satu penyebabnya yaitu metode pembelajaran dari rumah yang dilakukan oleh anak-anak.

Tak sedikit orangtua yang mengalami kesulitan membatasi waktu anak bermain gadget. Hal ini bisa mendatangkan efek negatif, mulai dari meningkatkan risiko kesehatan hingga memengaruhi kualitas tidur anak. Menjawab kekhawatiran tersebut, Allianz hadir di KidZania Jakarta dengan suasana baru untuk mengajak anak-anak aktif bergerak lewat establishment Gymnastic Center.

Chief Marketing Officer Allianz Life Indonesia, Karin Zulkarnaen, menuturkan pihaknya ingin memberikan edukasi gaya hidup sehat dan nilai-nilai sportivitas tersebut kepada anak-anak di Kidzania sejak dini dengan membuat establishment baru dengan tema olahraga. "Kita harus mengajak anak-anak untuk aktif bergerak secara fisik di dalam atau luar ruangan, berolahraga sambil membangun semangat sportivitas."

Di Gymnastic Center itu, anak anak diperkenalkan sekaligus belajar mengenai pentingnya konsep perlindungan sejak dini saat beraktivitas. Misalnya, saat berolahraga perlu pemanasan dan pendinginan untuk menghindari cedera otot, menggunakan alat-alat perlindungan olahraga yang memadai sesuai dengan jenis olahraganya, seperti panjat dinding yang harus menggunakan helm dan pelindung kaki.

Presiden Direktur PT Aryan Indonesia (KidZania Jakarta), Kerry Riza, juga menuturkan kehadiran Allianz di KidZania Jakarta dengan suasana berbeda di era new normal akan memberikan semangat baru serta keceriaan bagi anak-anak untuk beraktivitas di sini. "Dengan aktivitas olahraga di Gymnastic Center anak-anak memiliki tempat untuk menyalurkan energinya dengan bergerak secara fisik, menerapkan gaya hidup sehat, dengan cara yang seru dan menyenangkan." (RO/OL-14)

Judul	OVO Hadirkan Fitur Perlindungan Risiko Penyakit Menular dan Kecelakaan
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Peluncuran Produk Asuransi
Halaman/URL	21
Tanggal Berita	11/12/2021
Sentimen	Netral

OVO Hadirkan Fitur Perlindungan Risiko Penyakit Menular dan Kecelakaan

JAKARTA - OVO, platform pembayaran digital, *rewards*, dan layanan keuangan terdepan di Indonesia, melalui OVO | Proteksi kembali mengembangkan layanan perlindungan kesehatan dengan harga yang terjangkau. Hal ini juga sebagai bentuk edukasi pentingnya proteksi penyakit menular dan kecelakaan.

Untuk itu, OVO memperkenalkan PRUTect Care Infectious Diseases & PRUTect Care Accident, produk asuransi jiwa kumpulan syariah berbasis digital, yang disediakan oleh Prudential Indonesia melalui pialang asuransi berlisensi penuh, PT Salvus Inti. *Head of Corporate Communications* OVO Harumi Supit mengatakan, memahami kondisi masyarakat Indonesia, OVO terus berupaya untuk berkontribusi mendukung pemerintah khususnya terhadap kemajuan literasi asuransi, dengan memberikan kemudahan pembayaran digital pada akses perlindungan dengan cara yang aman dan lebih terjangkau. OVO ini merupakan salah satu layanan pembayaran digital yang telah terbukti aman dan banyak diminati masyarakat.

"Dengan membayar kontribusi mulai dari Rp10 ribu per enam bulan untuk PRUTect Care Infectious Diseases dan Rp 18 ribu per enam bulan untuk PRUTect Care Accident melalui OVO Cash, masyarakat bisa lebih tenang, karena sudah terlindungi dengan ancaman tak terduga dari risiko penyakit menular dan kecelakaan," kata Harumi melalui siaran pers, Jumat (10/12).

Menurut Harumi, penting ada perlindungan maksimal atas risiko kena penyakit menular. Berdasarkan data dari Kementerian Kesehatan (Kemenkes) pada 14 Juni 2021, banyak kasus penyakit menular. Misalnya untuk kasus Demam Berdarah (DBD), total di Indonesia mencapai 16.320 kasus dan terus meningkat.

"Oleh sebab itu, kami ingin masyarakat turut peduli akan pentingnya perlindungan penyakit menular dan kecelakaan. Kami memberikan kemudahan, yang didukung oleh infrastruktur digital terintegrasi yang memungkinkan semua proses dilakukan secara digital, mulai dari pengajuan (asuransi) hingga proses pengajuan klaim yang cepat yaitu 7 hari kerja," ujar

Harumi.

Harumi menambahkan, proses klaim dapat dilakukan dengan mudah melalui *Pulse by Prudential*, aplikasi kesehatan dan kebugaran dari Prudential Indonesia yang didukung Kecerdasan Buatan. Seluruh pengguna OVO yang ingin memiliki produk asuransi PRUTect Care Infectious Diseases & PRUTect Care Accident akan mendapatkan beberapa keuntungan.

Harumi menuturkan pula, hadirnya produk PRUTect Care Infectious Diseases & PRUTect Care Accident di OVO Proteksi menjadi bagian komitmen OVO sebagai akselerator transformasi digital, khususnya layanan keuangan. Hal ini akan mempercepat terciptanya masyarakat nontunai di Indonesia.

"Rangkaian produk asuransi ini diharapkan mampu menjawab kebutuhan masyarakat akan pentingnya memiliki asuransi jiwa dan kesehatan. Dengan semangat #OVOJalanTerus, OVO senantiasa memberikan kemudahan berasuransi dan merasakan ketenangan, karena memiliki perlindungan atas risiko yang tak terduga," tandas Harumi. (en)



Judul	OVO Siapkan PRUTect Care untuk Asuransi Penyakit Menular dan Kecelakaan
Nama Media	Tribunnews.com
Newstrend	Peluncuran Produk Asuransi
Halaman/URL	https://www.tribunnews.com/kesehatan/2021/12/11/ovo-siapkan-prutect-care-untuk-asuransi-penyakit-menular-dan-kecelakaan
Tanggal Berita	11/12/2021
Sentimen	Netral

OVO Siapkan PRUTect Care untuk Asuransi Penyakit Menular dan Kecelakaan

Penulis: Dennis Destryawan
Editor: Sanusi



ilustrasi

Laporan Wartawan Tribunnews.com, Dennis Destryawan

TRIBUNNEWS.COM, JAKARTA - OVO memperkenalkan asuransi untuk penyakit menular dan kecelakaan, PRUTect Care Infectious Diseases dan PRUTect Care Accident.

Head of Corporate Communications OVO Harumi Supit menerangkan, produk tersebut merupakan asuransi jiwa kumpulan syariah berbasis digital yang disediakan oleh Prudential Indonesia melalui pialang asuransi berlisensi penuh, PT Salvus Inti.

Baca juga: [Meriahkan Harbolnas, Begini Cara Ikutan Ovo Shoptakuler Hebohmas 12.12](#)

Harumi berujar, dengan membayar kontribusi mulai dari Rp 10.000 per enam bulan untuk PRUTect Care Infectious Diseases dan Rp 18.000 per enam bulan untuk PRUTect Care Accident melalui OVO Cash, masyarakat bisa lebih tenang karena sudah terlindungi dengan ancaman tak terduga dari risiko penyakit menular dan kecelakaan.

"Kami ingin masyarakat turut peduli akan pentingnya perlindungan penyakit menular dan kecelakaan dengan memberikan kemudahan, yang didukung oleh infrastruktur digital terintegrasi yang memungkinkan semua proses dilakukan secara digital," ujar Harumi dalam keterangannya, Sabtu (11/12/2021).

Baca juga: [Kolaborasi OVO dan BRI Hadirkan Layanan Kartu Kredit "OVO U Card"](#)

Harumi mengatakan, mengacu pada studi perilaku masyarakat terhadap perlindungan asuransi yang dilakukan OVO tahun 2020, minat beli terhadap asuransi masih sangat rendah.

"Sebanyak 44 persen responden belum memahami kebutuhan asuransi dan beranggapan produk asuransi tidak terjangkau," tutur Harumi.

Baca juga: [AAJI Nilai Perlu Peran Aktif Semua Pihak untuk Tingkatkan Literasi Nasabah Produk Asuransi](#)

Harumi menerangkan, dengan hadirnya PRUTect Care Infectious Diseases dan PRUTect Care Accident di OVO Proteksi, inovasi tersebut menjadi bagian komitmen OVO sebagai akselerator transformasi digital.

"Khususnya layanan keuangan, sehingga mempercepat terciptanya masyarakat non-tunai di Indonesia," ucap Harumi.

Judul	Dukung Perusahaan yang Memberdayakan Perempuan, HerStory Beri Apresiasi Lewat Indonesia Best Women Empowerment Awards 2021: Intip Pemenangnya Nih!
Nama Media	Gerbangbanten.co.id
Newstrend	Penghargaan Pelaku Industri Asuransi
Halaman/URL	https://gerbangbanten.co.id/dukung-perusahaan-yang-memberdayakan-perempuan-herstory-beri-apresiasi-lewat-indonesia-best-women-empowerment-awards-2021-intip-pemenangnya-nih/
Tanggal Berita	10/12/2021
Sentimen	Netral

Dukung Perusahaan yang Memberdayakan Perempuan, HerStory Beri Apresiasi Lewat Indonesia Best Women Empowerment Awards 2021: Intip Pemenangnya Nih!

25 Desember 10, 2021 • 10 menit baca



Gerbangbanten.co.id - Perhargaan peran perempuan saat ini dalam sektor profesional membuat pentingnya pemberdayaan perempuan dan kesetaraan gender di lingkungan industri asuransi, sosial, dan publik. Pentingnya pemberdayaan perempuan di Indonesia saat ini dapat dalam perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, dan evaluasi pada seluruh kebijakan dan program pemberdayaan internal di samping meningkatkan kualitas hidup perempuan.

HerStory Indonesia bersama Hana Darmi menginisiasi perusahaan-perusahaan yang telah mendukung kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan melalui Indonesia Best Women Empowerment Awards 2021 "Redeefining the Definit". HerStory Indonesia berharap agar perusahaan-perusahaan terkait di setiap sektor industri akan terus mendukung kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan untuk masyarakat Indonesia yang lebih inklusif. Saat ini lingkungan profesional maupun di lingkungan sosial secara umum untuk Indonesia yang lebih baik.

Berkaitan data dan tren terbaru terkait situasi pandemi Covid-19 melanda perekonomian, kesetaraan gender Covid-19 secara global bagi perempuan sangat tinggi. Menurut laporan perempuan Asia 20 tahun ke atas, hal tersebut disebabkan oleh pentingnya peran perempuan dalam penanganan pandemi Covid-19. Tanpa perempuan yang ada di garis terdepan, seperti antara sosial dan tenaga medis.

Perempuan sangat berdampak baik bagi perempuan, mulai dari kesetaraan upah, bekerja tanpa stigma, hingga adanya ketahanan dalam berpartisipasi mengambil keputusan. Namun, sebagai makhluk yang kur baya HerStory, perempuan ini sangat menghargai perempuan untuk terlihat dalam dunia kerja. "Tegak perempuan di setiap kerja menghargai kesetaraan", kata Clara Ajijtha Sulandari, Pemimpin Redaksi HerStory dalam acara E-Awarding.

HerStory Indonesia Best Women Empowerment Awards 2021, Jumat (26/11/2021).

HerStory Indonesia hadir untuk wanita Indonesia dengan menghadirkan kisah wanita inspiratif, artikel kearifatan, artikel parenting, artikel lifestyle, dan juga berita terkini yang sedang tren. HerStory juga mendukung wanita agar tetap aktif dan produktif di dalam dunia kerja.

HerStory akan selalu berdedikasi untuk menjaga kualitas antara wanita dan pria. Karena, wanita dan pria adalah makhluk yang saling membutuhkan dan dengan kesetaraan nilai Indonesia bisa menjadi negara yang sangat kuat. "Iya, Muhammadiyah, CICI dan HerStory Indonesia."

Beberapa pendapat dan potensi yang dimiliki perempuan membuat menjadi bagian penting yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan taraf hidup manusia yang unggul dan berdaya tangguh. Dalam hal ini, akses, kesempatan, perlindungan, dan rasa aman yang sama dan setara dalam masyarakat menjadi salah satu hak perempuan yang dimiliki pemenuhannya oleh negara.

Sebagai generasi baru, orang-orang yang peduli dengan kesetaraan gender Indonesia sudah sejalan dengan semangat kesetaraan. Hal ini terdapat dalam Impact No. 7 Tahun 2020 tentang Pengarusutamaan Gender dalam Pembangunan Nasional. Mulai dari ekonomi, hal yang anak perempuan ini akan dan tidak."

Kata Yuli Dika Rahayu, SAM Bidang Pengabdian Masyarakat.

HerStory juga hadir Best Women Empowerment 2021 sudah siap-siapnya menjadi motivasi bagi kita semua untuk terus memperjuangkan pemberdayaan perempuan dan kesetaraan gender di berbagai bidang. Menyukai di sektor profesional. Bisa-bisa saja saya akan ingatkan penghargaan ini sangat penting menjadi ruang untuk memberi apresiasi dan membuat inspirasi, kemudian dapat memperkuat komitmen pembangunan bangsa dan kesejahteraan lingkungan yang setara untuk perubahan yang lebih baik lagi," tambahnya.

Berikut ini beberapa pemenang Indonesia Best Women Empowerment Awards 2021 "Redeefining the Definit" dan berbagai kategori. Hal ini juga penghargaan Bestly.

1. PT Asuransi Taka, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Female Leadership
2. PT Indosat Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Gender Inclusive Workplace
3. PT Da Asia Republik, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Community Partnership Engagement
4. PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Utilization of Digital Technology
5. Telekomunikasi Selular, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Protection of Women's Rights
6. PT Smartfren Telekom Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Pandemic Response Programs
7. PT Bank OCBC NISP Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Female Leadership
8. PT Bank Central Asia Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Gender Inclusive Workplace
9. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Community Partnership Engagement
10. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Utilization of Digital Technology
11. PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Protection of Women's Rights
12. PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Pandemic Response Programs
13. PT Asuransi Jasa Asia, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Female Leadership
14. PT Asuransi Allianz Life Indonesia, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Gender Inclusive Workplace
15. PT Asuransi Allianz Life Indonesia, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Community Partnership Engagement
16. PT Asuransi Jasa Asia, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Utilization of Digital Technology
17. PT Prudential Life Insurance, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Protection of Women's Rights
18. PT AIA Insurance Indonesia, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Pandemic Response Programs
19. PT Lippo Fama Kencana, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Female Leadership
20. PT Citigroup Indonesia, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Gender Inclusive Workplace
21. PT Mandiri Berani Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Community Partnership Engagement
22. PT Garuda Technology and Innovation, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Utilization of Digital Technology
23. PT Mawar Hijau (The Body Shop Indonesia), Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Protection of Women's Rights
24. PT Mawar Ratu Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Pandemic Response Programs
25. PT Tokopedia, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Female Leadership
26. PT Lend Lease Indonesia, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Gender Inclusive Workplace
27. PT Bukalapak.com Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Community Partnership Engagement
28. PT Shopee International Indonesia, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Utilization of Digital Technology
29. PT Global Digital Naga, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Protection of Women's Rights
30. PT Fashion Service Indonesia, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Pandemic Response Programs
31. Hela.com, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Female Leadership
32. PT Visiwan International, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Gender Inclusive Workplace
33. PT Solusi Transporasi Indonesia, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Community Partnership Engagement
34. PT Kencana Nostalgia, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Utilization of Digital Technology
35. PT Kencana Karya Anak Bangsa, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Protection of Women's Rights
36. PT Media Cakra Nusantara, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Pandemic Response Programs
37. PT Unilever Indonesia Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Female Leadership
38. PT Procter & Gamble Home Products Indonesia, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Gender Inclusive Workplace
39. PT Mayora Indah Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Community Partnership Engagement
40. PT Uluwatu MA Industry Fast Moving Consumer Goods Industry Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Utilization of Digital Technology
41. PT Sals Muncul, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Protection of Women's Rights
42. PT Indohut CIP Sukau Makmur, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Pandemic Response Programs
43. PT Prada Widyadharma Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Female Leadership
44. PT Medika Hestia Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Gender Inclusive Workplace
45. PT Darma Kaya Laboratoria Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Community Partnership Engagement
46. PT March Indonesia Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Utilization of Digital Technology
47. PT Kaba Fama Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Protection of Women's Rights
48. PT Mitra Keluarga Karyasari Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Pandemic Response Programs
49. PT Persemba Perkasa, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Female Leadership
50. PT Fast Food Indonesia, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Gender Inclusive Workplace
51. PT Astra Agro Lestari Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Community Partnership Engagement
52. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Utilization of Digital Technology
53. PT Aneka Hardware Indonesia Tbk, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Pandemic Response Programs
54. PT Dasa Indonesia Tbk (Dasa), Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Female Leadership
55. Sada Perkasa (Sada) dan Makara, Best Women Empowerment Initiative with Outstanding Female Leadership

Judul	Kami Memanfaatkan Momentum Kesadaran Masyarakat
Nama Media	Tempo.co
Newstrend	Kinerja Asuransi
Halaman/URL	https://koran.tempo.co/read/ekonomi-dan-bisnis/470279/bagaimana-axa-mandiri-memanfaatkan-kebutuhan-nasabah-asuransi-di-tengah-pandemi-covid-19?
Tanggal Berita	13/12/2021
Sentimen	Netral

EKONOMI DAN BISNIS

Kami Memanfaatkan Momentum Kesadaran Masyarakat

Presiden Direktur PT AXA Mandiri Financial Services, Handojo Gunawan, mengatakan kebutuhan nasabah asuransi selalu berkembang. Perusahaan menjalankan transformasi digital untuk menjaga loyalitas nasabah.
EDISI, 13 DESEMBER 2021

 VINDRY FLORENTIN



Presiden Direktur AXA Mandiri Handojo Gunawan. Dok AXA Mandiri

- Pandemi Covid-19 menciptakan kesadaran masyarakat terhadap proteksi diri.
- AXA Mandiri memanfaatkan data dan analisis.
- Bancassurance menjadi penyumbang pendapatan premi terbesar bagi AXA Mandiri.

Kebutuhan nasabah [asuransi](#) yang selalu berkembang, kompetisi, serta kedatangan pandemi Covid-19 mendorong PT AXA Mandiri Financial Services berubah. Perusahaan patungan antara PT [Bank Mandiri](#) (Persero) Tbk dan National Mutual International Pty Limited (AXA Group) itu menjalankan transformasi digital untuk menjaga loyalitas nasabah.

BERITA TERKAIT

Langkah Awal Urut Dana Pandemi

Rawan Pangan Akibat Pandemi

Perlindungan bagi Rumah Tangga Rentan

Judul	Menanti Aturan Unitlink
Nama Media	Kontan
Newstrend	Regulasi Unit Link
Halaman/URL	10
Tanggal Berita	13/12/2021
Sentimen	Netral

Konter

Menanti Aturan Unitlink

JAKARTA. Unitlink dan produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi (Paydi) masih menjadi produk yang mengundang aduan masyarakat. Oleh karenanya, pengaturan terkait regulasi produk ini dirasa kian diperlukan.

Sebelumnya, Direktur Pengawasan Asuransi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Supriyono pernah mengatakan, regulasi baru unitlink dalam bentuk surat edaran OJK direncanakan terbit pada Oktober 2021. Namun, sampai saat ini tanda-tanda surat edaran tersebut belum terlihat.

Juru bicara OJK, Sekar Putih Djarot menjelaskan, upaya melanjutkan regulasi agar permasalahan pemasaran dapat berkurang. "Khususnya ketidak pahaman nasabah atas Paydi dapat iminimalisir dan perusahaan asuransi dapat meningkatkan tata kelola dan manajemen risiko dengan lebih baik," ujar Sekar kepada KONTAN, Minggu (12/12).

Regulasi yang sedang diolah saat ini meliputi spesifikasi produk, persyaratan perusahaan agar dapat menjual Paydi, praktik pemasaran, dan pengelolaan investasi.

Adrianus Octaviano

Judul	DPR Kritik Anggaran Rencana Kerja OJK 2022, Ubah atau Tolak?
Nama Media	Bisnis.com
Newstrend	Regulasi OJK
Halaman/URL	https://ekonomi.bisnis.com/read/20211211/9/1476457/dpr-kritik-anggaran-rencana-kerja-ojk-2022-ubah-atau-tolak
Tanggal Berita	11/12/2021
Sentimen	Netral

Home • Ekonomi & bisnis • Ekonomi

DPR Kritik Anggaran Rencana Kerja OJK 2022, Ubah atau Tolak?

Anggota Komisi XI DPR RI Masinton Pasaribu kritik rencana kerja OJK 2022 lantaran tidak mencerminkan tugas pokok dan fungsinya sesuai mandat UU No 21 Tahun 2011 tentang OJK.

Jaffry Prabhu Prasasti • Bisnis.com
11 Desember 2021 | 11:19 WIB



Anggota Komisi XI DPR Masinton Pasaribu (tengah) berjalan menuju gedung KPR, Jakarta, Selasa (10/12/2021). - ALT74/434/Agung Rajasa

Bisnis.com, JAKARTA – Anggota Komisi XI DPR RI Masinton Pasaribu melayangkan kritik terkait postur rencana kerja anggaran Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2022.

Menurutnya, rencana kerja OJK 2022 tidak mencerminkan tugas pokok dan fungsinya sesuai mandat UU No 21 Tahun 2011 tentang OJK. Berdasarkan pasal 4 tentang tujuan pembentukan OJK, lembaga ini dibentuk dengan tujuan keseluruhan kegiatan di dalam sektor jasa keuangan terselenggara secara teratur, adil, transparan, dan akuntabel.

"Namun, penyusunan Rencana kerja anggaran OJK tahun 2022 justru mengabaikan tujuan, fungsi, tugas dan kewenangan karena anggaran lebih banyak untuk pembangunan gedung," katanya, Sabtu (11/12/2021).

Baca Juga : Ketua OJK: Kebijakan Industri Keuangan Hasilkan 2.319 Startup di Indonesia

Selain itu, tambah Masinton, mampu mewujudkan sistem keuangan yang tumbuh secara berkelanjutan dan stabil. Lalu melindungi kepentingan Konsumen dan masyarakat.

Masinton menjelaskan bahwa hal itu tercermin dalam penyusunan postur anggaran OJK tahun 2022 dengan total Rp6,3 triliun yang dibagi dalam 4 kegiatan. Sebagai rincian, kegiatan operasional Rp496 miliar, kegiatan administratif Rp5,2 triliun, kegiatan pengadaan aset Rp538 miliar, dan Kegiatan pendukung lainnya Rp80 milyar.

Pada hal dalam UU, kegiatan operasional merupakan kegiatan penyelenggaraan pelaksanaan fungsi, tugas dan wewenang OJK, antara lain pengaturan, pengawasan, penegakan hukum, edukasi dan perlindungan konsumen.

Sedangkan kegiatan administratif meliputi kegiatan perkantoran, remunerasi, pendidikan dan pelatihan, pengembangan organisasi dan sumber daya manusia.

Anggaran yang jomplang ini, papar Masinton, berimplikasi pada lemahnya tugas dan fungsi OJK melakukan pengawasan, penegakan hukum, edukasi dan perlindungan konsumen atau masyarakat.

"Saya mencatat bahwa anggaran besar OJK sejumlah Rp5,8 triliun yang dikelola oleh Ketua dan Wakil Ketua OJK lebih memprioritaskan pembangunan gedung OJK ketimbang memprioritaskan tugas, fungsi dan kewenangan OJK melindungi dan membela masyarakat sesuai mandat UU No 21 tahun 2011 tentang OJK," jelasnya.

Dengan lemahnya tugas dan fungsi OJK, Komisi XI DPR sebagai mitra kerja OJK dan membidangi keuangan mengkhawatirkan terjadi ledakan gelombang besar keresahan masyarakat Indonesia.

Misalnya tentang maraknya produk-produk jasa keuangan baik resmi maupun ilegal yang memberikan iming-iming keuntungan dan kemudahan. Padahal, produk tersebut tidak layak dipasarkan dan luput dari pengawasan OJK.

Ini sudah terjadi seperti kasus perasuransian, unit link, investasi bodong, pinjaman online legal, dan ilegal. Ada kasus gagal bayar Jwasraya, Asabri, AXA, AIA, Prudential, Wana Artha, Kresna life, Bumiputera, hingga Bumi Asih Jaya.

"Jika postur penganggaran OJK untuk tahun 2022 tidak diperbaiki, sebagai bentuk pertanggung jawaban moral-politik kepada rakyat selayaknya Komisi XI DPR menolak pengesahan anggaran OJK tahun 2022," tegas Masinton.