

Rabu, 15 December 2021

FM-CC-AAJI-006-00

Judul	Premi Asuransi Jiwa Tumbuh, Unit Link Masih Diminati Konsumen
Nama Media	Liputan6.com
Newstrend	Pertumbuhan Asuransi Unit Link
Halaman/URL	https://www.liputan6.com/bisnis/read/4751454/premi-asuransi-jiwa-tumbuh-unit-link-masih-diminati-konsumen
Tanggal Berita	2021-12-14
Sentimen	Positif

Premi Asuransi Jiwa Tumbuh, Unit Link Masih Diminati Konsumen



Ilustrasi Asuransi (Stockphoto)

Liputan6.com, Jakarta - Sepanjang tahun 2020 hingga 2021, industri asuransi jiwa di Indonesia mengalami peningkatan karena masyarakat membutuhkan perlindungan lebih dari pandemi Covid-19. Tingkat kepercayaan masyarakat dibuktikan oleh pertumbuhan premi asuransi sebesar 37,8 persen pada kuartal III 2021, lebih tinggi dibandingkan periode yang sama di tahun lalu.

Data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) per semester II 2021 menunjukkan kontribusi pendapatan premi sebesar 62,5 persen dari produk unit-link industri asuransi jiwa, atau mencapai Rp 93,3 triliun, tumbuh 9 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu.

BACA JUGA:

[Pahami Fungsi Produk Unit Link Asuransi, Biar Tak Salah Investasi](#)

Data-data AAJI ini menunjukkan tingkat kepercayaan masyarakat akan produk unit link yang memadukan proteksi dan investasi. Produk asuransi unit link yang mengombinasikan manfaat proteksi dan investasi menawarkan kemudahan kepada masyarakat untuk tidak perlu memiliki dua produk keuangan. Dengan memiliki produk asuransi unit link, kebutuhan investasi masyarakat terpenuhi dari satu produk keuangan saja.

"Dengan keistimewaannya ini, tak heran banyak konsumen yang tertarik membeli produk unit link dibandingkan produk asuransi tradisional yang hanya fokus menjual proteksi," dikutip dari keterangan tertulis, Selasa (14/12/2021).

Sebagai catatan, dalam 10 tahun terakhir, produk unit link telah tumbuh 10 ribu persen, sementara asuransi tradisional hanya tumbuh 380 persen.

Meskipun begitu, ada kontroversi yang merebak terkait produk unit-link. Untuk dapat lebih memahami persepsi masyarakat akan unit link, YouGov, lembaga survei asal Inggris, pada bulan Juli 2021 mengadakan jajak pendapat terhadap 2000 responden di seluruh Indonesia. Survei yang diadakan secara daring ini menunjukkan 89 persen responden pemilik asuransi unit link memiliki sentimen positif atau netral pada produk ini.

YouGov lebih jauh menjelaskan, bahkan untuk nasabah yang sudah menutup polis, persepsi terhadap produk unit link masih cukup baik, dengan 14 persen sangat positif, 24 persen cukup positif, dan 41 persen netral. Hanya 21 persen dari responden yang sudah menutup polis memiliki sentimen negatif, terindikasi karena nilai investasi yang tidak sesuai harapan.

Dalam mengawal produk unit link sekaligus upaya menjaga pertumbuhan industri asuransi, AAJI dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terus bekerja sama membuat kerangka peraturan untuk menjamin perlindungan terhadap nasabah dan meningkatkan pelayanan asuransi. Dalam merumuskan regulasi, tiga pilar utama; perusahaan asuransi, tenaga pemasar, dan nasabah, selalu menjadi fokus utama.

Judul	89 Persen Pemilik Polis Unit Link Memiliki Sentimen Positif atau Netral Terhadap Produk Asuransi UL
Nama Media	suaramerdeka.com
Newstrend	Pertumbuhan Asuransi Unit Link
Halaman/URL	https://www.suaramerdeka.com/ekonomi/pr-042157078/89-persen-pemilik-polis-unit-link-memiliki-sentimen-positif-atau-netral-terhadap-produk-asuransi-ul
Tanggal Berita	2021-12-14
Sentimen	Positif

89 Persen Pemilik Polis Unit Link Memiliki Sentimen Positif atau Netral Terhadap Produk Asuransi UL

Irawan Aryanto - Selasa, 14 Desember 2021 | 23:55 WIB



asuransi. (foto ilustrasi: pikiran rakyat)



JAKARTA, suaramerdeka.com - Sepanjang 2020 hingga 2021, industri asuransi jiwa di Indonesia mengalami peningkatan karena masyarakat membutuhkan perlindungan lebih dari pandemi Covid-19.

Tingkat kepercayaan masyarakat dibuktikan oleh pertumbuhan premi sebesar 38,7 persen pada kuartal III/2021, lebih tinggi dibandingkan periode yang sama di tahun lalu. Data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) per semester III/2021 menunjukkan kontribusi pendapatan premi sebesar 62,5 persen dari produk unit-link industri asuransi jiwa, atau mencapai Rp 93,3 triliun, tumbuh sembilan persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu.

Data-data AAJI ini menunjukkan tingkat kepercayaan masyarakat akan produk unit link yang memadukan proteksi dan investasi.

Baca Juga: [BLT Dana Desa di Jateng Sudah Tersalur 76,49 Persen, Begini Penyalurannya](#)



Ketua Dewan AAJI Budi Tumpubolon mengatakan, produk asuransi unit link yang mengkombinasikan manfaat proteksi dan investasi menawarkan kemudahan kepada masyarakat untuk tidak perlu memiliki dua produk keuangan.

Dengan memiliki produk asuransi unit link, kebutuhan investasi masyarakat terpenuhi dari satu produk keuangan saja.



Dengan keistimewaan ini, tak heran banyak konsumen yang tertarik membeli produk unit link dibandingkan produk asuransi tradisional yang hanya fokus menjual proteksi.

Baca Juga: [Dolar Dekati Level Tertinggi 1 Minggu Jelang Pertemuan Federal Reserve yang Hawkish](#)

Sebagai catatan, dalam 10 tahun terakhir, produk unit link telah tumbuh 10.000 persen, sementara asuransi tradisional hanya tumbuh 380 persen.

Meskipun begitu, ada kontroversi yang merebak terkait produk unit-link.

Judul	Premi Asuransi Jiwa Meningkat, Unit Link Masih Diminati Konsumen
Nama Media	Merdeka.com
Newstrend	Pertumbuhan Asuransi Unit Link
Halaman/URL	https://www.merdeka.com/uang/premi-asuransi-jiwa-meningkat-unit-link-masih-diminati-konsumen.html
Tanggal Berita	2021-12-14
Sentimen	Positif

Premi Asuransi Jiwa Meningkat, Unit Link Masih Diminati Konsumen

Selasa, 14 Desember 2021 18:31
Reporter : [Merdeka](#)



asuransi. ©2020 Merdeka.com/ asuransi

Merdeka.com - Pertumbuhan premi asuransi pada kuartal III-2021 tumbuh 37,8 persen, lebih tinggi dibandingkan periode yang sama di tahun lalu. Ini menandakan kebutuhan masyarakat akan perlindungan lebih dari pandemi Covid-19 juga meningkat.

Data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) per semester II 2021 menunjukkan kontribusi pendapatan premi sebesar 62,5 persen dari produk unit-link industri asuransi jiwa, atau mencapai Rp 93,3 triliun, tumbuh 9 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu.

Data-data AAJI ini menunjukkan tingkat kepercayaan masyarakat akan produk unit link yang memadukan proteksi dan investasi. Produk asuransi unit link yang mengombinasikan manfaat proteksi dan investasi menawarkan kemudahan kepada masyarakat untuk tidak perlu memiliki dua produk keuangan. Dengan memiliki produk asuransi unit link, kebutuhan investasi masyarakat terpenuhi dari satu produk keuangan saja.

"Dengan keistimewaannya ini, tak heran banyak konsumen yang tertarik membeli produk unit link dibandingkan produk asuransi tradisional yang hanya fokus menjual proteksi," dikutip dari keterangan tertulis, Selasa (14/12).

Sebagai catatan, dalam 10 tahun terakhir, produk unit link telah tumbuh 10 ribu persen, sementara asuransi tradisional hanya tumbuh 380 persen.

Meskipun begitu, ada kontroversi yang merebak terkait produk unit-link. Untuk dapat lebih memahami persepsi masyarakat akan unit link, YouGov, lembaga survei asal Inggris, pada bulan Juli 2021 mengadakan jajak pendapat terhadap 2000 responden di seluruh Indonesia Survei yang diadakan secara daring ini menunjukkan 89 persen responden pemilik asuransi unit link memiliki sentimen positif atau netral pada produk ini.

YouGov lebih jauh menjelaskan, bahkan untuk nasabah yang sudah menutup polis, persepsi terhadap produk unit link masih cukup baik, dengan 14 persen sangat positif, 24 persen cukup positif, dan 41 persen netral. Hanya 21 persen dari responden yang sudah menutup polis memiliki sentimen negatif, terindikasi karena nilai investasi yang tidak sesuai harapan.

Dalam mengawal produk unit link sekaligus upaya menjaga pertumbuhan industri asuransi, AAJI dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terus bekerja sama membuat kerangka peraturan untuk menjamin perlindungan terhadap nasabah dan meningkatkan pelayanan asuransi. Dalam merumuskan regulasi, tiga pilar utama; perusahaan asuransi, tenaga pemasar, dan nasabah, selalu menjadi fokus utama.

Judul	Berita Foto - Never Stop
Nama Media	Jakarta Post
Newstrend	Peresmian Gymnastic Center
Halaman/URL	4
Tanggal Berita	2021-12-15
Sentimen	Netral



Judul	PENGAMAT: KONTROVERSI PRODUK UNIT LINK KARENA KURANGNYA LITERASI KEUANGAN
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Pertumbuhan Asuransi Unit Link
Halaman/URL	23
Tanggal Berita	2021-12-15
Sentimen	Netral

Pengamat: Kontroversi Produk *Unit Link* Karena Kurangnya Literasi Keuangan

JAKARTA – Maraknya produk asuransi *unit link* yang diterpa kontroversi negatif dinilai disebabkan oleh rendahnya literasi keuangan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, perusahaan asuransi termasuk regulator perlu lebih gencar melakukan edukasi publik.

"Dengan edukasi yang dilakukan mengenai literasi keuangan diharapkan masyarakat dapat lebih paham akan produk-produk keuangan dan asuransi yang ditawarkan di luar sana," jelas pengamat asuransi Kapler Marpaung dalam keterangan tertulis, Selasa (14/12).

Menurut Kapler, kecakapan tenaga pemasar di masa lalu juga turut menjadi faktor maraknya isu negatif

soal *unit link*. Untuk itu, diperlukan evaluasi menyeluruh atas kurikulum pendidikan tenaga pemasar asuransi agar ke depan semakin menjadi tenaga profesional andal dan profesional.

"Saat ini kecakapan tenaga pemasar memang sudah lebih baik. Begitu juga kesadaran masyarakat akan pentingnya membeli produk asuransi melalui tenaga pemasar yang bertanggung jawab," jelas dosen Magister Manajemen (MM) Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Gadjah Mada ini.

Lebih lanjut Kapler mengatakan, upaya edukasi perusahaan-perusahaan asuransi juga turut diapresiasi. Dengan menggandeng ahli finansial dan edukasi yang dilakukan di media sosial dinilai ampuh menarik perha-

tian masyarakat.

Edukasi kepada masyarakat, tambah Kapler, juga dinilai merupakan pekerjaan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang harus terus digalakan. Apalagi OJK memiliki bidang khusus edukasi dan perlindungan konsumen. "Diharapkan masyarakat dapat lebih paham produk-produk keuangan dan asuransi," ujar dia.

Menanggapi hal tersebut, Presiden Direktur AXA Mandiri Handojo G Kusuma mengatakan, pihaknya menyadari pemahaman masyarakat terhadap industri asuransi masih menjadi tantangan tersendiri. Oleh karena itu pihaknya memiliki tanggung jawab untuk terus menerus melaksanakan kegiatan literasi.

"Setiap insan asuransi memiliki tanggung jawab untuk melakukan literasi asuransi, yang bertujuan meningkatkan kesadaran serta pemahaman akan pentingnya manfaat asuransi dapat tersampaikan dengan baik. Dengan semakin tinggi tingkat literasi asuransi, maka banyak masyarakat yang akan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan," ujar dia.

Chief Marketing and Communications Officer Prudential Indonesia Luskito Hambali menambahkan, Prudential Indonesia juga aktif mempublikasikan informasi tentang literasi asuransi, bahkan menggerakkan tenaga pemasaran untuk melakukan hal yang sama. "Prudential Indonesia sepenuhnya percaya pada peran tenaga pemasar sebagai

garda terdepan perusahaan dalam mengedukasi masyarakat tentang asuransi. Oleh karena itu, kami fokus mengembangkan profesionalisme dan kapabilitas para tenaga pemasar kami," ujar dia.

Sedangkan Direktur Hukum, Kepatuhan, dan Risiko AIA Financial Rista Qatrini Manurung mengatakan, terkait penjualan *unit link* di AIA, pihaknya mewajibkan tenaga pemasar menawarkan produk sesuai kebutuhan nasabah (*needs based selling*) melalui NeedsLab, platform penjualan yang dirancang untuk memastikan seluruh proses penjualan tenaga pemasar sesuai ketentuan. "Penjualan *unit link* di AIA juga memiliki banyak kontrol untuk memas-

tikan nasabah memahami polis yang dibeli diantaranya melalui *pre* dan *post closing* penjualan," kata Rista.

Sementara itu, Lembaga survei asal Inggris, YouGov dalam survei asal 2.000 responden di seluruh Indonesia menunjukkan, 89% responden pemilik asuransi *unit link* memiliki sentimen positif atau netral pada produk ini. Bahkan, untuk nasabah yang sudah menutup polis, persepsi terhadap produk *unit link* masih cukup baik dengan 14% sangat positif, 24% cukup positif, dan 41% netral. Hanya 21% dari responden yang sudah menutup polis memiliki sentimen negatif, terindikasi karena nilai investasi yang tidak sesuai harapan. (ris)

Judul	2022, Avram Menargetkan Raih Dana Kelolaan Rp 7,1 Triliun
Nama Media	Republika.co.id
Newstrend	Dana Kelola Avram
Halaman/URL	https://www.republika.co.id/berita/r446w4349/2022-avram-menargetkan-raih-dana-kelolaan-rp-71-triliun
Tanggal Berita	2021-12-14
Sentimen	Netral

Home > Ekonomi > Ekonomi

2022, Avram Menargetkan Raih Dana Kelolaan Rp 7,1 Triliun

Selasa 14 Dec 2021 23:52 WIB

Red: Ichtan Ervaid Alamyah



Avrist Asset Management (Avram) merupakan perusahaan Manager Investasi yang mengelola produk investasi reksa dana. Avram merupakan anak perusahaan dari PT. Avrist Assurance yang bergerak di bidang asuransi selama lebih dari 40 tahun. Foto: istimewa

Hingga akhir 2020 Avram memiliki dana kelolaan lebih dari 6,1 triliun

REPUBLIKA.CO.ID, JAKARTA -- Sebagai generasi di kehidupan modern, kaum milenial kerap disebut sebagai generasi yang cukup boros. Studi Pew Research Center menunjukkan bahwa sebanyak 49 persen kaum milenial sendiri bahkan mengatakan bahwa mereka "boros", dan sebanyak 43 persen mengatakan mereka "rakus".

republika.co.id_desktop_300x250

Namun sesungguhnya mengelola keuangan tidak melulu sulit untuk dilakukan, hal tersebut justru bisa dimulai dari hal-hal kecil dalam kehidupan sehari-hari, misalnya menabung. Dari menabung, keuangan bisa ditingkatkan lagi dengan berinvestasi.

Salah satu jenis investasi yang dianggap aman dan cocok untuk generasi milenial, terutama para pemula, ialah reksa dana. Berbeda dengan investasi lainnya, reksa dana memiliki kemampuan untuk mendiversifikasi investasi.

Dengan diversifikasi investasi ini, risiko kehilangan uang dalam satu investasi menjadi lebih rendah. Dana yang diberikan akan diinvestasikan dalam beberapa jenis instrumen, mulai dari obligasi, pasar uang, ataupun saham.

Di samping itu, reksa dana dikelola oleh para ahli yang dikenal sebagai Fund Manager dalam Perusahaan Manajer Investasi. Avrist Asset Management (Avram) merupakan perusahaan Manajer Investasi yang mengelola produk investasi reksa dana. Avram merupakan anak perusahaan dari PT. Avrist Assurance yang bergerak di bidang asuransi selama lebih dari 40 tahun.

Dalam menawarkan solusi investasi, Avram memiliki berbagai jenis produk reksa dana, mulai dari Reksa Dana Pasar Uang, Reksa Dana Pendapatan Tetap, Reksa Dana Saham, Reksa Dana Indeks, Reksa Dana Campuran dan juga Reksa Dana Terproteksi.

Banyaknya ragam produk investasi reksa dana Avram dapat menjadi pilihan untuk menyediakan solusi investasi masyarakat Indonesia, termasuk investor pemula dari generasi milenial. Produk reksa dana Avram sendiri dapat dibeli mulai dari 10 ribu rupiah.

Selain itu, terdapat 3 pilihan produk pada Reksa Dana Pendapatan Tetap dari Avram yang membagikan dividen secara rutin, yaitu Avrist Prime Income Fund, Avrist Sukuk Income Fund, dan Avrist Ada Obligasi Berlian.

Sebagai contoh, produk Avrist Prime Income Fund telah membagikan total dividen dan memiliki kinerja historis sebesar 7,74 persen (periode 1 Januari - 30 November 2021). Untuk reksa dana saham Avrist Equity Growth fund memiliki kinerja historis sebesar 12,53 persen (periode 1 Desember 2020 - 30 November 2021) dan Avrist IDX30 yang mengacu pada 30 saham yang memiliki likuiditas tinggi, kapitalisasi pasar yang besar serta didukung oleh fundamental perusahaan yang baik.

Judul	Astra Life Ajak Memahami Perencanaan Keuangan dan Asuransi Lewat Workshop
Nama Media	Liputan6.com
Newstrend	Kinerja Positif Astra Life
Halaman/URL	https://www.liputan6.com/on-off/read/4756133/astra-life-ajak-memahami-perencanaan-keuangan-dan-asuransi-lewat-workshop
Tanggal Berita	2021-12-14
Sentimen	Netral

Astra Life Ajak Memahami Perencanaan Keuangan dan Asuransi Lewat Workshop



Liputan6.com, Jakarta Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan OJK pada 2019, indeks literasi keuangan di Indonesia mencapai 38,03 persen dan indeks inklusi keuangan 76,19 persen.

Walaupun demikian, angka tersebut masih tergolong rendah. Di sisi lain, kesadaran mengenai keamanan finansial juga masih belum sepenuhnya dimiliki oleh masyarakat, misalnya dalam bentuk proteksi asuransi jiwa.

BACA JUGA: Pahami Fungsi Produk Unit Link Asuransi, Biar Tak Salah Investasi

Data OJK pada Juli 2020 menunjukkan bahwa jumlah penduduk Indonesia yang memiliki polis asuransi jiwa hanya sejumlah 17,4 juta orang atau berkisar 16 orang per satu polis.

Sebagai bentuk ketanggapan akan kondisi tersebut, PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life) menggelar media workshop yang bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar terkait perencanaan keuangan dan asuransi jiwa.

Workshop dengan tema Financial Planning & Life Insurance 101 - Kickstart Your Financial in 2022 ini digelar pada Selasa, 14 Desember 2021.

"Dalam workshop ini karena kami melihat jurnalistik memiliki dampak yang luas, tidak hanya sebagai corong informasi, namun juga sebagai agen untuk mengedukasi masyarakat," jelas Presiden Direktur Astra Life Windawati Tjahjadi.

Dia berharap materi yang disampaikan dalam workshop dapat menjadi referensi sekaligus ruang diskusi untuk mengolah lebih banyak lagi konten-konten informasi finansial yang bermanfaat demi peningkatan literasi keuangan masyarakat Indonesia.

Workshop ini menghadirkan dua pemateri, yaitu Arief Lesmana - CFP QWP, Sales Development & Event Management Astra Life yang memberikan pemaparan seputar perencanaan keuangan.

Sementara pemateri kedua, Cindy F. Santoso - FLM, AWM, CFP, QWP Learning & Development Astra Life menjelaskan mengenai pentingnya kepemilikan polis asuransi yang disertai dengan pemahaman yang baik, serta analisa kebutuhan yang tepat sebelum membeli polis asuransi agar pengalaman berasuransi bisa berjalan secara optimal.



2 dari 2 halaman

Kinerja Astra Life



Pada acara ini, Windawati Tjahjadi juga memberikan pemaparan singkat seputar kinerja positif Astra Life hingga kuartal III 2021 yang mencapai 58 persen. Pencapaian ini di atas rata-rata industri yang bertumbuh sebesar 38,7 persen.

"Semoga melalui penyelenggaraan workshop ini, rekan-rekan jurnalis dapat berkontribusi secara aktif untuk mengajak masyarakat agar semakin bijak dalam pengelolaan finansial serta memiliki kesadaran akan manfaat proteksi finansial melalui produk asuransi jiwa," tutup Windawati Tjahjadi.

Judul	Jiwasraya Mulai Alihkan Poliske IFG Life
Nama Media	Republika
Newstrend	Penyelesaian Jiwasraya
Halaman/URL	9
Tanggal Berita	2021-12-15
Sentimen	Netral

Jiwasraya Mulai Alihkan Polis ke IFG Life

Pengalihan polis ke IFG Life dilakukan dengan mengedepankan prinsip kehati-hatian.

■ MUHAMMAD NURSYAMSI,
NOVITA INTAN

JAKARTA — Manajemen PT Asuransi Jiwasraya (Persero) mulai melakukan pengalihan polis hasil program restrukturisasi ke PT Asuransi Jiwa IFG atau IFG Life. Proses pengalihan polis tersebut dimulai seiring dengan telah diterbitkannya izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) selaku regulator.

"Proses pengalihan dimulai per hari ini (kemarin—Red), setelah akhir pekan lalu izin pengalihan telah kami peroleh," kata Direktur Utama Jiwasraya Angger P Yuwono di Jakarta, Selasa (14/12).

Angger berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung program restrukturisasi Jiwasraya, mulai dari pemegang saham, regulator, hingga pihak-pihak terkait sehingga pengalihan polis yang menjadi fase akhir rangkaian program restrukturisasi dapat terlaksana.

Angger juga mengapresiasi

seluruh pemegang polis Jiwasraya, baik yang mengikuti program restrukturisasi maupun yang tidak. Ia menilai, program restrukturisasi dapat berjalan karena adanya pengertian dan pemahaman dari seluruh pihak.

"Dengan kerendahan hati dan niat yang tulus, secara khusus kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pemegang polis Jiwasraya yang telah bersabar menanti proses ini," ujar Angger.

Dalam pelaksanaan program restrukturisasi yang merupakan upaya penyelamatan manfaat polis Jiwasraya, Angger mengatakan, pemerintah selaku pemegang saham Jiwasraya telah menyiapkan dana senilai Rp 20 triliun yang diberikan kepada PT Bahana Pembinaan Usaha Indonesia (Persero) atau Indonesia Financial Group (IFG).

Angger mengatakan, dana tersebut nantinya akan disalurkan IFG kepada anak usahanya, yakni IFG Life yang akan meneruskan pemberian manfaat polis eks-Jiwasraya.

Direktur Kepatuhan & SDM Jiwasraya R Mahelan Prabantarko mengatakan, pengalihan polis ke IFG Life dilakukan dengan mengedepankan prinsip kehati-hatian dan mengikuti peraturan yang berlaku. Ia menyampaikan, manajemen Jiwasraya masih memberikan kesempatan bagi para pemegang polis yang belum memberikan respons atas penawaran program restrukturisasi untuk bisa menghubungi kantor Jiwasraya terdekat jika berkeinginan mengikuti program tersebut.

"Kami masih membuka kesempatan kepada para pemegang polis yang belum menjawab atas penawaran program restrukturisasi, meski sebelumnya kami telah menyampaikan sedikitnya tiga imbauan serta ajakan melalui surat resmi, saluran komunikasi, surat kabar, hingga pemberitahuan berkala ke nomor-nomor bersangkutan," kata Mahelan.

Pgs Corporate Secretary IFG Life Fadian Dwiantara mengatakan, tim internal IFG Life melakukan koordinasi agar saat proses transfer dilakukan dapat berjalan sesuai dengan rencana. Sehingga IFG Life dapat melaksanakan kewajibannya, yakni

membayar klaim para nasabah dan melanjutkan manfaat-manfaat dari polis yang nantinya dipindahkan ke IFG Life.

IFG Life mengumumkan proses transfer polis kepada para nasabah eks-Jiwasraya melalui berbagai platform komunikasi agar para nasabah dapat mengetahui status dari polis mereka. Adapun proses transfer polis ini pun secara paralel, saat ini, masih dalam proses perizinan dari pihak yang berwenang.

Proses transfer polis ke IFG Life merupakan tahap akhir proses penyelamatan polis Jiwasraya. Adapun proses penyelamatan sebagai bentuk perhatian pemerintah melalui Tim Percepatan Restrukturisasi Jiwasraya tersebut dilakukan karena Jiwasraya tidak mampu memenuhi kewajiban kepada pemegang polis akibat tekanan likuiditas yang berdampak pada gagal bayar.

Dari hasil pemeriksaan per 26 Oktober 2021 atas seluruh parameter, terdapat sebanyak 1.499 polis korporasi yang sudah memenuhi kriteria dan lengkap. Sedangkan, polis *bancassurance* ada sebanyak 15.175 polis dan sebanyak 155.606 polis ritel yang sudah memenuhi kriteria dan lengkap. ■ **ed:** citra listya rini

Judul	Astra Life Fokus Kembangkan Unit Syariah pada 2022
Nama Media	Republika.co.id
Newstrend	Kinerja Positif Astra Life
Halaman/URL	https://www.republika.co.id/berita/r43re4370/astra-life-fokus-kembangkan-unit-syariah-pada-2022
Tanggal Berita	2021-12-14
Sentimen	Netral

Astra Life Fokus Kembangkan Unit Syariah pada 2022

Selasa 14 Dec 2021 12:19 WIB
 Foto: Retno Wulandhara / Retno Prita Yolandha



Logo Astra Life

Foto: www.pgr.id

Astra akan masuk ke unit syariah dengan masuk ke segmen individu yang sifatnya ritel.

REPUBLIKA.CO.ID, JAKARTA -- Astra Life akan fokus mengembangkan unit bisnis syariah pada 2022. Hadir sejak akhir 2018 lalu, Head of Marketing, Branding & Digital **Astra Life** Windy Riswanto mengatakan pertumbuhan unit bisnis syariah Astra Life saat ini masih terbilang kecil.

republika.co.id/deskrip_300x250

Produk perdana yang diluncurkan oleh unit bisnis **Astra Life Syariah** berupa **asuransi jiwa** pembiayaan yaitu ACC Credit Protection Syariah. Produk asuransi ini diluncurkan melalui sinergi dengan PT Astra Sedayu Finance (ACC).

Baca Juga

Piala AFF: Shin Sebut Ada Masalah di Timnas Indonesia Jelang Lawan Vietnam	Pelaku Perjalanan Internasional Perlu Karantina, Tanpa Pengecualian	BEM Universitas BSI Galang Dana bagi Korban Bencana Alam Semeru
--	---	---

Windy mengakui pintu masuk Astra Life Syariah sejauh ini masih melalui asuransi kredit yaitu berupa produk *bundling*. Pada tahun depan, Astra Life akan fokus mengembangkan unit bisnis syariah dengan masuk ke **segmen individu** yang sifatnya ritel.

"Kita akan launching produk syariah yang bisa dibeli langsung oleh nasabah," kata Windy kepada *Republika.co.id*, Selasa (14/12).

Windy menyampaikan beberapa produk syariah yang akan diluncurkan pada tahun depan antara lain berupa asuransi jiwa, unit link serta jenis lainnya yang laku dipasaran. Windy berharap, produk-produk baru tersebut nantinya dapat menyumbang pertumbuhan di unit bisnis syariah.

Untuk menggenjot pertumbuhan unit bisnis syariah ini, Windy mengatakan, Astra Life akan menggenjot penjualan langsung dari kanal digital. Sebelumnya, Astra Life lebih banyak melakukan penjualan melalui kanal bancassurance serta kolaborasi dengan ACC.

Sementara itu, Direktur Astra Life Sri Agung Handayani mengatakan Astra Life optimistis dapat mencetak pertumbuhan di atas rata-rata **industri asuransi** hingga akhir tahun 2021. Per September 2021, Gross Written Premium/GWP Astra Life telah tumbuh sebesar 58 persen menjadi Rp 4 triliun dengan total tertanggung mencapai 3,4 juta.

"Ekspektasi akhir tahun tentunya ingin lebih baik kalau bisa growth di atas rata-rata industri," kata Sri.

Dari sisi total aset, Astra Life mengalami pertumbuhan 22 persen menjadi Rp 6,9 triliun. Presiden Direktur Astra Life, Windawati Tjahjedi, mengatakan pencapaian ini hasil upaya perusahaan dalam memperkuat pondasi serta inovasi-inovasi digital.

Hingga kuartal III 2021, Astra Life telah membayarkan klaim sebesar total Rp 517 miliar (tidak termasuk manfaat penutupan polis). Menurut Windawati, angka ini juga terdampak dari peningkatan jumlah kasus Covid-19 yang tinggi di pertengahan tahun ini.

Untuk klaim terkait Covid-19 Astra Life telah menyalurkannya sebesar Rp 133 miliar hingga 30 September 2021. "Pastinya kami terus berupaya memberikan yang terbaik sebagai bentuk tanggung jawab dan komitmen Astra Life untuk selalu hadir memberikan perlindungan bagi nasabah," ujar Windawati.

Judul	Digital Savvy, Milenial Punya Peran Besar Pulihkan Ekonomi
Nama Media	Jawapos.com
Newstrend	Peran Milenial dalam Ekonomi
Halaman/URL	https://lombokpost.jawapos.com/ekonomi-bisnis/14/12/2021/digital-savvy-milenial-punya-peran-besar-pulihkan-ekonomi/
Tanggal Berita	2021-12-14
Sentimen	Netral

Digital Savvy, Milenial Punya Peran Besar Pulihkan Ekonomi

Editor: Redaksi 14 Desember 2021



ILUSTRASI Milenial makin banyak yang berkecimpung di bisnis fintech. (jstimevia)

Kelompok milenial diyakini punya peranan penting dalam upaya pemulihan ekonomi nasional (PEN). Potensi ini terlihat dari jumlah populasi kelompok tersebut di Indonesia sekaligus kemampuan milenial dalam pemanfaatan teknologi.

Direktur Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemkominfo) Usman Kansong menilai generasi milenial menjadi kunci performa bangsa Indonesia pada masa depan dalam menghadapi persaingan global. Kelompok ini pun berperan mendorong pertumbuhan produktivitas yang berdampak pada penguatan perekonomian Indonesia.

Asuransi Mobil Terhemat Bandingkan Brand & Harga Premi				DISKON 25	
	AS 1000	Premi bulanan Rp 217.000/bulan Rp 182.000/bulan	15.0	Premi bulanan Rp 41.000/bulan Rp 36.750/bulan	
	AS 1000	Premi bulanan Rp 210.000/bulan Rp 187.000/bulan	15.0	Premi bulanan Rp 40.000/bulan Rp 37.500/bulan	
	AS 1000	Premi bulanan Rp 274.000/bulan Rp 198.500/bulan	15.0	Premi bulanan Rp 49.000/bulan Rp 39.500/bulan	
	AS 1000	Premi bulanan Rp 233.000/bulan Rp 174.750/bulan	15.0	Premi bulanan Rp 38.500/bulan Rp 35.875/bulan	
Cuma di lifepal				Cari brand Asuransi lain & Dapatkan Promo	
				CEK SEKARANG JUGA	

Dalam kesempatan sama, Presiden Komisaris BRI Life Muhammad Syafri Rozi menyampaikan generasi tersebut memiliki sifat kreatif dan inovatif yang didukung oleh kemampuan melek digital atau *digital savvy*. Poin inilah yang membuat milenial dapat menjadi penggerak dalam pemulihan ekonomi nasional.

BERITA YANG DISARANKAN



Alasan Menyeramkan Dibalik Pisahnya Meriam Bellina-Hotman Paris
Limeight Media



Anda Bisa Menjadi Lebih Tinggi bahkan pada Usia 40! Tanpa Operasi
Mataram



Veneer Ini 300 Kali Lebih Baik dari Gigi Palsu!
Snap On Smile



Kerutan akan Lenyap Sendirinya dalam 4 Hari! Pakai Serum Ini
Necell

"Jadi, harapan kita milenial menopang UMKM *go digital* dalam migrasi operasional ke *hybrid offline to online*, menopang isu konektivitas, infrastruktur, privasi data, dan keamanan siber. Milenial juga dapat menciptakan lapangan kerja berbasis ekonomi kreatif yang memiliki daya saing baik secara nasional dan global," jelas Syafri Rozi dalam webinar bertajuk 'Sosialisasi Peran Milenial dalam Mempercepat Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN)', akhir pekan lalu.

Sementara itu, Chief of ProductDANA Indonesia Rangga Wiseno mengatakan bahwa kemampuan milenial dalam memanfaatkan teknologi dapat menjadi jembatan dari tiap generasi. "Mereka juga mempunyai rasa keingintahuan tinggi dan mempunyai pencapaian ketika bereksperimen, juga akhirnya mengajarkan orang lain untuk beradaptasi ke digital," tuturnya.

Badan Pengurus Pusat PERHUMAS Bidang Riset dan Kompetensi Fardila Astari menambahkan, milenial memiliki kemampuan beradaptasi yang efektif sehingga dapat bekerja secara cepat dan pintar. Mereka juga menyukai hal-hal yang simpel dan transaksi finansial nontunai.

"Milenial juga cenderung tidak mementingkan kepemilikan, yang terpenting adalah mengakses segalanya. Mereka juga senang *travel*," paparnya.

Terakhir, Business Development for Millennials Allianz Life Indonesia Ratna Juwita Hasibuan mengungkapkan, di perusahaannya populasi milenial sudah mencapai 64 persen. Menurutnya, ini menjadi peluang sebagai motor pemulihan ekonomi. (jpg)

Judul	YouGov: Konsumen Masih Percaya Keunggulan Produk Unitlink
Nama Media	Rctiplus.com
Newstrend	Pertumbuhan Asuransi Unit Link
Halaman/URL	https://www.rctiplus.com/news/detail/nasional/1803644/yougov-konsumen-masih-percaya-keunggulan-produk-unitlink
Tanggal Berita	2021-12-14
Sentimen	Positif

YouGov: Konsumen Masih Percaya Keunggulan Produk Unitlink

Nasional | rm.id | Published at Selasa, 14 Desember 2021 - 19:27



Sepanjang 2020 hingga 2021, industri asuransi jiwa di Indonesia mengalami peningkatan karena masyarakat membutuhkan perlindungan lebih dari pandemi Covid-19. Tingkat kepercayaan masyarakat dibuktikan oleh pertumbuhan premi sebesar 37,8 persen pada kuartal III-2021, lebih tinggi dibandingkan periode yang sama di tahun lalu.

Data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) per semester II-2021 menunjukkan, kontribusi pendapatan premi sebesar 62,5 persen dari produk *unitlink* industri asuransi jiwa, atau mencapai Rp 93,3 triliun. Angka ini tumbuh 9 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu.

Data-data AAJI ini menunjukkan tingkat kepercayaan masyarakat akan produk unitlink, yang memadukan proteksi dan investasi. Ketua Dewan AAJI Budi Tampubolon mengatakan, produk asuransi unitlink yang mengkombinasikan manfaat proteksi dan investasi menawarkan kemudahan kepada masyarakat untuk tidak perlu memiliki dua produk keuangan. Dengan memiliki produk asuransi unitlink, kebutuhan investasi masyarakat terpenuhi dari satu produk keuangan saja.

Dengan keistimewaannya ini, tak heran banyak konsumen yang tertarik membeli produk unitlink dibandingkan produk asuransi tradisional yang hanya fokus menjual proteksi. Sebagai catatan, dalam 10 tahun terakhir, produk unitlink telah tumbuh 10.000 persen, sementara asuransi tradisional hanya tumbuh 380 persen.

Meskipun begitu, ada kontroversi yang merebak terkait produk unitlink. Untuk dapat lebih memahami persepsi masyarakat akan unit link, YouGov, lembaga survei asal Inggris, pada Juli 2021 mengadakan jajak pendapat terhadap 2.000 responden di seluruh Indonesia. Survei yang diadakan secara daring ini menunjukkan 89 persen responden pemilik asuransi unitlink memiliki sentimen positif atau netral pada produk ini.

Judul	YouGov: Konsumen Masih Percaya Keunggulan Produk Unitlink
Nama Media	rm.id
Newstrend	Pertumbuhan Asuransi Unit Link
Halaman/URL	https://rm.id/baca-berita/ekonomi-bisnis/104305/yougov-konsumen-masih-percaya-keunggulan-produk-unitlink
Tanggal Berita	2021-12-14
Sentimen	Positif

YouGov: Konsumen Masih Percaya Keunggulan Produk Unitlink

Ekonomi Bisnis



Asuransi unitlink/ilustrasi (Foto: Istimewa)



RM.id Rakyat Merdeka - Sepanjang 2020 hingga 2021, industri asuransi jiwa di Indonesia mengalami peningkatan karena masyarakat membutuhkan perlindungan lebih dari pandemi Covid-19. Tingkat kepercayaan masyarakat dibuktikan oleh pertumbuhan premi sebesar 37,8 persen pada kuartal III-2021, lebih tinggi dibandingkan periode yang sama di tahun lalu.

Data Asosiasi **Asuransi** Jiwa Indonesia (**AAJI**) per semester II-2021 menunjukkan, kontribusi pendapatan premi sebesar 62,5 persen dari produk *unitlink* industri asuransi jiwa, atau mencapai Rp 93,3 triliun. Angka ini tumbuh 9 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu.

Data-data AAJI ini menunjukkan tingkat kepercayaan masyarakat akan produk unitlink, yang memadukan proteksi dan investasi. Ketua Dewan AAJI Budi Tampubolon mengatakan, produk asuransi unitlink yang mengkombinasikan manfaat proteksi dan investasi menawarkan kemudahan kepada masyarakat untuk tidak perlu memiliki dua produk keuangan. Dengan memiliki produk asuransi unitlink, kebutuhan investasi masyarakat terpenuhi dari satu produk keuangan saja.

Judul	Premi Asuransi Jiwa Kembali Tumbuh
Nama Media	Radar Bogor
Newstrend	Pertumbuhan Asuransi Jiwa
Halaman/URL	2
Tanggal Berita	2021-12-15
Sentimen	Positif

Premi Asuransi Jiwa Kembali Tumbuh

JAKARTA-Industri asuransi jiwa di Indonesia mengalami peningkatan pendapatan premi sepanjang kuartal III 2021. Data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) mencatat pendapatan premi sepanjang sembilan bulan pertama 2021 sebesar Rp171,36 triliun, tumbuh 37,8 persen dibanding periode yang sama tahun lalu sebesar Rp123,56 triliun.

Hal yang sama, AAJI juga mencatat kontribusi pendapatan premi sebesar 62,5 persen dari produk unit-link industri asuransi jiwa, atau mencapai Rp 93,3 triliun, tumbuh 9% dibandingkan periode yang sama tahun lalu.

Ketua Dewan AAJI Budi Tampungbolon mengatakan, produk asuransi unit link yang mengombinasikan manfaat proteksi dan investasi menawarkan kemudahan kepada masyarakat untuk tidak perlu memiliki dua produk keuangan. Dengan memiliki produk asuransi unit link, kebutuhan investasi masyarakat terpenuhi dari satu produk keuangan saja.

Dalam mengawal produk unit link sekaligus upaya menjaga pertumbuhan industri asuransi, AAJI dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terus bekerja sama membuat kerangka peraturan untuk menjamin perlindungan terhadap nasabah dan meningkatkan pelayanan asuransi. Dalam merumuskan regulasi, tiga pilar utama; perusahaan asuransi, tenaga pemasar, dan nasabah, selalu menjadi fokus utama.

Dari sisi pemasaran Unit Link, Rista Qatrini Manurung, Direktur Hukum, Kepatuhan dan Risiko AIA mengatakan, di AIA, mereka mewajibkan tenaga pemasar untuk memasarkan produk sesuai kebutuhan nasabah (needs based selling) melalui NeedsLab, platform penjualan yang telah mereka rancang untuk memastikan seluruh proses penjualan tenaga pemasar kami sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Rista menambahkan bahwa penjualan unit link memiliki banyak kontrol untuk memastikan bahwa nasabah memahami polis yang dibeli diantaranya melalui pre dan post closing penjualan, seperti adanya ilustrasi, rekaman penjualan (khusus penjualan yang dilakukan secara daring). (jp)

Judul	OVO Siapkan Perlindungan Diri Dari Penyakit Menular Hingga Kecelakaan
Nama Media	rm.id
Newstrend	Asuransi Jiwa OVO
Halaman/URL	https://rm.id/baca-berita/nasional/104353/ovo-siapkan-perlindungan-diri-dari-penyakit-menular-hingga-kecelakaan
Tanggal Berita	2021-12-14
Sentimen	Netral

OVO Siapkan Perlindungan Diri Dari Penyakit Menular Hingga Kecelakaan

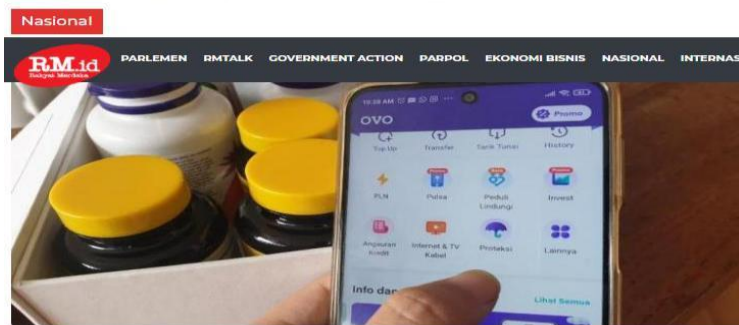


Foto: Ist.



RM.id Rakyat Merdeka - Penyakit menular mengancam setiap orang. Karena itu, masyarakat dinilai perlu memiliki proteksi diri dari ancaman tersebut. Tak kalah penting adalah perlindungan diri dari bahaya kecelakaan.

Head of Corporate Communications **OVO** Harumi Supit menyebut, penyakit menular masih menjadi ancaman bagi masyarakat Indonesia. Untuk itu pihaknya menyiapkan proteksi bagi masyarakat.

OVO sebagai platform pembayaran digital, rewards dan layanan keuangan ini melalui OVO Proteksi mengembangkan layanan perlindungan kesehatan.

Berita Terkait : [Rebutan Perhatian, AS Dan Rusia Kirim Peningginya Ke Indonesia](#)

Tidak hanya untuk mencegah penyakit menular tapi juga melindungi dari bahaya kecelakaan. "Ini sebagai bentuk edukasi pentingnya proteksi penyakit menular dan kecelakaan," ujar Harumi.

OVO memperkenalkan PRUTect Care Infectious Diseases & PRUTect Care Accident produk asuransi jiwa kumpulan Syariah berbasis digital terjangkau, yang disediakan oleh Prudential Indonesia melalui pialang asuransi berlisensi penuh, PT Salvus Inti.



Produk ini diharapkan menjawab kebutuhan masyarakat akan perlindungan dari ancaman tak terduga risiko penyakit menular dan kecelakaan.

Berita Terkait : [Luhut: Tunggu Januari](#)

"Memahami kondisi masyarakat Indonesia, OVO berupaya untuk berkontribusi mendukung pemerintah. Terutama kemudahan pada akses perlindungan dengan cara yang aman dan lebih terjangkau," tuturnya.

Dengan membayar kontribusi mulai dari Rp 10 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. Mereka sudah terlindungi dengan ancaman tak terduga dari risiko penyakit menular dan kecelakaan.

Proses klaim ini dapat dilakukan dengan mudah melalui Pulse by Prudential, aplikasi kesehatan dan kebugaran dari Prudential Indonesia. Semuanya telah didukung teknologi *artificial intelligence* atau Kecerdasan Buatan.