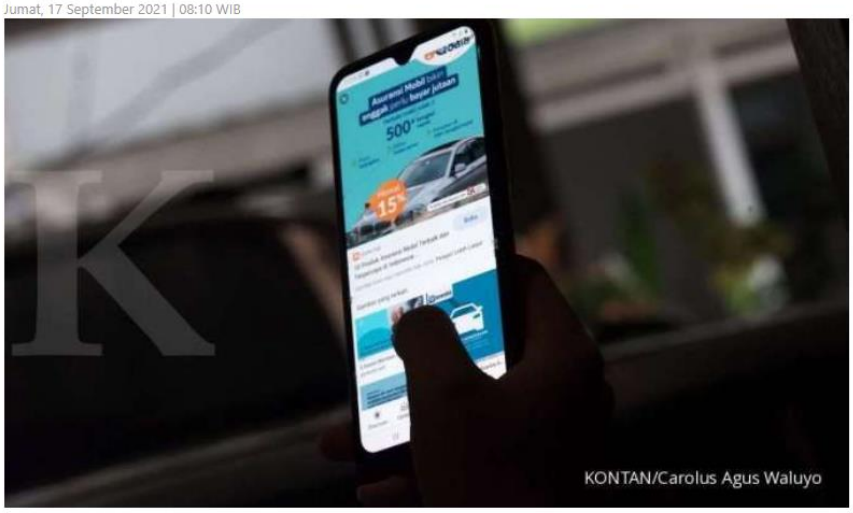
Senin, 20 September 2021

FM-CC-AAJI-006-00

Judul	Asuransi Terus Mengincar Pendapatan Premi Insurtech
Nama Media	Insight.kontan.co.id
Newstrend	Kinerja Premi Asuransi Melalui Saluran Digital
Halaman/URL	https://insight.kontan.co.id/news/asuransi-terus-mengincar-pendapatan-premi-insurtech
Tanggal Berita	2021-09-17
Sentimen	Netral

Asuransi Terus Mengincar Pendapatan Premi Insurtech

Jumat, 17 September 2021 | 08:10 WIB



KONTAN/Carolus Agus Waluyo

Reporter: **Ferrika Sari** | Editor: **Lamgiat Siringoringo**

KONTAN.CO.ID - JAKARTA. Asuransi menjadi salah satu sektor di industri keuangan yang mampu menjalankan inovasi digital. Asuransi mampu beradaptasi melakukan transformasi digital di tengah penyebaran pandemi yang terus meninggi.
Nah, salah satunya dengan memanfaatkan kanal insurance technology (insurtech) untuk memasarkan produk asuransi. Berkat kehadiran insurtech, nasabah menjadi dimudahkan dan bisnis asuransi juga mulai menanjak. Alhasil, premi asuransi dari insurtech terus tumbuh.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat, total premi industri asuransi umum dan jiwa yang didistribusikan melalui insurtech menyentuh Rp 6 triliun per Juli 2021. Nilai itu menyumbang 3,94% dari total premi industri.

Ini Artikel Spesial

Berlangganan sekarang untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam.

Judul	Potensi Insurtech Makin Besar
Nama Media	Tribun Kaltim
Newstrend	Kinerja Premi Asuransi Melalui Saluran Digital
Halaman/URL	3
Tanggal Berita	2021-09-17
Sentimen	Netral

Potensi Insurtech Makin Besar

● Tren Asuransi Meningkat saat Pandemi

JAKARTA, TRIBUN - Pandemi mempercepat adaptasi masyarakat terhadap layanan digital. Termasuk bagi industri asuransi dengan kehadiran insurance technology (insurtech) yang memudahkan nasabah dari segi pelayanan saat pandemi.

Terlebih data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan penetrasi industri asuransi nasional terus meningkat selama pandemi. Hingga Juli 2021, tingkat penetrasi asuransi mencapai 3,11%.

Angka ini meningkat dibandingkan akhir tahun 2020 yang mencapai 2,92%. Peningkatan ini ditandai dengan pertumbuhan premi yang dilaporkan oleh industri asuransi nasional. Kondisi ini bisa menjadi peluang bagi Asuransi untuk bertransformasi ke arah digital.

OJK juga mencatat total premi asuransi umum dan jiwa yang didistribusikan melalui digital (insurtech) sudah mencapai Rp 6 triliun per Juli 2021. Angka ini terhitung menyumbang porsi sebesar 3,94% terhadap total premi asuransi umum dan jiwa nasional.

Premi insurtech tersebut disalurkan melalui beberapa jalur, yaitu melalui pemasaran langsung senilai Rp 1,80 triliun, agen asuransi senilai Rp 3,14 triliun, bancassurance Rp 150 miliar, BUSB (perusahaan pembiayaan) senilai Rp 290 miliar, BUSB (lainnya) senilai Rp 70 miliar, dan pialang asuransi senilai Rp 540 miliar.

Menurut OJK, distribusi premi asuransi umum dan jiwa secara digital terus mengalami peningkatan jika dibandingkan dengan bulan Mei dan Juni 2021. Deputi Direktur Pengawasan Asuransi 2 OJK Kristianto Andi Handoko mengungkapkan, bahwa kesadaran masyarakat akan pentingnya perlindungan kesehatan semakin meningkat selama pandemi.

"Saya rasa ini (insurtech) akan meningkat signifikan dalam beberapa tahun ke depan dan tentunya teman-teman di industri harus semakin memperbaiki terutama dari sisi teknologi informasi," ujar Andi secara virtual pada Rabu (16/9).

Direktur Eksekutif Asosiasi Asuransi Umum Indonesia (AAUI), Dody Dalimunthe melihat peluang dari insurtech akan semakin besar. Potensi tersebut turut didorong oleh beberapa hal, yakni pengguna internet di Indonesia yang semakin meningkat. Kemudian, masyarakat juga semakin memikirkan bagaimana cara memitigasi risiko yang lebih besar di masa pandemi.

Karena sifat insurtech yang berkaitan erat dengan teknologi, lanjut Dody, diharapkan literasi asuransi di masyarakat akan semakin meningkat. Selain itu ia juga berharap agar regulasi bisa menyesuaikan dengan perkembangan teknologi ke depan, agar industri asuransi bisa lebih kompetitif.

Direktur Allianz Life Indonesia, Bianto Surodjo menyarankan, jika ingin melakukan penjualan melalui platform digital, maka perusahaan asuransi harus terlebih dahulu memulai dengan produk yang relatif lebih sederhana.

"Kalau bicara tentang produk retail memang sedikit berbeda dari general insurance. Di Allianz, kami memanfaatkan platform digital yang populer di pasaran, baik platform Allianz sendiri, maupun platform asuransi seperti PasarPolis, platform e-commerce seperti Bukalapak, dan platform ride-hailing seperti Gojek," tambahnya.

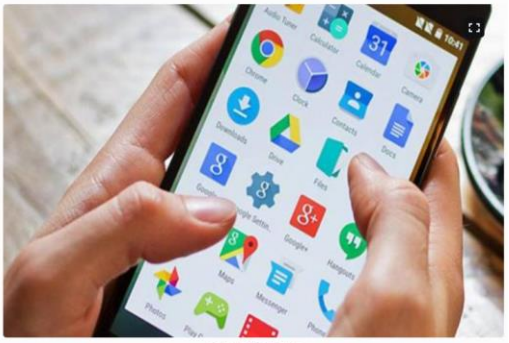
Selain melakukan kolaborasi dengan pelaku usaha digital, selama ini Allianz juga menjangkau nasabah dengan produk-produk inovatif. **(ktn)**.

Judul	Pandemi Pacu Akselerasi Perkembangan Insurtech
Nama Media	Bisnis.com
Newstrend	Kinerja Premi Asuransi Melalui Saluran Digital
Halaman/URL	https://finansial.bisnis.com/read/20210917/215/1443842/pandemi-pacu-akselerasi-perkembangan-insurtech
Tanggal Berita	2021-09-17
Sentimen	Netral

Pandemi Pacu Akselerasi Perkembangan Insurtech

Saat ini, perkembangan insurtech di Indonesia masih belum terlalu tinggi. Namun, dengan perkembangan teknologi dan perubahan pola perilaku konsumen, insurtech diyakini akan semakin berkembang.

Denis Riantiza Meilanova - Bisnis.com
17 September 2021 | 22:35 WIB



Aplikasi mobile - Ilustrasi

Bisnis.com, JAKARTA -- Kondisi pandemi Covid-19 memicu peningkatan pemanfaatan teknologi digital di berbagai sektor kehidupan, tak terkecuali sektor industri asuransi. Hal ini pun membuat potensi berkembangnya *insurance technology* (*insurtech*) sebagai jalur distribusi alternatif pemasaran produk asuransi semakin besar.

Saat ini, perkembangan *insurtech* di Indonesia masih belum terlalu tinggi. Namun, dengan semakin berkembangnya teknologi dan perubahan pola perilaku konsumen, *insurtech* diyakini akan semakin berkembang ke depan. Terlebih di tengah terbatasnya interaksi di masa pandemi, kehadiran *insurtech* tentunya bisa mempermudah dan memperluas akses masyarakat terhadap asuransi.

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pada Juli 2021, premi asuransi yang dibukukan melalui pemasaran digital sudah mencapai Rp6 triliun. Kontribusi premi asuransi lewat kanal distribusi digital yang dibukukan oleh perusahaan asuransi umum dan asuransi jiwa tersebut telah mencapai 3,94 persen dari total premi asuransi umum dan jiwa.

Deputi Direktur Pengawasan Asuransi 2 OJK Kristianto Andi Handoko mengatakan bahwa *insurtech* sebenarnya bukan merupakan hal baru, tetapi memang perkembangannya semakin kencang di masa pandemi ini.

Baca Juga : PasarPolis Catat Bisnis Tumbuh 5 Kali Lipat, Ini Rencana Ekspansi Berikutnya

"Saya rasa ini [*insurtech*] akan meningkat signifikan dalam beberapa tahun ke depan. Konsekuensinya teman-teman di industri asuransi harus mulai semakin memperbaiki, terutama dari sisi teknologi informasi," ujar Andi dalam sebuah webinar, Rabu (15/9/2021).

Menurutnya, keberadaan *insurtech* juga semakin mendorong efisiensi bisnis asuransi. Selain mengurangi risiko penularan Covid-19, *insurtech* juga dapat meminimalisasi beban operasional dan mempermudah proses *underwriting*, serta klaim.

Dia juga berharap perusahaan asuransi yang memanfaatkan *insurtech* dan digitalisasi dapat memberikan akses yang luas ke masyarakat, menyediakan produk asuransi sesuai kebutuhan dan kemampuan, serta meningkatkan literasi keuangan dan asuransi masyarakat.

Direktur Eksekutif Asosiasi Asuransi Umum Indonesia (AAUI) Dody Dalimunthe tak memungkiri bahwa pandemi Covid-19 telah mengakselerasi interaksi *digital customer*. Oleh karena itu, pelaku industri asuransi melakukan penyesuaian proses bisnis mulai dari produk, layanan, sistem, hingga sumber daya manusia yang kompeten.

Baca Juga : Insurtech Rey Tawarkan Langganan Asuransi Mulai Rp69.000 per Bulan

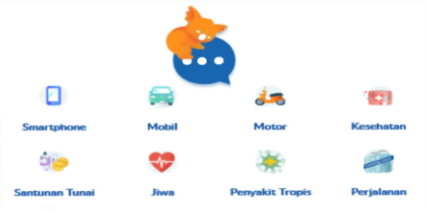
"Keterlibatan digital akan mulai mengarah ke hal-hal yang sifatnya lebih *advance*. Bahkan pemain baru nontradisional akan jadi kompetitor. Kompetitor mungkin nanti dari perusahaan-perusahaan yang mungkin belum diregulasi OJK," kata Dody.

Dalam tren digitalisasi asuransi, produk asuransi yang segera terdampak adalah lini bisnis asuransi kecelakaan diri dan asuransi kendaraan bermotor karena kedua lini bisnis ini relatif sederhana dan memiliki frekuensi transaksi besar dibandingkan dengan produk asuransi lainnya.

Menghadapi perkembangan digitalisasi tersebut, menurutnya, perusahaan asuransi harus dapat beradaptasi dan pendekatan tradisional dalam menjual produk asuransi sudah harus berubah. Dalam lingkungan yang sangat kompetitif ini, perusahaan asuransi tidak dapat lagi mengandalkan pertumbuhan organik atau inovasi internal.

Pemenangnya adalah mereka yang dapat menjalin aliansi dengan perusahaan baru yang inovatif, bersekutu dengan *insurtech*, dan berkonsolodasi dengan rekan bisnisnya.

"Kami melihat ke depan peluang *insurtech* itu besar. Pengguna internet milenial itu sekarang yang dominan," katanya.



Produk asuransi tersedia secara daring dan dapat diakses dengan mudah sehingga cocok untuk para milenial yang membutuhkan proteksi. #Qoala app

Perkembangan *insurtech* juga ditunjang oleh demografi masyarakat yang berusia produktif yang memiliki perilaku belanja *online* dan perilaku konsumen pada masa pandemi maupun setelah pandemi.

Namun demikian, perkembangan *insurtech* tentunya masih menghadapi tantangan, seperti ketersediaan jaringan dengan kondisi geografis Indonesia, masih sulitnya penjualan produk asuransi sehingga edukasi menjadi hal esensial untuk *insurtech* menjangkau lebih luas sasaran, dan regulasi *insurtech* yang belum lengkap bila dibandingkan dengan *fintech*.

Sementara itu, penjualan produk asuransi jiwa melalui platform digital dinilai lebih sulit dibandingkan dengan produk asuransi umum. Hal ini disebabkan karakteristik produk asuransi jiwa lebih kompleks dibandingkan produk asuransi umum.

Kepala Departemen Insurtech Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) Henky Djojosantoso mengatakan, penjualan produk asuransi jiwa melalui digital terus meningkat meskipun porsinya belum signifikan.

Baca Juga : Qoala Gandeng JD.ID Jual Asuransi Covid-19, Premi Cuma Rp15 Ribu

AAJI mencatat premi dari kanal distribusi digital pada 2019 baru mencapai Rp13,6 miliar. Angka ini meningkat lebih dari dua kali lipat pada 2020 menjadi Rp31,5 miliar.

Sementara, sepanjang semester I/2021 ini, premi dari kanal distribusi digital telah mencapai Rp24,17 miliar. Secara kontribusi terhadap total premi industri asuransi jiwa, porsinya masih sangat kecil, yakni masih di bawah 0,1 persen.

"Kalau bicara *online sales* sendiri, tantangan produk dan prosesnya harus beda. Tidak bisa semata produk dijual di *channel* lain, kemudian kami tawarkan secara *online*, itu tidak jalan. Produk harus *simple, straightforward,* dan mungkin *shorterm*. Saat ini, produk asuransi jiwa memang produk yang sifatnya *longterm* jadi perlu perubahan paradigma dalam membuat produk," kata Henky.

Direktur & Chief of Partnership Distribution Officer PT Asuransi Allianz Life Indonesia Bianto Surodjo mengamati bahwa perkembangan teknologi digital dalam 1 dekade terakhir telah mendorong meningkatnya preferensi pembelian produk dan jasa melalui internet, termasuk asuransi.

Baca Juga : Sinarmas MSIG Life Beberkan Strategi Hadapi Tantangan Digitalisasi

Perubahan tren tersebut bila dihubungkan dengan penetrasi asuransi di Indonesia yang masih rendah, membuat pelaku industri asuransi harus berpikir ulang untuk mengoptimalkan pemanfaatan kanal digital secara lebih efektif.

"Dorongan ini tidak hanya datang dari konsumen dan pelaku industri, tapi juga pelaku modal yang eager melakukan investasi di asuransi digital yang kemudian mendorong perkembangan akselerasi bisnis asuransi digital ini," tutur Bianto.

Dengan perkembangan tersebut, ia melihat potensi distribusi asuransi digital sangat tinggi di Indonesia, meski masih banyak tantangan yang dihadapi. Menurutnya, pelaku industri asuransi harus mampu mengeliminasi tantangan yang ada agar penetrasi asuransi jiwa dapat terus meningkat di era digital.

"Kalau melakukan penjualan lewat platform digital harus mulai dengan produk yang relatif sederhana. Mungkin produk life ini produk ritelnya agak beda dengan asuransi umum karena umumnya produk di *life* dan *health* ini punya spektrum dan kompleksitas yang berbeda. Kalau di Allianz kami memanfaatkan platform digital populer, baik platform Allianz sendiri, platform broker asuransi, seperi PasarPolis, *e-commerce* Bukalapak, atau platform lainnya seperti Gojek," kata Bianto.

Judul	Kata Kemenkes Soal Hoax Biaya Perawatan COVID-19 Tak Dicover Pemerintah Lagi
Nama Media	Detik.com
Newstrend	Kabar Hoax Soal Biaya Perawatan Covid-19 Tak Ditanggung
Halaman/URL	https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5727592/kata-kemenkes-soal-hoax-biaya-perawatan-covid-19-tak-dicover-pemerintah-lagi
Tanggal Berita	2021-09-17
Sentimen	Netral

Kata Kemenkes Soal Hoax Biaya Perawatan COVID-19 Tak Dicover Pemerintah Lagi

Sarah Oktaviani Alam - detikHealth

0 komentar

Ilustrasi pasien COVID-19. (Foto: Agung Pambudhy)

Jakarta - Viral sebuah narasi yang menyebutkan Kementerian Kesehatan tidak lagi menanggung biaya perawatan pasien COVID-19 per 1 Oktober mendatang. Bahkan disebutkan juga Badan Jaminan Penyelenggara Sosial (***BPJS***) Kesehatan hanya akan menyediakan cover anggaran untuk pasien COVID-19 maksimal 18 juta.

Kabar ini diklarifikasi oleh Direktur Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Menular Langsung (P2PML) Kementerian Kesehatan RI dr Siti Nadia Tarmizi.

dr Nadia menegaskan bahwa biaya perawatan ***pasien COVID-19*** tetap akan ditanggung pemerintah. Selain itu, ia juga mengatakan sumber anggaran untuk perawatan tersebut masih bersumber dari Kementerian Kesehatan.

"Besaran perawatan biaya pasien COVID-19 tidak benar dibatasi 18 juta. Mekanisme perhitungan penggantian biaya menggunakan metode INA-CBGs dan besarannya bervariasi," ungkap dr Nadia kepada **detikcom** Kamis (16/9/2021).

Baca juga: ***Viral Kemenkes Tak Lagi Cover Biaya Pasien Corona per 1 Oktober, Ini Faktanya***

Dalam penjelasannya, dr Nadia mengungkapkan pembiayaan pasien Corona baru akan dihentikan saat masa isolasi ***COVID-19*** telah dinyatakan selesai.

"Bila saat itu ternyata masih diperlukan perawatan lanjutan karena kondisi komorbid, komplikasi atau koinsiden, maka beralih ke sumber pembiayaan lain," sambung dr Nadia.

Sumber pembiayaan yang dimaksud seperti jaminan kesehatan nasional (JKN) atau asuransi lain dari masing-masing pasien. Ia kembali menegaskan jika kabar tersebut adalah hoax.

"Hoax. Biaya perawatan pasien COVID-19 tetap ditanggung pemerintah. Sumber biaya tetap dari Kemenkes," tegas dia.

Berikut bunyi pesan broadcast terkait penghentian cover biaya pasien COVID-19 yang telah dipastikan hoax:

"Ingat mulai 1 Oktober pasien Covid tidak ditanggung Kemenkes lagi, BPJS hanya cover maksimal 18 Juta.! Alternatif lain pake Asuransi sendiri. Jaga diri baik-baik."

Judul	Hoaks! Biaya Pasien Covid-19 Tidak Ditanggung Pemerintah
Nama Media	Rakyat Merdeka
Newstrend	Kabar Hoax Soal Biaya Perawatan Covid-19 Tak Ditanggung
Halaman/URL	4
Tanggal Berita	2021-09-19
Sentimen	Netral

Saring Dulu Tuh Informasi Medsos

Hoaks! Biaya Pasien Covid-19 Tidak Ditanggung Pemerintah

Di media sosial (medsos) beredar informasi bahwa Kementerian Kesehatan (Kemenkes) tidak lagi menanggung biaya pasien Covid-19 mulai 1 Oktober 2021. Informasi tersebut hoaks.

DIREKTUR Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Menular Langsung (P2PML) Kementerian Kesehatan (Kemenkes), dr Siti Nadia Tarmizi memastikan, biaya perawatan pasien Covid-19 tetap ditanggung Pemerintah. Biaya tersebut bersumber dari anggaran Kemenkes.

"Mekanisme perhitungan penggantian biaya menggunakan metode Indonesia Case Based Groups (INA-CBGs) dan besarannya bervariasi," tegas Nadia, kemarin.

Dia menegaskan, informasi di media sosial (medsos) bahwa Kemenkes tidak lagi menanggung biaya pasien Covid-19 mulai 1 Oktober 2021 tidak benar alias hoaks. Untuk besaran perawatan biaya pasien Covid-19 pun, kata dia, tidak benar dibatasi Rp 18 juta.

Menurut Nadia, penghentian cover biaya pasien Covid-19 dilakukan saat masa isolasi dinyatakan selesai. Namun, lanjut dia, bila ternyata masih diperlukan perawatan lanjutan karena kondisi komorbid, komplikasi atau koinsiden, maka pembiayaan beralih ke sumber lain.

"Seperti jaminan kesehatan nasional (JKN) atau asuransi lain masing-masing pasien," kata Juru Bicara Vaksinasi Covid-19 ini.

Informasi hoaks yang beredar di media sosial tersebut berbunyi; "Ingat mulai 1 Oktober pasien Covid tidak ditanggung Kemenkes lagi, BPJS hanya cover maksimal 18 Juta! Alternatif lain pake asuransi sendiri. Jaga diri baik-baik," demikian informasi tersebut.

Netizen pun meminta masyarakat tidak menyebarluaskan (*share*) berita yang belum jelas asal-usulnya. Semua informasi di media sosial harus ditanggapi bijak, disaring dan diklarifikasi terlebih dahulu.

Akun *@Bulls23_MJ* mengatakan, pengobatan pasien Covid-19 masih ditanggung Kemenkes. Kecuali, kata dia, pasien tersebut memilih pengobatan pribadi. "Jangan media sosial (medsos) nggak jelas dibaca," kata dia.

Akun *@qronoz* menyambung. Dia meminta netizen untuk tidak menyebarluaskan berita yang belum pasti kebenarannya. Kata dia, sekarang waktunya bahu membahu agar pandemi cepat selesai.

"Jika ada berita belum jelas, jangan dibesar-besarkan, klarifikasi dulu," pinta *@qronoz*. "Jangan bikin resah dan gaduh dengan menyebar hoaks di tengah pandemi Covid-19 yang belum selesai," tambah *@juffriee*.

Akun *@Sridiana_3va* mengatakan, pasien Covid-19 yang dirawat di rumah sakit, pembiayaannya ditanggung Kemenkes. Setelah pulang, kata dia, kalau pasien harus rawat jalan atau kontrol, maka harus datang ke Puskesmas dan tidak kontrol ke rumah sakit lagi.

"Karena BPJS Kesehatan tidak bayar klaim Covid-19 rawat jalan atau rawat inap. Jika gejala sedang-berat, kembali ke IGD rumah sakit," saran dia.

Menurut *@bloddokter*, biaya perawatan pasien Covid-19 hingga pemulasaran jenazah pasien Covid-19 di rumah sakit, ditanggung Pemerintah (Kemenkes). Pembiayaan akan diurus sendiri oleh rumah sakit ke Kementerian Kesehatan.

"Biaya perawatan pasien Covid-19 yang ditanggung Kemenkes itu biaya apa aja? Dan persyaratannya apa aja?" tanya *@waltonkate*.

Akun *@patrasio* menjawab. Dia menjelaskan, semua biaya, termasuk kamar, konsultasi dokter, *treatment* dan obat-obatan terkait Covid-19 dan komorbidnya ditanggung Kementerian Kesehatan. "Waktu urus pendaftaran cuma mengisi surat persetujuan dengan melampirkan *fotocopy* KTP," jelasnya.

Menurut *@fraivix41*, jika masyarakat semakin banyak yang divaksinasi, maka jumlah pasien yang perlu perawatan di rumah sakit akan menurun. Alhasil, dapat mengurangi beban biaya pengobatan Covid-19 yang ditanggung Kemenkes. "Dan dapat membantu menstabilkan perekonomian Indonesia," ujarnya.

Akun *@indoissue* menimpali. Dia mengungkap, tunggakan utang Pemerintah kepada rumah sakit terkait penanganan pasien Covid-19 di masa pandemi. Kata dia, jumlahnya sudah melampaui Rp 10 triliun.

"Tunggakan itu menjadi piutang bagi 800 rumah sakit swasta yang tersebar di seluruh Indonesia" beber dia.

Kata *@rezafahlv*, program Kemenkes untuk rawat inap gratis di rumah sakit tidak banyak yang tahu informasinya. Sehingga banyak orang takut ke rumah sakit karena mikir biaya rawat inap Covid-19 yang mahal. "Akhirnya, mereka meninggal di rumah," tukas *@rezafahlv*. ■ TIF

Judul	Aset Rp 6 Triliun, Liabilitas BUMIPUTERA Rp 68 Triliun
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Kasus Gagal Bayar Asuransi AJB Bumiputera
Halaman/URL	8
Tanggal Berita	2021-09-18
Sentimen	Netral

Aset Rp 6 Triliun, Liabilitas Bumiputera Rp 68 Triliun

JAKARTA – Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan liabilitas Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 mencapai Rp 68 triliun. Selain itu, perusahaan asuransi mutual itu memiliki 2,4 juta pemegang polis dengan sisa aset utama hanya sebesar Rp 6 triliun.

Kepala Eksekutif Pengawas IKNB OJK Riswinandi menyatakan, permasalahan Bumiputera sudah berlangsung selama 24 tahun atau setidaknya dimulai sekitar tahun 1997 dengan perkiraan defisit sebesar Rp 2,07 triliun. Regulator yang mengawasi pun silih berganti tapi Bumiputera makin sakit. Berbagai relaksasi yang diberikan regulator yang silih berganti pun tidak kunjung membuat Bumiputera kembali sehat. "Sampai sekarang defisitnya membengkak menjadi sekitar Rp 22 triliun. Dengan posisi utang klaim yang belum dibayar itu mencapai Rp 7,4 triliun. Jumlah nasabah sekarang 2,4 juta orang, yang utang kredit ada sekitar 460 peserta. Nilai sekarang total kewajiban itu Rp 22 triliun, nilai kontrak (liabilitas) dari jumlah peserta yang ada Rp 68 triliun. Jadi sudah besar sekali," kata Riswinandi, Kamis (16/9).

Setelah melihat angka-angka itu, kata dia, OJK mempelajari dan melihat lagi bahwa penyelesaian harus kembali kepada aturan yang ada. Artinya, kembali pada Anggaran Dasar (AD) Bumiputera Pasal 38 untuk mengakui kerugian yang ada, aturan yang sudah dibuat oleh para pendiri perusahaan pada 1912.

Dia menjelaskan, beleid itu menjelaskan bahwa jika ada kerugian harus ditanggung dengan dana cadangan. Kalau dana cadangan tidak cukup, maka dengan dana jaminan lainnya. Kalau dana jaminan tidak cukup juga, Badan Perwakilan Anggota (BPA) harus melakukan sidang luar biasa guna memutuskan perusahaan akan dilikuidasi atau diteruskan. "Kalau (perusahaan) diteruskan apakah dalam bentuk mutual atau demutualisasi? *Nah*, kalau perusahaan ini akan diteruskan yang paling penting adalah kerugian ditanggung bersama. Tapi ini tidak dilakukan sampai sekarang dan ketika kita minta umumkan kondisi perusahaan pun tidak dilakukan. Bahkan, ketika pertemuan dengan DPR, para pemegang polis pun tidak tahu bahwa perusahaan ini adalah mutual," ungkap Riswinandi.

Upaya OJK

Lebih lanjut, Riswinandi mengatakan, OJK sudah berupaya melakukan sejumlah pendekatan terkait permasalahan di Bumiputera. Namun demikian, berbagai kendala tidak habis, bahkan datang dari internal perusahaan. Fenomena yang belum lama terjadi adalah BPA lama tidak membentuk BPA baru, sehingga saat ini terjadi kekosongan pengurus. "Saat ini BPA-nya sudah jatuh tempo, praktis saat ini perusahaan tidak ada BPA. Kita upayakan dan fasilitasi untuk kumpul faksi-faksi yang ada di situ untuk melakukan pemilihan BPA baru, dengan kesepakatan menyusun panitia BPA dulu. BPA ini merupakan yang memiliki kewenangan tertinggi di Bumiputera karena mewakili pemegang polis, termasuk mengangkat direksi dan komisaris," kata dia.

Riswinandi menuturkan, menjadi fasilitator adalah upaya yang bisa dilakukan OJK saat ini. Hasil koordinasi diketahui bahwa sejumlah unsur pemegang polis telah sepakat untuk membentuk panitia BPA, yang seharusnya dibentuk oleh BPA lama. Sebelumnya, langkah ini sudah dilakukan untuk meminta kedudukan hukum kepada Pengadilan Negeri Jakarta Selatan (PN Jaksel), tapi gagal. "Jadi kembali lagi kita fasilitasi akhirnya mereka sepakat dan untuk mengesahkan panitianya, mereka yang sepakat ini akan meminta *legal opinion*. Kemudian akan mengumumkan di surat kabar mengenai pemilihan ini, sehingga diharapkan seluruh pemegang polis diharapkan mengerti bahwa ini akan ada proses pengangkatan BPA dan melanjutkan penyelesaian kewajiban," beber dia.

Tapi tentu, sambung dia, OJK turut mengingatkan kondisi keuangan saat ini. "Aset utama yang tersisa memang adalah properti yang terdiri atas investasi dan properti lain dengan jumlah total sebesar Rp 6 triliun. Jadi bisa dibayangkan besaran uang ini untuk menyelesaikan kewajibannya. Jadi kita betul-betul jaga jangan sampai ini dijual, karena masih ada pemegang polis yang belum jatuh tempo, nanti tidak dapat apa-apa," jelas Riswinandi. **(pri)**

Judul	Carut Marut Kondisi AJB Bumiputera 1912 Tidak Normal
Nama Media	Kumparan.com
Newstrend	Kasus Gagal Bayar Asuransi AJB Bumiputera
Halaman/URL	https://kumparan.com/diding-anwar/carut-marut-kondisi-ajb-bumiputera-1912-tidak-normal-1wXfSKp9kmd
Tanggal Berita	2021-09-17
Sentimen	Netral

Carut Marut Kondisi AJB Bumiputera 1912 Tidak Normal

Konten ini diproduksi oleh Diding S Anwar

Bumiputera. Foto: Facebook/bumiputera

Data ICMIF (International Cooperative and Mutual Insurance Federation) ada 5.100 Perusahaan Asuransi yang berbentuk Usaha Bersama (Mutual) dan Koperasi di 77 Negara di Dunia, sebaran di Benua Eropa 2.870 Perusahaan, Amerika 1.900 Perusahaan, sisanya Perusahaan tersebar di Asia, Oceania, dan Afrika.

ADVERTISEMENT

Di negara-negara Islam pun banyak perusahaan mutual baik yang syariah maupun konvensional seperti Qatar, Bangladesh, Ghana, Kenya, Maroko, Mesir, Afrika.

Pasar asuransi bersama dan koperasi telah menjadi bagian yang tumbuh paling cepat dari industri asuransi global dalam periode 10 tahun sejak krisis keuangan global, menurut edisi khusus 10 tahun dari laporan Global Mutual Market Share 10 yang diluncurkan hari ini oleh Federasi Koperasi dan Reksa Asuransi Internasional (ICMIF).

Penelitian terbaru yang diterbitkan oleh ICMIF ini menyoroti bahwa dalam periode 10 tahun sejak dimulainya krisis keuangan (2007 hingga 2017), pendapatan premi sektor asuransi bersama dan koperasi global tumbuh sebesar 30% dibandingkan dengan pertumbuhan 17% tahun lalu. industri asuransi global secara keseluruhan. Akibatnya, pangsa pasar global perusahaan asuransi bersama dan koperasi naik dari 24,0% pada 2007 menjadi 26,7% pada 2017.

ADVERTISEMENT

Laporan tersebut juga menyoroti bahwa 922 juta anggota/pemegang polis dilayani oleh perusahaan asuransi bersama/koperasi pada tahun 2017, tumbuh 13% sejak tahun 2012. Dampak sosial ekonomi yang berkembang dari industri koperasi dan koperasi juga terlihat dari peningkatan jumlah orang yang dipekerjakan oleh sektor ini, yang mencapai 1,16 juta pada 2017 – tumbuh 24% sejak 2007.

AJB Bumiputera 1912 adalah satu-satunya Usaha Bersama atau mutual yang ada di Indonesia. Perusahaan yang didirikan 3 (tiga) Tokoh Goeroe yang juga Pengurus Pergerakan Boedi Oetomo para tokoh guru di zaman penjajahan untuk membantu kesejahteraan rakyat melalui mekanisme asuransi usaha bersama masyarakat Indonesia dalam mengatasi keprihatinan.

AJB Bumiputera 1912 merupakan perusahaan asuransi berbentuk usaha bersama atau mutual. Bentuk tersebut menempatkan setiap pemegang polis sebagai pemegang saham, besar kepemilikan saham ditentukan oleh besarnya polis yang dimiliki.

Usaha bersama ini khas masyarakat Indonesia yang berbudaya gotong royong dan kekeluargaan. Secara legacy usaha bersama, gotong royong dan kekeluargaan, diatur dalam pasal 33 UUD 1945.

Perusahaan Usaha Bersama atau Mutual itu badan usaha bila akan dikembangkan bisa tidak hanya untuk Insurance Company, bisa juga untuk Non Insurance Company.

Dari daftar keanggotaan ICMIF saat ini, AJB Bumiputera 1912 tidak terlihat sebagai member ICMIF.

Kenapa ya, apakah nggak tahu atau karena sedang sakit berat?

Indonesia pun sampai saat ini belum punya payung hukum untuk Usaha Bersama. Kehadiran Pemerintah atau Negara dengan menerbitkan PP Nomor 87 Tahun 2019 tentang Usaha Bersama (Mutual), di akhir tahun 2019, diharapkan bisa memperkuat kemurnian cita-cita 3 orang guru pendiri AJB Bumiputera, meskipun sudah ditangguhkan oleh keputusan Mahkamah Konstitusi tidak mengikat.

ADVERTISEMENT

Di hari – hari sekarang, meskipun berembus kondisi AJB Bumiputera 1912 sedang tidak sehat, namun sebagai satu satunya perusahaan asuransi berbentuk Usaha Bersama di Indonesia, eksistensinya patut dipertahankan, karena perusahaan yang berazas usaha bersama, gotong royong serta kekeluargaan ini, sangat sesuai dengan Pasal 33 UUD 1945.

Penanganan AJB Bumiputera 1912 harus cepat dan mendesak serta tidak dapat lagi ditunda, sesuai ketentuan dalam Pasal 2 Ayat (4) POJK No. 41/POJK.05/2015 Kepala Eksekutif IKNB OJK Riswinandi harus tegas dan berani menerbitkan kebijakan dengan mengusulkan penetapan Pengelola Statuter terhadap AJB Bumiputera 1912, hal tersebut guna menjaga wibawa Pemerintah melalui pembentukan lembaga OJK melalui UU 21 Tahun 2011 juga guna memberikan kepastian hukum dan jaminan kepentingan ribuan pemegang polis serta sektor Jasa Keuangan

ADVERTISEMENT

Dalam kasus AJB Bumiputera 191 sesuai ketentuan dalam Pasal 2 Ayat (4) POJK No. 41/POJK.05/2015 Cara Penetapan Pengelola Statuter Pada Lembaga Jasa Keuangan, OJK dapat melakukan penunjukan dan menetapkan penggunaan Pengelola Statuter untuk mengambil alih seluruh wewenang dan fungsi Direksi, Dewan Komisaris, dan/atau Dewan Pengawas Syariah Lembaga Jasa Keuangan.

POJK ini diterbitkan sendiri oleh OJK dan yang melaksanakannya juga nggak ada yang lain selain OJK. Sebenarnya bagus untuk solusi bila di Industri jasa keuangan ada perusahaan yang perlu pertolongan emergency.

Dalam keadaan tidak normal, khususnya organ yang vakum, di Anggaran Dasar AJB Bumiputera 1912 tidak terlihat diatur bila organ perusahaan *vacuum of power*.

Lantas dalam keadaan tidak normal ini siapa yang berkompeten dan berwenang?

ADVERTISEMENT

Persoalan (Jiwasraya dan Bumiputera) dalam laporan OJK terhadap asuransi Bumiputera dan Jiwasraya sudah sampai mana penyelesaiannya. Enggak disinggung sedikit pun. Disenggol saja enggak," kutip politikus Partai Golkar Mukhamad Misbakhun dalam rapat kerja Komisi XI DPR bersama OJK di Kompleks Parlemen Senayan pada Rabu, (15/9/2021).

Judul	Aset Rp 6 Triliun, Liabilitas Bumiputera Rp 68 Triliun
Nama Media	Investor.id
Newstrend	Kasus Gagal Bayar Asuransi AJB Bumiputera
Halaman/URL	https://investor.id/finance/263708/aset-rp-6-triliun-liabilitas-bumiputera-rp-68-triliun
Tanggal Berita	2021-09-17
Sentimen	Netral

Asuransi AJB Bumiputera (Foto: Istimewa)

Aset Rp 6 Triliun, Liabilitas Bumiputera Rp 68 Triliun

Jumat, 17 September 2021 | 04:31 WIB
Prisma Ardianto (prisma.ardianto@bisnisindonesia.com)

Pinjaman Online, 1-2 Hari Cair
Bunga Rendah dan Syarat Mudah
PT BFI Finance Indonesia Tbk. Perusahaan Pembiayaan Terpercaya Hadir Sejak 1982

JAKARTA, investor.id - Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan liabilitas Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 mencapai Rp 68 triliun. Selain itu, perusahaan asuransi mutual itu memiliki 2,4 juta pemegang polis dengan sisa aset utama hanya sebesar Rp 6 triliun.

Kepala Eksekutif Pengawas IKNB OJK Riswinandi menyatakan, permasalahan Bumiputera sudah berlangsung selama 24 tahun atau setidaknya dimulai sekitar tahun 1997 dengan perkiraan defisit sebesar Rp 2,07 triliun. Regulator yang mengawasi pun silih berganti tapi Bumiputera makin sakit. Berbagai relaksasi yang diberikan regulator yang silih berganti pun tidak kunjung membuat Bumiputera kembali sehat.

"Sampai sekarang defisitnya membengkak menjadi sekitar Rp 22 triliun. Dengan posisi utang klaim yang belum dibayar itu mencapai Rp 7,4 triliun. Jumlah nasabah sekarang 2,4 juta orang, yang utang kredit ada sekitar 460 peserta. Nilai sekarang total kewajiban itu Rp 22 triliun, nilai kontrak (liabilitas) dari jumlah peserta yang ada Rp 68 triliun. Jadi sudah besar sekali," kata Riswinandi, Kamis (16/9).

Setelah melihat angka-angka itu, kata dia, OJK mempelajari dan melihat lagi bahwa penyelesaian harus kembali kepada aturan yang ada. Artinya, kembali pada Anggaran Dasar (AD) Bumiputera Pasal 38 untuk mengakui kerugian yang ada, aturan yang sudah dibuat oleh para pendiri perusahaan pada 1912.

Dia menjelaskan, beleid itu menjelaskan bahwa jika ada kerugian maka harus ditanggung dengan dana cadangan. Kalau dana cadangan tidak cukup, maka dengan dana jaminan lainnya. Kalau dana jaminan tidak cukup juga, maka Badan Perwakilan Anggota (BPA) harus melakukan sidang luar biasa guna memutuskan perusahaan akan dilikuidasi atau diteruskan.

"Kalau (perusahaan) diteruskan apakah dalam bentuk mutual atau demutualisasi? Nah kalau perusahaan ini akan diteruskan yang paling penting adalah kerugian ditanggung bersama. Tapi ini tidak dilakukan sampai sekarang dan bahkan ketika kita minta umumkan kondisi perusahaan pun tidak dilakukan. Bahkan ketika pertemuan dengan DPR, para pemegang polis pun tidak tahu bahwa perusahaan ini adalah mutual," tingkap Riswinandi.

Upaya OJK

Kepala Eksekutif bidang Pengawasan Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) OJK Riswinandi. Foto: IST

Lebih lanjut, Riswinandi mengatakan, OJK sudah berupaya melakukan sejumlah pendekatan terkait permasalahan di Bumiputera. Namun demikian, berbagai kendala tidak habis, bahkan datang dari internal perusahaan. Fenomena yang belum lama terjadi adalah BPA lama tidak membentuk BPA baru, sehingga saat ini terjadi kekosongan pengurus.

"Saat ini BPA-nya sudah jatuh tempo, praktis saat ini perusahaan tidak ada BPA. Kita upayakan dan fasilitasi untuk kumpul faksi-faksi yang ada di situ untuk melakukan pemilihan BPA baru, dengan kesepakatan menyusun Panitia BPA dulu. BPA ini merupakan yang memiliki kewenangan tertinggi di Bumiputera karena mewakili pemegang polis, termasuk mengangkat direksi dan komisaris," kata dia.

Riswinandi menuturkan, menjadi fasilitator adalah upaya yang bisa dilakukan OJK saat ini. Hasil koordinasi diketahui bahwa sejumlah unsur pemegang polis telah sepakat untuk membentuk panitia BPA, yang seharusnya dibentuk oleh BPA lama. Sebelumnya, langkah ini sudah dilakukan untuk meminta kedudukan hukum kepada Pengadilan Negeri Jakarta Selatan (PN Jaksel), tapi gagal.

"Jadi kembali lagi kita fasilitasi akhirnya mereka sepakat dan untuk mengesahkan panitianya, mereka yang sepakat ini akan meminta *legal opinion*. Kemudian akan mengumumkan di surat kabar mengenai pemilihan ini, sehingga diharapkan seluruh pemegang polis diharapkan mengerti bahwa ini akan ada proses pengangkatan BPA dan melanjutkan penyelesaian kewajiban," beber dia.

Tapi tentu, sambung dia, OJK turut mengingatkan kondisi keuangan saat ini. "Aset utama yang tersisa memang adalah properti yang terdiri dari investasi dan properti lain dengan jumlah total sebesar Rp 6 triliun. Jadi bisa dibayangkan besaran uang ini untuk menyelesaikan kewajibannya. Jadi kita betul-betul jaga jangan sampai ini dijual, karena masih ada pemegang polis yang belum jatuh tempo, nanti tidak dapat apa-apa," tandas Riswinandi.

Judul	Aset Rp 6 Triliun, Liabilitas Bumiputera Rp 68 Triliun
Nama Media	Beritasatu.com
Newstrend	Kasus Gagal Bayar Asuransi AJB Bumiputera
Halaman/URL	https://www.beritasatu.com/ekonomi/829091/aset-rp-6-triliun-liabilitas-bumiputera-rp-68-triliun
Tanggal Berita	2021-09-17
Sentimen	Netral

Aset Rp 6 Triliun, Liabilitas Bumiputera Rp 68 Triliun

Jumat, 17 September 2021 | 16:28 WIB
Oleh : Prismo Ardianto / WBP

Ilustrasi nasabah Bumiputera 1912. (Foto: Antara)

Jakarta, Beritasatu.com - Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan liabilitas Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 mencapai Rp 68 triliun. Selain itu, perusahaan asuransi mutual itu memiliki 2,4 juta pemegang polis dengan sisa aset utama hanya sebesar Rp 6 triliun.

Kepala Eksekutif Pengawas Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) OJK Riswinandi menyatakan, permasalahan Bumiputera sudah berlangsung selama 24 tahun atau setidaknya dimulai sekitar tahun 1997 dengan perkiraan defisit sebesar Rp 2,07 triliun. Regulator yang mengawasi pun silih berganti, tetapi Bumiputera makin sakit. Berbagai relaksasi yang diberikan regulator silih berganti pun tidak kunjung membuat Bumiputera kembali sehat.

"Sampai sekarang defisitnya membengkak menjadi sekitar Rp 22 triliun. Dengan posisi utang klaim yang belum dibayar itu mencapai Rp 7,4 triliun. Jumlah nasabah sekarang 2,4 juta orang, yang utang kredit ada sekitar 460 peserta. Nilai sekarang total kewajiban itu Rp 22 triliun, nilai kontrak (liabilitas) dari jumlah peserta yang ada Rp 68 triliun. Jadi sudah besar sekali," kata Riswinandi, Kamis (16/9/2021).

BACA JUGA
OJK Tetapkan Ketua BPA Asuransi Bumiputera Nurhasanah Tersangka

Setelah melihat angka-angka itu, kata dia, OJK mempelajari dan melihat lagi bahwa penyelesaian harus kembali kepada aturan yang ada. Artinya, kembali pada Anggaran Dasar (AD) Bumiputera Pasal 38 untuk mengakui kerugian yang ada, aturan yang sudah dibuat oleh para pendiri perusahaan pada 1912.

Dia menjelaskan, *beleid* itu menjelaskan bahwa jika ada kerugian maka harus ditanggung dengan dana cadangan. Kalau dana cadangan tidak cukup, maka dengan dana jaminan lainnya. Kalau dana jaminan tidak cukup juga, maka Badan Perwakilan Anggota (BPA) harus melakukan sidang luar biasa guna memutuskan perusahaan akan dilikuidasi atau diteruskan.

"Kalau (perusahaan) diteruskan apakah dalam bentuk mutual atau demutualisasi? Nah kalau perusahaan ini akan diteruskan yang paling penting adalah kerugian ditanggung bersama. Tapi ini tidak dilakukan sampai sekarang dan bahkan ketika kita minta umumkan kondisi perusahaan pun tidak dilakukan. Bahkan ketika pertemuan dengan DPR, para pemegang polis pun tidak tahu bahwa perusahaan ini adalah mutual," ungkap Riswinandi.

Lebih lanjut, Riswinandi mengatakan, OJK sudah berupaya melakukan sejumlah pendekatan terkait permasalahan di Bumiputera. Namun berbagai kendala tidak habis, bahkan datang dari internal perusahaan. Fenomena yang belum lama terjadi adalah BPA lama tidak membentuk BPA baru, sehingga saat ini terjadi kekosongan pengurus.

"Saat ini BPA-nya sudah jatuh tempo, praktis saat ini perusahaan tidak ada BPA. Kita upayakan dan fasilitasi untuk kumpul faksi-faksi yang ada di situ untuk melakukan pemilihan BPA baru, dengan kesepakatan menyusun Panitia BPA dulu. BPA ini merupakan yang memiliki kewenangan tertinggi di Bumiputera karena mewakili pemegang polis, termasuk mengangkat direksi dan komisaris," kata dia.

BACA JUGA
AJB Bumiputera 1912 Salah Urus?

Riswinandi menuturkan, menjadi fasilitator adalah upaya yang bisa dilakukan OJK saat ini. Hasil koordinasi diketahui bahwa sejumlah unsur pemegang polis telah sepakat untuk membentuk panitia BPA, yang seharusnya dibentuk oleh BPA lama. Sebelumnya, langkah ini sudah dilakukan untuk meminta kedudukan hukum kepada Pengadilan Negeri Jakarta Selatan (PN Jaksel), tapi gagal.

"Jadi kembali lagi kita fasilitasi akhirnya mereka sepakat dan untuk mengesahkan panitianya, mereka yang sepakat ini akan meminta legal opinion. Kemudian akan mengumumkan di surat kabar mengenai pemilihan ini, sehingga diharapkan seluruh pemegang polis diharapkan mengerti bahwa ini akan ada proses pengangkatan BPA dan melanjutkan penyelesaian kewajiban," beber dia.

Tapi tentu, sambung dia, OJK turut mengingatkan kondisi keuangan saat ini. "Aset utama yang tersisa memang adalah properti yang terdiri dari investasi dan properti lain dengan jumlah total sebesar Rp 6 triliun. Jadi bisa dibayangkan besaran uang ini untuk menyelesaikan kewajibannya. Jadi kita betul-betul jaga jangan sampai ini dijual, karena masih ada pemegang polis yang belum jatuh tempo, nanti tidak dapat apa-apa," tandas Riswinandi.

Judul	KRESNA LIFE Terjepit Pailit
Nama Media	Majalah Gatra
Newstrend	Kasus Gagal Bayar Kresna Life
Halaman/URL	64
Tanggal Berita	2021-09-17
Sentimen	Netral

RESENSI

Kresna Life Terjepit Pailit

Satu per satu, persoalan asuransi nasional meledak, baik perusahaan asuransi milik swasta maupun perusahaan asuransi milik negara. Umumnya, persoalan dipicu perusahaan asuransi gagal memenuhi kewajibannya membayar klaim polis nasabahnya. Buntutnya, ada perusahaan asuransi yang berakhir dengan direstrukturisasi atau semacam keringanan pembayaran kewajiban, keperdataan hingga ke ranah hukum pidana.

PT Asuransi Jiwa Kresna (Kresna Life) contohnya, sejak tahun lalu mengalami kondisi gagal bayar. Miliaran uang para nasabah terancam raib. Kasus ini sedang diselesaikan di meja pengadilan.

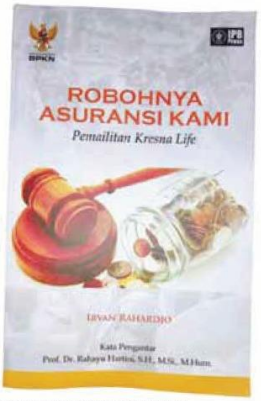
Kesalahan manajemen ditengarai menjadi pangkal persoalan di Kresna Life. Proses klaim nasabah diduga tidak dikelola secara *good corporate governance* (GCG). Pengelolaan uang masyarakat yang dihimpun juga tidak memperhatikan manajemen risiko.

Buku berjudul *Robohnya Asuransi Kami: Pemailitan Kresna Life* karya Irvan Rahardjo, menjelaskan bahwa praktik GCG di industri asuransi adalah penyeimbang kepentingan manajemen dan pemegang saham, yang sering kali berbeda. Mengacu pada teori keagenan (*agency theory*), dalam bukunya ia menjelaskan relasi manejemen (*agency*) dan pemilik (*principal*) dalam industri asuransi.

Kepentingan manajemen dan pemilik sering kali berbeda. Kepentingan manajemen ingin memperkaya diri, sedangkan pemilik ingin manajemen fokus pada kepentingan pemegang saham. Akibatnya, muncul informasi asimetris antara manajemen dan pemilik.

Hanya saja pada kasus gagal bayar Kresna Life, manajemen dan pemilik perusahaan memiliki kepentingan yang linier dalam pengelolaan dana nasabah. Berdasarkan catatan GATRA, aliran uang nasabah Kresna Life diinvestasikan pada perusahaan-perusahaan yang terafiliasi dengan pemilik Kresna Life sendiri.

Di buku setebal 292 halaman ini, Irvan juga menilai putusan pailit atas Kresna Life sudah tepat, karena lebih memberi kepastian kepada nasabah. Mahkamah Agung (MA) memutus Kresna Life dalam status pailit berdasarkan putusan Nomor 647 k/Pdt.Sus-Pailit/2021 Juni lalu. Hanya saja persoalan baru muncul: apakah aset Kresna Life cukup untuk membayar semua kewajibannya kepada nasabah?



ROBOHNYA ASURANSI KAMI: PEMAILITAN KRESNA LIFE
Penulis: Irvan Rahardjo
Jumlah halaman: 260 + 32 hal romawi
Edisi: Cetakan 1, Juli 2021
Penerbit: PT Penerbit IPB Press (Anggota IKAPI)

Di sisi lain, proses gugatan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang (PKPU) di pengadilan juga berjalan. Pengaju gugatan PKPU berbeda dengan kepailitan. Saat ini proses PKPU sudah masuk tahapan perjanjian perdamaian atau homologasi, berdasarkan putusan Nomor 389/Pdt.Sus-PKPU/2020/PN.Niaga Jkt.Pst pada Februari 2021.

Buku ini menjelaskan, jika Kresna Life pailit, seluruh asetnya akan disita lalu dibagi-bagi kepada nasabah. Debitur akan kehilangan haknya untuk menguasai dan mengurus kekayaannya yang termasuk dalam harta pailit. Namun jika perkara Kresna Life menempuh PKPU, yaitu menyelesaikan persoalan gagal bayar dengan perdamaian, debitur masih diberikan kesempatan untuk mengelola asetnya.

Mantan Komisaris Independen Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera itu, juga mengulas tentang tidak perlunya izin Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk mengajukan gugatan PKPU ke pengadilan. Menurutnya, POJK Nomor 28/POJK.05/2015 hanya mengatur kepailitan dan tidak mengatur tentang Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang (PKPU). Upaya PKPU bukan upaya terakhir yang berujung pada pemailitan yang hendak dilindungi OJK. PKPU adalah upaya perdamaian yang bermaksud merundingkan kemampuan debitur menyelesaikan kewajibannya.

Buku yang diterbitkan IPB Press ini terdiri dari tujuh bab. Bab 1 membahas sejarah asuransi. Bab 2 mengulas tata kelola perusahaan yang baik. Bab 3 mengulas tentang PKPU dan pemailitan asuransi. Bab 4 tentang restrukturisasi utang. Lalu pada bab 5 membahas tentang kinerja Kresna Life. Bab 6 mengulas tentang kasus gagal bayar Kresna Life. Terakhir, bab 7 membahas Kresna Life dalam liputan media.

Buku *Robohnya Asuransi Kami: Pemailitan Kresna Life* ini, merupakan kelanjutan dari dua buku asuransi yang ditulis Irvan. Judul kedua buku itu, yakni *Robohnya Asuransi Kami: Senjakala AJB Bumiputera 1912* dan *Robohnya Asuransi Kami: Sengkarut Jiwasraya, Warisan Belanda Hingga Absennya Negara*.

Ketiga buku ini menjadi buku trilogi Irvan tentang kasus gagal bayar perusahaan asuransi. Ulasan dua buku sebelumnya yang ditulis Irvan tadi disebut-sebut, lebih tajam dibandingkan buku ketiganya ini.

Meski demikian, pemailitan Kresna Life menambah tumpukan persoalan di industri asuransi nasional. Dalam sekapur sirihnya, Irvan mengatakan bahwa industri asuransi nasional saat ini sedang dirundung krisis kepercayaan masyarakat. Jika tidak dibenahi, akan memengaruhi masa depan bisnis asuransi. ■

HENDRY RORIS SIANTURI

GATRA/HENRY RORIS

Judul	Pandemi Covid-19 Jadi Momen untuk Bijak Mengelola Keuangan
Nama Media	Investor.id
Newstrend	Produk Unitlink Manulife
Halaman/URL	https://investor.id/finance/263809/pandemi-covid19-jadi-momen-untuk-bijak-mengelola-keuangan
Tanggal Berita	2021-09-17
Sentimen	Netral

Presiden Direktur dan CEO Manulife Indonesia Ryan Charland mengungkapkan asuransi dan Investasi Daily/Thomas K Hendra

Pandemi Covid-19 Jadi Momen untuk Bijak Mengelola Keuangan

Jumat, 17 September 2021 06:03 WIB
Dita Rosiana (ditarosiana@investor.co.id)

JAKARTA, Investor.id - Pandemi Covid-19 menyadarkan masyarakat akan pentingnya pengelolaan kesehatan. Momen ini juga sekaligus menjadi pengingat bagi masyarakat untuk bijak mengelola keuangannya.

Berdasarkan Survei Manulife Asia Care yang dilakukan terhadap 3.946 responden di delapan negara, termasuk Indonesia, sebanyak 95% responden mencemaskan dampak Covid-19 terhadap kesehatan mereka. Tertebih lagi di Indonesia, sebanyak 98% responden berinisiatif meningkatkan kondisi kesehatannya sebagai bentuk respons Covid-19.

Adapun bentuk menjaga kesehatan dilanjutkan dengan berolahraga secara teratur oleh 74% responden, memperbaiki pola makan oleh 70% responden, dan menggunakan alat untuk memantau kesehatan oleh 28% responden. Sebanyak 43% responden juga mulai mencari informasi produk dan layanan asuransi.

Sebab mulai melirik asuransi sebagai proteksi kesehatan, masyarakat Indonesia juga menunjukkan minat yang tinggi terhadap perencanaan masa pensiun. Dari hasil survei, setidaknya 88% responden Indonesia menyatakan perencanaan masa pensiun menjadi semakin penting di masa pandemi. Angka ini sangat tinggi dan berada jauh di atas rata-rata Asia yang berada pada tingkat 73%.

Presiden Direktur dan CEO Manulife Indonesia Ryan Charland mengungkapkan, hasil survei tersebut menunjukkan mulai masyarakat Indonesia yang tinggi pada perlindungan kesehatan dan perencanaan di masa pandemi.

"Kami memahami di tengah situasi yang menantang ini, masyarakat ingin dapat lebih mengendalikan kondisi kesehatan serta kemapanan finansialnya," jelas Ryan dalam kotcangan tertulis diterima Kalma, (15/9/2021).

Meningkatnya proteksi kesehatan melalui asuransi dan perencanaan masa pensiun menunjukkan mulai munculnya pemahaman masyarakat akan pentingnya pengelolaan finansial. Masyarakat sudah melihat bukti nyata dari tidak terkelolanya keuangan selama pandemi ini.

Orang yang terpaksa dirawat di rumah sakit harus mengeluarkan uang dalam jumlah besar karena tidak memiliki proteksi asuransi maupun dana darurat. Akibatnya, jatuhlah untuk mereka bekal di akhir hus untuk bertahan hidup di tengah pandemi ini saja mereka susah karena hartanya sudah habis untuk berobat.

Fauzi (25) merupakan salah satu generasi milenial yang mulai merencanakan keuangannya. Semenjak bekerja di sebuah perusahaan swasta dan memperoleh penghasilan sendiri, Fauzi baru menyadari arti penting dari pengelolaan keuangan.

"Aku mulai mencatat pengeluaran dan penghasilan supaya bisa tahu tracking-nya, jadi uangnya tidak habis begitu saja," kata dia.

Pandemi yang melanda Indonesia hampir dua tahun ini juga membuat Fauzi makin bijak mengelola finansialnya. Pasalnya, pengelolaan itu membuat dia lebih bisa menahan diri dari godaan belanja online memuncak saat pandemi ini.

"Kalau tidak dikelola pasti bisa kalap (belanja online) dan konsumtif banget, karena kalau pengeluaran tidak dicatat, kita tidak tahu bagaimana kondisi keuangannya," jelas Fauzi yang biasa disapa Oji ini.

Dengan mengelola keuangan seperti ini, Fauzi bisa mengetahui kondisi keuangannya saat ini, seperti pengeluaran dan pemasukan yang diterima. Dia juga bisa menahan dirinya agar pengeluaran tidak melebihi pemasukan. Apabila ternyata pengeluaran sudah melebihi pemasukan, maka sudah saatnya dia mencari penghasilan tambahan atau mencari pekerjaan dengan penghasilan yang lebih tinggi.

Dari perencanaan keuangan ini pula, Fauzi bisa merencanakan tujuan finansialnya ke depan. Fauzi bercerita, dalam jangka pendek, dia berencana untuk menikah sehingga dia mulai mengalokasikan penghasilannya untuk mempersiapkan biaya pernikahan. Sementara dalam jangka panjang, Fauzi ingin mempersiapkan dana pensiun.

Berbeda dengan Fauzi yang secara rinci mencatat pengeluaran dan pemasukan, Ami (24) cenderung mengalokasikan penghasilannya sesuai porsinya. Dari 100% penghasilan, Ami menempatkan 50% untuk biaya operasional, 30% untuk simpanan dan 20% untuk hiburan.

Simpanan yang dimiliki Ami berupa tabungan ataupun investasi di reksadana. Dana dari tabungan dan investasi itu ingin dipergunakannya untuk keperluan dana darurat seperti biaya pengobatan dan untuk tujuan finansial lainnya seperti menikah atau melanjutkan pendidikan.

Tips Mengelola Keuangan

Dari pembahasan di atas, setidaknya ada tiga hal yang menjadi alasan seseorang mengelola keuangan. Pertama adalah agar bisa mengetahui alur dari pengeluaran dan pemasukan. Dengan mengetahui alur ini tentunya akan lebih mudah merencanakan tujuan finansial ke depan.

Kedua adalah agar bisa menahan diri dari perilaku konsumtif. Sikap ini yang sebenarnya membuat orang sulit menjadi kaya. Sebab mereka selalu berlindung di balik alibi self reward untuk melegitimasi kebiasaan mereka yang boya-hoya.

Alasan ketiga adalah agar bisa mengalokasikan lebih banyak dana untuk memenuhi tujuan finansial. Dari pengelolaan keuangan, orang bisa tahu pos pengeluaran mana yang ternyata bisa ditekan atau bisa dihilangkan. Seperti pada saat pandemi ini, biaya transportasi sehariusnya bisa ditekan dan dialihkan ke tabungan atau investasi.

Konsultan Keuangan dari Tatadana Consulting Tejasari Asad mengungkapkan, bijak dalam mengelola keuangan adalah salah satu langkah pertama dalam mencapai tujuan finansial.

"Seorang pekerja setidaknya harus mengalokasikan minimal 20% dari penghasilannya untuk ditabung atau dilinvestasikan," jelas dia kepada Investor Daily beberapa lama ini.

Langkah kedua untuk mencapai tujuan finansial adalah menetapkan tujuannya tertebih dahulu dan jangka waktu untuk pemenuhan tujuan itu. Apabila tujuan tidak ditetapkan di awal, maka akan mudah sekali tergoda untuk mengeluarkan uang yang sebenarnya tidak perlu. Penetapan tujuan ini juga berguna agar lebih bersemangat dalam menabung atau berinvestasi.

Lalu, setelah menetapkan tujuan seperti ingin menikah atau memiliki dana pensiun, seseorang sehariusnya sudah memiliki dana darurat terlebih dahulu. Alokasi dana darurat ini penting untuk mengantisipasi kejadian yang tidak diinginkan seperti kehilangan pekerjaan, biaya perbaikan rumah yang mendesak, dan hal lainnya.

Selain harus memiliki dana darurat, seorang pekerja juga harus memiliki asuransi. Beberapa perusahaan memang sudah meng-cover karyawannya dengan BPJS Kesehatan, namun memiliki asuransi komersial juga tidak ada salahnya. Sebab, banyak biaya yang tidak ditanggung BPJS Kesehatan ketika dirawat di rumah sakit seperti biaya transportasi ke rumah sakit, akomodasi pihak yang menemani di rumah sakit dan lainnya.

Kelima, dalam mencapai tujuan finansial, seorang pekerja bisa menggunakan berbagai instrumen. Dalam hal ini sebaiknya mulai untuk berinvestasi dan bukan sekadar menabung. Instrumen investasi ini bisa disesuaikan dengan profil risiko dan tujuan finansial masing-masing.

Namun apabila tidak ingin kerepotan memilih banyak instrumen untuk asuransi dan investasi, ada baiknya memilih asuransi unit link yang bisa memberikan proteksi sekaligus hasil investasi. Salah satu produk yang bisa dipilih adalah Manulife Prime Assurance dari PT Asuransi Jiwa Manulife. Produk ini memberikan proteksi hingga tertanggung berusia 99 tahun dengan uang pertanggungan minimum Rp 3 miliar. Di saat yang sama, premi juga dialokasikan untuk investasi ke reksadana berbasis mata uang rupiah atau US Dollar dari PT Manulife Aset Manajemen Indonesia.

Adapun tips kedua dalam mencapai tujuan finansial adalah konsisten dalam mengalokasikan dana untuk investasi. Fasilitas auto debet dari perbankan bisa dipakai untuk bisa memudahkan investasi. Bentuk lainnya bisa dengan mengalokasikan dana untuk investasi terlebih dahulu, baru kemudian menggunakan dana untuk kepentingan lainnya.

Judul	Pandemi, Momentum Menata Kembali Keuangan
Nama Media	Koran Jakarta
Newstrend	Produk Asuransi Jiwa Terkait Covid-19 Manulife
Halaman/URL	4
Tanggal Berita	2021-09-18
Sentimen	Netral

Pengelolaan Finansial

Pandemi, Momentum Menata Kembali Keuangan

JAKARTA – Pandemi Covid-19 yang melanda sejak Maret 2020 menimbulkan dampak sistemik, termasuk secara ekonomi seperti penambahan pengangguran dan kenaikan tingkat kemiskinan. Karenanya, pandemi menjadi pelajaran berharga bagi masyarakat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mengelola keuangan demi mewujudkan kesejahteraan di masa depan.

Selama puncak pandemi beberapa waktu lalu, banyak sektor ekonomi ditutup untuk menekan penyebaran Covid-19 sehingga tak sedikit orang kehilangan pekerjaan. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pandemi menyebabkan peningkatan angka pengangguran. Ironisnya, lonjakan terbesar terjadi pada usia produktif atau kalangan muda berumur 20-24 tahun dan 25-29 tahun.

Pengangguran pada usia 20-24 tahun pada Februari 2021 meningkat menjadi 17,66 persen pada Februari 2021 dari 14,3 persen pada Februari 2020. Sementara pengangguran usia 25-29 tahun meningkat menjadi 9,27 persen dari 7,01 persen.

Lonjakan pengangguran memicu peningkatan penduduk miskin menjadi 10,14 persen dari 9,78 persen.

Karenanya, pandemi menuntut masyarakat tetap bisa menjaga keuangan, khususnya lebih jeli lagi dalam mengatur pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan. Menurut hasil Manulife Asia Care Survey 2020 terhadap 300 responden di Indonesia, sebanyak 42 persen responden jadi lebih sering meninjau dan menata ulang keuangan pribadi semenjak adanya pandemi Covid-19.

Direktur Eksekutif Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), Togar Pasaribu, beberapa waktu lalu, menyebutkan asuransi jiwa sangat penting bagi masyarakat, terutama di saat pandemi Covid-19. Sebab, asuransi jiwa mampu mengelola risiko dan memberikan jaminan atas ketidakpastian.

"Selain memberikan perlindungan kesehatan, asuransi juga memberikan proteksi keuangan untuk membantu ketahanan hidup jika terjadi hal yang tak terduga," ujarnya.

Lirik Asuransi

Hal senada juga disampaikan Manulife Indonesia. Menurunya, sebagian orang saat ini berjaga-jaga dengan melirik asuransi sebagai proteksi kesehatan mereka. Di tengah risiko Covid-19, penting pula untuk memilih asuransi kesehatan yang memberikan para nasabahnya *peace of mind* atau ketenangan pikiran.

Seperti yang diberikan Manulife dengan menawarkan berbagai perlindungan spesifik selama masa pandemi. Salah satunya, nasabah yang terdiagnosa Covid-19 mendapat perlindungan kesehatan langsung tanpa masa tunggu. Selain itu, nasabah dapat tambahan 50 persen Manfaat Tutup Usia hingga 250 juta rupiah atas polis aktif per tertanggung untuk seluruh produk yang memiliki Manfaat Tutup Usia.

Selain asuransi, penambahan dana kebutuhan darurat ke depan juga menjadi hal penting. Pasalnya, Dana darurat menjadi amat penting karena pandemi membuat kebutuhan masa depan menjadi tidak pasti. "Dari pada Anda mengeluarkan uang untuk tujuan konsumtif, ini adalah waktu terbaik untuk meningkatkan jumlah dana kebutuhan darurat Anda," menurut Manulife Indonesia.

Tak hanya itu, pandemi diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menghemat pengeluaran, terutama yang bersifat konsumtif. Terlebih lagi, saat ini, banyak perdagangan daring (e-commerce) bermunculan dan perkembangan teknologi yang begitu pesat.

Survei Facebook Brain & The Company menunjukkan adanya peningkatan konsumen baru yakni sebesar 28 persen yang mencoba aplikasi e-commerce untuk pertama kalinya di Indonesia dan 4 negara Asia Tenggara lainnya. "Meski pergerakannya positif, kita tetap perlu berhemat dalam berbelanja online," ujar Manulife.

■ **mad/E-10**

Judul	Pandemi, Momentum Menata Kembali Keuangan
Nama Media	Rctiplus.com
Newstrend	Produk Asuransi Jiwa Terkait Covid-19 Manulife
Halaman/URL	https://www.rctiplus.com/news/detail/ekonomi/1556287/pandemi-momentum-menata-kembali-keuangan
Tanggal Berita	2021-09-18
Sentimen	Netral

Pandemi, Momentum Menata Kembali Keuangan

koran-jakarta.com | Ekonomi | Published at 18/09/2021 06:10

JAKARTA - Pandemi Covid-19 yang melanda sejak Maret 2020 menimbulkan dampak sistemik, termasuk secara ekonomi seperti penambahan pengangguran dan kenaikan tingkat kemiskinan. Karenanya, pandemi menjadi pelajaran berharga bagi masyarakat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mengelola keuangan demi mewujudkan kesejahteraan di masa depan.

Selama puncak pandemi beberapa waktu lalu, banyak sektor ekonomi ditutup untuk menekan penyebaran Covid-19 sehingga tak sedikit orang kehilangan pekerjaan. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pandemi menyebabkan peningkatan angka pengangguran. Ironisnya, lonjakan terbesar terjadi pada usia produktif atau kalangan muda berumur 20-24 tahun dan 25-29 tahun.

Pengangguran pada usia 20-24 tahun pada Februari 2021 meningkat menjadi 17,66 persen pada Februari 2021 dari 14,3 persen pada Februari 2020. Sementara pengangguran usia 25-29 tahun meningkat menjadi 9,27 persen dari 7,01 persen.

Lonjakan pengangguran memicu peningkatan penduduk miskin menjadi 10,14 persen dari 9,78 persen.

Karenanya, pandemi menuntut masyarakat tetap bisa menjaga keuangan, khususnya lebih jeli lagi dalam mengatur pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan. Menurut hasil Manulife Asia Care Survey 2020 terhadap 300 responden di Indonesia, sebanyak 42 persen responden jadi lebih sering meninjau dan menata ulang keuangan pribadi semenjak adanya pandemi Covid-19.

Direktur Eksekutif Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), Togar Pasaribu, beberapa waktu lalu, menyebutkan asuransi jiwa sangat penting bagi masyarakat, terutama di saat pandemi Covid-19. Sebab, asuransi jiwa mampu mengelola risiko dan memberikan jaminan atas ketidakpastian.

"Selain memberikan perlindungan kesehatan, asuransi juga memberikan proteksi keuangan untuk membantu ketahanan hidup jika terjadi hal yang tak terduga," ujarnya.

Lirik Asuransi

Hal senada juga disampaikan Manulife Indonesia. Menurunya, sebagian orang saat ini berjaga-jaga dengan melirik asuransi sebagai proteksi kesehatan mereka. Di tengah risiko Covid-19, penting pula untuk memilih asuransi kesehatan yang memberikan para nasabahnya *peace of mind* atau ketenangan pikiran.

Seperti yang diberikan Manulife dengan menawarkan berbagai perlindungan spesifik selama masa pandemi. Salah satunya, nasabah yang terdiagnosa Covid-19 mendapat perlindungan kesehatan langsung tanpa masa tunggu. Selain itu, nasabah dapat tambahan 50 persen Manfaat Tutup Usia hingga 250 juta rupiah atas polis aktif per tertanggung untuk seluruh produk yang memiliki Manfaat Tutup Usia.

Selain asuransi, penambahan dana kebutuhan darurat ke depan juga menjadi hal penting. Pasalnya, Dana darurat menjadi amat penting karena pandemi membuat kebutuhan masa depan menjadi tidak pasti. "Dari pada Anda mengeluarkan uang untuk tujuan konsumtif, ini adalah waktu terbaik untuk meningkatkan jumlah dana kebutuhan darurat Anda," menurut Manulife Indonesia.

Tak hanya itu, pandemi diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menghemat pengeluaran, terutama yang bersifat konsumtif. Terlebih lagi, saat ini, banyak perdagangan daring (e-commerce) bermunculan dan perkembangan teknologi yang begitu pesat.

Survei Facebook Brain & The Company menunjukkan adanya peningkatan konsumen baru yakni sebesar 28 persen yang mencoba aplikasi e-commerce untuk pertama kalinya di Indonesia dan 4 negara Asia Tenggara lainnya. "Meski pergerakannya positif, kita tetap perlu berhemat dalam berbelanja online," ujar Manulife.

Judul	Lebih Berkarakter Berkat Pandemi
Nama Media	Fortune Indonesia
Newstrend	Kinerja Prudential Indonesia 2020
Halaman/URL	63 - 66
Tanggal Berita	2021-09-17
Sentimen	Netral

LEBIH BERKARAKTER BERKAT PANDEMI

Prudential Indonesia tetap optimistis selama pandemi. Sejumlah strategi seperti optimalisasi layanan digital, terus digalakkan, terutama untuk menggaet kaum muda.

BAYU SATITO

Peringkat **33** Fortune Indonesia 100

Prudential Life Assurance

Pendapatan 2020
Rp22,43 triliun

Laba bersih 2020
Rp4,72 triliun

Jumlah karyawan
1.987 orang

FOTO: SHUTTERSTOCK

Aplikasi Pulse diluncurkan pada 2020, tersedia di 17 negara, dan mengakomodasi 11 bahasa, termasuk bahasa Indonesia.

Bagi Jens Reisch, 2020 merupakan tahun penuh tantangan sekaligus kenangan. Bisnis asuransi tersambar efek ganas pandemi Covid-19. Namun, secara bersamaan, kesadaran masyarakat akan pentingnya proteksi asuransi pun meningkat. "Jadi, sebenarnya, secara umum saya bisa katakan kinerja kami terhitung bagus selama pandemi," ujar CEO Prudential Indonesia itu kepada *Fortune Indonesia*, Jumat (19/8).

Berdasar atas laporan keuangan 2020 teraudit, Prudential Indonesia membukukan pendapatan Rp22,43 triliun. Memang, jumlah pendapatan ini turun sekitar 24,3 persen dari 2019, tapi laba bersih Prudential ada dalam posisi relatif stabil dengan kenaikan sekitar 0,2 persen menjadi Rp4,72 triliun.

Meski dalam kondisi relatif aman, dalam laporan keuangannya, Prudential Indonesia mengalami penurunan nilai investasi sebesar Rp411,45 miliar. Menurut Jens, salah satu penyebabnya adalah situasi pasar yang tidak menentu pada 2020.

"*So*, untuk Prudential, di waktu bergejolak seperti ini, kami harus terhubung sama nasabah, harus ada saran, dan harus ada pilihan. Saya tahu di bursa dan beberapa investor panik. Tapi di Prudential, saya tidak lihat ada kepanikan, karena nasabah memiliki perspektif jangka panjang," kata Jens.

Total investasi Prudential pada 2020 mencapai Rp70,24 triliun. Adapun bagian terbesar dari investasi ini merujuk pada saham sejumlah Rp39,51 triliun, diikuti reksa dana sebesar Rp20,38 triliun, dan surat utang di angka Rp9,38 triliun. "Ini tiga kelompok investasi paling besar, tapi kami selalu *follow* pilihan dari nasabah," ujarnya.

Peran Para Agen

Bicara mengenai profit perusahaan yang relatif stabil di tengah pandemi, Jens berpendapat bahwa kontributor utama perusahaan adalah para agen yang berjumlah 243 ribu dan tersebar di 153 kota di seluruh Indonesia.

"Kami bangga. Para agen membantu tidak hanya untuk penjualan polis, tetapi juga untuk memberi edukasi tentang asuransi, syariah, maupun keuangan dalam setiap diskusi. Kalau nasabah tidak beli, masih terhitung bagus. Para agen tetap akan berbagi ilmu pengetahuan dan informasi ke semua rakyat Indonesia," katanya.

Jens menyatakan mayoritas pendapatan premi Prudential Indonesia adalah hasil kinerja agen-agen Prudential. Padahal, para agen harus beradaptasi cukup sulit dalam situasi serba terbatas selama pandemi, termasuk pertemuan langsung yang biasa dilakukan untuk menggaet nasabah baru. Ajakan menawarkan asuransi berbalut makan siang, malam, atau *ngopi* urung dilakukan seiring adanya pembatasan aktivitas.

Kendati sudah mulai melakukan transformasi digital sebelum wabah merebak, Jens mengatakan Prudential Indonesia tetap berupaya mengimprovisasikan berbagai layanannya. Sebab, tantangan utama saat pandemi melanda adalah pembatasan sosial yang sebisa mungkin meniadakan pertemuan langsung. Ketika itu terjadi, langkah pertama perusahaan adalah memaksimalkan teknologi komunikasi virtual. Proses sedemikian dalam sistem operasional perusahaan disiapkan dalam kurun 2,5-3 minggu.

Untuk melayani klien lama, perusahaan melakukan penyesuaian pada berbagai layanan mulai urusan pusat layanan pelanggan, transaksi, hingga pembayaran klaim. "Semua proses ini terekam dan ini sangat melindungi para staf kami. Tidak harus datang ke kantor, tetapi tetap di rumah," ucap Jens.

Salah seorang penasihat keuangan Prudential, Fauzielly Hudya Wiharja, mengatakan cukup sulit mengajak nasabah baru dalam kondisi yang serba terbatas secara sosial. Apalagi, kondisi pasar yang kurang stabil. Para agen semakin tidak leluasa mengelaborasi target penjualan.

"Tapi, karena marketnya rata-rata anak muda yang memang melek teknologi dan sudah terbiasa *meeting* virtual di pekerjaannya, aku merasa cara ini (*non face-to-face*) sangat efektif. Aku malah jauh lebih suka pola kerja kaya sekarang," kata perempuan yang biasa disapa Jilin itu, Minggu (22/8).

Namun demikian, Jilin tidak mengingkari kondisi agen lain yang masih harus beradaptasi dengan sistem komunikasi virtual. "Mereka merasa kesulitan karena nasabahnya enggak terbiasa untuk berbicara dengan "layar", entah jadi susah fokus atau bahkan enggak mengerti

teknologinya," ujarnya.

Salah satu upaya Prudential menjangkau nasabah dan calon nasabah selama pandemi adalah memaksimalkan penggunaan aplikasi Pulse. Dengan aplikasi tersebut, interaksi bernilai tambah dengan nasabah dan calon nasabah jadi terbuka.

"Aku sebagai agen pun punya fasilitas untuk melakukan pendekatan kepada orang baru tinggal minta tolong *download* aplikasi Pulse dan memasukkan beberapa data. Data itu nanti bisa masuk ke aku. Jadi, aku bisa melakukan pendekatan lebih lanjut ke calon nasabah tersebut," ujar Jilin.

Lebih lanjut mengenai Pulse, Prudential pusat telah menyiapkan proses digitalisasi baik menyangkut fasilitas layanan instan atau sistem *non face-to-face* jauh sebelum wabah menekan masyarakat global, kata Jens. Hingga kini, aplikasi tersebut sudah tersedia di 17 negara dan mengakomodasi 11 bahasa, termasuk bahasa Indonesia.

"Sekarang kami membangun suatu ekosistem yang berangkat dari aspirasi Prudential untuk membuat Indonesia lebih sehat dan lebih sejahtera. Kami punya agen, bank, dan kini kami punya ekosistem digital, seperti Pulse, aplikasi pertama kami yang diperkenalkan pertama kali di Indonesia pada Februari 2020," ujar Jens.

Salah satu layanan unggulan Pulse yang juga relevan dengan situasi pandemi, kata Jens, adalah *Symptoms Checker* atau Periksa Gejala. Fitur ini merupakan layanan konsultasi virtual untuk mengetahui langkah yang perlu dilakukan saat seseorang merasa sakit.

Sistem *artificial intelligence* yang diadopsi dari Inggris oleh perusahaan bernama Babylon ini akan memberikan sejumlah pertanyaan layaknya konsultasi dengan dokter. Kemudian, sistem akan mengarahkan apa kebutuhan pihak yang berkonsultasi, mulai rekomendasi pengobatan ke dokter hingga imbauan, seperti beristirahat atau konsumsi makanan sehat.

Menurutnya pula, aplikasi Pulse di Indonesia juga telah bekerja sama dengan layanan telemedisin Halodoc, khususnya terkait kontak dokter dan pengiriman obat-obatan. Terdapat pula informasi terperinci mengenai olahraga serta pola makanan sehat. Bahkan, bagi kaum muslim, tersedia informasi tentang musala terdekat dan kalkulator zakat.

"Salah satu tantangan di asuransi adalah bagaimana menjangkau anak muda, bagaimana membuat anak muda sadar tidak hanya tentang gaya hidup, tapi juga mengenai perlindungan diri sejak dini. Jadi, dengan Pulse, kami menawarkan informasi sekaligus *awareness*," ujar Jens.

243

▲ RIBU AGEN ADALAH KONTRIBUTOR UTAMA PERUSAHAAN YANG TERSEBAR DI 153 KOTA DI SELURUH INDONESIA.

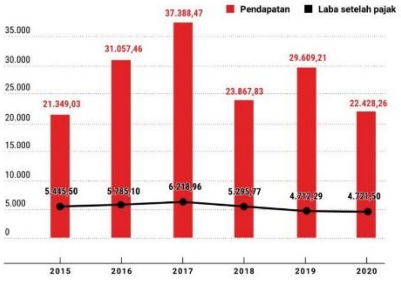
Rp 70,24

▲ TRILIUN ADALAH TOTAL INVESTASI PRUDENTIAL INDONESIA PADA 2020

LAPORAN PENDAPATAN DAN LABA SETELAH PAJAK PRUDENTIAL

2015-2020 (DALAM MILIAR RUPIAH)

SUMBER: LAPORAN KEUANGAN PRUDENTIAL 2020



"Yang diingat adalah para perintis. Kalau Anda terlambat, Anda tidak akan diingat. Jadi, ini adalah bagian dari upaya terbaik kami sebagai perintis satu inovasi."

—Jens Reisch, CEO Prudential Indonesia

Semua upaya ini takkan bisa dilakukan oleh pihak Prudential sendiri, kata Jens. Dalam membangun ekosistem digital yang terintegrasi, Prudential pun berkolaborasi dengan para ahli terbaik pada setiap bidang.

"Sepuluh tahun lalu, sebagai perusahaan besar, kami mau kontrol semua. Tapi, sekarang tentang membangun kemitraan, kolaborasi, kerja sama dengan orang-orang yang punya nilai dan aspirasi sama. Seperti Pru dan Halodoc, yang memiliki aspirasi hampir sama, memungkinkan terjangkaunya akses terhadap pelayanan kesehatan bagi seluruh rakyat Indonesia," kata Jens.

Menaikkan Awareness

Jens memandang Prudential Indonesia selalu berkomitmen untuk meningkatkan kesehatan serta kesejahteraan masyarakat Indonesia. Pada masa awal pandemi, perusahaan memberi Santunan Tunai Tambahan kepada para penderita Covid-19 sebesar Rp 1 juta per hari selama maksimal 30 hari. Syaratnya, mereka harus mendaftarkan diri ke perlindungan kecelakaan diri bebas premi di aplikasi Pulse.

Prudential juga mendukung program vaksinasi Covid-19 yang diselenggarakan pemerintah dengan menjadi perusahaan asuransi pertama di negeri ini yang mengoperasikan pusat vaksinasi. "Secara umum, aksi ini *awareness*, inklusivitas, dan perkenalan terhadap Pulse. Yang akan diingat adalah para perintis, kan? Kalau Anda terlambat, Anda tidak akan diingat. Jadi, ini adalah bagian dari upaya terbaik kami sebagai perintis satu inovasi," ujar Jens.

Prudential Indonesia pun bakal mengembangkan pasar syariah lebih jauh dalam beberapa tahun ke depan. Komitmen pemerintah untuk menjadikan Indonesia sebagai Poros Ekonomi Halal Terkemuka Dunia menjadi sesuatu yang menarik untuk digarap, apalagi Indonesia memiliki penduduk muslim terbesar di Bumi.

Pemerintah telah mewajibkan seluruh unit asuransi syariah untuk bersiap melepaskan diri dari perusahaan asuransi induknya paling lambat pada 2024, katanya. Untuk itu, Prudential Indonesia bergegas menyiapkan diri lebih awal.

"Saya yakin dan sangat gembira. Apalagi dalam situasi seperti sekarang, nilai gotong royong yang terkandung dalam syariah juga dapat sangat membantu. Hal ini tentu akan mendukung posisi Pru sebagai perusahaan dengan tata kelola baik, manajemen risiko baik, dan pemimpin pasar dalam bidang asuransi," ujar Jens.

Jens Reisch menilai perkembangan sektor ekonomi di Indonesia sudah berada di jalur yang tepat. Sektor asuransi mengalami masa-masa sulit, namun Jens optimistis perekonomian Indonesia akan segera pulih. Jens tidak mempermasalahkan bila edukasi dan pengetahuan asuransi yang ditabur pada masyarakat lebih besar daripada keuntungan yang didapat perusahaannya.

"Kami melakukan hal yang tepat. Kalau keadaannya sudah membaik, maka nasabah akan datang. Jadi, ini sifatnya jangka panjang. Pandemi pasti lebih lama, tapi kami harus bersikap lebih optimistis. Kami akan kembali bangkit, Indonesia akan kembali bangkit," katanya.

FOTO DOK. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE.

Judul	Kebutuhan Perlindungan Karyawan Menanjak Kala Pandemi, Allianz Pamer Asuransi Kesehatan Kumpulan
Nama Media	Akurat.co
Newstrend	Program Employee Benefit Allianz Life
Halaman/URL	https://akurat.co/kebutuhan-perlindungan-karyawan-menanjak-kala-pandemi-allianz-pamer-asuransi-kesehatan-kumpulan
Tanggal Berita	2021-09-17
Sentimen	Netral

Kebutuhan Perlindungan Karyawan Menanjak Kala Pandemi, Allianz Pamer Asuransi Kesehatan Kumpulan

Pandemi yang melanda Indonesia hingga saat ini faktanya membawa berbagai perubahan di seluruh aspek kehidupan termasuk bagi para karyawan

Andi Syafriadi | Jumat, 17 September 2021 | 22:00 wib

Facebook Twitter

Allianz Life Indonesia menyelenggarakan webinar bertajuk "Pahami Pentingnya Perlindungan bagi Karyawan di Tengah Pandemi" untuk membahas terkait kebutuhan perlindungan bagi karyawan di tengah pandemi sebagai bentuk etika bisnis dan kepedulian perusahaan terhadap kesejahteraan karyawan. (Akurat.co/Andoy)

ADVERTISEMENT

Teknik Lolos Audisi Jadi Aktor
Pelatihan Online Dasar-Dasar Berakting Untuk Bisa Lolos Casting Menjadi Aktor.
skillacademy
BELI SEKARANG

AKURAT.CO Pandemi yang melanda Indonesia hingga saat ini faktanya membawa berbagai perubahan di seluruh aspek kehidupan termasuk bagi para karyawan. Semua makin disadarkan akan pentingnya kesehatan, terlebih saat Indonesia dilanda gelombang kedua penyebaran virus Covid-19 pada Juni-Juli 2021 silam.

Hal ini turut mendorong karyawan untuk mengedepankan kebutuhan perlindungan bagi diri dan keluarga atas tunjangan yang ditawarkan oleh perusahaan tempatnya bekerja.

Melihat hal tersebut, Nicolaus Satya Bharata, Head of Employee Benefits, Allianz Life Indonesia menyampaikan bahwasanya saat ini selain melihat tren biaya kesehatan yang meningkat, penting bagi setiap pekerja untuk juga mendapatkan rasa aman dan nyaman bagi diri sendiri dan keluarga.

"Oleh karena itu melalui fasilitas asuransi kesehatan kumpulan yang Allianz sediakan menjadi pengingat kita bersama bahwa kesejahteraan segenap karyawan merupakan aset paling berharga bagi diri sendiri, keluarga dan perusahaan," ucapnya melalui keterangan tertulis yang diterima di Jakarta, Jumat (17/9/2021).

Baca Juga:

Grab Bersama 8 Perusahaan Sumbangkan Rp15 Miliar untuk Mitra Driver

Bagi yang mengalami sakit persendian, wajib dibaca AD

Siasat Perusahaan Asuransi Beri Perlindungan Penanganan Pandemi

Wasir tua akan hilang selamanya. Cobalah sebelum tidur AD

by Dable

Ragam solusi perlindungan, tambahnya, telah Allianz sediakan melalui program *Employee Benefit* yang terdiri dari berbagai produk kesehatan kumpulan yang dapat memberikan berbagai manfaat seperti rawat inap, rawat jalan, rawat gigi, serta perawatan kehamilan dan persalinan.

"Jadi tidak hanya memberi manfaat perawatan kesehatan apabila karyawan atau keluarganya jatuh sakit, tetapi juga manfaat mulai dari pemeliharaan, pencegahan serta perawatan kesehatan mereka. Layanan asuransi kesehatan kumpulan dari Allianz pun menawarkan nilai tambah lainnya seperti proteksi yang *tailor-made* sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan karyawan, opsi *cashless* atau *reimburse*, medical hotline 24 jam, serta layanan klaim *online* melalui eAZy *connect*," ucapnya.

Senada dengan Nicolaus, Samuel Ray selaku HR Professional & Content Creator menyampaikan bahwa disrupsi yang disebabkan oleh pandemi Covid-19 turut mendorong perusahaan-perusahaan di seluruh dunia untuk melakukan perubahan termasuk dalam hal pengelolaan sumber daya manusia yang akan berujung pada keberhasilan perusahaan.

"Pandemi mendorong karyawan untuk mencari keseimbangan dalam bekerja demi mencapai *well-being* yang baik. Perusahaan perlu menyesuaikan strategi untuk menjaga talenta terbaik salah satunya dengan menawarkan tunjangan di luar hak dasar seperti jam kerja yang fleksibel sampai asuransi kesehatan untuk karyawan dan keluarga," ucap Samuel.

Pada praktiknya, lanjutnya, akibat terdampak pandemi Covid-19 banyak perusahaan yang belum bisa memprioritaskan kebutuhan perlindungan kesehatan karyawannya yang pada akhirnya berdampak ke produktivitas dan kinerja perusahaan juga. Berbagai risiko yang mungkin menimpa karyawan dan mempengaruhi produktivitas sebenarnya dapat diminimalisir dengan adanya solusi proteksi kesehatan melalui asuransi kesehatan kumpulan.[]

Judul	Dukung Kelestarian Bumi, Allianz Life Indonesia Terus Optimalkan Digitalisasi
Nama Media	Medcom.id
Newstrend	Layanan Asuransi Digital Allianz Life
Halaman/URL	https://www.medcom.id/ekonomi/keuangan/akWxB3qK-dukung-kelestarian-bumi-allianz-life-indonesia-terus-optimalkan-digitalisasi
Tanggal Berita	2021-09-17
Sentimen	Netral

Dukung Kelestarian Bumi, Allianz Life Indonesia Terus Optimalkan Digitalisasi

Ekonomi | Allianz Indonesia

Angga Bratadharma • 17 September 2021 19:09

Jakarta: : PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life Indonesia) terus mengoptimalkan digitalisasi dalam rangka memacu bisnis di tengah pandemi covid-19 yang belum kunjung usai. Pemanfaatan teknologi digital juga menjadi penting di era sekarang ini guna mengurangi kertas sebagai langkah menjaga kelestarian bumi di masa mendatang.

"Selama masa pandemi di mana kami mengurangi mobilitas, tentunya berbagai inisiatif pelayanan digital ini sangat membantu," ungkap Chief Marketing Officer Allianz Life Indonesia Karin Zulkarnaen, dalam konferensi pers virtual, Jumat, 17 September 2021.

Tak hanya itu, tambahnya, optimalisasi digital diperlukan karena bisa mengurangi penggunaan kertas dan menyelamatkan bumi. Bahkan, penggunaan digital turut memberikan dampak positif terhadap penambahan jumlah nasabah yang harapannya bisa terus meningkat di kemudian hari.

Solusi pintar asuransi mobil
Kelebihan dan manfaat asuransi
Asuransi Mobil Komersial - Asuransi Mobil Pribadi - Konsultasi asuransi
marketingasuransimobil.com
BUKA

Bagaimana tanggapan anda mengenai artikel ini? Happy Inspire Confuse Sad

"Berbagai pelayanan (menggunakan digital) sangat membantu karena berbagai proses dilakukan tanpa harus tatap muka secara langsung dan tanpa menggunakan kertas. Saat ini jumlah tertanggung kami lebih dari 9,1 juta per Agustus 2021. Kami harapkan terus bisa bertumbuh secara positif hingga akhir tahun," kata Karin.

Di sisi lain, Allianz Life Indonesia membukukan pendapatan premi bruto atau *Gross Written Premium* (GWP) sebesar Rp16,9 triliun di 2020 atau tumbuh 27,8 persen dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Sedangkan laba bersih Allianz Life Indonesia tercatat melonjak 16 persen menjadi Rp1,3 triliun.

Country Manager & Direktur Utama Allianz Life Indonesia Joos Louwerier menjelaskan kinerja Allianz Life Indonesia di 2020 dilatarbelakangi transformasi digital yang sudah dilakukan sejak beberapa tahun terakhir. Allianz Life Indonesia melihat peralihan dan perubahan yang terjadi sebagai sebuah peluang untuk terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan bagi nasabah.

"Melalui 2020 yang penuh tantangan, kami dengan cepat melakukan adaptasi dan juga menerapkan perubahan. Semakin banyak proses telah diubah menjadi berbasis digital untuk memberikan *customer experience* yang unik dan mudah," kata Joos.

Di 2020, masih kata Joos, Allianz Life Indonesia telah membayarkan klaim dan manfaat sebesar Rp11,2 triliun. Sedangkan kondisi kesehatan keuangan perusahaan sepanjang tahun terpantau sehat dengan salah satu indikator yakni tingkat rasio kecukupan modal atau *Risk-Based Capital Ratio* (RBC) berada di level 472 persen per Desember 2020.

"Kami optimistis dapat terus mempertahankan pertumbuhan. Kami juga akan terus berinovasi untuk mencapai tujuan kami. Di 2021, situasi mulai menunjukkan harapan terhadap pemulihan ekonomi, yang tentu akan memberikan dampak positif terhadap masyarakat, dan industri asuransi jiwa," pungkasnya.

Judul	Pendapatan premi unit link Allianz capai Rp 9,7 triliun pada paruh pertama 2021
Nama Media	Kontan.co.id
Newstrend	Kinerja Premi Unitlink Allianz Life Semester I/2021
Halaman/URL	https://keuangan.kontan.co.id/news/pendapatan-premi-unit-link-allianz-capai-rp-97-triliun-pada-paruh-pertama-2021
Tanggal Berita	2021-09-17
Sentimen	Netral

KEUANGAN /

Pendapatan premi unit link Allianz capai Rp 9,7 triliun pada paruh pertama 2021

Jumat, 17 September 2021 / 17:11 WIB

INDEKS BERITA

ILUSTRASI. Aktivitas nasabah di kantor pelayanan asuransi Allianz, Jakarta, Kamis (9/9). Pendapatan premi unit link Allianz capai Rp 9,7 triliun pada paruh pertama 2021

Reporter: **Selvi Mayasari** | Editor: **Noverius Laoli**

KONTAN.CO.ID - JAKARTA. Sampai dengan kuartal II 2021, pendapatan premi unit link Allianz Life Indonesia baik dari bisnis baru maupun perpanjangan atau *renewal* adalah sebesar Rp 9,7 triliun, atau tumbuh 50% dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya.

Karin Zulkarnaen, Chief Marketing Officer Allianz Life Indonesia, mengatakan, Covid-19 berpengaruh terhadap cara nasabah melakukan transaksi. Terlepas dari kondisi tersebut dan keterbatasan melakukan pertemuan tatap muka secara fisik, pihaknya terus mengajak para tenaga pemasar untuk memanfaatkan layanan digital Allianz agar dapat tetap memberikan layanan bagi nasabah di tengah pandemi ini.

"Di bulan September hingga akhir Oktober ini kami secara khusus mengajak nasabah yang sedang mengajukan aplikasi asuransi jiwa unit link agar memilih opsi polis elektronik, sebagai bukti nyata dukungan kami untuk lingkungan hidup," kata Karin kepada kontan.co.id, Kamis (16/9).

Karin mengungkapkan, komitmen Allianz adalah untuk selalu menyediakan perlindungan dan layanan terbaik untuk Nasabah Allianz di masa-masa yang menantang seperti sekarang.

Baca Juga: **Kebutuhan perlindungan karyawan naik, Allianz tawarkan asuransi kesehatan kumpulan**

Allianz melihat bahwa situasi saat ini adalah momentum yang tepat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia mengenai pentingnya memiliki perlindungan terhadap berbagai risiko dalam kehidupan.

"Oleh karena itu, kami tetap fokus memberikan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya perlindungan asuransi, serta mengkomunikasikan manfaat yang bisa diperoleh dari perlindungan yang kami berikan kepada nasabah dan masyarakat Indonesia, sehingga dapat mempertahankan pertumbuhan bisnis," sambung Karin.

Sementara itu, semenjak OJK mengeluarkan peraturan untuk penjualan produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi (PAYDI) melalui tatap muka digital pada pertengahan tahun 2020 lalu, Allianz telah meresepon dengan meluncurkan inisiatif *eAZy Cover*, sebuah proses penjualan melalui tatap muka digital.

Hal ini merupakan bentuk komitmen Allianz untuk tetap dapat melayani Nasabah secara optimal dan membantu mitra bisnis Allianz agar dapat terus bekerja secara maksimal dalam situasi PPKM saat ini.

Ia menambahkan, dengan interaksi dan proses dokumen yang dilakukan seluruhnya secara digital, pihaknya ingin memastikan bahwa tenaga pemasar tetap dapat menjaga *physical distancing* serta dapat tetap mematuhi protokol kesehatan ketika memberikan pelayanan pada Nasabah.

Baca Juga: **Allianz Life sediakan produk asuransi bagi nasabah Bank BJB**

Ke depannya, Karin mengaku Allianz akan terus mempelajari kebutuhan pasar di setiap segmen dan mencari peluang terbaik untuk menghadirkan produk-produk yang relevan dan sesuai kebutuhan masyarakat.

Ia berharap semua inisiatif yang Allianz lakukan ini semakin mendukung tujuan utama Allianz untuk memberikan solusi asuransi dari A-Z. Nasabah akan mendapatkan pilihan solusi yang paling sesuai dengan kebutuhannya.

"Harapan kami dapat berkontribusi pada meningkatnya indeks inklusi keuangan dan literasi keuangan di Indonesia," katanya.

Dalam meningkatkan penjualan *unitlinked* hingga akhir tahun, Allianz menerapkan beberapa strategi, yaitu tetap fokus memberikan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya perlindungan asuransi, serta mengkomunikasikan manfaat yang bisa diperoleh dari perlindungan yang Allianz berikan kepada nasabah dan masyarakat Indonesia.

"Kami secara aktif mengadakan berbagai webinar agar tetap dapat menyampaikan produk maupun layanan sekaligus berinteraksi untuk menjawab pertanyaan yang dimiliki Nasabah," imbuh Karin.

Selanjutnya: Aset meningkat, perusahaan asuransi jiwa asing semakin kuat

Judul	Allianz Indonesia Berbagi Tips Mendapatkan Penghasilan Lewat Sosmed
Nama Media	Kompas.com
Newstrend	Edukasi Calon Nasabah Allianz Life
Halaman/URL	https://www.kompas.com/parapuan/read/532896144/allianz-indonesia-berbagi-tips-mendapatkan-penghasilan-lewat-sosmed
Tanggal Berita	2021-09-17
Sentimen	Netral

Allianz Indonesia Berbagi Tips Mendapatkan Penghasilan Lewat Sosmed

Kompas.com - 17/09/2021, 21:45 WIB

BAGIKAN:

Komentar

Lihat Foto

0

Editor: Aulia Firafiroh

Parapuan.co- Semakin hari teknologi semakin berkembang sehingga mendorong perkembangan bisnis online di media sosial semakin pesat.

Apalagi kondisi pandemi membuat semua orang beralih berbelanja atau berbisnis online daripada offline.

Pada Jumat (17/9/2021), Allianz Indonesia mengajak masyarakat memaksimalkan fungsi media sosial untuk mendapat penghasilan tambahan saat pandemi melalui webinar yang diadalan lewat zoom.

Dalam acara yang bertajuk "Allianz Indonesia Ajak Masyarakat Memaksimalkan Media Sosial untuk Mendapat Penghasilan Tambahan di Kala Pandemi", Allianz menghadirkan tiga narasumber kece yaitu Asoka Remadja (*Travel Blogger and Plant Enthusiast*), Karin Zulkarnaen (*Chief Marketing Officer* Allianz Life Indonesia), dan Julieus Himawan (*Head of Service Delivery Strategy and Quality Assurance Transformation* Allianz Life Indonesia).

Baca juga: Mengenal Alexandria Ocasio, Anggota Dewan USA yang Kritik Met Gala Lewat Gaun

Acara tersebut diawali oleh sambutan dari Bu Karin dan dilanjukan dengan materi yang disampaikan oleh Pak Julieus mengenai cara mudah menjadi nasabah Allianz melalui *Allianz eAZy Connect*.

Setelah pak Julieus menyampaikan materi, webinar dilanjutkan dengan penyampaian materi dari Asoka Remadja.

Sebagai seorang yang kini menjadi *Travel Blogger*, Asoka Remadja membagikan pengalamannya dalam bidang *entrepreneurship*.

Ia membagikan cerita awal mula suka berjualan hingga saat ini menemukan kebahagiaan saat mengoleksi tanaman.

"Sebelum dikenal sebagai Travel Blogger, saya memang seorang entrepreneurship. Apapun yang bisa bisa dijual dan menghasilkan, ya pasti dijual. Dulu ibu saya berjualan roti, dan saya juga membantu berjualan,"cerita Asoka.

Karena pada dasarnya ia suka bermain lewat media sosial dengan menunjukkan tanaman-tanamannya, banyak orang yang akhirnya menanyakan tanamannya dan ingin membelinya.

"Awalnya nggak pernah kepikiran untuk jualan tanaman atau menjual serum tanaman. Motif awal suka tanaman murni untuk menghijaukan halaman. Karena pada dasarnya suka pamer lewat media sosial, akhirnya banyak orang yang menanyakan dan tertarik," cerita Ashoka.

Baca juga: Mengenal Samia Hassan, Presiden Perempuan Pertama yang Pimpin Tanzania

Kemudian Asoka memanfaatkan peluang tersebut untuk membuka bisnis berjualan tanaman melalui media sosial.

Di antara semua media sosial, Asoka lebih memilih berbisnis lewat instagram karena menyesuaikan target market, demografi, dan barang yang dijual.

"Instagram itu perfect sosial media untuk berjualan karena menyediakan visual dan tulisan. Berbeda dengan sosial media lainnya, Instagram bisa menyesuaikan target market, demografi, dan barang yang dijual. Apalagi ditambah dengan fitur instagram yang mendukung untuk berjualan seperti instagram reels, instagram story, dan lain-lain,"tambah Asoka. (*)

Teknik Lolos Audisi Jadi Aktor

Pelatihan Online Dasar-Dasar Berakting Untuk Bisa Lolos Casting Menjadi Aktor.

skillacademy

Beli Sekarang >

TERPOPULER

1. LG Air Conditioning Academy Resmi Dibuka, Ini Fasilitas dan Jenis Pelatihannya — Dibaca 5.366 kali
2. Keluarga Ungkap Konsep Pernikahan Ria Ricis akan Usung Dua Adat — Dibaca 1.693 kali
3. Tak Hanya Kostum, Ini Gaya Rambut dan Makeup yang Curi Perhatian di Met Gala — Dibaca 606 kali
4. Taliban Bolehkan Perempuan Afghanistan Kuliah, Berikut Aturannya — Dibaca 200 kali
5. Sudah Diadakan 7 Dekade, Ini Sejarah hingga Harga Tiket Met Gala — Dibaca 144 kali
6. Hanung Bramantyo Operasi Saraf Kejepit, Ternyata Ini Faktor Risiko hingga — Dibaca 122 kali
7. Berawal dari Audisi, Jung Ho Yeon Dapatkan Peran Sae Byeok di Squid Game — Dibaca 122 kali

Judul	Tambah Penghasilan Saat Pandemi dengan Memaksimalkan Media Sosial
Nama Media	Investor.id
Newstrend	Edukasi Calon Nasabah Allianz Life
Halaman/URL	https://investor.id/finance/263928/tambah-penghasilan-saat-pandemi-dengan-memaksimalkan-media-sosial
Tanggal Berita	2021-09-18
Sentimen	Netral

Kegiatan webinar Allianz Indonesia yang mengusung tema Memaksimalkan Sosial Media untuk Mendapatkan Penghasilan Tambahan di Kala Pandemi. Webinar ini bertujuan mengajak nasabah dan masyarakat mengoptimalkan penggunaan media sosial, sebagai salah satu strategi mengembangkan bisnis di masa pandemi Covid-19. (Foto: istimewa)

Tambah Penghasilan Saat Pandemi dengan Memaksimalkan Media Sosial

Sabtu, 18 September 2021 | 13:05 WIB

Happy Amanda Amalia (happy_amanda@investor.co.id)

JAKARTA, investor.id – Penggunaan media sosial, khususnya Instagram (IG), menjadi salah satu *platform* paling diminati untuk mendukung kegiatan bisnis. Catatan DataReportal 2021 menyebutkan bahwa Instagram merupakan *platform* media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, di mana 86,6% dari masyarakat Indonesia usia 16-64 sudah menggunakan Instagram.

Selain itu, menurut perusahaan riset pemasaran Ipsos pada 2018, 81% pengguna Instagram menggunakannya untuk mempelajari lebih lanjut tentang *brand* atau usaha yang mereka sukai. Kemudian, 76% dari pengguna Instagram akan membeli dari sebuah *brand* setelah menemukannya di Instagram, baik *brand* lokal maupun internasional.

Dalam kegiatan webinar Allianz, Asoka Remadja – seorang *travel blogger* dan *plant enthusiast* – menceritakan perjalanannya yang bermula sebuah hobi, menemukan peluang dan bagaimana memaksimalkan penggunaan media sosial untuk mengembangkan bisnis yang dimilikinya.

"Jika memulai sesuatu dari hobi atau hal yang disukai maka kita akan mengerjakannya dengan semangat dan hati yang senang. Kemudian ketika peluang datang menghampiri, maksimalkan dengan mengembangkan pengetahuan, dan memanfaatkan *channel* yang paling sesuai. Media sosial adalah salah satu fasilitas yang mampu menjangkau banyak sekali pengguna di berbagai segmen dan lokasi. Penting bagi para pegiat bisnis untuk mengenali target pasar dan bagaimana menjalin engagement yang dapat meningkatkan performa bisnisnya," ujar dia dalam keterangan pers, Sabtu (18/9).

Asoka menambahan bahwa ada berbagai tips dan strategi praktis penggunaan Instagram untuk bisnis yang dapat dilakukan oleh para perintis bisnis, serta pentingnya mengenali *followers* sebagai target pasar dari bisnis yang digeluti. Dengan demikian, manajemen waktu yang tepat sangat diperlukan serta keberanian untuk melakukan percobaan sampai meraih sukses.

Sebagai salah satu bentuk apresiasi kepada nasabah dan juga masyarakat umum, Allianz Indonesia menggelar serangkaian kegiatan bertemakan "Cintai Keluarga & Cintai Bumi" selama September dan Oktober. Pada kesempatan kali ini, Allianz mengadakan webinar dengan tema "Memaksimalkan Sosial Media untuk Mendapatkan Penghasilan Tambahan di Kala Pandemi". Tujuan webinar ini adalah mengajak nasabah serta masyarakat untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial, sebagai salah satu strategi mengembangkan bisnis di masa pandemi, dimana hampir seluruh kegiatan dilakukan secara *online*.

Chief Marketing Officer Allianz Life Indonesia, Karin Zulkarnaen menjelaskan bahwa melalui kegiatan ini, Allianz Indonesia tidak hanya memberikan apresiasi pada nasabah dan masyarakat, tetapi turut memberikan informasi yang dapat meningkatkan pengetahuan terkait strategi bisnis melalui media sosial.

"Di masa yang penuh tantangan seperti saat ini, Allianz Indonesia juga ingin berbagi pengetahuan mengenai pemanfaatan media sosial yang dapat menjadi kegiatan produktif. Meskipun aktivitas fisik atau *offline* terbatas untuk dilakukan, pegiat usaha tetap perlu berinteraksi dengan pelanggan melalui berbagai inisiatif salah satunya melalui media sosial. Allianz Indonesia sendiri, turut memaksimalkan media sosial untuk senantiasa memberikan informasi dan edukasi menarik bagi nasabah. Selain itu, melalui kampanye-kampanye di media sosial, Allianz Indonesia ikut mengimplementasikan strategi *user-generated content* dengan penggunaan *twibbon*, serta mengajak nasabah untuk berpartisipasi dalam beragam kegiatan, termasuk kegiatan peduli sesama dan lingkungan melalui media sosial."

Allianz Indonesia juga memaksimalkan penggunaan media sosial untuk terus menjalin *engagement* dengan nasabah serta masyarakat umum. Selain menyajikan berbagai konten edukasi dan literasi terkait keuangan, asuransi serta kesehatan yang dapat diakses masyarakat luas, Allianz Indonesia pun memberikan informasi seputar produk, layanan dan *campaign* terbaru yang dapat dinikmati nasabah.

Judul	Tingkatkan Penghasilan Saat Pandemi dengan Memaksimalkan Media Sosial
Nama Media	Beritasatu.com
Newstrend	Edukasi Calon Nasabah Allianz Life
Halaman/URL	https://www.beritasatu.com/ekonomi/829453/tingkatkan-penghasilan-saat-pandemi-dengan-memaksimalkan-media-sosial
Tanggal Berita	2021-09-18
Sentimen	Netral

Home > Ekonomi

Tingkatkan Penghasilan Saat Pandemi dengan Memaksimalkan Media Sosial

Sabtu, 18 September 2021 | 13:05 WIB
Oleh : Happy Amanda Amalia / PYA

Kegiatan webinar Allianz Indonesia yang mengusung tema Memaksimalkan Sosial Media untuk Mendapatkan Penghasilan Tambahan di Kala Pandemi. Webinar ini bertujuan mengajak nasabah dan masyarakat mengoptimalkan penggunaan media sosial, sebagai salah satu strategi mengembangkan bisnis di masa pandemi Covid-19. (Foto: istimewa)

Jakarta, Beritasatu.com – Penggunaan media sosial, khususnya Instagram (IG), menjadi salah satu platform paling diminati untuk mendukung kegiatan bisnis. Catatan DataReportal 2021 menyebutkan bahwa Instagram merupakan platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, di mana 86,6% dari masyarakat Indonesia usia 16-64 tahun sudah menggunakan Instagram.

Selain itu, menurut perusahaan riset pemasaran Ipsos pada 2018, 81% pengguna Instagram menggunakannya untuk mempelajari lebih lanjut tentang *brand* atau usaha yang mereka sukai. Kemudian, 76% dari pengguna Instagram akan membeli dari sebuah *brand* setelah menemukannya di Instagram, baik *brand* lokal maupun internasional.

Dalam kegiatan webinar Allianz, Asoka Remadja – seorang *travel blogger* dan *plant enthusiast* – menceritakan perjalanannya yang bermula dari sebuah hobi, menemukan peluang dan bagaimana memaksimalkan penggunaan media sosial untuk mengembangkan bisnis yang dimilikinya.

"Jika memulai sesuatu dari hobi atau hal yang disukai maka kita akan mengerjakannya dengan semangat dan hati yang senang. Kemudian ketika peluang datang menghampiri, maksimalkan dengan mengembangkan pengetahuan, dan memanfaatkan *channel* yang paling sesuai. Media sosial adalah salah satu fasilitas yang mampu menjangkau banyak sekali pengguna di berbagai segmen dan lokasi. Penting bagi para pegiat bisnis untuk mengenali target pasar dan bagaimana menjalin *engagement* yang dapat meningkatkan performa bisnisnya," ujar dia dalam keterangan pers, Sabtu (18/9).

Asoka menambahan bahwa ada berbagai tips dan strategi praktis penggunaan Instagram untuk bisnis yang dapat dilakukan oleh para perintis bisnis, serta pentingnya mengenali *followers* sebagai target pasar dari bisnis yang digeluti. Dengan demikian, manajemen waktu yang tepat sangat diperlukan serta keberanian untuk melakukan percobaan sampai meraih sukses.

Sebagai salah satu bentuk apresiasi kepada nasabah dan juga masyarakat umum, Allianz Indonesia menggelar serangkaian kegiatan bertemakan "Cintai Keluarga & Cintai Bumi" selama September dan Oktober. Pada kesempatan kali ini, Allianz mengadakan webinar dengan tema "Memaksimalkan Sosial Media untuk Mendapatkan Penghasilan Tambahan di Kala Pandemi". Tujuan webinar ini adalah mengajak nasabah serta masyarakat untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial, sebagai salah satu strategi mengembangkan bisnis di masa pandemi, dimana hampir seluruh kegiatan dilakukan secara *online*.

Chief Marketing Officer Allianz Life Indonesia, Karin Zulkarnaen menjelaskan bahwa melalui kegiatan ini, Allianz Indonesia tidak hanya memberikan apresiasi pada nasabah dan masyarakat, tetapi turut memberikan informasi yang dapat meningkatkan pengetahuan terkait strategi bisnis melalui media sosial.

"Di masa yang penuh tantangan seperti saat ini, Allianz Indonesia juga ingin berbagi pengetahuan mengenai pemanfaatan media sosial yang dapat menjadi kegiatan produktif. Meskipun aktivitas fisik atau *offline* terbatas untuk dilakukan, pegiat usaha tetap perlu berinteraksi dengan pelanggan melalui berbagai inisiatif salah satunya melalui media sosial. Allianz Indonesia sendiri, turut memaksimalkan media sosial untuk senantiasa memberikan informasi dan edukasi menarik bagi nasabah. Selain itu, melalui kampanye-kampanye di media sosial, Allianz Indonesia ikut mengimplementasikan strategi *user-generated content* dengan penggunaan *twibbon*, serta mengajak nasabah untuk berpartisipasi dalam beragam kegiatan, termasuk kegiatan peduli sesama dan lingkungan melalui media sosial."

Allianz Indonesia juga memaksimalkan penggunaan media sosial untuk terus menjalin *engagement* dengan nasabah serta masyarakat umum. Selain menyajikan berbagai konten edukasi dan literasi terkait keuangan, asuransi serta kesehatan yang dapat diakses masyarakat luas, Allianz Indonesia pun memberikan informasi seputar produk, layanan dan campaign terbaru yang dapat dinikmati nasabah.

Judul	ALLIANZ Edukasi Memaksimalkan Medsos Untuk Tambahan Penghasilan
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Edukasi Calon Nasabah Allianz Life
Halaman/URL	23
Tanggal Berita	2021-09-20
Sentimen	Netral

Allianz Edukasi Memaksimalkan Medsos untuk Tambahan Penghasilan

JAKARTA – PT Asuransi Allianz Life Indonesia menggelar serangkaian kegiatan bertemakan Cintai Keluarga dan Cintai Bumi selama bulan September dan Oktober. Pada kesempatan kali ini, Allianz mengadakan webinar dengan tema Memaksimalkan Sosial Media untuk Mendapatkan Penghasilan Tambahan di Kala Pandemi.

Adapun tujuan webinar tersebut adalah mengajak nasabah serta masyarakat untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial (medsos), sebagai salah satu strategi mengembangkan bisnis di masa pandemi, di mana hampir seluruh kegiatan dilakukan secara *online*.

Chief Marketing Officer Allianz Life Indonesia Karin Zulkarnaen menjelaskan, melalui kegiatan ini, Allianz Indonesia tidak hanya memberikan apresiasi pada nasabah dan masyarakat, namun juga memberikan informasi yang dapat meningkatkan pengetahuan terkait strategi bisnis melalui media sosial.

"Di masa yang penuh tantangan seperti saat ini, Allianz Indonesia ingin berbagi pengetahuan mengenai pemanfaatan media sosial yang dapat menjadi kegiatan produktif. Meskipun aktivitas fisik atau *offline* terbatas untuk dilakukan, pegiat usaha tetap perlu berinteraksi dengan pelanggan melalui berbagai inisiatif salah satunya melalui media sosial," jelas Karin dalam keterangan tertulis, akhir pekan lalu.

Allianz Indonesia, lanjut dia, turut memaksimalkan medsos untuk senantiasa memberikan informasi dan edukasi menarik bagi nasabah. Selain itu, melalui kampanye-kampanye di media sosial, Allianz Indonesia turut mengimplementasikan strategi *user-generated content* dengan penggunaan twibbon, serta mengajak nasabah untuk berpartisipasi dalam beragam kegiatan, termasuk kegiatan peduli sesama dan lingkungan melalui media sosial.

Karin Zulkarnaen

Dengan berbagai inisiatif berbasis digital yang gencar dilakukan di masa pandemi, penggunaan media sosial, khususnya Instagram, sebagai salah satu *platform* untuk mendukung bisnis telah menjadi sebuah pilihan yang paling banyak diminati. Adapun menurut DataReportal (2021), Instagram merupakan *platform* media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, dimana 86,6% dari masyarakat Indonesia usia 16-64 menggunakan Instagram.

Selain itu, menurut perusahaan riset pemasaran Ipsos (2018), 81% pengguna Instagram menggunakannya untuk mempelajari lebih lanjut tentang *brand* atau usaha yang mereka sukai. Selanjutnya, 76% dari pengguna Instagram akan membeli dari sebuah *brand* setelah menemukannya di Instagram, baik *brand* lokal maupun internasional.

"Allianz Indonesia juga memaksimalkan penggunaan media sosial untuk terus menjalin *engagement* dengan nasabah serta masyarakat umum. Selain menyajikan berbagai konten edukasi dan literasi terkait keuangan, asuransi juga kesehatan yang dapat diakses masyarakat luas, Allianz Indonesia juga menginformasikan mengenai produk, layanan dan *campaign* terbaru yang dapat dinikmati nasabah," jelas Karin. **(ris)**

Judul	Klaim Asuransi Jiwa Melonjak
Nama Media	Pontianak Post
Newstrend	Kenaikan Klaim Asuransi Jiwa selama Pandemi Covid-19
Halaman/URL	3
Tanggal Berita	2021-09-18
Sentimen	Netral

Klaim Asuransi Jiwa Melonjak

PONTIANAK - Peningkatan angka kasus Covid-19 pada gelombang kedua pandemi tahun ini berdampak langsung terhadap kenaikan klaim asuransi jiwa. Dalam keterangan persnya, , Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) mencatat, angka klaim meninggal dunia per Juni 2021 naik 42,6% menjadi Rp 7,84 triliun dari periode yang sama pada tahun sebelumnya Rp 5,5 triliun. Sementara itu, manfaat klaim kesehatan naik 3,5% menjadi Rp 5,4 triliun dari tahun lalu Rp 5,22 triliun. Sedangkan, pembayaran klaim khusus Covid-19 per Juni ini mencapai Rp 3,74 triliun. Pada paruh pertama tahun ini, asosiasi juga menyebut, klaim dan manfaat kepada masyarakat tumbuh sebesar 6,1% menjadi Rp 74,66 triliun dalam setahun. Adapun rata-rata klaim per tahun yang dibayarkan industri asuransi jiwa ke masyarakat tembus Rp 148,52 triliun. Namun perusahaan asuransi jiwa juga mencatatkan kenaikan pendapatan, dari sebesar Rp 46,74 triliun menjadi Rp Rp 119,74 triliun.

"Ini disebabkan meningkatnya daya beli masyarakat dan pandemi Covid-19 yang menumbuhkan kesadaran akan asuransi jiwa," ujar Ketua Dewan Pengurus AAJI, Budi Tampubolon. Budi meyakini, industri asuransi jiwa diyakini akan tumbuh positif pada tahun ini dan lebih baik dari kinerja tahun 2019 lalu. Terutama bila vaksinasi berjalan lancar dan pandemi semakin reda, serta melonggaranya PPKM.

Data Otoritas Jasa Keuangan juga menyebutkan mencatat sektor jasa terjadinya pertumbuhan positif di industri asuransi. Aset industri asuransi mencapai Rp 949,44 triliun atau tumbuh 8,11 persen selama setahun. Sementara itu, premi industri asuransi pada Juli juga mengalami peningkatan 6,33% per Juli yoy atau kenaikan sebesar Rp 9,86 triliun. Rasio modal dan risiko asuransi yang tergambar dari Risk-Based Capital (RBC) industri asuransi jiwa dan asuransi umum masing-masing tercatat sebesar 653,74% dan 346,73%, jauh di atas thresold sebesar 120%.

Terpisah, Head of Health Product Marketing and Service Development Allianz Life Indonesia, Sukarno, menyebut perusahaan asuransi ini juga mengakui adanya lonjakan klaim baik biaya pengobatan maupun meninggal dunia. "Dari data klaim Allianz Indonesia hingga Agustus 2021, rata-rata biaya perawatan Covid-19 menunjukkan angka yang cukup tinggi. Ini dapat dijadikan dasar mengapa perusahaan perlu memperhatikan cakupan perlindungan asuransi kesehatan bagi karyawan untuk menjamin loyalitas dan kesejahteraan karyawan yang akan berujung pada produktivitas dan pertumbuhan perusahaan," ujarnya saat webinar yang diikuti Pontianak Post, kemarin. Lebih lanjut, Sukarno menyebut juga terjadi peningkatan polis asuransi, terutama dari segmen karyawan. "Semua makin disadarkan akan pentingnya kesehatan, terlebih saat Indonesia dilanda gelombang kedua penyebaran virus Covid-19 pada Juni-Juli 2021. ***(ars)***

Judul	BERITA FOTO – Dukung Pemulihan Ekonomi Dan Pariwisata
Nama Media	Koran Sindo
Newstrend	Layanan Asuransi Jiwa AXA Mandiri bagi Atlit OCEANMAN BALI 2021
Halaman/URL	9
Tanggal Berita	2021-09-20
Sentimen	Netral

Dukung Pemulihan Ekonomi dan Pariwisata

DOK MANDIRI

Direktur Asuransi PT AXA Mandiri Financial Services (AXA Mandiri) Rudi Nugraha (tiga kanan) bersama Vice President Bank Mandiri M Iduan Arafah (dua kanan) melepas peserta lomba renang internasional untuk perairan terbuka OCEANMAN BALI 2021 di Sanur, Bali, Sabtu (18/9). AXA Mandiri turut menyukseskan lomba renang yang diikuti atlet dari sejumlah negara tersebut dengan memberikan proteksi jiwa kepada para atlet untuk memberikan rasa aman kepada peserta, sekaligus sebagai wujud dukungan terhadap pemulihan ekonomi dan pariwisata Bali.

Judul	BERITA FOTO – Proteksi Jiwa Para Atlit
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Layanan Asuransi Jiwa AXA Mandiri bagi Atlit OCEANMAN BALI 2021
Halaman/URL	22
Tanggal Berita	2021-09-20
Sentimen	Netral

Istimewa

Proteksi Jiwa Para Atlit

Direktur Asuransi PT AXA Mandiri Financial Services (AXA Mandiri) Rudi Nugraha (kanan), bersama Vice President Bank Mandiri Dondy Ernesto (kiri) berbincang dengan juara lomba renang internasional untuk perairan terbuka OCEANMAN BALI 2021, kategori 10 km perempuan, I Gusti Agung Ayu Komang Trinatasha Sastranegara,dan kategori 10 km pria, Putu Arsana, usai pemberian medali, di Sanur, Bali, Sabtu (18/9/2021). AXA Mandiri turut menyukseskan lomba renang yang diikuti atlit dari sejumlah negara tersebut dengan memberikan proteksi jiwa kepada para atlit, untuk memberikan rasa aman kepada peserta, sekaligus sebagai wujud dukungan terhadap pemulihan ekonomi dan Pariwisata Bali.

Judul	BERITA FOTO – Health is Wealth
Nama Media	Jakarta Post
Newstrend	Layanan Asuransi Jiwa AXA Mandiri bagi Atlit OCEANMAN BALI 2021
Halaman/URL	5
Tanggal Berita	2021-09-20
Sentimen	Netral

Health is wealth

Courtesy of AXA Mandiri

Axa Mandiri director Rudi Nugraha (*right*) and Bank Mandiri vice president Dondy Ernesto (*left*) talk to winners of the 2021 Oceanman Bali international open water swimming competition in Sanur, Bali, on Saturday. I Gusti Agung Ayu Komang Trinatasha Sastranegara (*second left*) won the women's 10-kilometer category, while Putu Arsana won the men's 10-km. Axa Mandiri supported the event by providing life insurance for participants.

Judul	AXA Mandiri Sukseskan Lomba Renang di Bali
Nama Media	Bisnis.com
Newstrend	Layanan Asuransi Jiwa AXA Mandiri bagi Atlit OCEANMAN BALI 2021
Halaman/URL	https://foto.bisnis.com/view/20210913/1444062/axa-mandiri-sukseskan-lomba-renang-di-bali
Tanggal Berita	2021-09-19
Sentimen	Netral

AXA Mandiri Sukseskan Lomba Renang di Bali

Bisnis

19 September 2021 09:51 WIB

PT AXA Mandiri Financial Services (AXA Mandiri) turut menyukseskan lomba renang pertama di Indonesia sejak pandemi Covid-19.

Bisnis.com, JAKARTA - PT AXA Mandiri Financial Services (AXA Mandiri) turut menyukseskan lomba renang pertama di Indonesia sejak pandemi Covid-19.

AXA Mandiri memberikan proteksi jiwa kepada para atlit, untuk memberikan rasa aman kepada peserta, sekaligus sebagai wujud dukungan terhadap pemulihan ekonomi dan Pariwisata Bali.

Judul	Berkat Kinerja Tiga Saluran, Capital Life Syariah Catatkan Penjualan Rp4 Triliun
Nama Media	Idxchannel.com
Newstrend	Kinerja Capital Life Syariah 2020
Halaman/URL	https://www.idxchannel.com/syariah/berkat-kinerja-tiga-saluran-capital-life-syariah-catatkan-penjualan-rp4-triliun
Tanggal Berita	2021-09-19
Sentimen	Netral

Berkat Kinerja Tiga Saluran, Capital Life Syariah Catatkan Penjualan Rp4 Triliun

SYARIAH | Iqbal Dwi Purnama | Sabtu, 18 September 2021 13:50 WIB

PT Capital Life Syariah mencatatkan kenaikan kontribusi dari tiga saluran sekaligus yang berhasil memberikan potensi penjualan.

Berkat Kinerja Tiga Saluran, Capital Life Syariah Catatkan Penjualan Rp4 Triliun. (Foto: MNC Media)

IDXChannel - PT Capital Life Syariah mencatatkan kenaikan kontribusi dari tiga saluran sekaligus yang berhasil memberikan potensi penjualan. Ketiga saluran yang dimaksud antara lain, Bacassurance, Direct Marketing, dan Badan Usaha Selain Bank (BUSB).

Fitri Hartati, Direktur Utama PT Capital Life Syariah mengungkapkan, pada tahun 2018 PT Capital Life Syariah mencapai kontribusi sebesar Rp2 triliun, jumlah tersebut naik menjadi Rp3 triliun pada tahun 2019, kemudian meningkat di tahun 2020 menjadi Rp4 triliun.

SHARE

flickstree

[redacted]

BACA JUGA:
Diskon Pajak Mobil Nol Persen Diperpanjang, Honda Harap Penjualan Naik

Berdasarkan data dari AAJI (Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia), PT Capital Life Syariah dicatat sebagai perusahaan asuransi syariah dengan menduduki posisi ke-1 berdasarkan kontribusi untuk industri asuransi jiwa syariah full fledge dan unit syariah.

"Tentunya penghargaan ini menjadikan kami semakin mantap untuk selalu mendukung Asuransi Jiwa Pembiayaan dan Produk lainnya di Bank Syariah Indonesia" ujar Fitri Hartati, pada keterangan tertulis yang diterima MNC Portal Indonesia, Sabtu (18/9/2021).

BACA JUGA:
Penjualan Album 'LALISA' Milik Lisa Blackpink Tembus Rekor 700 Ribu Kopi Sepekan

Pada tahun 2021 PT Capital Life Syariah bersama PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) bekerjasama dalam memasarkan produk asuransi jiwa pembiayaan prioritas pada pembiayaan Griya.

Lebih lanjut Fitri mengatakan PT Capital Life Syariah akan melakukan pengembangan kerjasama dan menindak lanjuti kebutuhan bisnis terkait asuransi jiwa syariah dan konsisten menghadirkan produk asuransi jiwa syariah dan layanan personal terbaik bagi nasabah.

BACA JUGA:
Lima Tahun ke Depan, Penjualan Produk Pangan di Marketplace Diprediksi Tembus Rp180 Triliun

Selain itu, PT Capital Life Syariah juga siap mendukung memberikan pelayanan pada produk OTO, Pawning dan SME Banking. Peningkatan tersebut membawa PT Capital Life Syariah Raih penghargaan GIFA 2021, sebagai "Best Family Takaful Company 2021".

"Ditengah pandemi COVID-19 ini, kami sangat bersyukur telah dipercaya untuk mendapatkan penghargaan "Best Family Takaful Company 2021". Penghargaan ini menjadi pemacu semangat kami dalam bekerja keras serta memberikan pelayanan terbaik

Judul	Benefit Ganda Dan Harus Paham Resiko
Nama Media	Radar Sulbar
Newstrend	Edukasi Calon Nasabah Produk Unitlink
Halaman/URL	10
Tanggal Berita	2021-09-20
Sentimen	Netral

ASURANSI UNIT LINK

Benefit Ganda dan Harus Paham Risiko

Ketua Dewan Pengurus AAJI Budi Tampubolon mengatakan bahwa pendapatan asuransi jiwa dari produk unit link sepanjang semester I 2021 tumbuh menjadi Rp 64,4 triliun. Angka tersebut menyumbang 62 persen dari total premi.

"Kondisi pandemi Covid-19 telah membangun kesadaran masyarakat terhadap pentingnya asuransi jiwa bagi masa depan. Baik produk unit link maupun produk asuransi jiwa dasar mengalami peningkatan," ujar Budi.

Meski pendapatan produk asuransi konvensional tumbuh lebih pesat, unit link dinilai masih menjadi produk yang lebih diminati masyarakat. Pasalnya, kebutuhan akan perlindungan dan investasi terus mengalami pertumbuhan.

Financial planner Mitra Rencana Edukasi Mike Rini Sutikno menganalogikan asuransi unit link bagai kopi two in one.

"Kopi two in one kan praktis, sudah ada kopi dan gula atau krimernya. Tapi, tetap ada kelemahannya karena kopi two in one tidak akan bisa menyamai nikmatnya kopi murni. Dalam hal ini artinya, meski praktis, benefit campuran asuransi dan investasi dalam produk unit link tidak akan semaksimal investasi murni," paparnya.

Mike menegaskan, asuransi unit link menawarkan manfaat yang menarik, tapi tidak semua kebutuhan orang cocok dengan jenis tersebut. Misalnya, orang yang butuh berinvestasi jangka pendek, itu tidak akan sesuai. Investor dengan profil yang ingin segera mendapatkan margin besar juga tidak sesuai dengan keunggulan asuransi unit link. (jpg)

Judul	Tips Memilih Asuransi Unit Link
Nama Media	Jawa Pos
Newstrend	Edukasi Calon Nasabah Produk Unitlink
Halaman/URL	4
Tanggal Berita	2021-09-19
Sentimen	Netral

EDUKASI KEUANGAN

Tips Memilih Asuransi Unit Link

BERAGAMNYA layanan jasa keuangan non-bank saat ini menuntut kita semakin jeli dalam menyeleksi sebelum menentukan pilihan. Salah satunya unit link atau Produk Asuransi yang Dikaitkan dengan Investasi (PAYDI). Layanan produk asuransi tersebut menjadi alternatif menarik karena menawarkan proteksi sekaligus investasi. Berbagai iming-iming dan bonus pun diobral sebagai daya tarik. Jangan terburu-buru jika Anda tak ingin tertipu.

Maraknya masalah yang merugikan nasabah atau konsumen di institusi jasa keuangan bisa terjadi lantaran banyak nasabah yang tergiur imbal hasil besar serta terjadinya *miss-selling* yang dilakukan marketing lembaga keuangan. Ada dua hal utama penyebab terjadinya *miss-selling*, yaitu nasabah tidak memahami sepenuhnya produk yang digunakannya, atau cara penawaran dan penjualan yang tidak baik. Untuk menghindari *miss-selling*, OJK juga akan mengimplementasikan *market conduct*. Di mana setiap produk yang dikeluarkan oleh lembaga jasa keuangan harus jelas baik dari sisi jenis produk, risiko, cara penjualan, dan sebagainya.

Beberapa tips berikut bisa Anda gunakan sebagai panduan sebelum memilih unit link yang Anda butuhkan.

Pertama, pastikan perusahaan dan produk asuransi yang ditawarkan sudah terdaftar dan diawasi OJK. Bila Anda masih ragu dan ingin memastikan, cek website resmi OJK atau hubungi kontak 157 serta nomor WhatsApp 081157157157.

Kedua, sesuaikan dengan kebutuhan proteksi dan kemampuan finansial Anda untuk membayar polis. Semakin banyak layanan proteksi yang Anda cantumkan, maka biaya asuransi yang dibebankan juga akan semakin besar.

Ketiga, pahami risiko investasi dalam asuransi. Asuransi unit link merupakan kombinasi asuransi dan investasi yang memiliki risiko fluktuasi. Naik dan turun nilainya tergantung pada jenis investasi yang dipilih. Sebut saja investasi saham, pendapatan tetap, pasar uang, investasi campuran, dan investasi syariah. Masing-masing pilihan investasi memiliki tingkat *return* dan risiko yang berbeda

Keempat, pahami hak dan kewajiban konsumen dalam polis asuransi. Cermati isi polis pasal per pasal yang mengatur risiko yang dijamin, risiko yang dikecualikan, kewajiban pembayaran premi dan konsekuensi keterlambatan, prosedur pelaporan klaim dan dokumen yang dibutuhkan, serta prosedur pengaduan. Perusahaan asuransi akan memberikan *free look period* bagi nasabah untuk dapat mempelajari isi polis dengan baik. Dalam masa itu, nasabah dapat membatalkan perjanjian apabila tidak menyetujui ketentuan dalam polis.

Kelima, gunakan agen pemasar berkompeten dan bersertifikasi khusus dari Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) atau pialang asuransi. Asuransi bukan *Multi Level Marketing* (MLM) dan nasabah bukan agen pemasar. Waspadai iming-iming komisi besar.

Keenam, lakukan evaluasi secara berkala. Bila perlu, lakukan perubahan jenis kebutuhan proteksi dan investasi sesuai perkembangan kebutuhan Anda.

Jika terdapat permasalahan (*dispute*) antara perusahaan asuransi dan nasabah atau pemegang polis, agar diselesaikan terlebih dahulu antara kedua belah pihak. Apabila tidak mencapai kesepakatan, OJK telah mengatur proses penanganan penyelesaiannya, yaitu melalui mediasi, lembaga alternatif penyelesaian sengketa atau pengadilan. **(tih/c6/wir)**

Judul	Benefit Ganda Dan Harus Paham Resiko
Nama Media	Jawa Pos
Newstrend	Edukasi Calon Nasabah Produk Unitlink
Halaman/URL	4
Tanggal Berita	2021-09-19
Sentimen	Netral

Asuransi Unit Link yang Makin Banyak Peminat

Benefit Ganda dan Harus Paham Risiko

Dua manfaat sekaligus dalam satu premi. Asuransi jenis *unit link* semakin populer di kalangan masyarakat. Tidak hanya mengandung fungsi proteksi, juga membawa manfaat investasi. Sepanjang semester I 2021, Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) mencatat premi industri dari produk *unit link* tumbuh 17 persen secara *year-on-year*.

ILUSTRASI SALMAN TOYIB/JAWA POS

KETUA Dewan Pengurus AAJI Budi Tampubolon mengatakan bahwa pendapatan asuransi jiwa dari produk *unit link* sepanjang semester I 2021 tumbuh menjadi Rp 64,4 triliun. Angka tersebut menyumbang 62 persen dari total premi.

"Kondisi pandemi Covid-19 telah membangun kesadaran masyarakat terhadap pentingnya asuransi jiwa bagi masa depan. Baik produk *unit link* maupun produk asuransi jiwa dasar mengalami peningkatan," ujar Budi.

Meski pendapatan produk asuransi konvensional tumbuh lebih pesat, *unit link* dinilai masih menjadi produk yang lebih diminati masyarakat. Pasalnya, kebutuhan akan perlindungan dan investasi terus mengalami pertumbuhan.

Financial planner Mitra Rencana Edukasi Mike Rini Sutikno menganalogikan asuransi *unit link* bagai kopi *two in one*. "Kopi *two in one kan* praktis, sudah ada kopi dan gula atau krimernya. Tapi, tetap ada kelemahannya karena kopi *two in one* tidak akan bisa menyamai nikmatnya kopi murni. Dalam hal ini artinya, meski praktis, benefit campuran asuransi dan investasi dalam produk *unit link* tidak akan semaksimal investasi murni," paparnya.

Mike menegaskan, asuransi *unit link* menawarkan manfaat yang menarik, tapi tidak semua kebutuhan orang cocok dengan jenis tersebut. Misalnya, orang yang butuh berinvestasi jangka pendek, itu tidak akan sesuai. Investor dengan profil yang ingin segera mendapatkan margin besar juga tidak sesuai dengan keunggulan asuransi *unit link*.

"Kondisi keuangan dan tipe yang sesuai adalah mereka yang tidak ingin ribet dan santai, tidak memburu *return* besar dengan segera. Selain itu, perencanaan keuangan jangka panjang. Misalnya, 10 tahun akan cocok dengan keunggulan asuransi *unit link*," bebernya.

Salah satu keuntungannya adalah premi pemegang polis akan terbayar terus. Meski pada rentang waktu tertentu sebelum jatuh tempo, nasabah mengalami masalah finansial sehingga tidak bisa membayar premi. Sebab, margin investasi itulah yang bakal menutup pembayaran premi.

Di samping itu, Mike juga menyebutkan bahwa asuransi *unit link* relatif baru dan memiliki fungsi yang tidak "umum" layaknya asuransi dan investasi murni. Menurut dia, asuransi jenis itu akan lebih sesuai dengan pemegang polis yang memiliki literasi keuangan yang memadai. "Setidaknya paham dengan cara kerjanya dan paham dengan risiko-risikonya," tambahnya.

GRAFIS: BAGUS/JAWA POS

Mike pun selalu menyarankan kepada klien untuk tetap mengalokasikan bujet pada pos investasi murni meski sudah memiliki asuransi *unit link*. Khususnya, mempertimbangkan tingkat *return* dan likuiditas. "Meski manfaatnya ganda, namun tidak juga menjadi *all in one solution*. Diversifikasi tetap perlu," tambahnya.

Sementara itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bakal mengeluarkan aturan baru mengenai produk asuransi yang dikaitkan dengan *unit link* pada akhir tahun ini. Beleid yang nanti berupa surat edaran (SE) itu berupaya memastikan pemahaman pemegang polis dan transparansi lebih dari perusahaan asuransi.

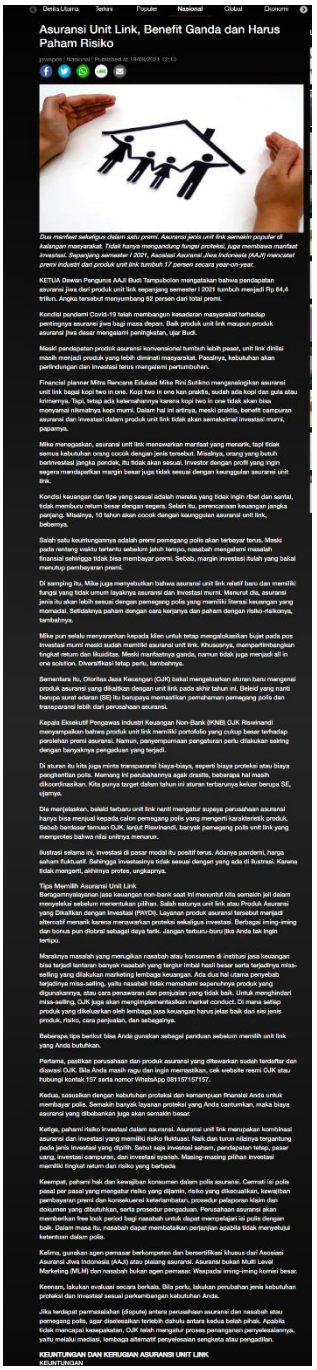
Kepala Eksekutif Pengawas Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) OJK Riswinandi menyampaikan bahwa produk *unit link* memiliki portofolio yang cukup besar terhadap perolehan premi asuransi. Namun, penyempurnaan pengaturan perlu dilakukan seiring dengan banyaknya pengaduan yang terjadi.

"Di aturan itu kita juga minta transparansi biaya-biaya, seperti biaya proteksi atau biaya penghentian polis. Memang ini perubahannya agak drastis, beberapa hal masih dikoordinasikan. Kita punya target dalam tahun ini aturan terbarunya keluar berupa SE," ujarnya.

Dia menjelaskan, beleid terbaru *unit link* nanti mengatur supaya perusahaan asuransi hanya bisa menjual kepada calon pemegang polis yang mengerti karakteristik produk. Sebab berdasar temuan OJK, lanjut Riswinandi, banyak pemegang polis *unit link* yang memprotes bahwa nilai unitnya menurun.

"Ilustrasi selama ini, investasi di pasar modal itu positif terus. Adanya pandemi, harga saham fluktuatif. Sehingga investasinya tidak sesuai dengan yang ada di ilustrasi. Karena tidak mengerti, akhirnya protes," ungkapnya. **(agf/c6/dio)**

Judul	Asuransi Unit Link, Benefit Ganda dan Harus Paham Risiko
Nama Media	Rctiplus.com
Newstrend	Edukasi Calon Nasabah Produk Unitlink
Halaman/URL	https://www.rctiplus.com/news/detail/nasional/1558751/asuransi-unit-link-benefit-ganda-dan-harus-paham-risiko
Tanggal Berita	2021-09-19
Sentimen	Netral



Berita Utama Terkini Populer Nasional Global Ekonomi

Asuransi Unit Link, Benefit Ganda dan Harus Paham Risiko

jovanpos | Nasional | Published at 19/09/2021 12:13

Dua manfaat sekaligus dalam satu premi. Asuransi jenis unit link semakin populer di kalangan masyarakat. Tidak hanya mengandung fungsi proteksi, juga membawa manfaat investasi. Sepanjang semester I 2021, Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) mencatat premi industri dari produk unit link tumbuh 17 persen secara year-on-year.

KETUA Dewan Pengurus AAJI Budi Tampubolon mengatakan bahwa pendapatan asuransi jiwa dari produk unit link sepanjang semester I 2021 tumbuh menjadi Rp 64,4 triliun. Angka tersebut menyumbang 62 persen dari total premi.

Kondisi pandemi Covid-19 telah membangun kesadaran masyarakat terhadap pentingnya asuransi jiwa bagi masa depan. Baik produk unit link maupun produk asuransi jiwa dasar mengalami peningkatan, ujar Budi.

Meski pendapatan produk asuransi konvensional tumbuh lebih pesat, unit link dinilai masih menjadi produk yang lebih diminati masyarakat. Pasalnya, kebutuhan akan perlindungan dan investasi terus mengalami pertumbuhan.

Financial planner Mitra Rencana Edukasi Mike Rini Sutikno mengenalogikan asuransi unit link bagai kopi two in one. Kopi two in one kan praktis, sudah ada kopi dan gula atau krimernya. Tapi, tetap ada kelemahannya karena kopi two in one tidak akan bisa menyamai nikmatnya kopi murni. Dalam hal ini artinya, meski praktis, benefit campuran asuransi dan investasi dalam produk unit link tidak akan semaksimal investasi murni, paparnya.

Mike menegaskan, asuransi unit link menawarkan manfaat yang menarik, tapi tidak semua kebutuhan orang cocok dengan jenis tersebut. Misalnya, orang yang butuh berinvestasi jangka pendek, itu tidak akan sesuai. Investor dengan profil yang ingin segera mendapatkan margin besar juga tidak sesuai dengan keunggulan asuransi unit link.

Kondisi keuangan dan tipe yang sesuai adalah mereka yang tidak ingin ribet dan santai, tidak memburu return besar dengan segera. Selain itu, perencanaan keuangan jangka panjang. Misalnya, 10 tahun akan cocok dengan keunggulan asuransi unit link, bebernya.

Salah satu keuntungannya adalah premi pemegang polis akan terbayar terus. Meski pada rentang waktu tertentu sebelum jatuh tempo, nasabah mengalami masalah finansial sehingga tidak bisa membayar premi. Sebab, margin investasi itulah yang bakal menutup pembayaran premi.

Di samping itu, Mike juga menyebutkan bahwa asuransi unit link relatif baru dan memiliki fungsi yang tidak umum layaknya asuransi dan investasi murni. Menurut dia, asuransi jenis itu akan lebih sesuai dengan pemegang polis yang memiliki literasi keuangan yang memadai. Setidaknya paham dengan cara kerjanya dan paham dengan risiko-risikonya, tambahnya.

Mike pun selalu menyarankan kepada klien untuk tetap mengalokasikan bujet pada pos investasi murni meski sudah memiliki asuransi unit link. Khususnya, mempertimbangkan tingkat return dan likuiditas. Meski manfaatnya ganda, namun tidak juga menjadi all in one solution. Diversifikasi tetap perlu, tambahnya.

Sementara itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bakal mengeluarkan aturan baru mengenai produk asuransi yang dikaitkan dengan unit link pada akhir tahun ini. Beleid yang nanti berupa surat edaran (SE) itu bertujuan memastikan pemahaman pemegang polis dan transparansi lebih dari perusahaan asuransi.

Kepala Eksekutif Pengawas Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) OJK Riswinandi menyampaikan bahwa produk unit link memiliki portofolio yang cukup besar terhadap pendapat premi asuransi. Namun, penyempurnaan pengaturan perlu dilakukan seiring dengan banyaknya pengaduan yang terjadi.

Di aturan itu kita juga minta transparansi biaya-biaya, seperti biaya proteksi atau biaya penghentian polis. Memang ini perubahannya agak drastis, beberapa hal masih dikoordinasikan. Kita punya target dalam tahun ini aturan terbarunya keluar berupa SE, tjatnya.

Dia menjelaskan, beleid terbaru unit link nanti mengatur supaya perusahaan asuransi hanya bisa menjual kepada calon pemegang polis yang mengerti karakteristik produk. Sebab berdasar temuan OJK, tanjut Riswinandi, banyak pemegang polis unit link yang mengirotes bahwa nilai untrya menurun.

Ilustrasi selama ini, investasi di pasar modal itu positif terus. Adanya pandemi, harga saham fluktuatif. Sehingga investasinya tidak sesuai dengan yang ada di ilustrasi. Karena tidak mengerti, akhirnya protes, ungkapnya.

Tips Memilih Asuransi Unit Link

Beragamnya layanan jasa keuangan non-bank saat ini menuntut kita semakin jeli dalam seleksi sebelum menentukan pilihan. Salah satunya unit link atau Produk Asuransi yang Dikaitkan dengan Investasi (PAYDI). Layanan produk asuransi tersebut menjadi alternatif menarik karena menawarkan proteksi sekaligus investasi. Bertaggi iming-iming dan bonus pun distrisi sebagai daya tarik. Jangan terburu-buru jika Anda tak tegin tertipu.

Maraknya masalah yang merugikan nasabah atau konsumen di institusi jasa keuangan bisa terjadi tentunya banyak nasabah yang tergiur imbal hasil besar serta terjadinya miss-selling yang dilakukan marketing lembaga keuangan. Ada dua hal utama penyebab terjadinya miss-selling, yaitu nasabah tidak memahami sepenuhnya produk yang digunakannya, atau cara penawaran dan penjualan yang tidak baik. Untuk menghindari miss-selling, OJK juga akan mengimplementasikan market conduct. Di mana setiap produk yang dikeluarkan oleh lembaga jasa keuangan harus jelas baik dari sisi jenis produk, risiko, cara perjualan, dan sebagainya.

Beberapa tips berikut bisa Anda gunakan sebagai panduan sebelum memilih unit link yang Anda butuhkan.

Pertama, pastikan perusahaan dan produk asuransi yang ditawarkan sudah terdaftar dan diawasi OJK. Bila Anda masih ragu dan ingin memastikan, cek website resmi OJK atau hubungi kontak 157 serta nomor WhatsApp 081157157157.

Kedua, sesuaikan dengan kebutuhan proteksi dan kemampuan finansial Anda untuk membayar polis. Semakin banyak layanan proteksi yang Anda cantumkan, maka biaya asuransi yang dibebankan juga akan semakin besar.

Ketiga, pahami risiko investasi dalam asuransi. Asuransi unit link merupakan kombinasi asuransi dan investasi yang memiliki risiko fluktuasi. Naik dan turun nilainya tergantung pada jenis investasi yang dipilih. Sebut saja investasi saham, pendapatan tetap, pasar uang, investasi campuran, dan investasi syariah. Masing-masing pilihan investasi memiliki tingkat return dan risiko yang berbeda

Keempat, pahami hak dan kewajiban konsumen dalam polis asuransi. Cermati isi polis pasal per pasal yang mengatur risiko yang dijamin, risiko yang dikecualikan, kewajiban pembayaran premi dan konsekuensi keterlambatan, prosedur pelaporan klaim dan dokumen yang dibutuhkan, serta prosedur pengaduan. Perusahaan asuransi akan memberikan free look period bagi nasabah untuk dapat mempelajari isi polis dengan baik. Dalam masa itu, nasabah dapat membatalkan perjanjian apabila tidak menyetujui ketentuan dalam polis.

Kelima, gunakan agen penasar berkompeten dan bersertifikasi khusus dari Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) atau platang asuransi. Asuransi bukan Multi Level Marketing (MLM) dan nasabah bukan agen penasar. Waspada iming-iming komisi besar.

Keenam, lakukan evaluasi secara berkala. Bila perlu, lakukan perubahan jenis kebutuhan proteksi dan investasi sesuai perkembangan kebutuhan Anda.

Jika terdapat permasalahan (dispute) antara perusahaan asuransi dan nasabah atau pemegang polis, agar diselesaikan terlebih dahulu antara kedua belah pihak. Apabila tidak mencapai kesepakatan, OJK telah mengatur proses penanganan penyelesaiannya, yaitu melalui mediasi, lembaga alternatif penyelesaian sengketa atau pengadilan.

KEUNTUNGAN DAN KERUGIAN ASURANSI UNIT LINK

KEUNTUNGAN

Judul	Pimpinan Komisi VI DPR Ajak Masyarakat Manfaatkan Produk Asuransi Negara
Nama Media	Tribunnews.com
Newstrend	Layanan & Produk Asuransi Indonesia Financial Group
Halaman/URL	https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/09/18/pimpinan-komisi-vi-dpr-ajak-masyarakat-manfaatkan-produk-asuransi-negara
Tanggal Berita	2021-09-18
Sentimen	Netral

Pimpinan Komisi VI DPR Ajak Masyarakat Manfaatkan Produk Asuransi Negara

Sabtu, 18 September 2021 15:50 WIB

Martin Manurung

Laporan Wartawan Tribunnews.com, Seno Tri Sulistiyono

TRIBUNNEWS.COM, JAKARTA - Wakil Ketua Komisi VI DPR Martin Manurung mengajak masyarakat memahami dan memanfaatkan produk asuransi maupun penjaminan yang telah disediakan negara.

Produk yang dapat dimanfaatkan masyarakat yaitu produk asuransi yang tersedia di dalam ekosistem Indonesia Financial Group (IFG), Holding Badan Usaha Milik Negara (BUMN) bidang Perasuransian dan Penjaminan.

Menurut Martin, saat pandemi Covid-19, pemerintah terus berupaya untuk menjaga dan memperkuat perekonomian nasional, melalui Program Keluarga Harapan, kartu sembako, Kartu Prakerja, dan lainnya.

Selain itu, pemerintah juga memberikan berbagai program insentif dalam bentuk asuransi dan penjaminan yang fokus pada pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di berbagai sektor.

Dengan berbagai program insentif itu, para pelaku UMKM diharapkan dapat memperkuat inovasi, serta berupaya menciptakan produk dan layanan, disesuaikan dengan kondisi saat ini.

Baca juga: Transformasi Digital Bawa UMKM ke Ekosistem Bisnis yang Lebih Maju

"Karena itu, peran dan manfaat asuransi dan penjaminan perlu disosialisasikan secara baik kepada masyarakat, termasuk para pelaku UMKM," kata Martin, Jumat (17/9/2021).

"Terutama pemahaman mengenai peran dan manfaat dari produk dan layanan ekosistem asuransi yang ada di bawah naungan IFG. Agar manfaat dari kehadiran asuransi dan penjaminan ini dapat optimal dirasakan oleh masyarakat," sambung Martin.

Martin berharap, melalui kegiatan sosialisasi asuransi, para peserta mendapatkan pengetahuan baru terkait integrasi ekosistem asuransi yang tergabung dalam IFG, serta dapat memanfaatkan layanan yang disediakannya dengan baik.

"Saya berharap bapak dan ibu mengetahui apa saja produk BUMN terkait asuransi dan penjaminan, yang tersedia. Jika suatu hari nanti Bapak Ibu membutuhkan, maka dapat dimanfaatkan untuk memperkuat bisnis atau usaha bapak Ibu," katanya.

Martin juga yakin, integrasi ekosistem asuransi dan penjaminan milik negara di dalam ekosistem Indonesia Financial Group (IFG) dapat mengambil peran dalam mendukung dan mempercepat pemulihan ekonomi nasional, yang menurun akibat dampak pandemi Covid-19 ini.

"Saat ini, BUMN bidang asuransi dan penjaminan sudah kita konsolidasikan menjadi suatu ekosistem, yang diharapkan mampu menjadi salah satu tulang punggung untuk bisa mempercepat pemulihan ekonomi paska pandemi Covid-19," paparnya.

IFG merupakan Holding BUMN Perasuransian dan Penjaminan, yang beranggotakan PT Jasa Raharja, PT Jaminan Kredit Indonesia (Jamkrindo), PT Asuransi Kredit Indonesia (Askrindo), PT Jasa Asuransiy Indonesia (Jasindo), PT Asuransi Jiwa IFG, PT Jasa Raharja dan lainnya.

Judul	Aturan Unit Link bakal Diperketat, AAJI Setuju dengan Syarat...
Nama Media	Beritasatu.com
Newstrend	Regulasi Terkait PAYDI (unitlink)
Halaman/URL	https://www.beritasatu.com/ekonomi/829427/aturan-unit-link-bakal-diperketat-aaji-setuju-dengan-syarat
Tanggal Berita	2021-09-18
Sentimen	Netral

Home > Ekonomi

Aturan Unit Link bakal Diperketat, AAJI Setuju dengan Syarat...

Sabtu, 18 September 2021 | 11:44 WIB
Oleh : Prisma Ardianto / PMB

Direktur Eksekutif Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), Togar Pasaribu dalam acara media gathering yang digelar AAJI secara virtual, Rabu, 14 April 2021. (Foto: istimewa)

Jakarta, Beritasatu.com - Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bakal memperketat pengaturan produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi (PAYDI), terutama *unit link*. Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) setuju, dengan syarat aturan baru PAYDI menguntungkan semua elemen, dari perusahaan asuransi, agen, hingga konsumen.

"Artinya, regulator mesti mencari titik keseimbangan dari tiga unsur tersebut," ujar Direktur Eksekutif AAJI, Togar Pasaribu kepada *Investor Daily* di Jakarta, Jumat (17/9/2021).

Togar yakin beleid baru OJK itu akan berdampak positif terhadap ekosistem industri asuransi nasional. Selain akan membuat mitigasi risiko lebih terukur, aturan baru itu bakal meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mendorong pertumbuhan premi.

"Secara umum, kami mendukung penyempurnaan aturan PAYDI. Misalnya yang terkait dengan ilustrasi produk *unit link*. Di sana ada ilustrasi pesimistis, moderat, dan optimistis," tutur dia.

BACA JUGA
OJK Tegaskan Aturan Baru Unit Link Dirilis Tahun Ini

Alhasil, menurut Togar Pasaribu, jika ada ilustrasi optimistis, seperti imbal hasil (*yield*) bisa 10-12%, berarti harus ada pula ilustrasi pesimistis yang menggambarkan *yield* minus. Intinya, aturan baru itu harus mencakup semua agar calon nasabah peduli pada keputusan investasinya.

"Investor harus punya gambaran apakah perlu menarik atau menambah preminya. Jadi, agen jangan menjelaskan bagusnya *doang*, ilustrasi jeleknya juga harus disampaikan," tegas Togar.

Kendati begitu, AAJI kurang setuju jika produk unit link hanya boleh dijual kepada masyarakat yang sudah terbukti memahami kondisi pasar modal. Soalnya, akan sulit menentukan ukuran seseorang benar-benar paham pasar modal, baik ditinjau dari aspek pendidikan, jabatan, penghasilan, kepemilikan Single Investor Identification (SID), maupun lainnya.

"Seyogianya hal itu tidak menjadi pertimbangan utama. Yang paling penting untuk ditekankan adalah pembeli produk mengerti risiko berikut penjelasan yang benar dari para agen penjual," tandas Togar.

Terlepas dari cara penjualan, kata dia, pengaturan juga perlu dilakukan terhadap kebijakan investasi perusahaan asuransi. Apalagi risiko produk *unit link* ditanggung pemegang polis meski penempatan investasinya tetap dilakukan perusahaan asuransi.

Kepala Eksekutif Pengawas Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) OJK, Riswinandi dalam pertemuan Ketua Dewan Komisioner OJK, Wimboh Santoso dengan pemimpin redaksi media massa, Kamis (16/9/2021) malam mengungkapkan, aturan baru mengenai PAYDI, khususnya *unit link*, bakal diterbitkan sebelum akhir tahun.

Dalam beleid baru tersebut, menurut Riswinandi, perusahaan asuransi hanya bisa menjual unit link kepada calon pemegang polis yang mengerti karakteristik produk. Selain itu, perusahaan asuransi harus lebih transparan dalam menempatkan investasi, mengingat risiko produk *unit link* ditanggung para pemegang polis.

Penempatan Investasi

Togar Pasaribu menjelaskan, dalam ketentuan baru nanti, penempatan investasi juga bisa turut diumumkan kepada para pemegang polis dalam rangka meningkatkan transparansi.

"*Complaint-complaint* (terhadap perusahaan asuransi) itu kan lebih banyak bukan terkait klaim kematian atau sakit, tapi karena nilai investasi turun. Jadi, penempatan investasi itu dulu yang diselesaikan agar lebih sehat," ucap dia.

Dari sisi proteksinya pun, menurut Togar, sudah baik. Itu sebabnya, yang mesti diatur lebih lanjut adalah penempatan investasinya supaya hasilnya optimal. "Selama ini yang diatur itu penempatan investasi dari perusahaan asuransi. Sedangkan penempatan investasi unit link belum diatur besarannya pada masing-masing instrumen," papar dia.

Togar mengakui, secara umum penyempurnaan pengaturan PAYDI diperlukan industri sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen dan penguatan tata kelola (*governance*) perusahaan. Hal ini tidak akan banyak memengaruhi kinerja industri asuransi jiwa.

"Transparansi perusahaan asuransi memang harus diatur, karena biaya-biaya diambil dari premi yang dibayarkan nasabah. Meski begitu, saya rasa (aturan baru) tidak akan berpengaruh pada pendapatan premi," tandas dia.

Judul	Pelaku Asuransi Dukung Pengetatan Aturan Unit Link
Nama Media	Investor.id
Newstrend	Regulasi Terkait PAYDI (unitlink)
Halaman/URL	https://investor.id/finance/263929/pelaku-asuransi-dukung-pengetatan-aturan-unit-link
Tanggal Berita	2021-09-18
Sentimen	Netral

Pelaku Asuransi Dukung Pengetatan Aturan Unit Link

JAKARTA, investor.id - Para pelaku asuransi mendukung rencana Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memperketat pengaturan produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi (PAYDI), khususnya unit link.

Selain akan membuat mitigasi risiko lebih terukur, sekaligus baru itu bisa meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mendorong pertumbuhan premi.

"Kalau itu dibuat lagi, saya setuju. Itu akan berdampak positif terhadap ekosistem industri asuransi nasional," kata Direktur Eksekutif Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), Togar Pasaribu saat dihubungi Investor Daily di Jakarta Jumat (17/9).

Direktur Eksekutif Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) Togar Pasaribu. Foto: IST

Namun, Togar mengingatkan bahwa perubahan pengaturan PAYDI harus mengantungkan semua elemen, dari perusahaan asuransi, agen, hingga konsumen. Pihak regulator mesti mencari titik keseimbangan dari tiga unsur tersebut.

"Secara umum, kami mendukung penyempurnaan aturan PAYDI. Misalnya yang terkait dengan ilustrasi produk Cuma link. Di sana ada ilustrasi pesimistis, moderat, dan optimistis," ujar dia.

Dengan demikian, menurut Togar Pasaribu, jika ada ilustrasi optimistis, seperti 10 imbal hasil (yield) bisa 10-12%, berarti harus ada pula ilustrasi pesimistis yang menggambarkan bahwa hasilnya lebih rendah.

"Harus mencakup semua agar calon nasabah sadar dengan kebijakan investasinya, ada gambaran perlu memerik atau memambah preminya. Jadi, agen jangan menyatakan bagusnya saja, tetapi ilustrasi jelelnya juga harus disampaikan," tutur Togar.

Kendati begitu, AAJI kurang setuju jika produk unit link hanya boleh dijual kepada masyarakat yang sudah berbekal memahami kondisi pasar modal secanya. Akan sulit menentukan ukuran seseorang benar-benar paham pasar modal, baik dilihat dari aspek pendidikan, jabatan, pengalaman, kepemilikan single investor identification (SID), maupun lainnya.

"Sesungguhnya hal itu tidak menjadi pertimbangan utama. Yang paling penting untuk dikenakan adalah pemerik produk mengerti risiko berikut pengelolaan yang benar dari para agen penjual," tandas Togar.

Terlepas dari cara penjualan, kata dia, pengaturan juga perlu dilakukan terhadap kebijakan investasi perusahaan asuransi. Apalagi nilai produk unit link ditanggung pemegang pos meski penempatan investasinya tetap dilakukan perusahaan asuransi.

Kepala Eksekutif Lembaga Pengawas Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) OJK Riswinandi. Foto: IST

Kepala Eksekutif Lembaga Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) OJK, Riswinandi dalam pertemuan secara Dewan Komisioner OJK, Wimboh Santoso, sungguh pertemuan industri media massa, Rabu (15/9) malam mengungkapkan, aturan baru mengenai PAYDI, khususnya unit link, bakal diterbitkan sebelum akhir tahun.

Dalam bekal baru tersebut, menurut Riswinandi, perusahaan asuransi bisnis unit link kepada calon pemegang polis yang mengacu kepada risiko produk.

Dalam itu, perusahaan asuransi harus lebih transparan dalam memungkinkan investasi, mengingat risiko produk unit link ditanggung para pemegang polis.

Penempatan Investasi

Pendapatan premi industri asuransi jiwa berdasarkan tipe produk

Togar Pasaribu mengingatkan, dalam ketentuan baru nanti, penempatan investasi juga tidak hanya diumumkan kepada para pemegang polis dalam rangka meningkatkan transparansi.

"Complaint-complaint (terhadap perusahaan asuransi) itu bisa lebih banyak bukan tentang klaim kesehatan atau sakit, tapi karena nilai investasi turun. Jadi, penempatan investasi itu dulu yang disosialisasikan agar lebih sehat," urap dia.

Dan sisi prosesnya pun, menurut Togar, sudah baik. Ibu sebabnya, yang mesti diatur lebih lanjut adalah penempatan investasinya supaya hasilnya optimal.

"Selama ini yang diatur itu penempatan investasi dari perusahaan asuransi. Sedangkan penempatan investasi unit link belum diatur besarannya pada masing-masing instrumen," jelas dia.

Togar mengatur, secara umum penyempurnaan pengaturan PAYDI dipersiapkan industri sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen dan pengadan tata kelola (governance) perusahaan. Ini ini tidak akan banyak mempengaruhi kinerja industri asuransi jiwa.

"Transaksinya perusahaan atau nanti mentang biaya diatur, karena biaya biaya diambil dari premi yang dibayarkan nasabah. Mungkin begitu, saya rasa (aturan baru) tidak akan berpengaruh pada pendapatan premi," tandas dia.

Country Chair MDRT Indonesia Miliana Marton dalam konferensi pers MDRT Day Indonesia yang digelar virtual, Rabu (28/7). Foto: Ist

Dihubungi terpisah,"□ *Past Country Chair* Million Dollar Round Table□(MDRT) Indonesia 2019-2021 sekaligus Agen Prudential Indonesia, Miliana Marton menyambut baik upaya OJK menyempurnakan aturan PAYDI.

"Regulasi tentang memang sudah sekarangnya dikeluarkan untuk menanggapi perkembangan zaman," ujar dia.

Dia menerangkan, negara-negara lain, seperti Hong Kong dan Singapura bahkan sudah lebih adaptif dalam menerapkan regulasi. Di sana, perusahaan harus lebih hati-hati dan mereka rakat harus cerdas kalau membeli□*unit link*. Ada kondisi lebih banyak nasabahnya yang menanggung risiko investasi, sehingga mereka mau benar-benar mengerti ini produknya jika tidak mau mengalami kerugian di masa mendatang.

"Negara-negara lain sudah melakukan hal seperti ini. Jadi, memang sudah saatnya OJK mengambil tindakan agar perusahaan lebih transparan dan nasabah pun lebih cerdas, supaya ke depannya industri asuransi menjadi lebih baik dan tidak ada trauma terhadap perusahaan asuransi," kata dia.

Miliana mengakui, pada awal-awal produk □ *unit link*□ diperkenalkan kepada masyarakat, banyak nasabah yang memang tanya mengerti benar isinya. Agen pun demikian, yang penting produk terjual dan mendapat komisi.

"Tapi setelah kita jalani sampai saat ini, harapan nasabah memang ada yang tidak sesuai dengan asumsi. Misalnya asumsi tinggi dengan hasil 12-15%, kenyataannya banyak nilai unit di level rendah-sedang, bahkan ada yang di level rendah. Nasabah tentu kaunya, apalagi dengan adanya biaya-biaya," papar Miliana.

Karena itu, menurut dia, zaman telah berubah, begitu pula para agen dan nasabah. Agen tentu berkepentingan nasabah yang disyaratnya bisa menyesesaikan polis sampai akhir kontrak, sehingga produk□*unit link*□ diharapkan bisa memberangkan manfaat, baik dari sisi proteksi maupun investasi.

Miliana tidak mempermasalahkan jika nantinya tugas para agen bertambah seiring implementasi peraturan terbaru.

"Bahkan itu suatu hal yang positif selama untuk kebutuhan nasabah. Kalau masyarakat paham maka semakin memungkinkan mereka untuk beli dengan nilai yang lebih besar," tutur dia.

Miliana Marton mengungkapkan, jika agen tidak memiliki kemampuan meyakinkan dan mendapatkan kepercayaan nasabah, nilai premi yang masuk pun tidak akan besar.

"Kalau agen mengejakan dengan benar, sebetulnya aturan ini tidak berpengaruh terhadap kinerja agen untuk mendapatkan premi, malah nilai premi yang dihasilkan bisa lebih besar," tegas dia.

Miliana menekankan, kini para agen juga sudah terbiasa memasarkan produk□ *unit link* □tanpa tatap muka langsung (*non face to face*), yakni dengan memanfaatkan kebudaran teknologi informasi berdasarkan perkadigan OJK.

Para agen sebabanya perlu merekam hasil wawancara bahwa nasabah benar-benar mengerti ini produk. Sejumlah prosedur lain yang masih dipenuhi pun tidak menjadi permasalahan yang signifikan. Namun demikian, menurut dia, perusahaan asuransi masih perlu memastikan bahwa kegiatan akuisisi nasabah oleh agen dilakukan dengan baik dan benar.

"Di Prudential, setelah membeli□*unit link*, nasabah □pasti ditelepon oleh□*customer service*, semacam *mini interview*. Untuk memastikan nasabah paham tentang produk yang dibelinya. Dengan begitu, agen juga perlu mengusai produk dengan jelas. Ini menjadi kontrol yang membuat para agen tidak sembarangan menjual produk□ *unit link*," papar dia.

Di sisi lain, Miliana mengatakan, pandemi berdampak terhadap kegiatan para agen dalam memasarkan produk asuransi. Tapi hal itu tidak menjadi halangan utama karena perusahaan dan regulator memberikan berbagai solusi.

Wajar jika kanal□ *bancassurance* □dan□menyusul kanal keagenan sebagai kontributor terbesar pendapatan asuransi. Itu juga tidak memuatakan bahwa kanal keagenan mononun, tetapi lebih pada kinerja□*bancassurance* □yang menunjukan pertumbuhan kinerja signifikan.

"Dalam kondisi masyarakat yang kian sadar perlu berasuransi, berbagai kanal distribusi lain juga dicari. Bahkan ke depan, kanal digital bisa menjadi pilihan masyarakat. Ini ha positif bahwa ini semakin banyak masyarakat yang berpengkau asuransi, baik melalui□ *bancassurance*, keagenan, maupun kanal digital," tambas dia.

Kesiapan Perusahaan

Tri Joko Santoso CFP

sementara itu, pengamat asuransi, Tri Joko Santoso menyampakan, pengaturan yang direvisi OJK sebetulnya tidak hanya menyangkut□*unit link*. Sejatinya, dalam PAYDI ada dua untuk produk, yakni□ *unit link*□ dan non□ *unit link*. Kedua pola produk ini semaa-sama memiliki unsur proteksi dan investasi.

Dia menjelaskan, titik permasalahan pada produk□ *unit link*□ sudah diketahui, yakni adanya□ *mis-selling*, bukan pada produknya. Amasal, pengaturan pun masih dikesuatkan untuk memastikan calon tersebut dapat dianilapasi pada masa mendatang. Intinya, agen mesti menjual produk sesuai spesifikasi dan kaunya, serta jelas memagankan ini produk kepada sotiap calon nasabah.

"Itu juga dikonti OJK sehingga perlu diatur lebih ketat. Kekhawatiran kaya, kalau bicara□ *unit link*□ berarti nasabahnya perlu diproteksi. Dalam hal ini, nasabah harus dijelaskan betul manfaat sampai risiko produk *unit link*, termasuk biaya-biayanya," ujar Tri.

Menurut Tri Joko Santoso, permasalahan perubahan pengaturan PAYDI sejatinya lebih pada produk non□*unit link*. Produ ini mirip yang dimiliki PT Asuransi Jiwasraya (Persero), yaitu produk bergaransi□*Saving Plan*. Model lebih disarang untuk dijual, nyatanya produk tersebut masih banyak ditemukan di beberapa perusahaan besar.

"Kalau pun dilarang banyak yang masih kelua□kok, ini produk sebenarnya tidak berbeda, mungkin namnya yang berbeda. Mungkin setelah melalui regulasi tertentu, produknya tidak seperti dulu, sekarang masih ada. Kalau jenis dan isinya berbeda, kami belum tahu, mesti lihat regulasi yang terbaru ini.. keluar," papar dia.

Khusus untuk produk *non□unit link*, kata Tri, ini perusahaanlah yang perlu dawasi secara ketat. Penempatan investasinya harus dipantau, begitu pula besarannya.

"Ini berkaca pada kasus Jiwasraya, salah penempatan investasi tapi tidak ada pemati karena memang secara aturan tidak melanggar. Penempatan produk PAYDI *non link*□itu mesti diatur lebih lanjut," kata dia.

Tri menuturkan, peraturan yang nantinya berupa surat edaran (SE) OJK ini sudah lama digodok OJK. Draftya pun sudah dikantongi perusa haan asuransi.

Sehususnya perusahaan sudah menebak arah kebijakan ini, yaitu cara mengatur□ *unit link*□ dan non□ *unit link*□ bagi perusahaan asuransi.

"Perusahaan asuransi juga sudah mengima rancangannya, sehingga sehususnya sudah lebih siap mengimplementasikan peraturan terakhir. Konsumen PAYDI tentu harus lebih berhati- hati dan banyak bertanya kepada agen. Apalagi konsumen kita literasinya masih kurang dan banyak complaint karena belum paham betul ini produknya," jelas dia.

Tri menambahkan, OJK mau tidak mau harus lebih tegas ke ana di negara lain pencegah pirqusahan dari lalu kuota lunas PAYDI sudah lebih fleksi.

"Tentu peraturan akan memberi dampak kinerja, tapi rasanya tidak akan lama atau sementara waktu. Semua orang sudah tahu apa yang seharusnya dilakukan karena OJK juga sudah lama membaksinya," tambas dia. **(ak)**

Judul	OJK Tegaskan Aturan Baru *Unit Link* Dirilis Tahun Ini
Nama Media	Beritasatu.com
Newstrend	Regulasi Terkait PAYDI (unitlink)
Halaman/URL	https://www.beritasatu.com/ekonomi/829183/ojk-tegaskan-aturan-baru-unit-link-dirilis-tahun-ini
Tanggal Berita	2021-09-17
Sentimen	Netral

OJK Tegaskan Aturan Baru *Unit Link* Dirilis Tahun Ini

Jumat, 17 September 2021 | 18:42 WIB
Oleh : Prisma Ardianto / WBP

Ilustrasi OJK. (Foto: Antara)

Jakarta, Beritasatu.com - Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menegaskan aturan baru mengenai produk asuransi yang dikaitkan dengan asuransi (PAYDI) atau *unit link* akan dirilis tahun ini. *Beleid* yang nantinya berupa surat edaran (SE) itu berupaya memastikan pemahaman pemegang polis dan transparansi lebih dari perusahaan asuransi.

Kepala Eksekutif Pengawas Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) OJK Riswinandi menyampaikan, produk *unit link* sudah memiliki portofolio yang cukup besar terhadap perolehan premi asuransi. Namun penyempurnaan pengaturan perlu dilakukan meski pandemi Covid-19, berikut dengan banyaknya pengaduan yang terjadi. "Di aturan ini kita juga minta transparansi biaya-biaya, seperti biaya proteksi atau biaya penghentian polis. Memang ini perubahannya agak drastis, beberapa hal masih dikoordinasikan. Kita punya target dalam tahun ini aturan terbarunya keluar berupa SE," kata Riswinandi, Kamis (16/9).

Dia menjelaskan, *beleid* terbaru *unit link* nantinya mengatur supaya perusahaan asuransi hanya bisa menjual kepada calon pemegang polis yang mengerti karakteristik produk. Karena berdasarkan temuan OJK, banyak dari pemegang polis *unit link* protes bahwa nilai unitnya menurun. Hal itu seharusnya dipahami nasabah karena penempatan investasi banyak dilakukan di pasar modal yang fluktuatif, apalagi melihat kondisi saat ini.

BACA JUGA
Unit Link Bangkit Seiring Kesuksesan Program Vaksinasi

"Ilustrasi selama ini investasi di pasar modal itu positif terus, dengan adanya kejadian saat ini, harga saham fluktuatif, investasinya tidak sesuai dengan yang ada di ilustrasi. Karena tidak mengerti akhirnya protes, melaporkan kemana-mana bahwa ini ada penggelapan di perusahaan asuransi," terang Riswinandi.

Dia menuturkan, SE ini intinya bagian upaya OJK untuk membatasi adanya perselisihan antara perusahaan asuransi dan nasabah. Selain nasabah yang harus benar-benar mengerti karakteristik produk, perusahaan asuransi juga didorong untuk lebih transparan, sebagai bentuk edukasi pada nasabah memutuskan kebijakan investasinya. Apalagi jika dari kacamata perusahaan asuransi, risiko produk unit link ditanggung oleh para pemegang polis.

"Perusahaan asuransi juga perlu transparan terkait penempatan investasi. Kemudian yang lebih penting adalah bagaimana pemegang polis mengerti posisinya, di dalam tagihan premi sekarang kita minta harus ada hasil unit investasi dan berapa lama harus bayar premi. Jadi mereka tau nilai unitnya untuk memutuskan terus atau berhenti dengan melihat situasi di pasar modal. Kalau dihentikan tentu manfaat proteksinya tidak dapat, paling hanya mendapatkan manfaat pengembangan dana," tandas Riswinandi.

BACA JUGA
Kepercayaan Masyarakat terhadap Unit Link Tetap Tinggi

Di sisi lain, Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) melalui laporannya sampai dengan semester I 2021 mencatat bahwa premi unit link mampu tumbuh 17% secara *year on year* (yoy) menjadi Rp 64,44 triliun. Sementara premi produk tradisional naik sebesar 18% (yoy) menjadi sebesar Rp 40,27% triliun. Masing-masing produk memiliki kontribusi sebesar 62% dan 38% terhadap pendapatan premi.

Kabid Marketing dan Komunikasi AAJI Wiroyo Karsono menyampaikan, pertumbuhan premi *unit link* membuktikan bahwa produk tersebut masih banyak diminati masyarakat. Sedangkan pertumbuhan premi tradisional banyak dipengaruhi dari lini bisnis asuransi kesehatan yang sedang naik daun karena pandemi Covid-19. "Kita lihat produk unit link tetap menunjukkan peningkatan di semester I 2021, artinya juga ketertarikan produk tetap ada. Ada beberapa kasus dari nasabah yang mengajukan komplain, tapi berhasil diselesaikan. Namun karena unit link ini memberikan investasi berikut dengan proteksi itu dinilai masih menarik. AAJI berharap anggota lebih inovatif dan kreatif agar produk lain juga terus meningkat," ucap dia.

Wiroyo menegaskan, AAJI dilibatkan dan dimintai pandangan terkait penyempurnaan regulasi *unit link*. Secara umum, produk unit link sebetulnya tidak bermasalah, hal yang disoroti OJK adalah nasabah mesti benar-benar mengerti isi produk, mulai dari risiko, biaya, sampai manfaat produk. "Sehingga tidak menimbulkan masalah dikemudian hari. Kami juga berupaya memberikan hasil investasi yang baik agar nasabah diuntungkan. Tidak ada pemikiran sama sekali bahwa ingin merugikan nasabah," jelas dia.

Judul	Pelaku Asuransi Dukung Pengetatan Aturan Unit Link
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Regulasi Terkait PAYDI (unitlink)
Halaman/URL	1 & 11
Tanggal Berita	2021-09-18
Sentimen	Netral

Pelaku Asuransi Dukung Pengetatan Aturan *Unit Link*

Oleh **Prisma Ardianto**

JAKARTA - Para pelaku asuransi mendukung rencana Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memperketat pengaturan produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi (PAYDI), khususnya *unit link*. Selain akan membuat mitigasi risiko lebih terukur, beleid baru itu bakal meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mendorong pertumbuhan premi.

"Kalau mau diatur lagi, saya setuju. Itu akan berdampak positif terhadap ekosistem industri asuransi nasional," kata Direktur Eksekutif Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), Togar Pasaribu saat dihubungi *Investor Daily* di Jakarta, Jumat (17/9).

Namun, Togar mengingatkan bahwa perubahan pengaturan PAYDI harus menguntungkan semua elemen, dari perusahaan asuransi, agen, hingga konsumen. Pihak regulator mesti mencari titik keseimbangan dari tiga unsur tersebut.

"Secara umum, kami mendukung penyempurnaan aturan PAYDI. Misalnya yang terkait dengan ilustrasi produk *unit link*. Di sana ada ilustrasi pesimistis, moderat, dan optimistis," ujar dia.

Dengan demikian, menurut Togar Pasaribu, jika ada ilustrasi optimistis, seperti imbal hasil

(*yield*) bisa 10-12%, berarti harus ada pula ilustrasi pesimistis yang menggambarkan *yield* minus.

"Harus mencakup semua agar calon nasabah *aware* dengan kebijakan investasinya, ada gambaran perlu menarik atau menambah preminya. Jadi, agen jangan menjelaskan bagusnya *doang*, ilustrasi jeleknya juga harus disampaikan," tutur Togar.

Kendati begitu, AAJI kurang setuju jika produk *unit link* hanya boleh dijual kepada masyarakat yang sudah terbukti memahami kondisi pasar modal. Soalnya, akan sulit menentukan ukuran seseorang benar-benar paham pasar modal, baik ditinjau dari aspek pendidikan, jabatan, penghasilan, kepemilikan *Single Investor Identification* (SID), maupun lainnya.

Bersambung ke hal 11

BERITA SATU .COM

Pelaku Asuransi Dukung Pengetatan Aturan *Unit Link*

Sambungan dari hal 1

"Seyogianya hal itu tidak menjadi pertimbangan utama. Yang paling penting untuk ditekankan adalah pembeli produk mengerti risiko berikut penjelasan yang benar dari para agen penjual," tandas Togar.

Terlepas dari cara penjualan, kata dia, pengaturan juga perlu dilakukan terhadap kebijakan investasi perusahaan asuransi. Apalagi risiko produk *unit link* ditanggung pemegang polis meski penempatan investasinya tetap dilakukan perusahaan asuransi.

Kepala Eksekutif Pengawas Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) OJK, Riswinandi dalam pertemuan Ketua Dewan Komisioner OJK, Wimboh Santoso dengan pemimpin redaksi media massa, Kamis (16/9) malam mengungkapkan, aturan baru mengenai PAYDI, khususnya *unit link*, bakal diterbitkan sebelum akhir tahun.

Dalam beleid baru tersebut, menurut Riswinandi, perusahaan asuransi hanya bisa menjual *unit link* kepada calon pemegang polis yang mengerti karakteristik produk. Selain itu, perusahaan asuransi harus lebih transparan dalam menempatkan investasi, mengingat risiko produk *unit link* ditanggung para pemegang polis.

Penempatan Investasi

Togar Pasaribu menjelaskan, dalam ketentuan baru nanti, penempatan investasi juga bisa turut diumumkan kepada para pemegang polis dalam rangka meningkatkan transparansi.

"*Complaint-complaint* (terhadap perusahaan asuransi) itu *kan* lebih banyak bukan terkait klaim kematian atau sakit, tapi karena nilai investasi turun. Jadi, penempatan investasi itu dulu yang diselesaikan agar lebih sehat," ucap dia.

Dari sisi proteksinya pun, menurut Togar, sudah baik. Itu sebabnya, yang mesti diatur lebih lanjut adalah penempatan investasinya supaya hasilnya optimal. "Selama ini yang diatur itu penempatan investasi dari perusahaan asuransi. Sedangkan penempatan investasi *unit link* belum diatur besarannya pada masing-masing instrumen," papar dia.

Togar mengakui, secara umum penyempurnaan pengaturan PAYDI diperlukan industri sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen dan penguatan tata kelola (*governance*) perusahaan. Hal ini tidak akan banyak memengaruhi kinerja industri asuransi jiwa.

"Transparansi perusahaan asuransi memang harus diatur, karena biaya-biaya diambil dari premi yang dibayarkan nasabah. Meski begitu, saya rasa (aturan baru) tidak akan berpengaruh pada pendapatan premi," tandas dia.

Dihubungi terpisah, *Past Country Chair* Million Dollar Round Table (MDRT) Indonesia 2019-2021 sekaligus Agen Prudential Indonesia, Miliana Marten menyambut baik upaya OJK menyempurnakan aturan PAYDI. "Regulasi terbaru memang sudah seharusnya dikeluarkan untuk menanggapi perkembangan zaman," ujar dia.

Dia menerangkan, negara-negara lain, seperti Hong Kong dan Singapura bahkan sudah lebih adaptif dalam menerapkan regulasi. Di sana, perusahaan harus lebih hati-hati dan masyarakat harus cerdas ketika membeli *unit link*. Ada sorotan lebih bahwa nasabahlah yang menanggung risiko investasi, sehingga mereka mesti benar-benar mengerti isi produknya jika tidak mau mengalami kerugian di masa mendatang.

"Negara-negara lain sudah memberlakukan hal seperti ini. Jadi, memang sudah saatnya OJK mengambil tindakan agar perusahaan lebih transparan dan nasabah bisa lebih cerdas. Supaya ke depannya industri asuransi menjadi lebih baik dan tidak ada trauma terhadap perusahaan asuransi," kata dia.

Miliana mengakui, pada awal-awal produk *unit link* diperkenalkan kepada masyarakat, banyak nasabah yang membeli tanpa mengerti benar risikonya. Agen pun demikian, yang penting produk terjual dan mendapat komisi.

"Tapi setelah kita jalani sampai saat ini, harapan nasabah memang ada yang tidak sesuai dengan asumsi. Misalnya asumsi tinggi dengan hasil 12-15%, kenyataannya banyak nilai unit di level rendah-sedang, bahkan ada yang di level rendah. Nasabah tentu kecewa, apalagi dengan adanya biaya-biaya," papar Miliana.

Karena itu, menurut dia, zaman telah berubah, begitu pula para agen dan nasabah. Agen tentu berkeinginan nasabah yang dilayaninya bisa menyelesaikan polis sampai akhir kontrak, sehingga produk *unit link* diharapkan bisa mendatangkan manfaat, baik dari sisi proteksi maupun investasi.

Miliana tidak mempermasalahkan jika nantinya tugas para agen bertambah seiring implementasi peraturan terbaru. "Bahkan itu suatu hal yang positif selama untuk kebutuhan nasabah. Kalau masyarakat paham maka semakin memungkinkan mereka untuk beli dengan nilai yang lebih besar," tutur dia.

Miliana Marten mengungkapkan, jika agen tidak memiliki kemampuan meyakinkan dan mendapatkan kepercayaan nasabah, nilai premi yang masuk pun tidak akan besar. "Kalau agen mengerjakan dengan benar, sebetulnya aturan ini tidak berpengaruh terhadap kinerja agen untuk mendapatkan premi, malah nilai premi yang dihasilkan bisa lebih besar," tegas dia.

Miliana menerangkan, kini para agen juga sudah terbiasa memasarkan produk *unit link* tanpa tatap muka langsung (*non face to face*), yakni dengan memanfaatkan kehadiran teknologi informasi berdasarkan persetujuan OJK. Para agen setidaknya perlu merekam hasil wawancara bahwa nasabah benar-benar mengerti isi produk. Sejumlah prosedur lain yang mesti dipenuhi pun tidak menjadi permasalahan yang signifikan.

Namun demikian, menurut dia, perusahaan asuransi masih perlu memastikan bahwa kegiatan akuisisi nasabah oleh agen dilakukan dengan baik dan benar. "Di Prudential, setelah membeli *unit link*, nasabah pasti ditelepon oleh *customer service*, semacam *mini interview*, untuk memastikan nasabah paham tentang produk yang dibelinya. Dengan begitu, agen juga perlu menjual produk dengan jelas. Ini menjadi kontrol yang membuat para agen tidak sembarangan menjual produk *unit link*," papar dia.

Di sisi lain, Miliana mengatakan, pandemi berdampak terhadap kegiatan para agen dalam memasarkan produk asuransi. Tapi hal itu tidak menjadi halangan utama karena perusahaan dan regulator memberikan berbagai solusi.

Wajar jika kanal *bancassurance* kini menyusul kanal keagenan sebagai kontributor terbesar pendapatan asuransi. Itu juga tidak membuktikan bahwa kanal keagenan menurun, tetapi lebih pada kinerja *bancassurance* yang menunjukkan pertumbuhan kinerja signifikan.

"Dalam kondisi masyarakat yang kian sadar perlu berasuransi, berbagai kanal distribusi lain juga dicari. Bahkan ke depan, kanal digital bisa menjadi pilihan masyarakat. Ini hal positif bahwa kini semakin banyak masyarakat yang terjangkau asuransi, baik melalui *bancassurance*, keagenan, maupun kanal digital," tandas dia.

Kesiapan Perusahaan

Sementara itu, pengamat asuransi, Tri Joko Santoso menyampaikan, pengaturan yang direvisi OJK sebetulnya tidak hanya menyangkut *unit link*. Soalnya, dalam PAYDI ada dua unsur produk, yakni *unit link* dan *non unit link*. Kedua jenis produk ini sama-sama memiliki unsur proteksi dan investasi.

Dia menjelaskan, titik permasalahan pada produk *unit link* sudah diketahui, yakni adanya *mis-selling*, bukan pada produknya. Alhasil, pengaturan pun mesti disesuaikan untuk memastikan celah tersebut dapat diantisipasi pada masa mendatang. Intinya, agen mesti menjual produk sesuai spesifikasi dan risikonya, serta jelas memaparkan isi produk kepada setiap calon nasabah.

"Itu juga disorot OJK sehingga perlu diatur lebih ketat. Kekhawatiran saya, kalau bicara *unit link* berarti nasabahnya perlu diproteksi. Dalam hal ini, nasabah harus dijelaskan betul manfaat sampai risiko produk *unit link*, termasuk biaya-biayanya," ujar Tri.

Menurut Tri Joko Santoso, permasalahan perubahan pengaturan PAYDI sejatinya lebih pada produk *non unit link*. Produk ini mirip yang dimiliki PT Asuransi Jiwasraya (Persero), yaitu produk bergaransi *Saving Plan*. Meski telah dilarang untuk dijual, nyatanya produk tersebut masih banyak ditemukan di beberapa perusahaan besar.

"Kalau pun dilarang banyak yang masih keluar *kok*. Isi produk sebenarnya tidak berbeda, mungkin izinnya yang berbeda. Mungkin setelah melalui regulasi tertentu, produknya tidak seperti dulu, sekarang masih ada. Kalau jenis dan isinya berbeda, kami belum tahu, mesti lihat regulasi yang terbaru ini keluar," papar dia.

Khusus untuk produk *non unit link*, kata Tri, sisi perusahaanlah yang perlu diawasi secara ketat. Penempatan investasinya harus dipantau, begitu pula besarannya. "Ini berkaca pada kasus Jiwasraya, salah penempatan investasi tapi tidak ada penalti karena memang secara aturan tidak melanggar. Penempatan produk PAYDI *non link* itu mesti diatur lebih lanjut," kata dia.

Tri menuturkan, peraturan yang nantinya berupa surat edaran (SE) OJK ini sudah lama digodok OJK. Drafnya pun sudah dikantongi perusahaan asuransi. Seharusnya perusahaan sudah menebak arah kebijakan ini, yaitu cara mengatur *unit link* dan *non unit link* bagi perusahaan asuransi.

"Perusahaan asuransi juga sudah menerima rancangannya, sehingga seharusnya sudah cukup siap mengimplementasi peraturan tersebut. Konsumen PAYDI tentu harus lebih berhati-hati dan banyak bertanya kepada agen. Apalagi konsumen kita literasinya masih kurang dan banyak *complaint* karena belum paham betul isi produknya," jelas dia.

Tri menambahkan, OJK mau tidak mau harus lebih tegas karena di negara lain penerapan penjualan dan tata kelola terkait PAYDI sudah lebih ketat. "Tentu peraturan akan memberi dampak kinerja, tapi rasanya tidak akan lama atau sementara waktu. Semua orang sudah tahu apa yang seharusnya dilakukan karena OJK juga sudah lama membahasnya," tandas dia. **(az)**

Judul	Jaminan Kesehatan Tahun Depan Bakal Bertambah
Nama Media	Kontan
Newstrend	Perubahan Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN)
Halaman/URL	14
Tanggal Berita	2021-09-17
Sentimen	Netral

Jaminan Kesehatan Tahun Depan Bakal Bertambah

Pemerintah akan tanggung kebutuhan dasar kesehatan dan rawat inap standar lewat JKN

Ratih Waseso Aji, Fahriyadi

JAKARTA. Pemerintah akan mengubah program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). Perubahan ini terdiri dari dua konsep, yakni perubahan atas kriteria Kebutuhan Dasar Kesehatan (KDK) dan perubahan Kelas Rawat Inap Standar (KRIS) atau satu kelas.

Menteri Kesehatan Budi Gunadi Sadikin mengatakan, perubahan kriteria KDK kini tengah dibahas bersama dengan sejumlah pihak.

Ia menyebut ada beberapa sejumlah kebijakan yang akan dimasukkan dalam KDK sebagai bagian dari program yang masuk dalam Jaminan Kesehatan Nasional (JKN).

Pertama, soal vaksin atau imunisasi wajib yang akan ditambah dari 11 jenis menjadi 14 jenis. *Kedua*, jaminan kesehatan akan mengkafer pelayanan di Rumah Sakit (RS) akan menerapkan skrining dasar. "Seperti pemeriksaan gula, darah, dan kolesterol," ujar Budi, Kamis (16/9).

Pemerintah akan menerapkan kelas rawat inap standar bagi peserta JKN.

Selain dua poin ini, ada sekitar 21 jenis manfaat layanan yang selama ini tidak ditanggung BPJS Kesehatan tengah dibahas dengan para pakar dan ahli apakah bisa dimasukkan atau tidak. Jika tidak ada aral melintang KDK ini akan ditetapkan tahun depan.

Selain menetapkan kebutuhan dasar kesehatan pemreintah juga mengubah kelas rawat inap standar.

Penerapan rawat inap kelas standar akan mulai diterapkan uji coba pada tahun 2023 nanti dan diharapkan mulai beroperasi penuh 2025 .

"Peserta bisa naik dari kelas standar ini bila memiliki asuransi tambahan," ujar Ketua Dewan Jaminan Sosial Nasioanl (TDJSN) Tubagus Achmad Choesni. Karena program ini rencananya akan melibatkan perusahaan asuransi swasta.

Seperti diketahui, konsep kelas standar JKN ini hanya akan mengenal dua kelas, yakni A dan B, dengan kelas standar adalah kelas B.

Defisit lagi

Konsep perubahan ini dilakukan juga untuk menjaga keuangan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan.

Direktur Utama BPJS Kesehatan Ali Ghufron Mukti mengatakan, keberhasilan BPJS Kesehatan meraih surplus keuangan tahun 2020 lebih disebabkan karena banyaknya masyarakat yang tak mengunjungi rumah sakit saat sakit.

Namun, ia menyebut saat ini tren kunjungan ke RS sudah mulai naik. "Kami perkirakan tahun 2023, keuangan BPJS Kesehatan bisa kembali negatif," ujar dia.

Ketua Dewan Pengawas BPJS Kesehatan Achmad Yurianto menambahkan, situasi keuangan BPJS Kesehatan bisa terancam bila kasus Covid-19 jadi endemi dan perawatannya dialihkan ke BPJS Kesehatan, apalagi saat ini sekitar 20 juta peserta berstatus non aktif. ■

Kinerja BPJS Kesehatan Tahun 2020*

Keterangan	31 Des 2020	31 Des 2019
PENDAPATAN		
Pendapatan Iuran	139.852.375	111.754.163
Pendapatan Pajak Rokok	1.239.491	-
Pendapatan Investasi	145.106	13.956
Pendapatan Lain	241.217	301.773
Jumlah Pendapatan	141.478.189	112.069.892
BEBAN		
Beban Jaminan Kesehatan	95.511.820	108.459.688
Beban Cadangan Teknis	(6.853.783)	9.506.116
Beban Operasional BPJS Kesehatan	4.098.664	4.091.143
Beban Cadangan Penurunan Nilai Piutang Iuran	2.958.574	5.788.981
Beban Lain	450.853	1.260.726
Jumlah Beban	96.166.128	129.106.654
Surplus (Defisit)	45.312.061	(17.036.762)

*(dalam juta rupiah) Sumber: Laporan Keuangan BPJS Kesehatan tahun 2020

Judul	Reformasi JKN Utamakan Preventif
Nama Media	Media Indonesia
Newstrend	Perubahan Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN)
Halaman/URL	13
Tanggal Berita	2021-09-17
Sentimen	Netral

Reformasi JKN Utamakan Preventif

Beban pemerintah akan semakin berat di bidang kesehatan masyarakat jika tidak melibatkan swasta dalam pelayanan JKN.

M Iqbal Al Machmudi
m.iqbal@mediaindonesia.com

KEMENTERIAN Kesehatan (Kemenkes) akan mereformasi program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) agar lebih mendahulukan promosi kesehatan serta pencegahan penyakit atau promotif dan preventif daripada program kuratif seperti yang ada saat ini.

Menurut Menteri Kesehatan Budi Gunadi Sadikin, kegiatan promotif dan preventif seperti proses *screening* yang dulu jarang dilakukan sekarang akan diberikan. Contohnya untuk orang yang sakit kanker, akan lebih baik dilakukan *screening* lebih awal.

"Kita bikin banyak rumah sakit dan obat buat kanker. Akan lebih baik kalau *screening*-nya dilakukan lebih utama, sangat jauh lebih murah dan jauh nyaman juga bagi masyarakat. Demikian juga untuk (penyakit) jantung dan semua," kata Budi dalam rapat dengar pendapat dengan Komisi IX DPR di Senayan, kemarin.

Dengan begitu, penyakit yang membebani masyarakat menjadi bangkrut karena intervensinya lebih efisien dan efektif jika *screening*-nya lebih dini. Selanjutnya, Kemenkes juga akan memperbanyak pemberian imunisasi kepada masyarakat dan sistem kapitasi di puskesmas, selain berbasis jumlah orang, berdasarkan aktivitas.

"Jadi, makin banyak yang divaksin, semakin banyak dapatnya dia. Makin banyak dia mengunjungi ibu dan anak, makin banyak juga dia dapatnya. Makin banyak yang bersangkutan mengawasi pertumbuhan anak untuk *stunting*, makin banyak juga puskesmas itu akan dapat sehingga benar-benar nanti arahnya ke aktivitas yang sifatnya promotif dan preventif," jelasnya.

Kemenkes juga mengupayakan peningkatan efisiensi dan efektivitas pembiayaan JKN berdasarkan standar klinis pelayanan kesehatan, *utilization review*, audit medis, pencegahan pengendalian kecurangan, dan *health technology assessment* (HTA).

Pada kesempatan itu, Menkes mengungkapkan belanja pemerintah di sektor kesehatan rata-rata Rp113 triliun dari total Rp490 triliun per tahun diserap melalui program JKN.

Dari sini ada pemikiran, Kemenkes mendorong keterlibatan penyedia jasa asuransi swasta untuk menyeimbangkan pengeluaran pemerintah pada aktivitas penyembuhan pasien atau kuratif program JKN.

"Kami akan membuat mekanisme urun biaya atau *benefit sharing* yang ini juga sudah ada di undang-undangnya supaya kita bisa melibatkan pihak swasta juga. Jadi, misalnya, asuransinya di sini bisa disinergikan manfaatnya dengan asuransi swasta," kata Budi.

Melalui keterlibatan penyedia jasa asuransi swasta, imbuh Budi, beban pengeluaran pemerintah di sektor kesehatan dapat diseimbangkan.

Perkuat regulasi

Rencana reformasi di JKN tersebut disambut positif oleh Koordinator Bidang Advokasi BPJS Watch, Timboel Siregar, yang menilai memang peran swasta harus ditingkatkan.

"Ini harus digencarkan pemerintah dengan membuka ruang pada asuransi swasta, misal untuk bisa *top up* untuk rumah sakit atau menaikkan kelas dengan selisihnya dibayar swasta," kata Timboel, kemarin.

Setelah pihak asuransi swasta ikut terlibat di JKN, Timboel berharap, Kemenkes bisa merevisi beberapa regulasi yang dianggap mengekang peran asuransi swasta seperti Perpres 111/2013 yang tidak mengatur ketentuan penyakitnya.

Menurutnya, selama ini peran asuransi swasta diminimkan pemerintah. Contohnya pada Perpres 111/2013 disebutkan asuransi swasta bisa *top up* untuk rumah sakit dengan syarat BPJS Kesehatan hanya bisa bayar tipe C sehingga pihak swasta tidak mau karena biayanya kecil dan tidak melihat penyakitnya. (H-1)