

Judul	MANULIFE Sudah 36 Tahun Beroperasi di Indonesia
Nama Media	Sumut Pos
Newstrend	Kinerja Pembayaran Klaim Nasabah
Halaman/URL	10
Tanggal Berita	2021-07-22
Sentimen	Netral

Manulife Sudah 36 Tahun Beroperasi di Indonesia

JAKARTA–Melayani selama 36 tahun, Manulife Indonesia terus berkomitmen membantu keluarga Indonesia yang terdampak di berbagai wilayah Indonesia.

Begitu pula di tengah situasi pandemi yang menantang, Manulife Indonesia tetap memberikan layanan optimal kepada para nasabah dengan memanfaatkan penerapan teknologi.

Hal ini juga terlihat dari pengajuan klaim online (MIEK claim) baik klaim individu maupun klaim kumpulan (Group Life & Health) yang dapat diakses melalui website Manulife Indonesia.

Tepat 19 Juli 2021, kami genap beroperasi di Indonesia selama 36 tahun. Kami meyakini bahwa 36 tahun merupakan usia yang matang dan kami dapat memastikan bahwa sama hal yang tidak berubah dari sejak awal kami memulai bisnis kami di Indonesia, adalah komitmen Manulife Indonesia untuk terus melayani nasabah," ujar Presiden Direktur & CEO Manulife Indonesia, Ryan Charland.

Ryan Charland berterima kasih ke berbagai pihak maupun pemangku kepentingan atas dukungan selama ini kepada Manulife Indonesia seperti pemerintah, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bank partner dan mitra lainnya, rekan-rekan jurnalis, tenaga pemasar, karyawan maupun nasabah.

"Tentunya pada perjalanan ini terdapat berbagai peningkatan yang kami lakukan berdasarkan input dan masukan para nasabah. Terima kasih atas kepercayaan lebih dari dua juta nasabah di seluruh nusantara telah memilih Manulife Indonesia dan dipercayakan kami dalam perlindungan masa depan dan perencanaan keuangan Anda dan keluarga," sambung Ryan.

Manulife Indonesia mengawali perjalanannya kepada nasabah di tahun 1985 dengan kantor yang berlokasi di daerah Cikini, Jakarta Pusat. Kini, Manulife Indonesia telah bertransformasi serta memiliki lebih dari 1.000 karyawan yang tersebar di lebih dari 25 kantor pemasaran.

Sebagai bukti komitmen penuh kepada nasabah, Manulife Indonesia telah membayarkan klaim senilai lebih dari Rp 27 triliun sejak tahun 2017 hingga akhir Juni 2021. Terkait COVID-19, Manulife Indonesia telah membayarkan klaim sebesar Rp 262 miliar per 10 Juni 2021.

Sekena 9 bulan pertama di tahun 2021, Manulife Indonesia juga membayarkan maturity claim (klaim akhir kontrak) kepada lebih dari 12.100 nasabah di Indonesia dengan nilai yang berkisar Rp 440 miliar.

Membuka awal tahun 2021, Manulife Indonesia menyediakan layanan perlindungan premium dengan meluncurkan MIP (Preparation Legacy for Our Assurance (MIPrecious)). Selain itu, Manulife Indonesia dan Bank Danamon menyediakan produk Protokol Prima Masa Depan (PPMD), asuransi dwiguna individu yang diperuntukkan mempersiapkan pengalihan harta bagi keluarga maupun generasi masa depan.

Sementara pada April 2021 lalu, Manulife Indonesia telah meresmikan relokasi Customer Contact Center baru dengan lokasi yang lebih strategis, terjangkau, nyaman. Selain itu, Manulife Indonesia juga menerapkan budaya kerja baru melalui renovasi kantor pusat dengan konsep open space. Pengoran ini memungkinkan para karyawan serta tenaga pemasar untuk semakin berkolaborasi satu sama lain.

Optimalisasi pelayanan Manulife ini dirasakan langsung oleh Handriani Tjatur Setjiowati. Selama lebih dari 20 tahun, Ibu Wati, begitu biasa disapa, mempercayakan perlindungan dirinya dan keluarga kepada Manulife Indonesia.

"Terima kasih kepada Manulife Indonesia maupun kepada agen pemasaran yang telah berinisiatif mengingatkan dirinya mengenai maturity claim," testimoni Wati.

Menurutnya, setelah mengajukan dokumen sesuai dengan syarat dan ketentuan polis, proses klaim berjalan dengan baik dan lancar. Dana dari benefit ini bermanfaat untuk kebutuhan tak terduga terutama di masa pandemi saat ini.

"Kita tidak tahu kedepannya seperti apa, entah itu terjadi risiko atau kebutuhan mendadak. Asuransi ini sangat membantu saya dan keluarga menghadapi risiko maupun memberikan ketenangan di masa depan," pungkas Wati. (rel/rum)


**Terima kasih kepada
Manulife Indonesia maupun
kepada agen pemasaran
yang telah berinisiatif
mengingatkan dirinya
mengenai maturity claim."**

**HANDRIANI TJATUR
SETJIOWATI**



LUNCUR–Jajaran executive manajemen manulife Indonesia pada saat peluncuran kantor Customer Contact Center Manulife Indonesia beberapa waktu lalu.

Judul	BERITA FOTO – Pembayaran Klaim Asuransi
Nama Media	Bisnis Indonesia
Newstrend	Kinerja Pembayaran Klaim Nasabah
Halaman/URL	15
Tanggal Berita	2021-07-23
Sentimen	Netral

■ PEMBAYARAN KLAIM ASURANSI



Bisnis/Arief Hermawan P.

Warga beraktivitas di dekat logo Manulife Indonesia di Jakarta, Kamis (22/7). PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia (Manulife Indonesia) telah membayarkan klaim senilai lebih dari Rp27 triliun sejak 2017 hingga akhir Juni 2021, termasuk klaim khusus Covid-

19 sebesar Rp262 miliar per 10 Juni 2021. Selain itu selama 6 bulan pertama 2021, Manulife Indonesia juga membayarkan maturity claim (klaim akhir kontrak) kepada lebih dari 2.100 nasabah, dengan nilai sekitar Rp440 miliar.

Judul	Tokio Marine Life Insurance Hadirkan Panduan Isoman untuk Keluarga
Nama Media	Marketeers.com
Newstrend	Program Freemium Isoman Aman dan Nyaman
Halaman/URL	https://www.marketeers.com/tokio-marine-life-insurance-hadirkan-panduan-isoman-untuk-keluarga/
Tanggal Berita	2021-07-22
Sentimen	Netral

FINANCE

Tokio Marine Life Insurance Hadirkan Panduan Isoman untuk Keluarga



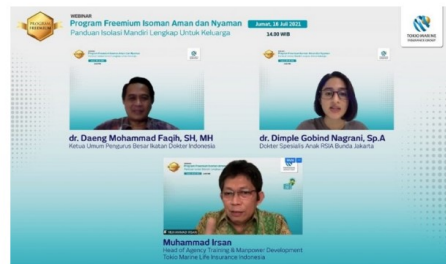
Jumlah kasus COVID-19 mengalami peningkatan dalam beberapa minggu ini. Kondisi ini tentunya tidak bisa dibiarkan berlarut-larut. Semua pihak harus terlibat aktif dalam mengendalikan atau menekan penyebaran virus ini.

Apalagi, semakin banyak anak-anak yang terinfeksi virus ini. Berdasarkan data dari Kementerian Kesehatan RI, umlah kasus positif COVID-19 pada anak usia 0-18 tahun di DKI Jakarta per tanggal 14 Juli lalu telah mencapai 86,516 orang.

Peningkatan jumlah kasus ini membuat *Bed Occupancy Rate* (BOR) alias tingkat keterisian tempat tidur di rumah sakit di berbagai daerah mencapai 80-90%. Bahkan beberapa di antaranya telah kelebihan kapasitas. Sehingga, banyak orang yang terpapar COVID-19 melakukan isolasi mandiri (isoman), baik di rumah atau di fasilitas yang disediakan.

Melihat kondisi tersebut, Tokio Marine Life Insurance Indonesia menggelar kegiatan edukasi dalam *webinar* bertajuk *Program Freemium Isoman Aman dan Nyaman-Panduan Isolasi Mandiri Lengkap untuk Keluarga*. Menurut salah satu pembicara dalam *webinar* tersebut, yaitu Ketua Umum PB Ikatan Dokter Indonesia dr. Daeng M. Faqih SH, MH, hal terpenting untuk diperhatikan adalah cara mencegah penularan virus COVID-19 ini.

"Selain itu, mematuhi protokol kesehatan dengan sangat ketat, juga harus segera melakukan vaksinasi. Seperti pepatah umum, lebih baik mencegah dari pada mengobati," katanya.



Sementara itu, Dokter Spesialis Anak RSIA Bunda Jakarta dr. Dimple Gobind Nagrani Sp.A mengatakan, kestabilan emosi orang tua menjadi hal penting apabila anaknya terdiagnosis COVID-19. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk mengatasi hal tersebut, yaitu menjauhi informasi yang bukan dari sumber yang terpercaya, konsultasikan kecemasan ke dokter spesialis dan bukan mendengarkan opini orang sekitar. "Selain itu, pengalihan yang positif, contohnya berkomunikasi melalui *video call*, melakukan hobi seperti berkebun, dan sebagainya," katanya.

Program Freemium merupakan upaya Tokio Marine Life Insurance untuk memberikan edukasi dan literasi tentang pandemi, perencanaan keuangan, dan lainnya. Perusahaan asuransi ini juga memberikan Buku Panduan Isoman Aman dan Nyaman dalam bentuk elektronik untuk para peserta. Di samping itu Tokio Marine Life Insurance Indonesia juga memberikan perlindungan COVID-19 kepada nasabahnya melalui perluasan manfaat untuk pertanggungan isoman di rumah tanpa mengenakan biaya tambahan.

"Terkait perlindungan COVID-19, Tokio Marine Life Insurance Indonesia telah memberikan penambahan manfaat santunan asuransi jiwa dan perluasan manfaat untuk pertanggungan isolasi mandiri tanpa mengenakan biaya tambahan sejak bulan April lalu. Ini merupakan bentuk kepedulian Tokio Marine Life Insurance Indonesia terhadap kondisi yang terjadi saat ini," kata Nelly Husnayati, Director of Agency Distribution PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia.

Judul	Kolaborasi, Astra Life Beri Asuransi Jiwa untuk Nasabah Pluang
Nama Media	Biem.co
Newstrend	Layanan Unitlink Digital
Halaman/URL	https://www.biem.co/read/2021/07/22/82743/kolaborasi-astra-life-beri-asuransi-jiwa-untuk-nasabah-pluang/
Tanggal Berita	2021-07-22
Sentimen	Netral



biem.co - PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life) berkolaborasi dengan Pluang memberikan perlindungan asuransi jiwa untuk para nasabah. Pluang sendiri merupakan *platform* yang bertujuan untuk mempermudah para investor mendiversifikasi portofolionya hanya di dalam satu aplikasi melalui berbagai layanan investasi, seperti emas, S&P500, cryptocurrency, dan reksadana.

"Melalui kerja sama ini, kami berharap semua nasabah Pluang bisa mendapatkan ketenangan pikiran melalui perlindungan asuransi jiwa dari Astra Life. Semoga, ke depannya kerja sama dengan Pluang dapat terus dikembangkan melalui perlindungan yang lebih lengkap untuk nasabah Pluang," ujar Presiden Direktur Astra Life, Windawati Tjahjedi, dalam keterangan yang diterima **biem.co**, Kamis (22/7/2021).

Windawati menjelaskan, kerja sama **Astra Life** dengan Pluang telah dimulai sejak November 2020, di mana Astra Life memberikan perlindungan kepada nasabah Pluang yang melakukan investasi emas di dalam aplikasi Pluang.

Tulisan yang Tak Kalah Menarik



Harga Cabai di Pas. Pandeglang Merangkak Naik Lagi
© 11 February 2021



Sekda Pandeglang: Ekonomi Syariah Berikan Kesejahteraan bagi Masyarakat
© 16 July 2021



"Dalam kerja sama ini, setiap pembelian emas minimum 1 gram, nasabah akan berpeluang mendapatkan asuransi jiwa dari Pluang. Produk asuransi jiwa yang diberikan adalah Asuransi Jiwa Kumpulan AVA Group Proteksi Dinamis yang memberikan perlindungan finansial kepada keluarga atau pihak yang sudah ditentukan oleh nasabah sebagai tertanggung apabila sewaktu-waktu tertanggung mengalami risiko meninggal dunia karena sebab alami/kecelakaan/sakit termasuk COVID-19 dengan perlindungan selama 1 bulan dan uang pertanggungan sebesar Rp15 juta per tertanggung/nasabah," paparnya.

Sementara itu, Founder Pluang, Claudia Kolonas mengatakan bahwa Pluang berusaha untuk selalu mengutamakan pelayanan terbaik bagi nasabah.



"Selain memberikan harga yang kompetitif serta kemudahan transaksi, kami berharap perlindungan jiwa dari Astra Life bisa menjadi *added value* bagi nasabah ketika memilih Pluang sebagai penyedia layanan investasinya," ungkapnya. (ht)

Judul	BERITA FOTO - GENERALI INDONESIA Catatkan Rekor Laba Tertinggi
Nama Media	Majalah Investor
Newstrend	Kinerja Perusahaan Asuransi Jiwa
Halaman/URL	15
Tanggal Berita	2021-07-23
Sentimen	Netral



Judul	GENERALI Catat Laba Tertinggi Sejak Beroperasi
Nama Media	Majalah Investor
Newstrend	Kinerja Perusahaan Asuransi Jiwa
Halaman/URL	15
Tanggal Berita	2021-07-23
Sentimen	Netral

Generali Catat Laba Tertinggi Sejak Beroperasi

PT Asuransi Jiwa Generali Indonesia (Generali Indonesia) mencatat laba sebesar Rp263,6 miliar untuk kinerja tahun 2020, tumbuh 145% dibandingkan capaian tahun 2019. Hasil ini juga merupakan perolehan laba tertinggi sejak Generali Indonesia beroperasi di Indonesia. Lebih istimewa, karena hasil ini dicapai di tengah kondisi pandemi dan ekonomi sedang memburuk selama 2020. Generali Indonesia pun mencatat premi bruto sebesar Rp2,3 triliun, dimana 97% merupakan hasil dari penjualan produk reguler premium.

CEO Generali Indonesia Edy Tuhirman mengatakan, kuncinya adalah terus berinovasi dan fokus pada kebutuhan nasabah. Inovasi yang berbeda, solutif, dan memiliki nilai tambah selalu ditemukan di setiap produk dan layanan Generali. "Inovasi-inovasi dalam hal produk, proses dan layanan inilah yang terus mendukung jalur distribusi kami, baik keagenan, bancassurance maupun corporate solution," tuturnya. Generali Indonesia membayarkan klaim sebesar Rp648 miliar kepada 166 ribu keluarga di Indonesia sebagai bagian komitmen perusahaan dalam memenuhi janji. [WI]

Judul	AXA MANDIRI Luncurkan Aplikasi Telekonsultasi Kesehatan
Nama Media	Majalah Investor
Newstrend	Layanan Asuransi Jiwa Digital
Halaman/URL	15
Tanggal Berita	2021-07-23
Sentimen	Netral

AXA Mandiri Luncurkan Aplikasi Telekonsultasi Kesehatan

PT AXA Mandiri Financial Services (AXA Mandiri) meluncurkan aplikasi AXA Mandiri Telekonsultasi (AMT) guna meningkatkan akses layanan kesehatan dan bebas biaya bagi nasabah. Inovasi ini merupakan respons terhadap kebutuhan layanan kesehatan nasabah tanpa khawatir tertular Covid-19. AMT menyediakan layanan dokter spesialis seperti Penyakit Dalam (Internist), Psikolog (Psychologist), THT (ENT), Dokter Mata (Ophthalmologist), Spesialis Kesehatan Kerja (Occupational Health Specialist), Dokter Gigi (Dentist), Ahli Jantung (Cardiologist), tersedia dari jam 8.00 – 17.00 WIB.

"Layanan telekonsultasi kami tidak hanya memberikan informasi umum, namun sudah dapat melakukan proses pengobatan yang *personalized* sesuai ketentuan. Sesuai regulasi yang berlaku, layanan kesehatan secara menyeluruh dapat kami berikan mulai telekonsultasi dengan dokter umum bahkan dengan dokter spesialis pilihan nasabah, pemeriksaan, hingga pemberian resep obat yang terkoneksi langsung dengan apotik online. Apabila dibutuhkan, nasabah juga dapat memperoleh rujukan layanan konsultasi hingga ke klinik di Singapura," ujar Handojo G. Kusuma, Presiden Direktur AXA Mandiri. [WI]

Judul	Transformasi Yang Berpusat Kepada Nasabah
Nama Media	Majalah Investor
Newstrend	Layanan Asuransi Jiwa Terkait Covid-19
Halaman/URL	13
Tanggal Berita	2021-07-23
Sentimen	Netral

— JULIEN STEIMER —
KOMISARIS AXA MANDIRI FINANCIAL SERVICES, PRESIDEN KOMISARIS MANDIRI AXA GENERAL INSURANCE

TRANSFORMASI YANG BERPUSAT KEPADA NASABAH

SEKTOR KEUANGAN SENANTIASA DITUNTUT untuk berubah sejalan dengan berkembangnya teknologi penunjang dan berubahnya gaya hidup masyarakat. Selama lebih dari satu dekade, AXA Mandiri merasakan perubahan tersebut dan memiliki pengalaman dalam beradaptasi atas perkembangan yang dinamis pada industri asuransi yang sangat kompetitif.

Pandemi COVID-19 yang melanda dunia sejak tahun lalu kian mempercepat perubahan dan para pelaku usaha termasuk sektor keuangan didorong untuk segera melakukan tindakan untuk beradaptasi. Bagi Julien Steimer, Komisaris AXA Mandiri dan memimpin AXA di Indonesia, menanggapi perubahan dan dinamika industri asuransi harus di mulai dengan dan berpusat kepada nasabah.

"Kami memiliki visi yaitu 'Payer to Partner' dimana kami bertujuan untuk tidak hanya berperan sebagai perusahaan asuransi pembayar klaim, namun sebagai mitra nasabah dalam segala aspek kehidupan, baik dalam mencapai mimpinya, menjaga kesehatan, maupun melindungi keluarga," kata Julien Steimer.

Untuk menjadi mitra nasabah, AXA Mandiri bertransformasi dengan menerapkan sejumlah inisiatif, termasuk dengan memanfaatkan teknologi dan standar global Grup AXA. Selain meluncurkan produk-produk asuransi yang relevan seperti Asuransi Mandiri International Medical Care yang tersedia dalam paket atau perlindungan tambahan, memberikan perlindungan terhadap COVID-19 hingga ke luar negeri, AXA Mandiri juga menyediakan layanan berbasis digital termasuk telekonsultasi bagi para nasabah yang ingin berkonsultasi dengan dokter dalam keamanan dan kenyamanan rumah masing-masing.

"Pandemi COVID-19 tentunya semakin mengubah kebutuhan dan perilaku nasabah, dan kami berfokus dan bekerja sekuat tenaga untuk memenuhi hal-hal tersebut. Melalui semangat 'Know You Can,' kami yakin dapat meningkatkan semangat para nasabah dan masyarakat yang terkikis karena pandemi ini dengan menjadi mitra dalam mewujudkan impian mereka serta melindungi aspek kehidupan yang paling penting bagi mereka," tambah Julien.

Dengan semangat ini, AXA Mandiri juga ikut serta dalam upaya pemerintah untuk melawan penyebaran COVID-19 melalui berbagai kegiatan. Salah satunya ketika AXA Mandiri dipercaya untuk menyediakan perlindungan jiwa senilai lebih dari Rp 1 triliun kepada 35.000 tenaga kesehatan yang



menjadi garda terdepan penanganan COVID-19. Karyawan dan mitra AXA Mandiri dan AXA juga menyalurkan bantuan berupa alat pelindung diri (APD) untuk para tenaga kesehatan senilai lebih dari Rp 456 juta sebagai kontribusi lebih bagi penanganan COVID-19 di Indonesia.

"AXA merupakan perusahaan global dengan pengalaman melayani nasabah selama lebih dari seratus tahun. Komitmen kami untuk menjadi mitra nasabah tidak hanya terbatas dengan memenuhi kebutuhan mereka saat ini namun juga untuk melindungi dan memberdayakan mereka untuk sejahtera di masa depan. Secara global, AXA memiliki pusat riset dan analitik untuk mengantisipasi risiko dan kebutuhan masyarakat di masa mendatang. Selain itu, melalui inisiatif AXA Next, kami juga membantu masyarakat di berbagai belahan dunia untuk mempercepat dan menerapkan inovasi terbaru sehingga dapat menghadapi segala tantangan yang akan datang di kemudian hari," papar Julien.

Selain itu, dengan terpilihnya Julien Steimer sebagai Ketua *Executive Board* Kamar Dagang dan Industri Eropa di Indonesia 2021 - 2022, ia menegaskan bahwa perusahaan-perusahaan Eropa di Indonesia siap mendukung pemerintah Indonesia dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara yang berkelanjutan dan jangka panjang serta bagi kemajuan manusia. ■

Judul	ALLIANZ LIFE Catat Pertumbuhan 27,8%
Nama Media	Majalah Investor
Newstrend	Kinerja Perusahaan Asuransi Jiwa
Halaman/URL	17
Tanggal Berita	2021-07-23
Sentimen	Netral

Allianz Life Catat Pertumbuhan 27,8%

PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life Indonesia) mencatat kinerja positif meski di tengah situasi pandemi. Sepanjang 2020, Allianz Life Indonesia mencatat pendapatan premi bruto (gross written premium/GWP) sebesar Rp16,9 triliun, alias bertumbuh 27,8% dibandingkan tahun 2019. Perusahaan pun berhasil membukukan laba bersih sebesar Rp1,3 triliun, naik 16%. Allianz Life Indonesia berhasil membukukan Weighted New Business Premium (WNBWP) sebesar 15%, melampaui rata-rata pasar yang menurun justru menurun -12,2%. Pertumbuhan ini berlanjut hingga kuartal I tahun 2021, dimana Allianz Life

Indonesia membukukan pertumbuhan WNBWP sebesar 14%, sementara rata-rata industri hanya naik 8%.

Country Manager & Direktur Utama Allianz Life Indonesia Joos Louwerier mengungkapkan, Allianz Life Indonesia dengan cepat melakukan adaptasi dan menerapkan perubahan untuk tetap menyediakan perlindungan asuransi serta memberikan layanan terbaik baik nasabah. "Kami selalu memastikan nasabah dan mitra bisnis dapat terus mengakses produk dan layanan kami dari manapun dan kapanpun. Semakin banyak proses telah diubah menjadi berbasis digital untuk memberikan *customer experience* yang unik dan mudah," kata Joos. [W1]

Judul	Hanwha Life Perluas Jaringan dengan 18 Kantor Pemasaran
Nama Media	Investor.id
Newstrend	Pembukaan 6 Kantor Pemasaran Baru Hanwa Life
Halaman/URL	https://investor.id/finance/hanwha-life-perluas-jaringan-dengan-18-kantor-pemasaran
Tanggal Berita	2021-07-22
Sentimen	Netral



CEO Hanwha Life Insurance Indonesia, David Yeom (kedua dari kiri), bersama manajemen membuka salah satu kantor pemasaran baru Hanwha Life pada Semester I-2021.

Hanwha Life Perluas Jaringan dengan 18 Kantor Pemasaran

Kamis, 22 Juli 2021 | 19:20 WIB
Thomas E Harefa (thomas@investor.co.id)

JAKARTA, investor.id – PT Hanwha Life Insurance Indonesia, salah satu perusahaan asuransi jiwa terbesar asal Korea Selatan, melakukan ekspansi dengan menghadirkan 6 kantor pemasaran baru di Semarang, Solo, Surabaya, Batam, dan Makassar.

CEO Hanwha Life Insurance Indonesia David Yeom mengungkapkan, Hanwha Life akan memperluas bisnisnya dengan memiliki 18 kantor pemasaran di Indonesia pada tahun ini. Lewat perkembangan ini, pihaknya akan mempercepat tercapainya visi Hanwha Life menjadi top 10 asuransi jiwa terbaik di Indonesia pada 2023.

"Hanwha Life hadir untuk memberikan proteksi kesehatan dan finansial di Indonesia, terutama dalam masa pandemi. Kami harap, 18 kantor pemasaran Hanwha Life memberikan akses lebih mudah untuk menghadirkan cinta berupa perlindungan bagi orang tersayang. Hanwha Life mengedepankan *campaign* Hadiahkan Cinta yang melindungi setiap momen berharga dalam hidup, melalui berbagai produk asuransi kompetitif dengan premi terjangkau," jelas dia dalam keterangan tertulis, Kamis (22/7/2021).

Ketika memilih perlindungan kesehatan dan finansial, nasabah harus jeli menentukan perusahaan asuransi yang aman dan terpercaya. Salah satu tolak ukurnya adalah Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mewajibkan tingkat solvabilitas atau *risk based capital* (RBC) perusahaan asuransi minimal 120%. Hanwha Life memiliki tingkat solvabilitas (RBC) jauh lebih tinggi dibandingkan batas minimal OJK, yakni sebesar 7.630,37% pada kuartal I-2021 atau naik 35% dari periode sama tahun lalu 5.624,15%.

Chief Marketing Strategic Officer (CMSO) Hanwha Life Insurance Indonesia Steven Namkoong menambahkan, Hanwha Saving Protection untuk proteksi finansial merupakan produk dengan performa terbaik pada tengah tahun pertama 2021. Lebih lanjut, pada semester kedua tahun ini, Hanwha Life akan meluncurkan produk baru, yakni asuransi kesehatan yang lebih komprehensif dengan manfaat rawat inap dan rawat jalan.

Dalam masa pandemi, masyarakat bisa mendapatkan proteksi lewat kanal digital Hanwha Life, seperti melalui email care@hanwhalife.co.id maupun WhatsApp 0811-1371-0100. Masyarakat juga bisa terlibat dalam berbagai campaign dan aktivitas perusahaan via Instagram [hanwhalife.id](https://www.instagram.com/hanwhalife.id).

Pada kuartal I-2021, Hanwha Life telah membayarkan klaim dan manfaat kepada nasabah sebesar Rp 32,05 miliar, naik 253% dari Rp 9,08 miliar tahun sebelumnya. Pada periode yang sama, jumlah agen meningkat 26,4% menjadi 1.948 agen, dan Hanwha Life memiliki total aset Rp 2,07 triliun, total investasi Rp 1,93 triliun serta hasil investasi Rp 25,53 miliar.

Hanwha Life juga mencatatkan keuntungan sebesar Rp 33,71 miliar pada 2020, naik 19% (yoy) dari Rp 28,31 miliar tahun 2019.

Judul	Hanwha Life Perluas Jaringan dengan 18 Kantor Pemasaran
Nama Media	Infobanknews.com
Newstrend	Pembukaan 6 Kantor Pemasaran Baru Hanwa Life
Halaman/URL	https://infobanknews.com/topnews/hanwha-life-perluas-jaringan-dengan-18-kantor-pemasaran/
Tanggal Berita	2021-07-22
Sentimen	Netral

Hanwha Life Perluas Jaringan dengan 18 Kantor Pemasaran

By Reziana Nisaputra on 22/07/2021 · No Comment



Jakarta – Hanwha Life Insurance Indonesia (Hanwha Life), perusahaan asuransi jiwa asal Korea Selatan, melakukan ekspansi dengan menghadirkan 6 kantor pemasaran baru di Semarang, Solo, Surabaya, Batam dan Makassar.

David Yeom, CEO Hanwha Life Insurance Indonesia, mengungkapkan, pihaknya akan memperluas bisnisnya dengan memiliki 18 kantor pemasaran di Indonesia pada akhir 2021. "Lewat perkembangan ini, kami akan mempercepat tercapainya visi Hanwha Life menjadi Top 10 asuransi jiwa terbaik di Indonesia pada 2023," katanya, melalui keterangan resminya, Kamis, 22 Juli 2021.

David melanjutkan, Hanwha Life hadir untuk memberikan proteksi kesehatan dan finansial di Indonesia, terutama dalam masa pandemi.

"Kami harap, 18 kantor pemasaran Hanwha Life memberikan akses lebih mudah untuk menghadirkan cinta berupa perlindungan bagi orang tersayang. Hanwha Life mengedepankan campaign Hadiahkan Cinta yang melindungi setiap momen berharga dalam hidup, melalui berbagai produk asuransi kompetitif dengan premi terjangkau," tukasnya.

Ketika memilih perlindungan kesehatan dan finansial, nasabah harus jeli menentukan perusahaan asuransi yang aman dan terpercaya. Salah satu tolak ukurnya adalah Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mewajibkan tingkat solvabilitas atau risk based capital (RBC) perusahaan asuransi minimal 120%. Hanwha Life memiliki tingkat solvabilitas (RBC) jauh lebih tinggi dibandingkan batas minimal OJK, yakni sebesar 7.630,37% pada kuartal 1 2021, naik 35% dari 5.624,15% secara year on year (yoy).

Sementara, Steven Namkoong, Chief Marketing Strategic Officer (CMSO) Hanwha Life Insurance Indonesia, menambahkan, Hanwha Saving Protection untuk proteksi finansial merupakan produk dengan performa terbaik pada tengah tahun pertama 2021. "Pada semester 2 tahun ini, kami akan meluncurkan produk baru, yakni asuransi kesehatan yang lebih komprehensif dengan manfaat rawat inap dan rawat jalan," kata Steven.

Pada kuartal 1 2021, Hanwha Life telah membayarkan klaim dan manfaat kepada nasabah sebesar Rp32,05 miliar, naik 253% dari Rp9,08 miliar tahun sebelumnya. Pada periode yang sama, jumlah agen meningkat 26,4% menjadi 1.948 agen, dan Hanwha Life memiliki total aset Rp2,07 triliun, total investasi Rp1,93 triliun serta hasil investasi Rp25,53 miliar.

Hanwha Life juga mencatatkan keuntungan sebesar Rp33,71 miliar pada tahun 2020, naik 19% (yoy) dari Rp28,31 miliar tahun 2019. (*) Ari Nugroho

Judul	Bangun Jaringan di Lima Kota, Perusahaan Asuransi Asal Korsel Ini Perluas Bisnisnya di Indonesia
Nama Media	Tribunnews.com
Newstrend	Pembukaan 6 Kantor Pemasaran Baru Hanwa Life
Halaman/URL	https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/07/22/bangun-jaringan-di-lima-kota-perusahaan-asuransi-asal-korsel-ini-perluas-bisnisnya-di-indonesia
Tanggal Berita	2021-07-22
Sentimen	Netral

Bangun Jaringan di Lima Kota, Perusahaan Asuransi Asal Korsel Ini Perluas Bisnisnya di Indonesia

Kamis, 22 Juli 2021 17:31 WIB



Bisnis



Laporan Wartawan Tribunnews.com, Seno Tri Sulistyono

TRIBUNNEWS.COM, JAKARTA - Perusahaan asuransi asal Korea Selatan, Hanwha Life Insurance Indonesia (Hanwha Life) memperluas bisnisnya di Indonesia dengan membidik masyarakat di lima kota.

Perluasan bisnis ini dilakukan melalui pendirian enam kantor pemasaran baru di Semarang, Solo, Surabaya, Batam dan Makassar.

Baca juga: [Kementan dan Jasindo Kolaborasi Jalankan Asuransi Tani Berbasis Area](#)



CEO Hanwha Life Insurance Indonesia David Yeom mengatakan, Hanwha Life akan memperluas bisnisnya dengan memiliki 18 kantor pemasaran di Indonesia pada akhir 2021.

"Lewat perkembangan ini, kami akan mempercepat tercapainya visi Hanwha Life menjadi top 10 asuransi jiwa terbaik di Indonesia pada tahun 2023," papar David dalam keterangannya, Kamis (22/7/2021).

Menurutnya, Hanwha Life hadir untuk memberikan proteksi kesehatan dan finansial masyarakat, terutama dalam masa pandemi.

Baca juga: [Peran Asuransi dalam Menunjang Kegiatan Hulu Migas](#)

Oleh sebab itu, David pun mengimbau masyarakat untuk memilih perlindungan kesehatan dan finansial secara jeli, di mana salah tolak ukurnya yaitu melihat tingkat solabilitas atau risk based capital (RBC) perusahaan asuransi harus minimal 120 persen.

Hanwha Life sendiri memiliki tingkat RBC jauh lebih tinggi dibandingkan batas minimal OJK, yakni sebesar 7.630,37 persen pada kuartal I 2021, naik 35 persen dari 5.624,15 persen secara year on year (yoy).

Pada kuartal I 2021, Hanwha Life telah membayarkan klaim dan manfaat kepada nasabah sebesar Rp32,05 miliar, naik 253 persen dari Rp 9,08 miliar tahun sebelumnya.

Pada periode yang sama, jumlah agen meningkat 26,4 persen menjadi 1.948 agen, dan Hanwha Life memiliki total aset Rp 2,07 triliun, total investasi Rp 1,93 triliun serta hasil investasi Rp 25,53 miliar.

Hanwha Life juga mencatatkan keuntungan sebesar Rp 33,71 miliar pada 2020, naik 19 persen (yoy) dari Rp 28,31 miliar 2019.

Judul	Garap Pasar Asuransi Nasional, ini Strategi dan Sasaran IFG Life
Nama Media	Jawapos.com
Newstrend	Strategi dan Sasaran Bisnis IFG Life
Halaman/URL	https://www.jawapos.com/ekonomi/finance/22/07/2021/garap-pasar-asuransi-nasional-ini-strategi-dan-sasaran-ifg-life/
Tanggal Berita	2021-07-22
Sentimen	Netral

Home > Ekonomi > Finance

Garap Pasar Asuransi Nasional, ini Strategi dan Sasaran IFG Life

FINANCE 22 Juli 2021, 17:44:57 WIB



ILUSTRASI Asuransi (istimewa)

BERITA MENARIK LAINNYA

mgid



DI MASA PANDEMI, STARTUP LOKAL CUKUP TETAP DESA TERBUKA



WANITA 35 TAHUN DENGAN MODAL SEDIKIT SAMA SAMA INI SEBELUM TERBUKA



GADIS 18 TAHUN KAMIS 12 BELAS DUMPA DUA JARI 28 HARI DENGAN CADA RM



ENAM RUMAH SUDAGATA BAKANG 15

JawaPos.com - PT Asuransi Jiwa IFG atau IFG Life sebagai bagian dari holding BUMN Asuransi atau Indonesia Financial Group (IFG) siap bersaing dan menghadirkan model bisnis asuransi dengan produk berorientasi proteksi dan produk investasi berskala rendah. Direktur Utama IFG Life, Andy Samuel menyampaikan, bahwa fokus bisnis IFG Life akan menyasar pada produk-produk asuransi yang mampu menjawab kebutuhan pasar.

Maka dari itu, IFG Life menghadirkan produk asuransi yang berorientasi pada proteksi yang merupakan marwah dari industri asuransi jiwa. Andy menilai, sudah semestinya produk asuransi menciptakan perlindungan kepada masyarakat dalam hal ini pemegang polis.

"Bagi bisnis IFG Life, produk asuransi proteksi dan produk investasi berskala rendah masih sangat relevan dengan kebutuhan pasar karena mampu memberikan perlindungan terhadap risiko-risiko yang dipertanggungjawabkan," terang Andy melalui keterangan tertulis, Kamis (22/7).

Oleh karena itu, kata Andy, IFG Life akan mengembangkan produk dan layanan asuransi proteksi yang maksimal, sehat dan komprehensif yang dilandasi oleh tata kelola yang baik, manajemen risiko yang kuat dan penuh kehati-hatian. IFG Life juga akan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi termutakhir untuk memperluas akses layanan sehingga layanan proteksi bisa diberikan secara maksimal kepada Pemegang Polis.



Pada saat bersamaan

Sementara itu, untuk siap bersaing dengan industri asuransi jiwa nasional, terdapat tiga pilar bisnis yang disiapkan oleh IFG Life. Pertama, pengelolaan portofolio pengalihan polis PT Asuransi Jiwasraya (Persero) yang telah direstrukturisasi.

Kedua, pengembangan bisnis baru yang berbasis jiwa dan kesehatan dengan optimalisasi captive market, saluran distribusi penjualan dan memanfaatkan ekosistem Holding dan BUMN serta pengembangan anorganik asuransi kesehatan. Ketiga, pengembangan pengelolaan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK).

Judul	Jadi Pemain Baru Sektor Asuransi, IFG Life Ungkap Tiga Strategi Bisnis
Nama Media	Katadata.co.id
Newstrend	Strategi dan Sasaran Bisnis IFG Life
Halaman/URL	https://katadata.co.id/lavinda/finansial/60f8fee693a90/jadi-pemain-baru-sektor-asuransi-ifg-life-ungkap-tiga-strategi-bisnis
Tanggal Berita	2021-07-22
Sentimen	Netral



IFG Progress Launching yang diselenggarakan secara hybrid, Rabu (28/4/2021).

PT Asuransi Jiwa IFG (IFG Life), sebagai perusahaan asuransi baru di Indonesia siap bersaing dengan industri asuransi jiwa nasional dengan menerapkan tiga pilar strategi. Salah satunya, melalui pengelolaan portofolio pengalihan polis PT Asuransi Jiwasraya (Persero) yang telah direstrukturisasi.

IFG Life merupakan bagian dari Indonesia Financial Group (IFG), holding Badan Usaha Milik Negara (BUMN) bidang Asuransi dan Penjaminan.



Direktur Utama IFG Life, Andy Samuel menyampaikan pilar strategi kedua ialah pengembangan bisnis baru yang berbasis jiwa dan kesehatan. Caranya, dengan optimalisasi captive market, saluran distribusi penjualan, memanfaatkan ekosistem BUMN, serta pengembangan anorganik asuransi kesehatan.

BACA JUGA		
Tungga PMN Rp 22 T, Pulu Jiwasraya Pindah ke IFG Life Agustus 2021	Restrukturisasi Jiwasraya Bakal Mendekat Pemor Industri Asuransi	Usai Restrukturisasi Jiwasraya, IFG Life Ingin Disuntik Modal Baru

"Ketiga, pengembangan pengelolaan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK)," ujar Andy dalam keterangan tertulis, Kamis (22/7).

Selain itu, Andy mengatakan perusahaan siap bersaing dengan menghadirkan produk asuransi yang berorientasi pada proteksi dan produk investasi bertisiko rendah. Pasalnya, hal itu merupakan marwah dari industri asuransi jiwa.

Menurut Andy, sudah semestinya produk asuransi menciptakan perlindungan kepada masyarakat. Fokus bisnis ini untuk menjawab kebutuhan pasar yang sedang meningkat.

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada 2020, pendapatan premi asuransi kesehatan tercatat mengalami kenaikan hingga 17,2% menjadi Rp 13,66 triliun. Asuransi kesehatan merupakan produk asuransi tradisional yang tidak disertai dengan investasi.

"Bagi bisnis IFG Life, produk asuransi proteksi dan produk investasi bertisiko rendah masih sangat relevan dengan kebutuhan pasar karena mampu memberikan perlindungan terhadap risiko risiko yang dipertanggungkan," kata Andy.

IFG Life akan mengembangkan produk dan layanan asuransi proteksi yang maksimal, sehat, dan komprehensif yang dilandasi oleh tata kelola yang baik, manajemen risiko yang kuat dan penuh kehati-hatian. IFG Life juga memanfaatkan teknologi untuk memperluas akses layanan sehingga layanan proteksi bisa diberikan secara maksimal kepada pemegang polis.

Markat utama yang akan digarap oleh IFG Life adalah ekosistem BUMN, mulai dari korporasi, pegawai, serta pelanggan BUMN. Andy yakin, IFG Life mempunyai model bisnis yang cukup kuat karena mempunyai target pasar di BUMN yang besar dan dengan tata kelola dan risk management yang kuat.

"Hal itu akan membantu memastikan bahwa perusahaan dikelola dengan baik dan memberikan perlindungan kepada pemegang polis," kata Andy.

Judul	Ini Strategi Bisnis IFG Life Garap Pasar Asuransi Nasional
Nama Media	Infobanknews.com
Newstrend	Strategi dan Sasaran Bisnis IFG Life
Halaman/URL	https://infobanknews.com/topnews/ini-strategi-bisnis-ifg-life-garap-pasar-asuransi-nasional/
Tanggal Berita	2021-07-22
Sentimen	Netral

Ini Strategi Bisnis IFG Life Garap Pasar Asuransi Nasional

By Duitiga Putra on 22/07/2021 · No Comment



Jakarta – PT Asuransi Jiwa IFG atau IFG Life, sebagai perusahaan asuransi baru di Indonesia siap mengebrak pasar asuransi nasional. Perusahaan yang menjadi bagian dari Indonesia Financial Group (IFG) atau holding BUMN Asuransi dan Penjaminan ini siap bersaing dengan menghadirkan model bisnis asuransi dengan produk yang berorientasi pada proteksi dan produk investasi berisiko rendah.

Direktur Utama IFG Life, Andy Samuel menyampaikan, bahwa fokus bisnis IFG Life akan menasar pada produk-produk asuransi yang mampu menjawab kebutuhan pasar. Maka dari itu, IFG Life menghadirkan produk asuransi yang berorientasi pada proteksi yang merupakan marwah dari industri asuransi jiwa.

Andy menilai, sudah semestinya produk asuransi menciptakan perlindungan kepada masyarakat dalam hal ini pemegang polis.

"Bagi bisnis IFG Life, produk asuransi proteksi dan produk investasi berisiko rendah masih sangat relevan dengan kebutuhan pasar karena mampu memberikan perlindungan terhadap risiko-risiko yang dipertanggungjawabkan," terang Andy, Kamis (22/7/2021).

Oleh karena itu, kata Andy, IFG Life akan mengembangkan produk dan layanan asuransi proteksi yang maksimal, sehat dan komprehensif yang dilandasi oleh tata kelola yang baik, manajemen risiko yang kuat dan penuh kehati-hatian.

IFG Life juga akan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi termutakhir untuk memperluas akses layanan sehingga layanan proteksi bisa diberikan secara maksimal kepada Pemegang Polis.

Sementara itu, untuk siap bersaing dengan industri asuransi jiwa nasional, terdapat tiga pilar bisnis yang disiapkan oleh IFG Life. Pertama, pengelolaan portofolio pengalihan polis PT Asuransi Jiwaraya (Persero) yang telah direstrukturisasi.

Kedua, pengembangan bisnis baru yang berbasis jiwa dan kesehatan dengan optimalisasi captive market, saluran distribusi penjualan dan memanfaatkan ekosistem Holding dan BUMN serta pengembangan anorganik asuransi kesehatan. Ketiga, pengembangan pengelolaan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK).

Adapun market utama yang akan digarap oleh IFG Life adalah ekosistem BUMN, mulai dari korporasi, pegawai, serta pelanggan BUMN.

"Kami yakin bahwa IFG Life mempunyai model bisnis yang cukup kuat karena mempunyai target pasar di BUMN yang besar, dan dengan tata kelolaan risk management yang kuat akan membantu memastikan bahwa perusahaan dikelola dengan baik, dan nantinya akan memberikan perlindungan kepada pemegang polis," jelas Andy.

Untuk mendukung terciptanya target pasar itu, IFG Life akan mengandalkan penjualan dan pemasaran produk secara direct marketing melalui saluran distribusi Agency Channel dan Corporate Business Relationship (CBR).

Kedua saluran distribusi itu dijalankan oleh tim profesional yang terampil, dan terlatih serta tersertifikasi dengan mengoptimalkan perannya sebagai financial advisor dan menjadi point of contact dengan calon Pemegang Polis.

Andy menambahkan, dalam upaya mewujudkan perusahaan asuransi yang kuat, profitable, dan berkelanjutan, IFG Life juga akan menerapkan sejumlah standarisasi untuk menjalankan bisnis IFG Life. Pengelolaan bisnis IFG Life juga akan berorientasi pada pengembangan produk-produk dengan fitur manfaat yang realistis, sesuai dengan kebutuhan juga berkelanjutan dengan memberikan proteksi di setiap tahap-tahap kehidupan calon Pemegang Polis.

"Secara paralel, IFG Life juga akan menerapkan standarisasi yang aman pada sistem pengelolaan investasi perusahaan. Dengan begitu kami optimis IFG Life akan menjadi pemain asuransi baru dengan potensi bisnis yang besar dan sustainable, yang mampu memberikan kepercayaan kepada masyarakat," ungkap Andy.

Judul	Ini Strategi Bisnis IFG Life Garap Pasar Asuransi Nasional
Nama Media	Bisnis.com
Newstrend	Strategi dan Sasaran Bisnis IFG Life
Halaman/URL	https://finansial.bisnis.com/read/20210722/215/1420403/ini-strategi-bisnis-ifg-life-garap-pasar-asuransi-nasional
Tanggal Berita	2021-07-22
Sentimen	Netral

Ini Strategi Bisnis IFG Life Garap Pasar Asuransi Nasional

PT Asuransi Jiwa IFG atau IFG Life, perusahaan yang menjadi bagian dari Indonesia Financial Group (IFG) atau holding BUMN Asuransi dan Penjaminan ini siap bersaing dengan menghadirkan model bisnis asuransi dengan produk yang berorientasi pada proteksi dan produk investasi bersiklo rendah.

Media Digital - Bisnis.com
22 Juli 2021 | 08:44 WIB



Ilustrasi Asuransi

Bisnis.com, JAKARTA - PT Asuransi Jiwa IFG atau IFG Life, sebagai perusahaan asuransi baru di Indonesia siap menggebrak pasar asuransi nasional. Perusahaan yang menjadi bagian dari Indonesia Financial Group (IFG) atau holding BUMN Asuransi dan Penjaminan ini siap bersaing dengan menghadirkan model bisnis asuransi dengan produk yang berorientasi pada proteksi dan produk investasi bersiklo rendah.

Direktur Utama IFG Life, Andy Samuel menyampaikan, bahwa fokus bisnis IFG Life akan menyasar pada produk-produk asuransi yang mampu menjawab kebutuhan pasar. Maka dari itu, IFG Life menghadirkan produk asuransi yang berorientasi pada proteksi yang merupakan maneh dari industri asuransi jiwa.

Andy menilai, sudah semestinya produk asuransi menciptakan perlindungan kepada masyarakat dalam hal ini pemegang polis.

"Bagi bisnis IFG Life, produk asuransi proteksi dan produk investasi bersiklo rendah masih sangat relevan dengan kebutuhan pasar karena mampu memberikan perlindungan terhadap risiko-risiko yang dipertanggungjawabkan," terang Andy, Kamis (22/7/2021).

Oleh karena itu, kata Andy, IFG Life akan mengembangkan produk dan layanan asuransi proteksi yang maksimal, sehat dan komprehensif yang dilandasi oleh tata kelola yang baik, manajemen risiko yang kuat dan penuh kehati-hatian. IFG Life juga akan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi untuk mempermudah akses layanan sehingga layanan proteksi bisa diberikan secara maksimal kepada Pemegang Polis.

Sementara itu, untuk siap bersaing dengan industri asuransi jiwa nasional, terdapat tiga pilar bisnis yang disiapkan oleh IFG Life. Pertama, pengelolaan portofolio pengalihan polis PT Asuransi Jiwasraya (Persero) yang telah direstrukturisasi.

Kedua, pengembangan bisnis baru yang berbasis jiwa dan kesehatan dengan optimalisasi captive market, saluran distribusi penjualan dan memanfaatkan ekosistem Holding dan BUMN serta pengembangan anorganik asuransi kesehatan. Ketiga, pengembangan pengelolaan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK).

Adapun market utama yang akan digarap oleh IFG Life adalah ekosistem BUMN, mulai dari korporasi, pegawai, serta pelanggan BUMN.

"Kami yakin bahwa IFG Life mempunyai model bisnis yang cukup kuat karena mempunyai target pasar di BUMN yang besar, dan dengan tata kelola dan risk management yang kuat akan membantu memastikan bahwa perusahaan dikelola dengan baik, dan nantinya akan memberikan perlindungan kepada pemegang polis," jelas Andy.

Untuk mendukung terciptanya target pasar itu, IFG Life akan mengandalkan penjualan dan pemasaran produk secara direct marketing melalui saluran distribusi Agency Channel dan Corporate Business Relationship (CBR). Kedua saluran distribusi itu dipaparkan oleh tim profesional yang terampil, dan terlatih serta tersertifikasi dengan mengoptimalkan perannya sebagai financial advisor dan menjadi point of contact dengan calon Pemegang Polis.

Andy menambahkan, dalam upaya mewujudkan perusahaan asuransi yang kuat, profitable, dan berkelanjutan, IFG Life juga akan menerapkan sejumlah standarisasi untuk menjalankan bisnis IFG Life. Pengelolaan bisnis IFG Life juga akan berorientasi pada pengembangan produk-produk dengan fitur manfaat yang realistis, sesuai dengan kebutuhan juga berkelanjutan dengan memberikan proteksi di setiap tahap-tahap kehidupan calon Pemegang Polis.

"Secara paralel, IFG Life juga akan menerapkan standarisasi yang aman pada sistem pengelolaan investasi perusahaan. Dengan begitu kami optimis IFG Life akan menjadi pemain asuransi baru dengan potensi bisnis yang besar dan sustainable, yang mampu memberikan kepercayaan kepada masyarakat," ungkap Andy.

Judul	Siap Jadi Pemain Baru di RI, Ini Strategi Bisnis Asuransi IFG Life
Nama Media	Detik.com
Newstrend	Strategi dan Sasaran Bisnis IFG Life
Halaman/URL	https://finance.detik.com/moneter/d-5652276/siap-jadi-pemain-baru-di-ri-ini-strategi-bisnis-asuransi-ifg-life
Tanggal Berita	2021-07-22
Sentimen	Netral

Siap Jadi Pemain Baru di RI, Ini Strategi Bisnis Asuransi IFG Life

Erika Dyah - detikFinance

Kamis, 22 Jul 2021 10:44 WIB

0 komentar

SHARE



Foto: Getty Images/Stockphoto/intermediate

Jakarta - Perusahaan asuransi baru di Tanah Air, PT Asuransi Jiwa IFG atau IFG Life, akan mengebrak pasar asuransi nasional. Diketahui, IFG Life merupakan bagian dari Indonesia Financial Group (IFG) atau holding BUMN Asuransi dan Penjaminan.

Direktur Utama IFG Life, Andy Samuel mengatakan IFG Life akan bersaing menghadirkan model bisnis asuransi dengan produk yang berorientasi pada proteksi dan produk investasi berisiko rendah. Selain itu, fokus bisnis IFG Life akan menyasar pada produk-produk asuransi yang mampu menjawab kebutuhan pasar.

Maka dari itu, lanjut Andy, IFG Life menghadirkan produk asuransi yang berorientasi pada proteksi sebagai marwah dari industri asuransi jiwa. Andy menilai, produk asuransi sudah semestinya menciptakan perlindungan kepada masyarakat dalam hal ini pemegang polis.



"Bagi bisnis IFG Life, produk asuransi proteksi dan produk investasi berisiko rendah masih sangat relevan dengan kebutuhan pasar karena mampu memberikan perlindungan terhadap risiko-risiko yang dipertanggungjawabkan," terang Andy dalam keterangan tertulis, Kamis (22/7/2021).

Baca Juga:

'Juru Selamat' Jiwasraya Resmi Gabung AAJI, Ini Dampaknya

Ia pun mengungkap IFG Life akan mengembangkan produk dan layanan asuransi proteksi yang maksimal, sehat, dan komprehensif. Menurut Andy, layanan IFG Life diawasi oleh tata kelola yang baik, manajemen risiko yang kuat, serta penuh kehati-hatian.

Tak hanya itu, IFG Life juga akan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi terutama untuk memperluas akses layanan. Sehingga, Andy berharap pihaknya bisa memberikan layanan proteksi secara maksimal kepada Pemegang Polis.

Selain itu, Andy mengungkap terdapat tiga pilar bisnis yang disiapkan oleh IFG Life untuk bersaing dengan industri asuransi jiwa nasional. Pertama, pengelolaan portofolio pengalihan polis PT Asuransi Jiwasraya (Persero) yang telah direstrukturisasi.

Kedua, pengembangan bisnis baru yang berbasis jiwa dan kesehatan dengan optimalisasi captive model, saluran distribusi penjualan dan memanfaatkan ekosistem Holding dan BUMN serta pengembangan anorganik asuransi kesehatan. Serta ketiga, pengembangan pengelolaan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK).

Sementara untuk market utama, Andy mengungkap pihaknya akan menggarap ekosistem BUMN mulai dari korporasi, pegawai, serta pelanggan BUMN.

"Kami yakin bahwa IFG Life mempunyai model bisnis yang cukup kuat karena mempunyai target pasar di BUMN yang besar, dan dengan tata kelola dan risk management yang kuat akan membantu memastikan bahwa perusahaan dikelola dengan baik, dan nantinya akan memberikan perlindungan kepada pemegang polis," jelas Andy.

Baca Juga:

Jadi 'Juru Selamat' Jiwasraya, Ini Model Bisnis IFG Life

Guna mendukung tercapainya target pasar tersebut, penjualan dan pemasaran produk secara direct marketing melalui saluran distribusi Agency Channel dan Corporate Business Relationship (CBR) akan menjadi andalan IFG Life. Andy menyebutkan kedua saluran distribusi tersebut akan dijalankan oleh tim profesional yang terampil, dan terlatih serta tersertifikasi. Tim profesional tersebut pun disebut akan mengoptimalkan perannya sebagai financial advisor dan menjadi point of contact dengan calon Pemegang Polis.

Andy menambahkan, dalam upaya mewujudkan perusahaan asuransi yang kuat, profitable, dan berkelanjutan, IFG Life juga akan menerapkan sejumlah standarisasi untuk menjalankan bisnisnya.

Menurutnya, pengelolaan bisnis IFG Life juga akan berorientasi pada pengembangan produk-produk dengan fitur manfaat yang realistis. Produk juga akan disesuaikan dengan kebutuhan juga berkelanjutan dengan memberikan proteksi di setiap tahap-tahap kehidupan calon Pemegang Polis.

"Secara paralel, IFG Life juga akan menerapkan standarisasi yang aman pada sistem pengelolaan investasi perusahaan. Dengan begitu kami optimis IFG Life akan menjadi pemain asuransi baru dengan potensi bisnis yang besar dan sustainable, yang mampu memberikan kepercayaan kepada masyarakat," pungkasnya.

Judul	IFG Life Fokus Garap Produk Asuransi Proteksi dan Investasi Berisiko Rendah
Nama Media	Tribunnews.com
Newstrend	Strategi dan Sasaran Bisnis IFG Life
Halaman/URL	https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/07/22/ifg-life-fokus-garap-produk-asuransi-proteksi-dan-investasi-berisiko-rendah
Tanggal Berita	2021-07-22
Sentimen	Netral

IFG Life Fokus Garap Produk Asuransi Proteksi dan Investasi Berisiko Rendah

Kamis, 22 Juli 2021 18:52 WIB



Home Makro Energi Finansial Mikro Investasi Transportasi



Laporan Wartawan Tribunnews.com, Seno Tri Sulistyono

TRIBUNNEWS.COM, JAKARTA - PT Asuransi Jiwa IFG atau IFG Life, menghadirkan model bisnis asuransi dengan produk yang berorientasi pada proteksi dan produk investasi berisiko rendah.

Direktur Utama IFG Life Andy Samuel menyampaikan, fokus bisnis IFG Life akan menyasar pada produk-produk asuransi yang mampu menjawab kebutuhan pasar.

Baca juga: [Bangun Jaringan di Lima Kota, Perusahaan Asuransi Asal Korsel Ini Perluas Bisnisnya di Indonesia](#)



"Bagi bisnis IFG Life, produk asuransi proteksi dan produk investasi berisiko rendah masih sangat relevan dengan kebutuhan pasar karena mampu memberikan perlindungan terhadap risiko-risiko yang dipertanggungjawabkan," kata Andy dalam keterangannya, Kamis (22/7/2021).

Menurutnya, IFG Life akan mengembangkan produk dan layanan asuransi proteksi, sehat dan komprehensif yang dilandasi tata kelola yang baik, manajemen risiko dan penuh kehati-hatian.

Baca juga: [Kementan dan Jasindo Kolaborasi Jalankan Asuransi Tani Berbasis Area](#)

IFG Life juga akan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi termutakhir untuk memperluas akses layanan, sehingga layanan proteksi bisa diberikan secara maksimal kepada pemegang polis.

Sementara itu, untuk siap bersaing dengan industri asuransi jiwa nasional, Andy menyebut terdapat tiga pilar bisnis yang disiapkan IFG Life.

Pertama, pengelolaan portofolio pengalihan polis PT Asuransi Jiwasraya (Persero) yang telah direstrukturisasi.

Kedua, pengembangan bisnis baru yang berbasis jiwa dan kesehatan dengan optimalisasi captive market, saluran distribusi penjualan dan memanfaatkan ekosistem holding dan BUMN, serta pengembangan anorganik asuransi kesehatan.

Ketiga, pengembangan pengelolaan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK).

Adapun market utama yang akan digarap IFG Life yaitu ekosistem BUMN, mulai dari korporasi, pegawai, serta pelanggan BUMN.

"Kami yakin bahwa IFG Life mempunyai model bisnis yang cukup kuat karena mempunyai target pasar di BUMN yang besar," ucapnya.

Judul	Jadi pendatang baru di bisnis asuransi jiwa, begini strategi bisnis IFG Life
Nama Media	Kontan.co.id
Newstrend	Strategi dan Sasaran Bisnis IFG Life
Halaman/URL	https://keuangan.kontan.co.id/news/jadi-pendatang-baru-di-bisnis-asuransi-jiwa-begini-strategi-bisnis-ifg-life
Tanggal Berita	2021-07-22
Sentimen	Netral

Jadi pendatang baru di bisnis asuransi jiwa, begini strategi bisnis IFG Life

Kamis, 22 Juli 2021 / 18:51 WIB



ILLUSTRASI: Andy Samuel, Direktur Utama IFG Life



Reporter: **Adrianus Octaviano** | Editor: **Tendi Mahadi**

KONTAN.CO.ID - JAKARTA. PT Asuransi Jiwa IFG atau IFG Life merupakan pendatang baru di pasar asuransi nasional. Sebagai bagian dari Indonesia Financial Group (IFG), IFG Life menghadirkan model bisnis asuransi dengan produk yang berorientasi pada proteksi dan produk investasi berisiko rendah.

Direktur Utama IFG Life Andy Samuel bilang kalau fokus bisnis IFG Life akan menyasar pada produk-produk asuransi yang mampu menjawab kebutuhan pasar. Maka dari itu, IFG Life menghadirkan produk asuransi yang berorientasi pada proteksi yang merupakan marwah dari industri asuransi jiwa.



"Bagi bisnis IFG Life, produk asuransi proteksi dan produk investasi berisiko rendah masih sangat relevan dengan kebutuhan pasar karena mampu memberikan perlindungan terhadap risiko-risiko yang dipertanggungjawabkan," ujar Andy, Kamis (22/7).

Baca Juga: **Bisnis asuransi kendaraan bermotor masih tersendat**

Dalam menjalankan bisnisnya, IFG Life akan mengembangkan produk dan layanan asuransi proteksi dengan dilandasi oleh tata kelola yang baik, manajemen risiko yang kuat dan penuh kehati-hatian. IFG Life juga akan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi untuk memperluas akses layanan sehingga layanan proteksi bisa diberikan secara maksimal kepada pemegang polis.

Ada tiga pilar bisnis yang disiapkan oleh IFG Life, antara lain pengelolaan portofolio pengalihan polis PT Asuransi Jiwasraya (Persero) yang telah direstrukturisasi. Lalu, pengembangan bisnis baru yang berbasis jiwa dan kesehatan dengan optimalisasi *captive market*, saluran distribusi penjualan dan memanfaatkan ekosistem *holding* dan BUMN serta pengembangan anorganik asuransi kesehatan. Terakhir, pengembangan pengelolaan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK).

"Kami yakin bahwa IFG Life mempunyai model bisnis yang cukup kuat karena mempunyai target pasar di BUMN yang besar, dan dengan tata kelola dan *risk management* yang kuat akan membantu memastikan bahwa perusahaan dikelola dengan baik, dan nantinya akan memberikan perlindungan kepada pemegang polis," jelas Andy.

Untuk mendukung terciptanya target pasar itu, IFG Life akan mengadakan penjualan dan pemasaran produk secara *direct marketing* melalui saluran distribusi *agency channel* dan *corporate business relationship* (CBR). Kedua saluran distribusi itu dijalankan oleh tim profesional yang tersertifikasi dengan mengoptimalkan perannya sebagai *financial advisor* dan menjadi *point of contact* dengan calon pemegang polis.

Baca Juga: **Masih PPKM Darurat, CIMB Niaga dorong nasabah bayar tagihan pakai OCTO Mobile**

Andy menambahkan dalam upaya mewujudkan perusahaan asuransi yang kuat, *profitable*, dan berkelanjutan, IFG Life juga akan menerapkan sejumlah standarisasi untuk menjalankan bisnis IFG Life. Pengelolaan bisnis IFG Life juga akan berorientasi pada pengembangan produk-produk dengan fitur manfaat yang realistis, sesuai dengan kebutuhan juga berkelanjutan dengan memberikan proteksi di setiap tahap-tahap kehidupan calon Pemegang Polis.

"Secara paralel, IFG Life juga akan menerapkan standarisasi yang aman pada sistem pengelolaan investasi perusahaan. Dengan begitu kami optimis IFG Life akan menjadi pemain asuransi baru dengan potensi bisnis yang besar dan *sustainable* yang mampu memberikan kepercayaan kepada masyarakat," pungkas Andy.

Judul	Ini Strategi Bisnis IFG Life Garap Pasar Asuransi Nasional
Nama Media	Cnbcindonesia.com
Newstrend	Strategi dan Sasaran Bisnis IFG Life
Halaman/URL	https://www.cnbcindonesia.com/market/20210722094925-17-262689/ini-strategi-bisnis-ifg-life-garap-pasar-asuransi-nasional
Tanggal Berita	2021-07-22
Sentimen	Netral

Ini Strategi Bisnis IFG Life Garap Pasar Asuransi Nasional

Market 1 - you, CNBC Indonesia 22 July 2021 10:20

SHARE | 



Foto: Budhaji Asuransi (Image by Gerd Altman from Pixabay)

Jakarta, CNBC Indonesia - PT Asuransi Jiwa IFG atau IFG Life, sebagai perusahaan asuransi baru di Indonesia siap menggebrak pasar asuransi nasional. Perusahaan yang menjadi bagian dari Indonesia Financial Group (IFG) atau holding BUMN Asuransi dan Penjaminan ini siap bersaing dengan menghadirkan model bisnis asuransi dengan produk yang berorientasi pada proteksi dan produk investasi berisiko rendah.

Ini Strategi Bisnis IFG Life Garap Pasar Asuransi Nasional

mampu menjawab kebutuhan pasar. Maka dari itu, IFG Life menghadirkan produk asuransi yang berorientasi pada proteksi yang merupakan mawar dari industri asuransi jiwa.

Andy menilai, sudah semestinya produk asuransi menciptakan perlindungan kepada masyarakat dalam hal ini pemegang polis. "Tinggi bisnis IFG Life, produk asuransi proteksi dan produk investasi berisiko rendah masih sangat relevan dengan kebutuhan pasar karena mampu memberikan perlindungan terhadap risiko-risiko yang dipertanggungan," terang Andy di Jakarta, Kamis (22/7/2021).



Oleh karena itu, kata Andy, IFG Life akan mengembangkan produk dan layanan asuransi proteksi yang maksimal, sehat dan komprehensif yang dilandasi oleh tata kelola yang baik, manajemen risiko yang kuat dan penuh kehati-hatian. IFG Life juga akan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi untuk memperluas akses layanan sehingga layanan proteksi bisa diberikan secara maksimal kepada Pemegang Polis.

Baca: AAJI: Asuransi Jiwa Beroperasi Sesuai Aturan PPKM Darurat

Sementara itu, untuk siap bersaing dengan industri asuransi jiwa nasional, terdapat tiga pilar bisnis yang disiapkan oleh IFG Life. Pertama, pengelolaan portofolio pengalihan polis PT Asuransi Jiwasraya (Porsora) yang telah direstrukturisasi. Kedua, pengembangan bisnis baru yang berbasis jiwa dan kesehatan dengan optimalisasi captive market, saluran distribusi penjualan dan memanfaatkan ekosistem Holding dan BUMN serta pengembangan anorganik asuransi kesehatan. Ketiga, pengembangan pengelolaan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK).

Adapun market utama yang akan digarap oleh IFG Life adalah ekosistem BUMN, mulai dari korporasi, pegawai, serta pelanggan BUMN. "Kami yakin bahwa IFG Life mempunyai model bisnis yang cukup kuat karena mempunyai target pasar di BUMN yang besar, dan dengan tata kelola dan risk management yang kuat akan membantu memastikan bahwa perusahaan dikolaborasi dengan baik, dan nantinya akan memberikan perlindungan kepada pemegang polis," jelas Andy.

Untuk mendukung tercapainya target pasar itu, IFG Life akan mengandalkan penjualan dan pemasaran produk secara direct marketing melalui saluran distribusi Agency Channel dan Corporate Business Relationship (CBR). Kedua saluran distribusi itu dijalankan oleh tim profesional yang terampil, dan terlatih serta tersertifikasi dengan mengoptimalkan peranannya sebagai financial advisor dan menjadi point of contact dengan calon Pemegang Polis.

Andy menambahkan, dalam upaya mewujudkan perusahaan asuransi yang kuat, profitable, dan berkelanjutan, IFG Life juga akan menerapkan sejumlah standarisasi untuk memastikan bisnis IFG Life. Pengelolaan bisnis IFG Life juga akan berorientasi pada pengembangan produk-produk dengan fitur manfaat yang realistis, sesuai dengan kebutuhan juga berkelanjutan dengan memberikan proteksi di setiap tahap-tahap kehidupan calon Pemegang Polis.

"Secara paralel, IFG Life juga akan menerapkan standarisasi yang aman pada sistem pengelolaan investasi perusahaan. Dengan begitu kami optimis IFG Life akan menjadi pemain asuransi baru dengan potensi bisnis yang besar dan sustainable, yang mampu memberikan kepercayaan kepada masyarakat," ungkap Andy.

Judul	Strategi Produk IFG LIFE
Nama Media	Kontan
Newstrend	Strategi dan Sasaran Bisnis IFG Life
Halaman/URL	10
Tanggal Berita	2021-07-23
Sentimen	Netral

Konter

Strategi Produk IFG Life

JAKARTA. PT Asuransi Jiwa IFG atau IFG Life merupakan pendatang baru di pasar asuransi nasional. Sebagai bagian dari Indonesia Financial Group (IFG), IFG Life menghadirkan model bisnis asuransi dengan produk yang berorientasi pada proteksi dan produk investasi berisiko rendah.

Direktur Utama IFG Life, Andy Samuel menyatakan, fokus bisnis IFG Life akan menyasar pada produk-produk asuransi yang mampu menjawab kebutuhan pasar. Maka dari itu, IFG Life menghadirkan produk asuransi yang berorientasi pada proteksi yang merupakan marwah dari industri asuransi jiwa.

"Bagi bisnis IFG Life, produk asuransi proteksi dan produk investasi berisiko rendah masih sangat relevan dengan kebutuhan pasar karena mampu memberikan perlindungan terhadap risiko-risiko yang dipertanggungjawabkan," ujar Andy, Kamis (22/7). IFG Life akan mengembangkan produk dan layanan asuransi proteksi dengan dilandasi tata kelola yang baik dan manajemen risiko yang kuat.

Adrianus Octaviano