

FM-CC-AAJI-006-00

Judul	Hari Asuransi: Ini 6 Sorotan Nasabah soal Unit-Link, Mau Mengadu ke Jokowi
Nama Media	Bisnis.com
Newstrend	Aduan Korban Nasabah Unitlink
Halaman/URL	https://finansial.bisnis.com/read/20211018/215/1455664/hari-asuransi-ini-6-sorotan-nasabah-soal-unit-link-mau-mengadu-ke-jokowi
Tanggal Berita	2021-10-18
Sentimen	Netral

Hari Asuransi: Ini 6 Sorotan Nasabah soal Unit-Link, Mau Mengadu ke Jokowi

desaknya ada di praktik-praktik pemasaran yang sengaja mengarah kepada ini-seling, yang akan penanya akan langsung melalui surat langsung kepada Yessadi di John Widodo.



Grant Linked = yellow.

Bisnis.com, JAKARTA - Menyambut Hari Asuransi atau Insurance Day pada 10 Oktober, perkumpulan korban produk asuransi yang dikelola dengan investasi (PAYDI) atau **umil** bertajuk Komunitas Korban Asuransi justru mengungkap kekecewaan terhadap industri

Baca Juga : [AAJI dan OJK Intens Pantau Perkembangan Produk Unit-Link](#)

Koordinator Komandib Korban Asuransi Maria Triharini mengungkapkan setidaknya ada 8 praktik-praktik pemaksaan yang sengaja mengarah kepada *mis-selling*, yang akan pihaknya adukan langsung melalui surat terbuka kepada Presiden RI Joko Widodo.

"Mohon sekali agar bapak Presiden tahu semua fakta sesungguhnya yang terjadi di lapangan ini semua kenyataan yang terjadi di seluruh pelosok negeri, yang membuat ratusan orang disopatkan untuk membeli produk asuransi untuklik," ujarnya mengungkap petikan surat terbuka tersebut kepada *Dinas*, Senin (10/10/2021).



Mewakil lebih dari 200 orang anggota yang tergabung dalam Komunitas Korban Asuransi di seluruh Indonesia, Maria mencatat bahwa masalah yang kerap muncul dan perlu disorot, yaitu persawangan dengan ilustrasi yang 'baik-baik' saja.

"[Portama] ketika menawarkan produk asuransi yang dicampur dengan investasi, fakta di lapangan perusahaan melalui agennya menjual, menawarkan, dan mempromosikan nasabah dengan menggunakan ilustrasi. Di mana asuransi investasi selalu untung dari 5 sampai 16 persen, tidak ada asuransi nol atau minus, padahal ilustrasi sendiri tidak bermaksud dalam polis," ujarnya.



Kedua, biaya *asuransi* dan restikonya karena kerap agen menawarkan tanpa menjelaskan semua biaya. Mulai dari biaya akuisisi, biaya asuransi, biaya cetak polis, biaya administrasi, biaya manager investasi, biaya *switching*, biaya cuti premi, biaya tarik tunai, sampai akhirnya biaya penutupan polis.

"Karena pada tahun pertama yang promi nabatah 100 persen diambil untuk biaya akusasi, dan sebagainya menjadi baik pernafasan, maka pada tahun pertama dan kedua nabatah masih terlihat sangat banyak pernafasan untuk membayangi biaya yang lain. Para nabatah kedua nabatah terbesar dari uang tersebut. Dari sini kita sudah melihat bahwa uang nabatah hanya sedikit, bagaimana mau berkembang?" jelas Maria.

Kafiq, berkaitan sistem penjualan, di mana agen yang direkrut oleh perusahaan asuransi dengan di sertifikasi oleh Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) dinilai punya banyak cacat

¹⁰"Kami tahu ada keagenan dengan sistem *Multi Level Marketing* (MLM) ini sangat sangat menguntungkan, apalagi dengan komisi 30 persen pada tahun pertama. Hal inilah yang membuat agen-agen asuransi hanya berlomba-lomba mencari nasabah. Agen yang bagus diben penghargaan, agen yang tidak menghasilkan disandang, agen yang tidak perlu tidak ada yang di pedana" *unkepepye*.

Keempat, Komunitas Korban Asuransi menilai perolehan suara saat agen atau tenaga pemasaran asuransi secara sistematisnya mengabdikan fungsi utamanya sebagai produsen asuransi, namun justru mereka adalah korban.

Kelima, soal bancassurance, di mana penjualan asuransi **unilink** lewat bank ibarat "memerintak gajah diduduki kumbang binalung" seperti dikutip para pakar.

* Masyarakat datang ke bank untuk menabung, tetapi dibelokkan kepada produk asuransi yang ditawarkan bank-bank. Tabungan atau investasi yang bunganya lebih dari tabungan bank itu sendiri, lagi-lagi dengan disorokkan asuransi. Kenapa bank ikut menjajah usahanya? Ini dalam produk asuransi link-link? Jelas, Maria

Terakhir, namanya produk unitlink dan risiko yang terlalu besar untuk ditanggung sendiri oleh pemegang polis. Apalagi ketika mereka tidak tahu ke mana investasinya mengalir.

"Produk asuransi tidak layak dan tidak boleh diperjualbelikan oleh dan kepada masyarakat yang awam, harus masyarakat yang sudah paham. Tetapi, dengan semua resikoanya, jika orang sudah paham asuransi untillink, maka dia tidak akan membenci. Produk ini sangat menyempatkan bagi masyarakat Indonesia yang literasi tentang asuransi baru 13 persen," tuturnya.

Oleh sebab itu, Maria dan rekan-rekan komunitas berharap negara mampu mengembalikan marwah asuransi untuk memproteksi masyarakat Indonesia, lewat menghapuskan produk asuransi dari kantong-kantong kekuasaan.

Penelitian, fakta yang terjadi justru masyarakat menengah yang kesulitan "punya tabungan" yang jadi sasaran, mulai dari pedagang makanan, dosen, polisi, sampai tenaga kerja swasta (TKW) di luar negeri, di mana tak jarang harus menandatangani surat penambungkaman ketika ingin keluar dari penjara anti-link

Judul	Keluhan Wanda Hamidah soal asuransi anak terselesaikan
Nama Media	Antaraneews.com
Newstrend	Keluhan Wanda Hamidah Terhadap Asuransi Prudential Indonesia
Halaman/URL	https://www.antaraneews.com/berita/2465437/keluhan-wanda-hamidah-soal-asuransi-anak-terselesaikan
Tanggal Berita	2021-10-18
Sentimen	Netral

Keluhan Wanda Hamidah soal asuransi anak terselesaikan

© Senin, 18 Oktober 2021 09:42 WIB



Wanda Hamidah, ANTARA/Instagram/@wanda_hamidah

Jakarta (ANTARA) - Keluhan selebritas Wanda Hamidah kepada perusahaan asuransi PT Prudential Assurance Indonesia (Prudential) telah terselesaikan.

Beberapa hari sebelumnya Wanda Hamidah mengungkapkan kekecewaannya terhadap Prudential, akibat besaran klaim untuk keperluan operasi anaknya tidak sesuai dengan ekspektasinya.

Lewat akun Instagramnya, pemain film "Imperfect" itu menyampaikan rasa syukurnya atas terselesainya kasus tersebut.

Pengajuan rencana penjaminan rawat inap dari polis atas nama anaknya, telah disetujui oleh Prudential.

"Alhamdulillah.... Allah Maha Besar, Allah Maha Baik, Allah Maha Melindungi... Bismillah..." demikian unggahan Instastory akun @wanda_hamidah, yang juga menampilkan tangkapan layar potongan pesan dari pihak perusahaan asuransi pada Sabtu (16/10).

Baca juga: Wanda Hamidah ditawari jadi Duta BNN

Satu jam berselang, Wanda kembali mengunggah pernyataan pribadinya. "Kenapa bisa diterima setelah mendengar keterangan nasabah secara langsung dan melihat rekam medik? Nah ini pentingnya kan mendengar (mendengarkan, red) dan menyelidiki jika terjadi dispute... Ya sudah enggak usah sotoy menganalisa lagi karena kalian juga gak tau kan isi polis saya, kronologis (ini sudah saya jelasin sih), rekam medik dan keterangan yang diberikan dari dokter anak saya... :)" ujar Wanda dalam Instastory.

Wanda mengaku telah bertemu dengan perwakilan manajemen Prudential Indonesia untuk menyampaikan dokumen pendukung yang pada akhirnya menjadi titik terang atas keluhanannya.

Sementara itu, Luskito Hambali, Chief Marketing and Communications Officer Prudential Indonesia mengatakan keputusan sebelumnya dari manajemen yang sempat membuat Wanda merasa kecewa, sejatinya sebuah keputusan yang telah sesuai dengan dokumen pendukung yang Prudential terima dari nasabah pada saat itu.

"Menegenai keluhan yang telah disampaikan oleh salah satu nasabah kami melalui media sosial pada tanggal 10 Oktober 2021, perlu kami sampaikan bahwa keputusan yang kami buat sebelumnya telah sesuai dengan dokumen pendukung yang kami terima dari nasabah pada saat itu," kata Luskito Hambali.

Lantas Wanda Hamida memberikan dokumen pendukung baru guna mendapatkan keputusan yang sesuai.

"Kami telah mendapatkan dokumen pendukung baru yang penting, sehingga keputusan yang kami buat disesuaikan dengan informasi tersebut. Kami telah menyampaikan hal ini kepada nasabah tersebut, dan beliau telah menerima dengan baik," kata Luskito.

Prudential Indonesia, imbuh Luskito, berkomitmen untuk memenuhi hak nasabah sesuai dengan polis, dan selalu bertindak sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku dalam menangani keluhan setiap nasabah, serta menjaga kerahasiaan data dan informasi mereka.

"Sesuai credo perusahaan kami, Listening, Understanding, Delivering, kami juga akan terus mendengarkan masukan yang diberikan oleh para nasabah, dan terus berupaya memahami kebutuhan mereka sehingga kami dapat mewujudkan aspirasi kami dalam membantu masyarakat Indonesia hidup lebih sehat dan sejahtera," kata dia.

Dalam kesempatan tersebut, mewakili industri secara keseluruhan, pihaknya mengimbau masyarakat dan nasabah untuk mempelajari dengan baik semua ketentuan dan manfaat yang terdapat pada polis, serta memahami hak dan kewajiban sebagai pemegang polis asuransi jiwa.

Luskito juga mengajak para nasabah untuk menghubungi Customer Care Centre di kantor Prudential Indonesia, atau menghubungi customer line Prudential Indonesia jika masih membutuhkan penjelasan terkait produk.

"Kami juga mengimbau kepada seluruh nasabah kami untuk mempelajari dengan baik semua ketentuan dan manfaat yang terdapat pada polis, serta memahami hak dan kewajiban sebagai pemegang polis asuransi jiwa. Bagi nasabah yang membutuhkan informasi lebih lanjut mengenai manfaat pada polis, bisa mendapatkan penjelasan melalui Customer Care Centre di kantor Prudential Indonesia, menghubungi customer line Prudential Indonesia 1500085 atau melalui email customer.idn@prudential.co.id," kata Luskito.

Judul	Komplain Wanda Hamidah soal Asuransi Anaknya Mencapai Titik Terang, Seperti Apa?
Nama Media	Liputan6.com
Newstrend	Keluhan Wanda Hamidah Terhadap Asuransi Prudential Indonesia
Halaman/URL	https://www.liputan6.com/showbiz/read/4687390/komplain-wanda-hamidah-soal-asuransi-anaknya-mencapai-titik-terang-seperti-apa
Tanggal Berita	2021-10-18
Sentimen	Netral

Home > Showbiz > 5020095

Komplain Wanda Hamidah soal Asuransi Anaknya Mencapai Titik Terang, Seperti Apa?

Wagdy Darmas
18 Okt 2021 | 14:29 WIB | 17

Facebook Twitter YouTube Email Print 49



Flash: Inger anakan Wanda Hamidah soal dan asuransi kesehatan anaknya pada 10 Oktober 2021? Berikut perkembangan terkini. (Foto Instagram @wanda_hamidah)

Liputan6.com, Jakarta Wanda Hamidah ngomong perkara asuransi setelah salah satu putranya cedera lutut dan tim dokter merekomendasikan operasi dengan biaya sekitar 80 juta rupiah. Apes, pihak asuransi kata itu hanya menyediakan plafon 10 jutaan.

"Anyway operasi anak saya diperkakan memakan biaya kurang lebih 50-60 jt. Anda tau berapa yg mau dicover (pihak asuransi -sekitar 10 juta saja asuransi-sekitar 10 juta itu apa yg dicover ga perlu asuransi deh hu hu hu. Gue ngerasa di-scam? Ditipu abis-abisan", cuitnya.

Keluhan soal **asuransi kesehatan** yang dicuit pada 10 Oktober 2021 ini mencapai titik terang. Sabtu (16/10/2021), Wanda Hamidah mengungkapkan lewat media sosial bahwa pengajuannya rencana penggantian rasio tetap dan polis atas nama anaknya, telah diterima.

Untuk mengetahui kebenaran informasi yang beredar, silakan WhatsApp ke nomor **0811 9787 670** hanya dengan ketik kata kunci yang ditanyakan.

Wanda Hamidah Ngomong Merasa Ditipu Pihak Asuransi

0:00 0:00

2 dari 5 halaman

Mendengar Keterangan



Flash: Hamidah. (Foto Instagram @wanda_hamidah)

"Aldhursyallah. Allah Maha Besar. Allah Maha Dek. Allah Maha Mendukung. Diamillah," tulis sang aktris di Instagram Stories, 16 Oktober 2021, sambil menampilkan tangkapan layar dari perusahaan asuransi.

Sementara itu, Wanda Hamidah menulis, "Kenapa bisa difitnah sedikit mendongar keterangan padahal secara langsung dan melalui email sudah? Nanti ini postingan kan mendongar (mendongengkan, rasi) dan menyebarkan jika terjadi dispute".

Judul	Keluhan Wanda Hamidah Capai Titik Terang
Nama Media	Investor.id
Newstrend	Keluhan Wanda Hamidah Terhadap Asuransi Prudential Indonesia
Halaman/URL	https://investor.id/finance/267388/keluhan-wanda-hamidah-capai-titik-terang
Tanggal Berita	2021-10-17
Sentimen	Netral



Aktis dan publik figur Wanda Hamidah. Sumber: @gwendahamidah

Keluhan Wanda Hamidah Capai Titik Terang

Minggu 17 Oktober 2021 10:32 WIB
Fajar Widhiyanto

JAKARTA, Investor.id – Keluhan aktris yang juga publik figur Wanda Hamidah kepada perusahaan asuransi PT Prudential Assurance Indonesia (Prudential) telah terselesaikan. Beberapa hari sebelumnya Wanda Hamidah mengungkapkan kekecewaannya terhadap Prudential, akibat besaran klaim untuk keperluan operasi anaknya yang cidera tersebut tidak sesuai dengan ekspektasinya.

Terselesainya keluhan nasabah pada perusahaan asuransi pemberi penjamin tersebut bisa dilihat dari unggahan Wanda Hamidah dalam akun Instagramnya kemarin, Sabtu (16 Oktober 2021). Dalam akun media sosialnya tersebut, ia menyatakan rasa syukur, bahwa pengajuan rencana penjaminan rawat inap dari polis atas nama anaknya, telah disetujui oleh Prudential.

"Alhamdulillah... Allah Maha Besar, Allah Maha Baik, Allah Maha Melindungi... Bismillah..." demikian unggahan Instastory akun @gwendahamidah, yang juga menampilkan screen shoot potongan pesan dari pihak perusahaan asuransi.

Satu jam berselang, Wanda kembali mengunggah pernyataan pribadinya. "Kenapa bisa diterima setelah mendengar keterangan nasabah secara langsung dan melihat rekam medik? Nah ini pentingnya kan mendengar dan menyelidiki jika terjadi *dispute*. Ya sudah *engga* usah *sotoy* menganalisa lagi karena kalian juga gak tau kan isi polis saya, kronologis (ini sudah saya jelasin sih), rekam medik dan keterangan yang diberikan dari dokter anak saya...". ujar Wanda dalam Instastory akun Instagramnya, Sabtu, (16/10/2021).

Kedua pihak sendiri diberitakan telah menjalin komunikasi agar Wanda bisa melengkapi dokumen yang dibutuhkan pihak asuransi. Dalam pemberitaan di sejumlah media, Wanda juga mengaku telah bertemu dengan perwakilan manajemen Prudential Indonesia untuk menyampaikan dokumen pendukung yang pada akhirnya menjadi titik terang atas keluhannya.

Sementara itu, Luskito Hambali, *Chief Marketing and Communications Officer* Prudential Indonesia kepada media mengatakan, keputusan sebelumnya dari manajemen yang sempat membuat Wanda merasa kecewa, sejatinya sebuah keputusan yang telah sesuai dengan dokumen pendukung yang Prudential terima dari nasabah pada saat itu.

"Mengetahui keluhan yang telah disampaikan oleh salah satu nasabah kami melalui media sosial pada tanggal 10 Oktober 2021, perlu kami sampaikan bahwa keputusan yang kami buat sebelumnya telah sesuai dengan dokumen pendukung yang kami terima dari nasabah pada saat itu. Kami telah memberikan penjelasan secara langsung kepada nasabah tersebut mengenai manfaat dan polis yang beliau miliki, dan kemudian nasabah memberikan dokumen pendukung baru guna mendapatkan keputusan yang sesuai. Hal ini merupakan wujud dari upaya kami untuk memenuhi kebutuhan para nasabah," kata Luskito Hambali dalam pernyataan tertulisnya, Minggu (17/10).

"Dapat kami sampaikan juga bahwa kami telah mendapatkan dokumen pendukung baru yang penting, sehingga keputusan yang kami buat disesuaikan dengan informasi tersebut. Kami telah menyampaikan hal ini kepada nasabah tersebut, dan beliau telah menerima dengan baik," terang Luskito.

Dikatakan Luskito, Prudential Indonesia berkomitmen untuk selalu mematuhi prinsip Tata Kelola Perusahaan dalam menjalankan bisnis secara adil dan transparan dengan semua pemangku kepentingan perusahaan.

Prudential Indonesia, imbuh Luskito, berkomitmen untuk memenuhi hak nasabah sesuai dengan polis, dan selalu bertindak sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku dalam menangani keluhan setiap nasabah, serta menjaga kerahasiaan data dan informasi mereka.

"Sesuai credo perusahaan kami, *Listening, Understanding, Delivering*, kami juga akan terus mendengarkan masukan yang diberikan oleh para nasabah, dan terus berupaya memahami kebutuhan mereka sehingga kami dapat mewujudkan aspirasi kami dalam membantu masyarakat Indonesia hidup lebih sehat dan sejahtera," imbuhnya.

Dalam kesempatan tersebut, mewakili industri secara keseluruhan, pihaknya mengimbau masyarakat dan nasabah untuk mempelajari dengan baik semua ketentuan dan manfaat yang terdapat pada polis, serta memahami hak dan kewajiban sebagai pemegang polis asuransi jiwa.

Luskito juga mengajak para nasabah untuk menghubungi Customer Care Centre di kantor Prudential Indonesia, atau menghubungi customer line Prudential Indonesia jika masih membutuhkan penjelasan terkait produk.

"Kami juga mengimbau kepada seluruh nasabah kami untuk mempelajari dengan baik semua ketentuan dan manfaat yang terdapat pada polis, serta memahami hak dan kewajiban sebagai pemegang polis asuransi jiwa. Bagi nasabah yang membutuhkan informasi lebih lanjut mengenai manfaat pada polis, bisa mendapatkan penjelasan melalui Customer Care Centre di kantor Prudential Indonesia, menghubungi customer line Prudential Indonesia 1500065 atau melalui email customer.idn@prudential.co.id," tutup Luskito.

Judul	Kinerja Unitlink Saham Dan Campuran Positif
Nama Media	Kontan
Newstrend	Kinerja Produk Unitlink di Pasar Saham
Halaman/URL	10
Tanggal Berita	2021-10-18
Sentimen	Netral

■ KINERJA UNITLINK

Kinerja Unitlink Saham dan Campuran Positif

JAKARTA. Membaiknya pasar saham di bulan September 2021 turut mendorong kinerja unitlink, termasuk instrumen saham dan campuran. Hal ini sejalan dengan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) sepanjang bulan September yang naik 2,22%.

Menilik catatan Infovesta, indeks unitlink saham tumbuh 0,9% *month on month* (mom) dan indeks unitlink campuran

tumbuh 0,63% mom. Sementara unitlink pendapatan tetap masih terkoreksi 0,38% mom.

Sebaliknya, jika melihat secara *year to date* (ytd), unitlink pendapatan tetap masih menjadi satu-satunya yang tumbuh positif sebesar 0,71% ytd. Sedangkan, unitlink saham dan unitlink campuran masing-masing terkoreksi sebesar 1,27% dan 0,59% ytd.

Pengamat Pasar Modal PT

Infovesta Kapital Advisor, Praska Putranyo menyatakan, pencapaian positif untuk unitlink saham dan campuran, ditopang oleh penguatan harga komoditas energi di tengah kelangkaan suplai.

"Pencegahan kasus harian

Ada penurunan premi unitlink akibat ada yang melakukan penarikan.

Covid-19 di Tanah Air yang semakin membaik juga memicu optimisme perbaikan ekonomi lebih cepat di kuartal IV 2021 ini," ujar Praska.

Direktur Keuangan BNI Life, Eben Eser Nainggolan

mengatakan, produk unitlink yang memberikan imbal hasil yang lebih baik adalah unitlink pendapatan tetap. Ini jika dibandingkan jenis unitlink yang lain.

Volatilitas pasar obligasi tidak seperti pasar saham sehingga masih memberikan imbal hasil lebih baik. "Begitu juga jika dibanding dengan unitlink money market," ujar Eben. Ia mengakui ada penurunan pendapatan premi unitlink sebesar 21,3% yoy. Sampai September 2021, pendapatan premi BNI Life sebesar Rp 1,14 triliun.

Tak hanya itu, jumlah pemegang polis di BNI Life per September 2021 menurun sekitar 3,4% yoy menjadi sekitar 115.000. Eben menyatakan, penurunan tersebut lantaran nasabah melakukan tutup polis sebelum waktunya atau *surrender*.

Sedikit berbeda, BRI Life masih mengalami pertumbuhan pemegang polis produk unitlink. Jumlah pemegang polis unitlink per September 2021 sebanyak 637.000. Tumbuh lebih dari 30% yoy.

"Total polis yang lapse dan surrender sekitar 25 ribu polis," ujar Iwan Pasila, Direktur Utama BRI Life. Pendapatan premi BRI Life hingga September juga tumbuh 30% yoy menjadi Rp 1,7 triliun.

Adrianus Octaviano

Benchmark Unitlink

Per 30 September 2021

Jenis Indeks	1 Bulan	year to date
Unitlink Pendapatan Tetap	-0,38%	0,71%
Unitlink Saham	0,90%	-1,27%
Unitlink Campuran	0,63%	-0,59%
Indeks Obligasi Korporasi	0,42%	4,01%
Indeks Obligasi Negara	0,09%	3,30%
Indeks Harga Saham Gabungan	2,22%	5,15%

Sumber: Infovesta

Judul	Kesadaran Asuransi Meningkat saat Pandemi, Pahami Prinsip Dasar Asuransi Ini
Nama Media	Mnctrijaya.com
Newstrend	Kegiatan Literasi Asuransi
Halaman/URL	https://mnctrijaya.com/news/detail/47121/kesadaran-asuransi-meningkat-saat-pandemi-pahami-prinsip-dasar-asuransi-ini
Tanggal Berita	2021-10-18
Sentimen	Netral

Kesadaran Asuransi Meningkat saat Pandemi, Pahami Prinsip Dasar Asuransi Ini

ANP • Monday, 18 Oct 2021 - 19:11 WIB

JAKARTA - Pandemi Covid-19 harus diakui telah memberikan dampak luar biasa bagi masyarakat. Di satu sisi, upaya pembatasan aktivitas publik lewat penerapan kebijakan PSBB dan berikutnya PPKM Darurat sebagai bentuk upaya membatasi penyebaran virus Covid-19, tak ayal membuat seret roda perekonomian publik.

Namun di pihak lain, ada sisi positif yang tumbuh pada cara pandang masyarakat terhadap asuransi, khususnya asuransi jiwa dan kesehatan. Seperti diketahui, tingkat kesadaran masyarakat Indonesia untuk berasuransi masih sangat rendah. Namun dengan merebaknya pandemi, khususnya ketika terjadi serangan gelombang kedua Covid-19 medio Juli 2021 lalu yang menyebabkan ribuan korban jiwa melayang, telah memaksa masyarakat kembali mengkaji ulang cara pandang mereka terhadap kebutuhan berasuransi.

Sempat dikemukakan Deputy Direktur Pengawasan Asuransi 2 OJK Kristianto Andi Handoko dalam sebuah diskusi secara webinar baru-baru ini (15/9/2021), telah terjadi peningkatan penetrasi asuransi hingga 3,11% selama Pandemi hingga periode Juli 2021. Angka tersebut meningkat dibanding posisi akhir tahun 2020 yang sebesar 2,92%.

Perihal peningkatan kesadaran berasuransi tersebut, bolehlah kita menengok data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tentang peningkatan pendapatan premi yang terjadi pada produk asuransi jiwa nasional. Dalam lima bulan terakhir, terus terjadi peningkatan pendapatan premi asuransi jiwa konvensional, dari posisi Rp65,1 triliun pada April 2021, meningkat menjadi Rp72,9 triliun pada Mei, dan terus meningkat menjadi Rp94,01 triliun pada Juni. Pada akhir Agustus 2021, pendapatan premi perusahaan asuransi jiwa konvensional tercatat naik menjadi Rp121,17 triliun.

Angka tersebut merupakan gambaran positif mengenai peningkatan kesadaran masyarakat untuk berasuransi. Dalam masa pandemi, masyarakat makin menyadari pentingnya asuransi untuk menjamin kesehatan dan jiwa mereka.

Sejumlah kejadian yang belakangan terjadi, termasuk salah satunya berita tentang proses klaim dari seorang aktris ke Prudential Indonesia, menunjukkan semakin pentingnya edukasi mengenai asuransi harus dilakukan berdampingan dengan penjualan asuransi agar semakin banyak masyarakat terlindungi.

Melalui peningkatan pemahaman asuransi serta prinsip-prinsip asuransi, masyarakat diharapkan akan terhindar dari kesalahpahaman, dan yang lebih penting, mengetahui dengan jelas manfaat yang diperoleh dari asuransi sehingga dapat meningkatkan literasi dan penetrasi asuransi di Indonesia.

Prinsip pertama dalam dunia asuransi yang harus dipahami masyarakat, adalah Insurable Interest. Prinsip ini menjelaskan bahwa seseorang diberikan hak untuk mengasuransikan sesuatu karena terdapat hubungan keluarga atau ekonomi yang mendasarinya. Hak ini otomatis timbul setelah adanya perjanjian yang sering disebut Polis dan telah memiliki dasar hukum.

Sebagai contoh, untuk mengasuransikan seseorang, Anda harus memiliki hubungan seperti ayah, ibu, suami, istri, dan anak. Tentunya anggota masyarakat terkait juga bisa mengasuransikan diri sendiri. Contoh lainnya adalah Anda bisa mengasuransikan bisnis Anda sendiri atau orang-orang berhubungan dengan bisnis Anda seperti karyawan.

Prinsip berikutnya yang harus dipahami adalah Utmost Good Faith, Sesuai dengan namanya, prinsip ini memiliki arti yaitu niat atau itikad baik. Maksudnya adalah, dalam proses membeli produk asuransi, baik Tertanggung (nasabah) maupun Penanggung (perusahaan asuransi) harus menyampaikan informasi dengan terbuka, rinci, dan jujur.

Sebagai contoh, tertanggung atau nasabah harus menjawab dengan jujur beberapa pertanyaan pada screening risiko sebelum membuat kesepakatan, seperti penyakit bawaan, aktivitas merokok, pengalaman dirawat di rumah sakit, dan lain-lain. Hal ini juga berlaku untuk Penanggung atau perusahaan asuransi, di mana perusahaan asuransi harus menyampaikan detail produk dan tidak menutup-nutupi informasi yang harus diketahui Tertanggung/Nasabah.

Selanjutnya adalah Indemnity, yang sering juga disebut sebagai prinsip ganti rugi. Perusahaan asuransi selaku Penanggung harus memberikan ganti rugi kepada Tertanggung sesuai dengan kesepakatan pada perjanjian atau polis. Kemudian, nilai tanggungan harus sesuai dengan nilai klaim yang sudah diajukan tanpa pengurangan atau penambahan nilai.

Subrogation adalah prinsip lainnya pada asuransi yang harus dipahami. Subrogasi ini berkaitan dengan kondisi di mana kerugian yang dialami Tertanggung atau nasabah disebabkan oleh pihak ketiga (orang lain). Jika melihat pada pasal 1365 KUH Perdata, pihak ketiga yang bersalah harus mengganti kerugian Tertanggung.

Lantas, bagaimana bila Tertanggung sudah memiliki asuransi? Dalam asuransi, subrogasi mengharuskan Tertanggung memilih salah satu dari sumber pengganti kerugian, yaitu Penanggung atau pihak ketiga. Tertanggung tidak boleh memilih dari keduanya, karena Tertanggung akan mendapat penggantian melampaui yang semestinya.

Lain halnya jika Tertanggung tidak mendapat ganti rugi secara penuh dari pihak ketiga, maka Tertanggung dapat meminta hak ganti rugi sesuai dengan selisih yang ada kepada Penanggung. Demikian pula apabila Tertanggung sudah mendapat penggantian dari Penanggung, maka Tertanggung tidak boleh menuntut pihak ketiga.

Prinsip berikutnya yang harus dipahami masyarakat adalah Contribution. Jika dianalogikan dalam sebuah pertanggungan, misalnya seorang kerabat Anda dirawat di rumah sakit dan biayanya di-cover oleh dua asuransi yang berbeda. Nah, kondisi tersebut adalah contoh dari prinsip contribution. Dalam prinsip ini, pihak asuransi memiliki hak untuk mengajak Penanggung lainnya untuk menanggung kerugian Tertanggung.

Misalnya, Pak Andi dirawat di ICU selama 7 (tujuh) hari dan memakan biaya hingga Rp200 juta. Tagihan perawatan Pak Andi di-cover oleh asuransi BCD sebesar Rp90 juta. Jika Pak Andi memiliki Polis asuransi lain, yaitu asuransi EFG, maka asuransi EFG hanya perlu membayar sisa tagihan yaitu sebesar Rp110 juta.

Last but not least, prinsip yang tak boleh luput dipahami adalah Proximate Cause. Prinsip asuransi yang terakhir adalah prinsip kausa proksimal, di mana setiap kerugian yang terjadi pasti ada penyebabnya. Mengacu prinsip ini, Penanggung hanya akan mengganti kerugian Tertanggung apabila suatu peristiwa diakibatkan oleh penyebab yang diatur dalam polis.

So, sebagai masyarakat cerdas, dengan mengetahui 6 (enam) prinsip asuransi ini, menjadi cara untuk memaksimalkan penggunaan produk asuransi yang telah dibeli. Hal ini tentunya juga akan membantu masyarakat menghindari kesalahpahaman di kemudian hari. (ANP)

[illegible]

Judul	Dinilai Semakin Penting, Simak Hal Ini Sebelum Memilih Asuransi
Nama Media	Tribunnews.com
Newstrend	Kegiatan Literasi Asuransi
Halaman/URL	https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/10/18/dinilai-semakin-penting-simak-hal-ini-sebelum-memilih-asuransi
Tanggal Berita	2021-10-18
Sentimen	Netral

Judul	Rencanakan keuangan dengan baik, simak tips pilih asuransi
Nama Media	Antaraneews.com
Newstrend	Kegiatan Literasi Asuransi
Halaman/URL	https://www.antaraneews.com/berita/2466081/rencanakan-keuangan-dengan-baik-simak-tips-pilih-asuransi
Tanggal Berita	2021-10-18
Sentimen	Netral

Rencanakan keuangan dengan baik, simak tips pilih asuransi

© Senin, 18 Oktober 2021 15:26 WIB



Ruthedi - Asuransi: ANTARA/Shutterstock/pt.

Jakarta (ANTARA) - Merencanakan keuangan dengan baik sangat diperlukan untuk menghadapi masa-masa sulit seperti pandemi COVID-19 yang masih berlangsung.

Memperingati Hari Asuransi sedunia pada 18 Oktober, Allianz membagikan sejumlah tips cara memilih asuransi.

Asuransi disebut Mohamad Andoko, perencana keuangan dan presiden direktur OneShield Financial Planning, menjadi produk finansial yang paling dicari saat pandemi karena fungsinya yang dapat melindungi kondisi finansial seseorang agar terhindar dari pengeluaran yang besar saat terjadi risiko kehidupan.

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

Baca juga: [Perencanaan finansial penting untuk menghadapi banjir](#)

"Ketika sudah bisa menutupi kebutuhan dasar seperti sandang, pangan dan papan maka sangat disarankan Anda mempertimbangkan untuk memiliki asuransi. Baik asuransi kesehatan, jiwa maupun umum semuanya harus disesuaikan juga dengan kebutuhan. Contohnya, asuransi jiwa dibutuhkan bagi mereka yang sudah memiliki tanggungan, seperti anak, istri maupun orangtua," kata Windi dalam siaran pers pada Senin.

Windi lebih lanjut menjelaskan bahwa sebelum memilih asuransi, perlu dipahami konsep transfer risiko (*transfer risk*) di mana perlindungan diberikan dalam bentuk pengalihan risiko ekonomi dari nasabah atau tertanggung kepada perusahaan asuransi sebagai penanggung risiko.

Berbagai risiko ekonomi ini dapat berupa sakit atau kebutuhan perawatan, pencari nafkah meninggal dunia, kebakaran pada bangunan, kerusakan mobil karena banjir dan sebagainya.

"Dengan mengimplementasikan konsep *transfer risk*, perusahaan asuransi dapat memberikan sejumlah uang pertanggungan apabila terjadi sesuatu kepada nasabah atau tertanggung sesuai dengan ketentuan pada polis yang dimiliki," kata dia.

Baca juga: [Perbedaan mengatur keuangan pribadi dan bisnis](#)

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

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

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

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

Asuransi jiwa berfokus pada memberikan proteksi terhadap diri nasabah atas risiko meninggal dunia, sedangkan asuransi kesehatan memberikan perlindungan terhadap risiko finansial yang mungkin terjadi ketika jatuh sakit dan membutuhkan biaya perawatan. Lalu, asuransi umum yang tidak membatasi obyek proteksi hanya pada kesehatan atau jiwa seseorang, tetapi juga terhadap risiko kerugian untuk berbagai obyek yang memiliki nilai ekonomi, seperti bangunan/properti, kendaraan, alat elektronik dan sebagainya.

Judul	Earlier Financial Planning Helps You Face Tomorrow's Uncertainty
Nama Media	Jakarta Post
Newstrend	Kegiatan Literasi Asuransi
Halaman/URL	5
Tanggal Berita	2021-10-18
Sentimen	Netral

Earlier financial planning helps you face tomorrow's uncertainty

Are you the type of person who has a habit of delaying office tasks? As a young professional, you would probably answer, "No, I am not."

"I try not to delay my tasks because once I delay, my work will pile up, which will make me stressed and panicky because I'll have to complete the tasks simultaneously," said a 30-year-old professional at a private company, who declined to be named.

The young professional tries not to delay office related tasks due to the immediate impact on his life, in this case having to face piled up jobs, which could lead to stress.

However, when asked about financial planning for the future, the young professional fell silent, pondering over the question.

"Most Indonesian people always see things from the bright side. That's why there are common idioms such as 'untungnya' [luckily, or fortunately] that Indonesians says whenever unfortunate things happen in their life," said Sun Life Indonesia's president director Elin Waty.

Indonesians are also used to saying "lihat aja besok" (we'll see what happens tomorrow) whenever they are asked about something in the future. "This actually shows how optimistic Indonesians are, and underlines why Indonesians have a common behavior, which is to procrastinate," she said.

Most Indonesian people tended to procrastinate over various things, including delaying their financial planning, she said.

Nowadays, the country's younger generation tends to live their lives for today where, borrowing a term that they frequently use, "you only live once". This has encouraged people to delay having a financial plan. It comes as no surprise, therefore, to learn that young people prioritize their hobbies or lifestyle trends, yet when asked about their future, they tend to delay.

"This is the mindset that we want Indonesian people to change," she said.

She explained further that because of the COVID-19 pandemic, "we have learned that life is full of risks and tomorrow is filled with uncertainty. This is why it is important for all of us to change our mindset, that we need



Elin Waty, president director Sun Life Indonesia

to prepare our lives better. It is unwise if we just focus on things that happen today, we need to start thinking and take actions for our tomorrow," she said.

Avoiding the risks

According to Elin, in life, humankind faces three potential risks at any one time: the risk of being ill – either common or critical illnesses, the risk of accident and the risk of death. "If one of these occurs, unexpected things will ensue," she said.

"For example, if one is sick, then he or she will face the risk of income reduction. Or, if someone dies unexpectedly, but he doesn't have savings, then the family he leaves will bear the risks. Don't make the family he leaves face hardships to survive," she remarked.

"We can avoid these risks if we decide to start planning our finances as early as possible. With a purpose of financial planning, we can continue our lives and continue to achieve our financial goals in the future," she said.

When people are asked about what they have done or what they have prepared for their future, the usual answer that we hear is "lihat aja nanti" (we'll see what happens later).

"So, instead of being a procrastinator, we encourage Indonesian families to start taking charge of the ones they care for,

today," Sun Life's top executive said.

"As we know tomorrow is full of uncertainty, we would like to spread the message to Indonesians and ask them to start securing their tomorrow, today. 'Pastikan besokmu lebih tenang, dengan memiliki proteksi asuransi, sekarang', or securing your tomorrow by having an insurance today."

"We want people to start prioritizing financial planning. By preparing your finances ahead of time, you can enjoy your life. Most importantly, you can enjoy your life without having to worry about any unexpected hardships that may occur tomorrow."

"So, whenever people ask you what have you done or what have you prepared for your future, you can answer confidently by saying #LihatAjaBesok!"

According to Elin, when Indonesian families start financial planning for their future, there are three key areas that they need to focus on. These three areas are mostly forgotten when preparing for the future: education funds, health and retirement.

Data from Statistics Indonesia (BPS) show that education fund inflation reaches 10 to 15 percent every year. "This is alarming, especially if you don't start preparing your children's education fund," she said.

A Global Medical Trends survey has revealed that medical costs in Indonesia are expected to rise approximately 12 percent this year.

"If you don't prepare wisely, this could be dangerous as it could use up your savings or emergency fund," she said.

Only around 9 percent of society live peacefully in their retirement period, according to the Financial Institution Pension Fund (DPLK). Around 18 percent of those who are already retired need to continue working in order to fulfill their life needs. This could be well-prevented if you start planning for your retirement as early as possible.

"Given these alarming facts, it is important for Indonesians, especially the younger generation, to stop procrastinating. Start planning your future, start securing your tomorrow, today."

Credible partner

To help you with planning that suits your needs and which helps you navigate to reach your dream goals, find a partner that is credible with a long and proven history of providing services and solutions to its clients.

"Credibility means a company's reputation and strong presence in Indonesia. Sun Life is known as one of the best life insurance companies in Indonesia. It is a leading international financial service

organization providing insurance, wealth and asset management solutions to individual and corporate clients."

"Sun Life has operations in a number of markets worldwide, including Canada, the United States, the United Kingdom, Ireland, Hong Kong, the Philippines, Japan, Indonesia, India, China, Australia, Singapore, Vietnam, Malaysia and Bermuda. As an additional note, Sun Life Financial Inc is also listed on the stock exchanges in Toronto (TSX), New York (NYSE) and the Philippines (PSE).

Sun Life has operated for more than 150 years worldwide. The company has faced various global crises, including World War I, The Great Depression, World War II and various world economic crises. Yet Sun Life has continued to serve millions of families around the world, including in Indonesia.

"In Indonesia, Sun Life started its operation in 1995, which means it has been operating for more than 25 years. Sun Life offers various protection solutions that are designed to meet the client's purpose. Our commitment in Indonesia is to help families achieve their financial security, and live healthier lives," Elin said.

Other factors that families should put into consideration, is a company's financial performance, and its risk-based capital.

Indonesia's Financial Services Authority (OJK), requires a company to fulfill its minimum responsible business conduct (RBC) of 120 percent for Conventional and Syariah insurance businesses.

"The focus for life insurance businesses is trust. And to be able to trust a company, you should know the strength of a company, its credibility, its services and many other things. Once you know that a company is credible, then you can be worry-free and continue enjoying life," she pointed out.

"At Sun Life, we put clients at the center of what we do. Which means we are always committed to providing what is best for our clients. We understand that every client is unique and has different financial goals. That is why we are constantly innovating to offer new solutions that enable our clients to reach their goals."

"One of the key factors why Sun Life has been present for more than 150 years is because of our client's continuous trust. We appreciate that our clients have chosen Sun Life to be their partner to help them achieve their financial goals. Our client's continuous trust has fueled us to be stronger each year," she explained.

"Trust from our customers continues to affirm Sun Life's commitment to realizing its mission in Indonesia to help Indonesian families achieve financial security and live healthier," she remarked.

In carrying out its obligation as a corporate citizen, Sun Life also continues to support government programs through the OJK routinely, by organizing educational programs and financial literacy to various segments of society.

"The goal is to encourage more people to understand financial planning, so that at the end of the day, they decide not to procrastinate any more. As people increasingly understand that tomorrow is full of uncertainty, it will encourage them to place financial planning as a top priority to face tomorrow. *Besok Pasti, Pasti Sun Life!* (Secure your tomorrow, today with Sun Life)," Elin concluded.

A week later, the young professional who had been pondering over the question of financial planning decided to purchase a life insurance policy for himself and his family members as it gives him peace of mind.

Judul	Berikut Ini 4 Tips Memanfaatkan Media Sosial Secara Produktif dan Kreatif
Nama Media	Industry.co.id
Newstrend	Kegiatan Literasi Digital Prudential Indonesia
Halaman/URL	https://www.industry.co.id/read/95479/berikut-ini-4-tips-memanfaatkan-media-sosial-secara-produktif-dan-kreatif
Tanggal Berita	2021-10-18
Sentimen	Netral

Berikut Ini 4 Tips Memanfaatkan Media Sosial Secara Produktif dan Kreatif

Oleh : Chodijah Febriyani | Senin, 18 Oktober 2021 - 12:15 WIB



Facebook Twitter LinkedIn WhatsApp LINE

Berita Terkait



Kegiatan Ekonomi Masyarakat Mulai Pulih, Pertamina Tegaskan Stok Solar Pertamina Mencukupi

4 Tips Memiliki Rekam Jejak Digital yang Positif

Kementerian PUPR Lakukan Lelang Dini 191 Paket Pekerjaan TA 2022 di Provinsi Jawa Timur

INDUSTRY.co.id - Media sosial merupakan sebuah media daring yang digunakan satu sama lain yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berinteraksi, berbagi, dan menciptakan isi blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

Aloysius Wemby, Risk Management Consultant PT Prudential Indonesia mengatakan, seiring perkembangan zaman kehadiran media sosial semakin beragam. Sebagian orang menganggap kalau perubahan ini memberikan dampak, sekelas media sosial hadir untuk memberikan kemudahan mendapatkan informasi. Namun sebenarnya ada dampak negatifnya juga, setiap orang penting untuk mengetahuinya sehingga setiap orang bias memanfaatkan media sosial secara positif.

"Media sosial memudahkan berkomunikasi, melakukan pencarian informasi, personal branding, sebagai sarana berbisnis dan pembelajaran," katanya saat webinar Literasi Digital wilayah Kabupaten Bogor, Jawa Barat I, melalui siaran pers yang diterima Industry.co.id.

Namun jangan lupa media sosial ternyata membuat kecanduan, kini sejak bangun tidur, saat makan, menjaga anak, belajar, bekerja, hampir tak bisa lepas dari membuka gawai. Kebiasaan tersebut tentu bisa menjadi kegiatan yang menghabiskan waktu jika apa yang dilakukan di media sosial ternyata bukanlah hal produktif.

Lebih jauh dia pun memberikan tips agar setiap orang bisa memanfaatkan media sosial secara lebih produktif dan kreatif, antara lain:

1. Ikuti atau follow orang-orang yang memberi inspirasi secara positif, sehingga bias memicu sikap produktif dan kreatif. Contohnya memfollow Bill Gates.
2. Menggunakan media sosial untuk membangun jaringan dan komunitas yang baik, bias dilihat dari unggahan yang sering dibagikannya. Dengan begitu akan makin banyak mengenal orang dan terhubung relasi baik.
3. Belajar dari orang yang sudah berhasil, misalnya YouTuber yang sekarang sudah sukses. Anda pun bias memerhatikan apa saja yang dilakukannya hingga bias sukses sekarang.
4. Berpikir out of the box. Awalnya mungkin kita belajar karena belum paham betul, namun seiring berjalannya waktu pasti akan bisa mengeluarkan potensi dan berpikir out of the box sehingga mampu menciptakan konten sendiri yang orang lain belum membuatnya.

Webinar Literasi wilayah Digital wilayah Kabupaten Bekasi, Jawa Barat I, merupakan bagian dari sosialisasi Gerakan Nasional Literasi Digital 2021 yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika bekerjasama dengan Siberkreasi.

Di webinar kali ini, hadir pula narasumber seperti Fibra Trias, Editor in Chief Mommies Daily, Dee Rahma, Digital Marketing Strategist, Fiona Damanik, Konseler dari Universitas Multimedia Nusantara, dan Ryan Samuel seorang Photographer.

Kegiatan ini merupakan bagian dari program Literasi Digital di 34 Provinsi dan 514 Kabupaten dengan 4 pilar utama. Di antaranya Budaya Bermedia Digital (Digital Culture), Aman Bermedia (Digital Safety), Etis Bermedia Digital (Digital Ethics), dan Cakap Bermedia Digital (Digital Skills) untuk membuat masyarakat Indonesia semakin cakap digital.

Judul	Digitalisasi Industri Asuransi Makin Cepat
Nama Media	Rctiplus.com
Newstrend	Proses Digitalisasi Bisnis Asuransi Manulife
Halaman/URL	https://www.rctiplus.com/news/detail/ekonomi/1634952/digitalisasi-industri-asuransi-makin-cepat
Tanggal Berita	2021-10-18
Sentimen	Netral

Digitalisasi Industri Asuransi Makin Cepat

koran-jakarta.com | Ekonomi | Published at Senin, 18 Oktober 2021 - 09:28

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



JAKARTA - Transformasi digital di industri keuangan, terutama asuransi, terakselerasi selama Pandemi Covid-19. Hal itu dipengaruh pergeseran perilaku transaksi konsumen dari luring (*offline*) menjadi daring (*online*).

Hasil riset perusahaan reasuransi Swiss Re menyebutkan 76 persen masyarakat Indonesia tertarik membeli produk asuransi secara *online* di masa pandemi. Sedangkan, data Kementerian Komunikasi dan Informasi menyebutkan pengguna layanan digital selama pandemi Covid-19 naik 37 persen. Hal ini sejalan dengan jumlah pengguna internet di Indonesia yang pada Januari 2021 mencapai 202,6 juta.

Direktur dan Chief of Product & Inforce PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia (Manulife), Hans De Waal di Jakarta, Jumat (15/10) mengakui pandemi mempercepat proses migrasi pelayanan dari tatap muka ke digitalisasi. Dia mencontohkan, sebelum pandemi pelayanan tatap muka di *customer service* kantor pusat Manulife Jakarta rata-rata sekitar 100-200 orang per hari.

Namun, saat pandemi angka kunjungan ini turun sebesar 50 persen karena konsumen sudah beralih ke pelayanan digital. Data menunjukkan selama pandemi, Manulife rata-rata mendapatkan email sebanyak 800 buah dan panggilan lewat telepon sekitar 700 panggilan setiap hari.

Hans menjelaskan, Manulife telah berinvestasi cukup besar untuk mengembangkan pelayanan digital jauh sebelum pandemi Covid-19 melanda Indonesia. Sebab, Manulife saat itu menyadari layanan asuransi ke depan bakal mengarah ke digitalisasi. Untuk digitalisasi ini, Manulife diperkirakan telah menginvestasikan dana lebih dari 10 juta dollar AS atau setara 140,64 miliar rupiah (kurs saat ini 14.064,45 rupiah per dollar AS).

Hans menjelaskan, pada masa pandemi, penjualan semua produk Manulife oleh agen dilakukan melalui media digital, termasuk pengisian polis dan tanda tangan nasabah. Namun, standar pelayanannya tetap tinggi dan juga sesuai dengan aturan OJK, termasuk melakukan rekaman foto dan suara sebagai bukti bahwa ada pertemuan agen dan nasabah secara virtual.

Hingga semester I-2021, Manulife tercatat membayarkan klaim (*unaudited*) sebesar 3,9 triliun rupiah atau sama 11 miliar rupiah setiap hari atau 445 juta rupiah per jam. Sedangkan, klaim terkait Covid-19 hingga 30 September 2021 (*year to date*) hampir 500 miliar rupiah.

Deputi Direktur Perlindungan Konsumen OJK, Hudiyanto memperingatkan digitalisasi industri asuransi harus tetap memperhatikan unsur perlindungan konsumen. Dia menambahkan, pada masa pandemi, OJK mengizinkan industri menjual produk asuransi yang ada unsur investasinya seperti *unit link* tanpa tatap muka.

"Kendati demikian, OJK mensyaratkan harus ada rekaman foto dan suara saat komunikasi virtual antara agen dan nasabah sebagai bukti bahwa konsumen memahami apa yang dijelaskan oleh agen tersebut," ujarnya.

Beri Edukasi

Sementara itu, Direktur Kepatuhan PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia, Apriliani Siregar mengemukakan pihaknya menyadari betul soal literasi digital serta literasi dan inklusi keuangan di Indonesia belum terlalu baik. Karena itu, Manulife terus menerus memberikan edukasi kepada masyarakat terkait literasi dan inklusi asuransi, baik itu lewat media mainstream maupun media sosial.

Terkait penjualan produk asuransi secara digital, Apriliani menjelaskan, Manulife tidak pernah berhenti berinovasi. Karena itu, Manulife selalu mengikuti perkembangan kemajuan dan tuntutan konsumen, termasuk dalam pelayanan digital ini.

Artikel Asli

Judul	Manulife Jalankan Digitalisasi Di Bisnis Asuransi
Nama Media	Sumut Pos
Newstrend	Proses Digitalisasi Bisnis Asuransi Manulife
Halaman/URL	10
Tanggal Berita	2021-10-18
Sentimen	Netral



TERANGKAN: Manajemen Manulife saat menjelaskan tentang digitalisasi bisnis asuransi kepada nasabah.

Pelayanan Terbaik dan Profesional

Manulife Jalankan Digitalisasi di Bisnis Asuransi

Pandemi Covid-19 mempercepat proses digitalisasi pelayanan di semua bidang, termasuk asuransi. Sejalan dengan itu, literasi digital masyarakat juga mulai membaik. Hal ini tercermin dari tumbuhnya industri asuransi selama pandemi Covid-19.

DATA Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) menyebutkan, pada semester I 2021 premi industri asuransi jiwa tercatat sebesar Rp 104,72 triliun atau tumbuh 17,5 % dibandingkan periode sebelumnya (yoy). Sedangkan, data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebutkan hingga Juli 2021 aset industri asuransi tumbuh sekitar 9% (yoy) dan pendapatan premi naik 11,97 % (yoy).

Data tersebut menggambarkan transformasi digital di industri asuransi merupakan suatu kebutuhan saat ini. Apalagi, selama pandemi, perilaku konsumen dalam bertransaksi juga ikut berubah dari semula offline menjadi online. Hal itu diperkuat riset perusahaan reasuransi Swiss Re yang menyebutkan 76% masyarakat Indonesia tertarik membeli produk asuransi secara online di masa pandemi. Sedangkan, data Kementerian Komunikasi dan Informatika menyebutkan, pengguna layanan digital selama pandemi Covid-19 naik 37%. Hal ini sejalan dengan jumlah pengguna internet di Indonesia yang pada Januari 2021 sudah sebanyak 202,6 juta.

Direktur dan Chief of Product & Inforce PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia (Manulife), Hans De Waal mengakui, pandemi memang mempercepat proses migrasi pelayanan dari tatap muka ke digitalisasi.

Ia mencontohkan, sebelum pandemi pelayanan tatap muka di customer service kantor pusat Manulife Jakarta rata-

rata sekitar 100-200 orang per hari. Namun, saat pandemi angka kunjungan ini turun sebesar 50% karena konsumen sudah beralih ke pelayanan digital.

"Data menunjukkan selama pandemi, Manulife rata-rata mendapatkan email sebanyak 800 buah dan panggilan lewat telepon sekitar 700 panggilan setiap hari," sebut Hans dalam keterangan tertulis, Minggu (17/10).

Hans menjelaskan, Manulife telah berinvestasi cukup besar untuk mengembangkan pelayanan digital jauh sebelum pandemi Covid-19 melanda Indonesia. Sebab, Manulife saat itu menyadari layanan asuransi ke depan bakal mengarah ke digitalisasi. Untuk digitalisasi ini, Manulife diperkirakan telah menginvestasikan dana lebih dari US\$ 10 juta.

Pelayanan digital yang dikembangkan ini di antaranya adalah website publik yang berisi informasi umum terkait asuransi dan produk yang dijual. Ada juga website khusus nasabah, di mana website ini hanya bisa diakses oleh nasabah saja untuk melihat premi, nilai polis, mengubah data nasabah, dan sebagainya.

Pengisian aplikasi dan tanda tangan polis juga sudah dilakukan secara digital. Layanan digital lainnya adalah e-claim di mana nasabah bisa mengajukan klaim secara elektronik tanpa harus mendatangi kantor Manulife.

Hingga semester I 2021, Manulife tercatat membayar klaim (un-audited)

sebesar Rp 3,9 triliun atau sama dengan Rp 11 miliar setiap hari atau Rp 445 juta per jam. Sedangkan, klaim terkait Covid-19 hingga 30 September 2021 (year to date) tercatat hampir Rp 500 miliar.

Hans menjelaskan, pada masa pandemi, penjualan semua produk Manulife oleh agen dilakukan melalui media digital, termasuk pengisian polis dan tanda tangan nasabah. Namun, standar pelayanannya tetap tinggi dan juga sesuai dengan aturan OJK.

Salah satu di antaranya melakukan rekaman foto dan suara sebagai bukti bahwa ada pertemuan agen dan nasabah secara virtual. Dia menjelaskan, digitalisasi di industri asuransi ini akan semakin memudahkan komunikasi antara perusahaan asuransi dan konsumen.

Sementara itu, Deputy Direktur Perlindungan Konsumen OJK, Hudiyanto mengatakan, digitalisasi di industri asuransi telah menjadi suatu kebutuhan. Namun, pemanfaatan teknologi informasi tersebut harus tetap memperhatikan unsur perlindungan konsumen.

Ia mengatakan, pada masa pandemi, OJK selaku regulator memang mengizinkan industri menjual produk asuransi yang ada unsur investasinya seperti unit link tanpa tatap muka. Kendati demikian, OJK mensyaratkan harus ada rekaman foto dan suara saat komunikasi virtual antara agen dan nasabah sebagai bukti bahwa konsumen memahami apa yang

dijelaskan oleh agen tersebut.

Pasalnya, sampai saat ini secara umum masih banyak orang membeli produk asuransi tanpa memahami produk yang dibelinya secara detail. "Nah, hal-hal seperti ini ke depan tidak boleh terjadi lagi. Ini yang sedang kita siapkan aturannya," tandas Hudiyanto.

Apalagi, ujarnya, tingkat literasi digital di Indonesia juga masih rendah. Data literasi digital berdasarkan survei Kementerian Komunikasi dan Informatika pada 2020 menunjukkan angka literasi digital Indonesia berada di kisaran 3,47 dari skala 1-4. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital Indonesia hanya berada sedikit di atas kategori sedang atau belum mencapai kategori baik.

Menanggapi hal itu, Direktur Kepatuhan PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia, Apriliani Siregar mengemukakan, pihaknya menyadari betul soal literasi digital serta literasi dan inklusi keuangan di Indonesia yang belum terlalu baik. Karena itu, Manulife terus menerus memberikan edukasi kepada masyarakat terkait literasi dan inklusi asuransi, baik itu lewat media mainstream maupun media sosial.

Terkait penjualan produk asuransi secara digital, Apriliani menjelaskan, Manulife tidak pernah berhenti berinovasi. Karena itu, Manulife selalu mengikuti perkembangan kemajuan dan tuntutan konsumen, termasuk dalam pelayanan digital ini. (*)

Judul	Manulife Dorong Digitalisasi Di Bisnis Asuransi
Nama Media	Koran Sindo
Newstrend	Proses Digitalisasi Bisnis Asuransi Manulife
Halaman/URL	9
Tanggal Berita	2021-10-18
Sentimen	Netral

Manulife Dorong Digitalisasi di Bisnis Asuransi

JAKARTA – Pandemi korona (Covid-19) mempercepat proses digitalisasi pelayanan di semua bidang, termasuk asuransi. Sejalan dengan itu literasi digital masyarakat juga mulai membaik. Hal tersebut tecermin dari tumbuhnya industri asuransi selama pandemi.

Data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) menyebutkan, pada semester I/2021 premi industri asuransi jiwa tercatat sebesar Rp104,72 triliun atau tumbuh 17,5% bila dibandingkan dengan periode sebelumnya (*year on year /yoy*). Adapun data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebutkan hingga Juli 2021 aset industri asuransi tumbuh sekitar 9% (*yoy*) dan pendapatan premi naik 11,97% (*yoy*).

Data tersebut menggambarkan transformasi digital di industri asuransi merupakan suatu kebutuhan saat ini. Apalagi, selama pandemi, perilaku konsumen dalam bertransaksi juga ikut berubah dari semula

offline menjadi *online*. Hal itu diperkuat riset perusahaan reasuransi Swiss Re yang menyebutkan 76% masyarakat Indonesia tertarik membeli produk asuransi secara *online* di masa pandemi. Adapun data Kementerian Komunikasi dan Informatika menyebutkan, pengguna layanan digital selama pandemi naik 37%. Hal ini sejalan dengan jumlah pengguna internet di Indonesia yang pada Januari 2021 sudah sebanyak 202,6 juta.

Direktur dan Chief of Product & Inforce PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia (Manulife) Hans De Waal mengakui, pandemi memang mempercepat proses migrasi pelayanan dari tatap muka ke digitalisasi. Dia mencontohkan, sebelum pandemi pelayanan tatap muka di *customer service* kantor pusat Manulife Jakarta rata-rata sekitar 100-200 orang per hari.

Namun saat pandemi angka kunjungan ini turun sebesar

50% karena konsumen sudah beralih ke pelayanan digital. "Data menunjukkan selama pandemi, Manulife rata-rata mendapatkan *e-mail* sebanyak 800 buah dan panggilan lewat telepon sekitar 700 panggilan setiap hari," kata dia dalam keterangan tertulisnya kemarin.

Hans menjelaskan, Manulife telah berinvestasi cukup besar untuk mengembangkan pelayanan digital jauh sebelum Covid-19 melanda Indonesia. Sebab Manulife saat itu me-



Direktur Kepatuhan Manulife Indonesia Apriliani Siregar (kanan) menjelaskan layanan digital Manulife kepada nasabah di ruang informasi Layanan Counter Manulife Indonesia di Jakarta akhir pekan lalu. Layanan asuransi kini mengarah ke digitalisasi, termasuk Manulife yang telah bersiap jauh sebelum pandemi.

nyadari layanan asuransi ke depan bakal mengarah ke digitalisasi. Untuk digitalisasi ini, Manulife diperkirakan telah menginvestasikan dana lebih dari USD10 juta.

Pelayanan digital yang dikembangkan ini di antaranya adalah *website* publik yang berisi informasi umum terkait asuransi dan produk yang dijual. Ada juga *website* khusus nasabah yang hanya bisa diakses oleh nasabah saja untuk melihat premi, nilai polis, mengubah data nasabah, dan sebagainya. Pengisian aplikasi dan tanda tangan polis juga sudah dilakukan secara digital. Layanan digital lainnya adalah *e-claim* di mana nasabah bisa mengajukan klaim secara elektronik tanpa harus mendatangi kantor Manulife.

Hingga semester I/2021, Manulife tercatat membayar klaim (*un-audited*) sebesar Rp3,9 triliun atau sama dengan Rp11 miliar setiap hari atau Rp445 juta per jam. Adapun

klaim terkait Covid-19 hingga 30 September 2021 (*year to date*) tercatat hampir Rp500 miliar.

Pada masa pandemi, lanjut dia, penjualan semua produk Manulife oleh agen dilakukan melalui media digital, termasuk pengisian polis dan tanda tangan nasabah. Namun standar pelayanannya tetap tinggi dan sesuai dengan aturan OJK. Salah satu di antaranya melakukan rekaman foto dan suara sebagai bukti bahwa ada pertemuan agen dan nasabah secara virtual. Dia menjelaskan, digitalisasi di industri asuransi ini akan semakin memudahkan komunikasi antara perusahaan asuransi dan konsumen.

Sementara itu Deputy Direktur Perlindungan Konsumen OJK Hudyanto menegaskan, digitalisasi di industri asuransi telah menjadi suatu kebutuhan. Namun pemanfaatan teknologi informasi tersebut harus tetap memperhatikan unsur perlindungan konsumen.

hatimvarabi

Judul	Manulife Kejar Layanan Digital
Nama Media	Tribun Bali
Newstrend	Proses Digitalisasi Bisnis Asuransi Manulife
Halaman/URL	3
Tanggal Berita	2021-10-18
Sentimen	Netral

Manulife Kejar Layanan Digital

■ Bisnis Asuransi Tumbuh di Masa Pandemi ■ OJK Atensi Aspek Perlindungan Konsumen

DENPASAR, TRIBUN BALI - Literasi digital masyarakat mulai membaik tercermin dari tumbuhnya industri asuransi selama pandemi Covid-19. Kondisi saat ini mempercepat proses migrasi pelayanan dari tatap muka ke digitalisasi.

Sebelum pandemi pelayanan tatap muka customer service kantor pusat Manulife Jakarta rata-rata sekitar 100-200 orang per hari. Saat pandemi angka kunjungan ini turun 50 persen karena konsumen sudah beralih ke layanan digital.

"Data menunjukkan selama pandemi, Manulife rata-rata mendapatkan 800 email dan panggilan lewat telepon sekitar 700 setiap hari," kata Direktur dan Chief of Product & Inforce PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia (Manulife), Hans De Waal, Minggu (17/20).

Berdasarkan data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) menyebutkan, pada semester I 2021 premi industri asuransi jiwa tercatat sebesar Rp 104,72 triliun atau tumbuh 17,5 persen dibandingkan periode sebelumnya (yoy).

Sedangkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebutkan hingga Juli 2021 aset industri asuransi tumbuh sekitar 9 persen (yoy) dan pendapatan premi naik 11,97 persen (yoy). Data tersebut menggambarkan

transformasi digital di industri asuransi merupakan suatu kebutuhan saat ini.

Apalagi, selama pandemi, perilaku konsumen dalam bertransaksi juga ikut berubah dari semula offline menjadi online. Hal itu diperkuat riset perusahaan reasuransi Swiss Re yang menyebutkan 76 persen masyarakat Indonesia tertarik membeli produk asuransi secara online di masa pandemi.

Sedangkan, data Kementerian Komunikasi dan Informasi menyebutkan, pengguna layanan digital selama pandemi Covid-19 naik 37 persen. Ini sejalan dengan jumlah pengguna internet di Indonesia yang pada Januari 2021 sudah sebanyak 202,6 juta.

Hans menjelaskan, Manulife telah berinvestasi cukup besar untuk mengembangkan pelayanan digital jauh sebelum pandemi Covid-19 melanda Indonesia. Sebab, Manulife saat itu menyadari layanan asuransi ke depan bakal mengarah ke digitalisasi.

Untuk digitalisasi ini, Manulife diperkirakan telah menginvestasikan dana lebih dari US\$ 10 juta. Pelayanan digital yang dikembangkan ini di antaranya adalah website publik yang berisi informasi umum terkait asuransi dan produk yang dijual.

Ada juga website khusus nasabah, di mana website

ini hanya bisa diakses oleh nasabah saja untuk melihat premi, nilai polis, mengubah data nasabah, dan sebagainya. Pengisian aplikasi dan tanda tangan polis juga sudah dilakukan secara digital.

Layanan digital lainnya adalah e-claim dimana nasabah bisa mengajukan klaim secara elektronik tanpa harus mendatangi kantor Manulife. Hingga semester I 2021, Manulife tercatat membayar klaim (un-audited) sebesar Rp 3,9 triliun atau sama dengan Rp 11 miliar setiap hari atau Rp 445 juta per jam.

Sedangkan klaim terkait Covid-19 hingga 30 September 2021 (year to date) tercatat hampir Rp 500 miliar. Hans menjelaskan, pada masa pandemi, penjualan semua produk Manulife oleh agen dilakukan melalui media digital, termasuk pengisian polis dan tanda tangan nasabah.

Namun standar pelayanannya tetap tinggi dan juga sesuai dengan aturan OJK. "Salah satu diantaranya melakukan rekaman foto dan suara sebagai bukti bahwa ada pertemuan agen dan nasabah secara virtual," katanya.

Jadi Kebutuhan

Sementara itu, Deputy Direktur Perlindungan Konsumen OJK, Hudyanto menegaskan, digitalisasi di industri asuransi telah menjadi suatu



BERI PENJELASAN - Direktur Kepatuhan Manulife Indonesia Apriliani Siregar (kanan) menjelaskan layanan digital Manulife kepada nasabah di ruang Informasi Layanan Counter Manulife Indonesia, belum lama ini.

kebutuhan. Namun, pemanfaatan teknologi informasi tersebut harus tetap memperhatikan aspek atau unsur perlindungan konsumen.

Pada masa pandemi, OJK mengizinkan industri menjual produk asuransi yang ada unsur investasinya seperti unit link tanpa tatap muka. OJK mensyaratkan harus ada rekaman foto dan suara saat komunikasi virtual antara

agen dan nasabah sebagai bukti bahwa konsumen memahami apa yang dijelaskan oleh agen tersebut.

Pasahnya, sampai saat ini secara umum masih banyak orang membeli produk asuransi tanpa memahami produk yang dibelinya secara detail. "Hal-hal seperti ini ke depan tidak boleh terjadi lagi. Ini yang sedang kita siapkan aturannya," kata Hudyanto. **(sup)**

Judul	Nasabah Asuransi Wanaartha Apresiasi Putusan Keberatan Sita Rekening Kasus Jiwasraya
Nama Media	Insight.kontan.co.id
Newstrend	Kasus Gagal Bayar Asuransi Jiwasraya
Halaman/URL	https://insight.kontan.co.id/news/nasabah-asuransi-wanaartha-apresiasi-putusan-keberatan-sita-rekening-kasus-jiwasraya
Tanggal Berita	2021-10-18
Sentimen	Netral

BERITA BISNIS

Nasabah Asuransi Wanaartha Apresiasi Putusan Keberatan Sita Rekening Kasus Jiwasraya

Senin, 18 Oktober 2021 | 14:52 WIB



ILUSTRASI. Pelayanan nasabah di Kantor WanaArtha Life, Mampang, Jakarta Selatan, Rabu (23/3). KONTAN/Baihaki/23/3/2011

Reporter: **Yuwono Triatmodjo** | Editor: **Yuwono triatmojo**

KONTAN.CO.ID - JAKARTA. Majelis hakim Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada Senin (11/10) pekan lalu, mengabulkan permohonan keberatan PT Asuransi Jiwa Adisarana Wanaartha (Wanaartha) atas perkara pemblokiran rekening perusahaan nomor 15Pid.Sus-TPK/Keberatan/2020/PN.Jkt.Pst dalam kasus korupsi PT Asuransi Jiwasraya (Jiwasraya). Terhadap putusan ini, nasabah pemegang polis asuransi Wanaartha mengapresiasi putusan hakim yang telah menerima keberatan pihak Wanaartha.

Putusan tersebut, setidaknya memberikan harapan bagi pembayaran klaim, yang dalam kurun waktu hampir 2 tahun terakhir terkatung-katung lantaran investasi Wanaarta disita Kejaksaan Agung (Kejagung). Rasa syukur diucapkan Freddy Handojo humas Perkumpulan Pemegang Polis Wanaartha (P3W) dan Parulian Sipahutar perwakilan nasabah Forsawa Bersatu dan Swanaartha.

Ini Artikel Spesial

Berlangganan sekarang untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam.

Judul	Telekonsultasi Solusi bagi Masyarakat Dapatkan Akses Layanan Kesehatan Cepat
Nama Media	Sindonews.com
Newstrend	Layanan Asuransi Kesehatan Digital MNC Life
Halaman/URL	https://lifestyle.sindonews.com/read/572346/155/telekonsultasi-solusi-bagi-masyarakat-dapatkan-akses-layanan-kesehatan-cepat-1634548212
Tanggal Berita	2021-10-18
Sentimen	Netral

Telekonsultasi Solusi bagi Masyarakat Dapatkan Akses Layanan Kesehatan Cepat

Siska Permata Sari
Senin, 18 Oktober 2021 - 17:37 WIB



MNC Life bekerja sama dengan AdMedika dan Good Doctor meluncurkan layanan telekonsultasi untuk para nasabahnya. 1 fotoMNC Life Permata Sari

JAKARTA - Telekonsultasi atau telemedicine menjadi salah satu solusi bagi masyarakat untuk tetap mendapatkan layanan kesehatan secara cepat tanpa perlu ke luar rumah. Hal inilah yang mendorong perusahaan asuransi jiwa **MNC Life** meluncurkan layanan telekonsultasi untuk para nasabahnya.

Peluncuran tersebut dilakukan bertepatan dengan Hari Asuransi Nasional yang jatuh pada hari ini, Senin, 18 Oktober 2021.

Baca Juga: Gandeng AdMedika dan Good Doctor, MNC Life Luncurkan Layanan Telekonsultasi

"Di masa pandemi ini, kita tahu banyak sekali masyarakat yang masih takut ke luar rumah. Kita tahu juga bahwa di masa sekarang, kesehatan menjadi nomor satu. Oleh karena itu, lewat pelayanan telemedicine yang bekerja sama dengan AdMedika dan Good Doctor, nasabah kami bisa berkonsultasi tentang kesehatan mereka," kata CEO MNC Life Febriyani Sjofjan Yahya di Gedung MNC Financial Center, Kebon Sirih, Jakarta Pusat, Senin (18/10/2021).



Pada kesempatan itu, Managing Director Good Doctor Technology Indonesia Danu Wicaksana juga menjelaskan betapa penting layanan telekonsultasi bagi masyarakat di era sekarang. Dia mengatakan, dalam dua tahun terakhir penggunaan telekonsultasi sangat meningkat.

"Selama dua tahun terakhir, memang pandemi Covid-19 ini memberikan akselerasi di sektor telekonsultasi. Di Indonesia sendiri, secara industri itu sepuluh kali naiknya dari awal 2020-2021. Bahkan, ada riset dari McKinsey & Company, itu di seluruh dunia naiknya 38 kali dari 2020 sampai 2021. Kami melihat tren ini akan terus tumbuh meskipun pandemi berubah menjadi endemik," ujarnya.

Danu Wicaksana menjelaskan, layanan telekonsultasi sangat membantu masyarakat dalam mengakses layanan kesehatan dengan simpel dan cepat. Meski begitu, bukan berarti layanan telekonsultasi dapat menggantikan pelayanan kesehatan tatap muka atau interaksi fisik.

Baca Juga: Hadapi Gelombang Ketiga Covid-19, Begini Persiapan Kemenkes

"User merasa bahwa telekonsultasi sangat membantu karena menghemat waktu. Jadi, setelah kita survei, mereka menghabiskan 4-5 jam untuk ke rumah sakit dan mendapatkan layanan secara langsung. Mulai dari di perjalanan, antri, dan sebagainya. Sedangkan ketika menggunakan telekonsultasi, itu hanya kurang dari satu jam, termasuk layanan pengantaran obat," ungkap Danu.

Di samping itu, ke depannya pihak MNC Life akan terus berinovasi dengan memanfaatkan teknologi digital, serta optimalisasi teknologi lain. Hal ini demi meningkatkan layanan bagi para nasabah, serta memenuhi kebutuhan proteksi yang lebih banyak bagi masyarakat.

Judul	OJK resmi buka pameran jasa keuangan, berlangsung hingga 2 November
Nama Media	Antaranews.com
Newstrend	Pameran FinEXPO BIK 2021
Halaman/URL	https://www.antaranews.com/berita/2466185/ojk-resmi-buka-pameran-jasa-keuangan-berlangsung-hingga-2-november
Tanggal Berita	2021-10-18
Sentimen	Netral

OJK resmi buka pameran jasa keuangan, berlangsung hingga 2 November

© Senin, 18 Oktober 2021 16:09 WIB



Tangkapan layar Anggota Dewan Komisiner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Tirta Segara dalam pembukaan FinEXPO BIK 2021 di Jakarta, Senin (18/10/2021). (ANTARA/Sanya Dinda)

Jakarta (ANTARA) - Anggota Dewan Komisiner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Tirta Segara resmi membuka pameran produk dan layanan jasa keuangan atau FinEXPO BIK 2021 yang berlangsung mulai 18 Oktober sampai 2 November 2021.

"Sebagai rangkaian kegiatan Bulan Inklusi Keuangan (BIK) 2021, salah satu agenda yang sangat strategis adalah pameran produk dan layanan jasa keuangan atau *financial expo* yang disingkat Finexpo BIK 2021. Saya sangat gembira dari tahun ke tahun acara ini diinisiasi oleh industri jasa keuangan," kata Tirta dalam pembukaan FinEXPO 2021 secara daring yang dipantau di Jakarta, Senin.

Sebagaimana tahun lalu FinEXPO BIK 2021 juga digelar virtual yang dapat diakses melalui website www.finexpo-bik2021.id. Menurut Tirta, FinEXPO BIK 2021 akan memberikan kesempatan kepada masyarakat luas untuk mendapatkan berbagai informasi tentang produk dan layanan jasa keuangan.

"Dalam FinEXPO BIK 2021 masyarakat dapat memilih berbagai produk dan layanan keuangan baik dari industri perbankan, pasar modal, asuransi, perusahaan pembiayaan, dana pensiun, pegadaian, fintech, dan juga penyedia e-commerce," sambung Tirta.

Baca juga: BI, OJK dan pelaku industri gelar "Finexpo" genjot inklusi keuangan

Produk keuangan tersebut akan ditawarkan baik dalam bentuk konvensional maupun syariah. Selain itu, juga akan diselenggarakan webinar edukasi keuangan untuk seluruh masyarakat setiap hari.

"FinEXPO BIK 2021 dapat dijadikan sarana atau platform bagi masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan terhadap produk dan layanan keuangan, serta memanfaatkan produk keuangan yang sesuai kebutuhan dan kemampuan masyarakat," tambahnya.

Ia juga berharap FinEXPO BIK 2021 tak hanya memberi kemudahan akses keuangan bagi masyarakat, tetapi juga meningkatkan penggunaan produk dan jasa layanan keuangan, termasuk e-commerce, oleh masyarakat.

"Lebih lanjut peningkatan penggunaan dan transaksi tersebut dapat mendukung pemulihan ekonomi nasional dan pencapaian target inklusi keuangan pada 2024 yang sebesar 90 persen," ucapnya.

Judul	OJK Yakin Target Inklusi Keuangan 90 Persen di 2024 Bisa Tercapai
Nama Media	Liputan6.com
Newstrend	Pameran FinEXPO BIK 2021
Halaman/URL	https://www.liputan6.com/bisnis/read/4687496/ojk-yakin-target-inklusi-keuangan-90-persen-di-2024-bisa-tercapai
Tanggal Berita	2021-10-18
Sentimen	Netral

Home > Bisnis > Bank

OJK Yakin Target Inklusi Keuangan 90 Persen di 2024 Bisa Tercapai



Arief Rahman Hakim
18 Okt 2021, 15:40 WIB



Share
16



Anggota Dewan Komisiner OJK bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen, Tirta Segara dalam pembukaan FinExpo 2021, Senin (18/10/2021).

Liputan6.com, Jakarta - Sejumlah penyedia jasa keuangan di Indonesia kembali menggelar Financial Expo (Finexpo) dalam rangkaian bulan Inklusi keuangan (BIK) 2021. Meresmikan gelaran ini, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) optimistis target inklusi keuangan dapat tercapai.

Anggota Dewan Komisiner OJK bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen, Tirta Segara mengatakan, Indonesia menargetkan tingkat inklusi keuangan sebesar 90 persen pada 2024.

"(pemerintah) menetapkan pencapaian target 90 persen inklusi keuangan di tahun 2024 dan kami optimis ini akan tercapai," katanya dalam pembukaan FinExpo 2021, Senin (18/10/2021).

"Kita menyadari bahwa tingkat inklusi keuangan tersebut masih belum merata, akses keuangan yang di kota sebesar 84 persen. Jauh lebih tinggi dari di desa hanya 69 persen," katanya.

Ia mengatakan, guna mendorong tingkat inklusi keuangan tersebut, perlu dilakukan berbagai upaya. Ia menyebut, sejak 2016 lalu, sejumlah penyedia jasa keuangan berinisiatif untuk menggelar Bulan Inklusi Keuangan hingga saat ini.

"Kita inisiasi BIK diadakan setiap Oktober sebagai agenda nasional, pada bulan tahun 2021 ini tema yang diusung adalah 'inklusi keuangan untuk semua bangkitkan ekonomi bangsa'," katanya.

Ia juga menyebutkan bahwa gelaran saat ini memfokuskan gelaran BIK sebagai dukungan untuk pemulihan ekonomi nasional.

"Termasuk meningkatkan pemahaman masyarakat serta akselerasi penambahan rekening dan produk layanan jasa keuangan," katanya.