

Kamis, 25 November 2021

FM-CC-AAJI-006-00

Judul	Tahun Depan, Asuransi Jiwa Memasang Target Tinggi
Nama Media	Kontan
Newstrend	Target Perolehan Premi Industri Asuransi Jiwa
Halaman/URL	10
Tanggal Berita	2021-11- 25
Sentimen	Positif

■ BISNIS ASURANSI JIWA

Tahun Depan, Asuransi Jiwa Memasang Target Tinggi

JAKARTA. Membaiknya ekonomi dalam negeri membuat asuransi jiwa mulai berani memasang target pertumbuhan perolehan premi. Efek dari pandemi menyebabkan masyarakat juga sadar pentingnya memiliki produk asuransi jiwa.

Data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), adanya peningkatan total jumlah polis perorangan naik 18,4% menjadi 3,1 juta polis. "Kami melihat pergerakan perekonomian ke depan akan semakin kondusif. Kami memperkirakan bahwa permintaan asuransi akan

mendapat manfaat dari momentum pertumbuhan di masa depan, meski inflasi tetap menjadi perhatian," kata Direktur Eksekutif AAJI, Tegar Pasaribu Rabu (24/11).

Salah satu pemain di industri ini, BNI Life menargetkan perolehan premi di atas Rp 5 triliun di tahun depan. *General Manager of Corsec, Legal & Corcomm* BNI Life, Arry Herwinto mengatakan, dari sisi aset, pihaknya memproyeksikan aset akan terus bertumbuh dengan target aset lebih dari Rp 24 triliun di tahun depan.

Hingga Oktober 2021, BNI Life telah membukukan perolehan premi sebesar 102% dari target bulan oktober. Sampai dengan akhir tahun BNI Life menargetkan perolehan premi sebesar 4,4 triliun

"Kanal *bancassurance* sejauh ini masih merupakan penyumbang premi terbesar bagi BNI Life. Kedepan mempertimbangkan perubahan perilaku masyarakat kami berharap penjualan produk digital dapat berkembang," ungkap Arry.

BNI Life juga masih terus

berfokus pada penjualan produk regular dan unitlink. Meski di tahun ini ada tren penurunan dari produk unitlink.

Tidak mau kalah BRI Life juga memproyeksikan di tahun 2022 bisa terus bertumbuh. "Kami akan terus fokus mendorong penetrasi yang lebih dalam di seluruh nasabah BRI dengan memanfaatkan teknologi untuk mendorong efektivitas dan efisiensi," kata Direktur Utama BRI Life, Iwan Pasila.

Sebagai gambaran, pencapaian kinerja BRI Life terus menunjukkan peningkatan.

Sampai dengan Oktober 2021, total pendapatan premi bruto mencapai Rp 5,5 triliun, tumbuh 12% secara tahunan.

Tahun depan BRI Life akan terus mendorong produk berbasis proteksi untuk dipasarkan dengan lebih intensif di seluruh segmen nasabah BRI.

Dua perusahaan asuransi pelat merah ini memang menjadi pemain yang masuk dalam daftar sepuluh besar dari sisi aset. Keduanya terus mengejar ketertinggalan dari para pemain asing.

Selvi Mayasari

Judul	Mitigasi Risiko Dengan Berasuransi
Nama Media	Koran Sindo
Newstrend	Edukasi & Literasi Asuransi
Halaman/URL	14
Tanggal Berita	2021-11- 25
Sentimen	Netral

Mitigasi Risiko dengan Berasuransi

Literasi berasuransi masyarakat menunjukkan tren meningkat selama pandemi. Kesadaran untuk melindungi diri dari beragam penyakit mulai tumbuh. Survei lembaga riset Nielsen mengungkapkan kesadaran untuk memiliki produk asuransi jiwa di kota-kota besar di Indonesia adalah 24%, mendekati Singapura yang mencapai 26%.

Pandemi sempat membuat masyarakat khawatir terhadap kesehatan mereka. Tak hanya itu, banyak pula yang memiliki kekhawatiran dari segi finansial. Pemerintah memang menanggung biaya pengobatan penyakit pandemi, namun fasilitas kesehatan yang dikelola pemerintah terbatas. Dalam kondisi kritis, banyak pasien rela mengeluarkan dana untuk mendapatkan penanganan yang cepat dan tepat. "Orang mulai sadar akan pentingnya asuransi saat tertimpa musibah. Padahal peran asuransi itu penting saat sakit ataupun tidak sakit," ungkap Perencana Keuangan Safir Senduk kepada KORAN SINDO.

Dia mengilustrasikan asuransi seperti halnya payung. Meskipun payung tidak menjamin seseorang tidak kehujanan, tetapi bisa melindungi seseorang dari tumpahan air hujan. "Seperti halnya payung jika besar tempat airnya jadi kecil, begitu pula sebaliknya. Sama dengan asuransi jika ingin perlindungan yang besar tentu uang pertanggungan harus besar," paparnya.

Menurut Safir, meskipun asuransi manfaatnya hanya akan terasa apabila terjadi musibah, dengan memiliki polis asuransi bisa memitigasi risiko sehingga dana untuk kesehatan tidak menggangu persediaan yang diinvestasikan seperti tabungan. Penilik polis asuransi juga tak perlu menajasi asmetnya untuk biaya berobat. Dia pun mendorong agar para pihak terkait asuransi untuk terus meningkatkan literasi berasuransi masyarakat mengingat manfaatnya yang sangat besar. "Tua atau muda perlu berasuransi, tak hanya untuk melindungi diri, tetapi juga melindungi dan menjaga investasi mereka," katanya.

Pentingnya berasuransi dirasakan oleh Kartika Anindita, 39, staf Yayasan Jantung Indonesia. Ibu dua anak yang bermukim di perumahan Pondok Duta,

Depok, itu merasa penting melindungi diri dan keluarganya. "Apalagi untuk orang yang tidak mampu menabung terlalu besar seperti saya. Jadi untuk jaga-jaga jika terjadi sesuatu ya harus punya perlindungan asuransi," ungkapnya kepada KORAN SINDO.

Saat ini, selain perlindungan asuransi dari tempatnya bekerja, Kartika memiliki sendiri polis asuransi mandiri bersama keluarga yang dia bayar setiap bulan. "Sempat juga ikut pertanggungan Covid-19 karena khawatir terjadi sesuatu," tuturnya.

Dia menilai saat ini edukasi mengenai asuransi yang diberikan oleh pihak-pihak terkait cukup baik. Namun, dia berharap agar lebih banyak lagi edukasi terkait produk, coverage, dan persyaratan yang ditentukan oleh perusahaan asuransi. "Misalnya penyakit apa saja yang ditanggung dan apa yang tidak. Edukasi seperti itu perlu," tuturnya.

Peningkatan literasi berasuransi masyarakat itu direpons Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) bersama dengan regulator serta pemangku kepentingan lain dalam industri keuangan nonbank (IKNB) menguatkan komitmen mereka dalam mendorong literasi keuangan dan asuransi melalui kegiatan seri kampanye literasi yang masif dengan melibatkan masyarakat dari berbagai kalangan.

Ketua Dewan Pengurus Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) Budi Tampubolon meyakini bahwa kampanye inklusi dan literasi asuransi yang masif masih perlu dilakukan karena hanya sekitar 6,5% penduduk Indonesia yang saat ini memiliki perlindungan asuransi jiwa. "Yang belum terlalu dipahami banyak masyarakat, asuransi jiwa adalah salah satu cara paling efektif untuk mengatur keuangan masa depan," tuturnya.

Ditambah dengan adanya risiko



Untuk memitigasi risiko biaya kesehatan yang besar, masyarakat kini banyak memanfaatkan produk asuransi jiwa. Literasi berasuransi masyarakat menunjukkan tren meningkat saat pandemi.

pandemi, masa depan masih menjadi sesuatu yang tidak dapat dipastikan oleh siapa pun. Budi menambahkan, di situlah pentingnya produk asuransi jiwa dalam melindungi semua orang dan keluarga dari berbagai risiko di masa depan. Berbagai risiko kehidupan di masa sulit seperti saat ini bisa menghambat pelaksanaan rencana yang sudah disusun untuk masa depan. Dengan perlindungan asuransi yang lebih baik, Budi meyakini proses pemulihan ekonomi saat pandemi akan mampu berjalan lebih stabil dan positif.

Sejumlah perusahaan asuransi pun berperan aktif dalam meningkatkan literasi berasuransi masyarakat. Salah satunya dilakukan oleh PT Asuransi Jiwa IFG (IFG Life). IFG Life sebagai perusahaan asuransi baru di Indonesia siap menghadirkan model bisnis asuransi yang berorientasi pada proteksi.

Komisaris Utama IFG Life, Pantro Pander Silitonga, dikutip dari keterangan resmi perusahaan, mengungkapkan

bahwa asuransi yang berorientasi pada proteksi merupakan marwah dari industri asuransi, karena asuransi yang sebenarnya adalah memberikan perlindungan kepada masyarakat, khususnya para pemegang polis.

Terdapat tiga pilar bisnis IFG Life yang akan dijalankan ke depan. Pertama, mengelola portofolio PT Asuransi Jiwasraya (Persero) yang sudah direstrukturisasi dan dimigrasikan ke IFG Life. Kedua, melaksanakan bisnis baru yang berbasis jiwa dan kesehatan yang berorientasi pada proteksi. Ketiga, dana pensiun melalui dana pensiun lembaga keuangan (DPLK). Adapun pasar utama yang akan digarap oleh IFG Life adalah ekosistem badan usaha milik negara (BUMN), mulai dari korporasi, pegawai, nasabah, serta pelanggan BUMN.

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 mutakhir untuk memperluas akses layanan sehingga layanan proteksi bisa diberikan secara maksimal kepada pemegang polis.

Kepala Departemen Corporate Communication IFG Life Chelma Destria mengatakan, dalam mengelola keuangan, hal yang paling utama harus disiapkan adalah fondasi yang kuat. Hal penting lainnya adalah saat menerima penghasilan, kuncinya adalah menyalurkan bukan menyalurkan. "Karena saat kita sudah bisa membuat perencanaan keuangan dan sudah bisa menyalurkan untuk tujuan keuangan kita tersebut, maka kitalah yang dapat mengatur uang bukan uang yang mengatur kita," ujarnya.

Tidak hanya itu, dana darurat dan mitigasi risiko pun menjadi prioritas utama dalam membuat perencanaan keuangan karena risiko bisa terjadi kapan saja.

antonc

Judul	Pada kuartal III 2021, Astra Life bukukan pertumbuhan premi 58%
Nama Media	Kontan.co.id
Newstrend	Pertumbuhan Premi Astra Life Q3/2021
Halaman/URL	https://keuangan.kontan.co.id/news/pada-kuartal-iii-2021-astra-life-bukukan-pertumbuhan-premi-58
Tanggal Berita	2021-11- 24
Sentimen	Netral

Pada kuartal III 2021, Astra Life bukukan pertumbuhan premi 58%

Rabu, 24 November 2021 / 10:15 WIB



0/070000_Kontan Astra Life di Jakarta, Pada kuartal III 2021, Astra Life bukukan pertumbuhan premi 58%.

Reporter: Selvi Mayasari | Editor: Noverius Laoli

KONTAN.CO.ID - JAKARTA PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life) melanjutkan pertumbuhan positif di kuartal III tahun 2021.

Terlihat dari pertumbuhan Gross Written Premium/GWP sebesar 58% dibandingkan kuartal yang sama di tahun 2020 yaitu Rp 4 triliun dengan total tertanggung mencapai 3,4 juta per September 2021. Selain itu, secara total aset juga tumbuh 22% mencapai Rp 6,9 triliun.

Asuransi Mobil Dijamin Terhemat

Al Risk Mulai
Rp 3.050.000/tahun
Rp 1.982.500/tahun

500+ Bangkai
Reklaman

Urus Mobil
di 10 Tahun

Klaim Mudah
Semua Kerusakan

LifePal

Asuransi Mobil Dijamin Terhemat

Al Risk Mulai
Rp 3.050.000/tahun
Rp 1.982.500/tahun

500+ Bangkai
Reklaman

Urus Mobil
di 10 Tahun

Klaim Mudah
Semua Kerusakan

LifePal

Windawati Tjahjedi, Presiden Direktur Astra Life mengungkapkan, pencapaian positif Astra Life di kuartal III tahun 2021 sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya memiliki proteksi serta kondisi perekonomian Indonesia yang mulai pulih pasca vaksinasi COVID-19 secara nasional.

"Hal ini adalah berkat upaya kami dalam memperkuat pondasi perusahaan serta inovasi-inovasi digital yang kami yakini menjadi kunci keberhasilan dalam menghadapi berbagai tantangan dan persaingan," kata Windawati dalam siaran pers, Rabu (24/11).

Baca Juga: Transaksi Astra Financial & Logistic selama GIAS 2021 lampau target

Hingga bulan September 2021, Astra Life telah membayarkan klaim sebesar total Rp 517 miliar (tidak termasuk manfaat penutupan polis). Windawati menyebut, angka ini juga terdampak dari peningkatan jumlah kasus COVID-19 yang tinggi di pertengahan tahun ini, dimana untuk klaim terkait COVID-19 hingga 30 September 2021 mencapai lebih dari Rp 133 miliar.

"Pastinya kami terus berupaya memberikan yang terbaik sebagai bentuk tanggung jawab dan komitmen Astra Life untuk selalu hadir memberikan perlindungan bagi nasabah," ujar Windawati.

Sementara itu, Astra Life juga terus menghadirkan inovasi layanan proteksi yang mudah dan cepat melalui digitalisasi untuk berbagai kalangan masyarakat, dimana saat ini proteksi menjadi kebutuhan dasar bagi masyarakat agar dapat menjalani hidup dengan tenang, mencintai hidup, dan fokus meraih cita-citanya.

Windawati menambahkan, komitmen Astra Life di tengah perjalanannya dalam memberikan pelayanan terbaik juga ditunjukkan dengan diraihnya beberapa penghargaan, diantaranya Contact Center Service Excellence Award (CCSEA) 5 tahun berturut-turut untuk tahun 2017 hingga 2021 dengan predikat exceptional kategori Asuransi Jiwa dan Kesehatan dari Care = Center for Customer Satisfaction and Loyalty (Care-CCL) serta berbagai penghargaan lainnya yang menjadi motivasi Astra Life untuk terus memberikan perlindungan terbaik bagi masyarakat Indonesia.

Judul	Astra Life Bukukan Pertumbuhan Premi 58 Persen
Nama Media	Republika.co.id
Newstrend	Pertumbuhan Premi Astra Life Q3/2021
Halaman/URL	https://www.republika.co.id/berita/r3298g383/astra-life-bukukan-pertumbuhan-premi-58-persen
Tanggal Berita	2021-11- 24
Sentimen	Netral

Home > Ekonomi > Ekspor

Astra Life Bukukan Pertumbuhan Premi 58 Persen

Rabu 24 Nov 2021 12:14 WIB
Republika Wulanthari Redi Nida Durya

 Powered by AVIVA

Secara total aset Astra Life juga bertumbuh 22 persen mencapai Rp 6,9 triliun.

REPUBLIKA.CO.ID, JAKARTA -- Asuransi jiwa Astra (Astra Life) membukukan pertumbuhan positif pada kuartal III 2021. Pertumbuhan ini sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya memiliki proteksi serta kondisi perekonomian Indonesia yang mulai pulih pascavaksinasi Covid-19 secara nasional.

republika.co.id/berita/r3298g383/astra-life-bukukan-pertumbuhan-premi-58-persen

Presiden Direktur Astra Life, Windawati Tjahjedi mengungkapkan, pencapaian positif **Astra Life** di kuartal III tahun 2021 terlihat dari pertumbuhan Gross Written Premium/GWP sebesar 58 persen dibandingkan kuartal yang sama di tahun 2020 yaitu Rp 4 triliun dengan total tertanggung mencapai 3,4 juta per September 2021.

Baca Juga

Krakatau Steel Cetak Laba Bersih Rp 1,05 T per Oktober 2021	Labas Bersih PGN Meningkat 437 Persen per September 2021	Dividen Perusahaan Global Tahun Ini akan Capai Raker
---	--	--

Secara total aset juga bertumbuh 22 persen mencapai Rp6,9 triliun. "Hal ini adalah berkat upaya kami dalam memperkuat pondasi perusahaan serta inovasi-inovasi digital yang kami yakini menjadi kunci keberhasilan dalam menghadapi berbagai tantangan dan persaingan," kata Windawati, Rabu (24/11).

Hingga September 2021, Astra Life telah membayarkan klaim sebesar total Rp 517 miliar (tidak termasuk manfaat penutupan polis). Menurut Windawati, angka ini juga terdampak dari peningkatan jumlah kasus Covid-19 yang tinggi di pertengahan tahun ini. Untuk klaim terkait Covid-19, Astra Life telah menyalurkannya sebesar Rp 133 miliar hingga 30 September 2021.

"Pastinya kami terus berupaya memberikan yang terbaik sebagai bentuk tanggung jawab dan komitmen Astra Life untuk selalu hadir memberikan perlindungan bagi nasabah," ujar Windawati.

Komitmen Astra Life di tengah perjalanannya dalam memberikan pelayanan terbaik juga ditunjukkan dengan diraihnya beberapa penghargaan, diantaranya Contact Center Service Excellence Award (CCSEA) 5 tahun berturut-turut untuk tahun 2017 hingga 2021 dengan predikat exceptional kategori **Asuransi** jiwa dan Kesehatan dari Care - Center for Customer Satisfaction and Loyalty (Care-CCSL) serta berbagai penghargaan lainnya yang menjadi motivasi Astra Life untuk terus memberikan perlindungan terbaik bagi masyarakat Indonesia.

Astra Life terus menghadirkan inovasi layanan proteksi yang mudah dan cepat melalui digitalisasi untuk berbagai kalangan masyarakat, dimana saat ini proteksi menjadi kebutuhan dasar bagi masyarakat agar dapat menjalani hidup dengan tenang, mencintai hidup, dan fokus meraih cita-citanya. Layanan Digital Astra Life untuk kemudahan Anda. Don't Worry #GotYourBack.

Judul	Kuartal III-2021, Astra Life Bukukan Pertumbuhan Premi 58%
Nama Media	Investor.id
Newstrend	Pertumbuhan Premi Astra Life Q3/2021
Halaman/URL	https://investor.id/finance/272055/kuartal-iii2021-astra-life-bukukan-pertumbuhan-premi-58
Tanggal Berita	2021-11- 24
Sentimen	Netral



Kuartal III-2021, Astra Life Bukukan Pertumbuhan Premi 58%

Rabu, 24 November 2021 | 15:35 WIB
 Kunradus Allandu (kunradus@investor.co.id)



JAKARTA, investor.id - PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life) melanjutkan pertumbuhan positif di kuartal III-2021 sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya memiliki proteksi serta kondisi perekonomian Indonesia yang mulai pulih pasca vaksinasi Covid-19 secara nasional.

Presiden Direktur Astra Life Windawati Tjahjadi mengungkapkan, pencapaian positif Astra Life di kuartal III-2021 terlihat dari pertumbuhan Gross Written Premium/GWP sebesar 58% dibandingkan kuartal yang sama di 2020 yaitu Rp 4 triliun dengan total tertanggung mencapai 3,4 juta per September 2021.

"Secara total aset juga bertumbuh 22% mencapai Rp 6,9 triliun. Hal ini adalah berkat upaya kami dalam memperkuat fondasi perusahaan serta inovasi-inovasi digital yang kami yakini menjadi kunci keberhasilan dalam menghadapi berbagai tantangan dan persaingan," kata dia dalam keterangan tertulis yang diterima, Rabu (24/11).

Hingga September 2021, Astra Life telah membayarkan klaim sebesar total Rp 517 miliar (tidak termasuk manfaat penutupan polis). "Angka ini tentu juga terdampak dari peningkatan jumlah kasus Covid-19 yang tinggi di pertengahan tahun ini, dimana untuk klaim terkait covid hingga 30 September 2021 mencapai lebih dari Rp 133 miliar. Pastinya kami terus berupaya memberikan yang terbaik sebagai bentuk tanggung jawab dan komitmen Astra Life untuk selalu hadir memberikan perlindungan bagi nasabah," ujar Windawati.

Komitmen Astra Life di tengah perjalanannya dalam memberikan pelayanan terbaik juga ditunjukkan dengan diraihnya beberapa penghargaan, diantaranya Contact Center Service Excellence Award (CCSEA) 5 tahun berturut-turut untuk 2017 hingga 2021 dengan predikat exceptional kategori Asuransi Jiwa dan Kesehatan dari Care – Center for Customer Satisfaction and Loyalty (Care-CCSL) serta berbagai penghargaan lainnya yang menjadi motivasi Astra Life untuk terus memberikan perlindungan terbaik bagi masyarakat Indonesia.

Astra Life terus menghadirkan inovasi layanan proteksi yang mudah dan cepat melalui digitalisasi untuk berbagai kalangan masyarakat, dimana saat ini proteksi menjadi kebutuhan dasar bagi masyarakat agar dapat menjalani hidup dengan tenang, mencintai hidup, dan fokus meraih cita-citanya.

Judul	Kinerja Astra Life Menanjak
Nama Media	Kontan
Newstrend	Pertumbuhan Premi Astra Life Q3/2021
Halaman/URL	10
Tanggal Berita	2021-11- 25
Sentimen	Netral

Kinerja Astra Life Menanjak



KONTAN/Carolus Agus Waluyo

Hingga bulan September 2021, Astra Life telah membayarkan klaim sebesar total Rp 517 miliar.

JAKARTA. PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life) melanjutkan pertumbuhan positif di kuartal III tahun 2021. Terlihat dari pertumbuhan *gross written premium* sebesar 58% dibandingkan kuartal yang sama di tahun 2020 yaitu Rp 4 triliun.

Adapun total tertanggung mencapai 3,4 juta per September 2021. Selain itu, secara total aset juga bertumbuh 22% mencapai Rp 6,9 triliun. "Hal ini adalah berkat upaya kami dalam memperkuat pondasi perusahaan serta inovasi-inovasi digital yang kami yakini menjadi kunci keberhasilan dalam menghadapi berbagai tantangan dan persaingan," kata Presiden Direktur Astra Life, Windawati Tjahjadi, Rabu (24/11).

Hingga bulan September 2021, Astra Life telah membayarkan klaim sebesar total Rp 517 miliar. Windawati menyebut, angka ini juga terdampak dari peningkatan jumlah kasus Covid-19 yang tinggi. Klaim terkait Covid 19 hingga 30 September 2021 mencapai lebih Rp 133 miliar.

Selvi Mayasari

Judul	Kuartal III, Premi Astra Life Tumbuh 58%
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Pertumbuhan Premi Astra Life Q3/2021
Halaman/URL	23
Tanggal Berita	2021-11- 25
Sentimen	Netral

Kuartal III, Premi Astra Life Tumbuh 58%

JAKARTA – PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life) mencatat pertumbuhan premi *gross* sebesar 58% secara tahunan (*year on year/yoy*) menjadi Rp 4 triliun. Pada saat yang sama, perusahaan mencatat klaim dibayarkan Rp 517 miliar, dengan Rp 133 miliar tercatat sebagai klaim terkait Covid-19.

Presiden Direktur Astra Life Windawati Tjahjadi mengungkapkan, Astra Life melanjutkan pertumbuhan positif di kuartal III-2021. Sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya memiliki proteksi serta kondisi perekonomian Indonesia yang mulai pulih pascavaksinasi Covid-19 secara nasional.

"Pencapaian positif Astra Life pada kuartal III-2021 terlihat dari pertumbuhan *gross written premium*/GWP sebesar 58% dibandingkan kuartal yang sama tahun 2020 yaitu Rp 4 triliun dengan total tertanggung mencapai 3,4 juta per September 2021. Secara total aset juga bertumbuh 22% mencapai Rp 6,9 triliun," jelas Windawati melalui siaran pers, Rabu (24/11).

Dia mengatakan, pencapaian itu berkat upaya perusahaan dalam memperkuat fondasi perusahaan serta inovasi-inovasi digital yang diyakini menjadi kunci keberhasilan dalam menghadapi berbagai tantangan dan persaingan. Adapun hingga bulan September 2021, Astra Life juga telah membayarkan klaim sebesar total Rp 517 miliar (tidak termasuk manfaat penutupan polis). "Angka ini tentu juga terdampak dari peningkatan jumlah kasus Covid-19 yang tinggi di pertengahan tahun ini, dimana untuk klaim terkait Covid-19 hingga 30 September 2021 mencapai lebih dari Rp 133 miliar," ujar Windawati.

Dia menuturkan, komitmen Astra Life di tengah perjalanannya dalam memberikan pelayanan terbaik juga ditunjukkan dengan diraihnya beberapa penghargaan, diantaranya *Contact Center Service Excellence Award* (CCSEA) 5 tahun berturut-turut untuk tahun 2017 hingga 2021 dengan predikat *exceptional* kategori Asuransi Jiwa dan Kesehatan dari *Care-Center for Customer Satisfaction and Loyalty* (Care-CCSL). Berbagai penghargaan lainnya juga menjadi motivasi Astra Life untuk terus memberikan perlindungan terbaik bagi masyarakat Indonesia.

"Astra Life terus menghadirkan inovasi layanan proteksi yang mudah dan cepat melalui digitalisasi untuk berbagai kalangan masyarakat, dimana saat ini proteksi menjadi kebutuhan dasar bagi masyarakat agar dapat menjalani hidup dengan tenang, mencintai hidup, dan fokus meraih cita-citanya. Layanan Digital Astra Life untuk kemudahan Anda. Don't Worry #GotYourBack," jelas Windawati. (pri)



Windawati Tjahjadi

Judul	Astra Life Catatkan GWP Tumbuh 58%
Nama Media	Ekonomi Neraca
Newstrend	Pertumbuhan Premi Astra Life Q3/2021
Halaman/URL	3
Tanggal Berita	2021-11- 25
Sentimen	Netral



Judul	Bidik Kaum Miliniel, BCA Life Kerja Sama Dengan Qoala
Nama Media	Mediaindonesia.com
Newstrend	Produk Asuransi Jiwa Digital BCA Life
Halaman/URL	https://mediaindonesia.com/ekonomi/449235/bidik-kaum-miliniel-bca-life-kerja-sama-dengan-qoala
Tanggal Berita	2021-11- 24
Sentimen	Netral

Kabur 24 November 2021, 22:47 WIB

Bidik Kaum Miliniel, BCA Life Kerja Sama Dengan Qoala

by Rian Nugroho | @rian_nugroho



RISET HowSafe We Are Social berjudul "Digital 2021: Global Overview Reports", menunjukkan pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta atau mencapai 73,7% dari total jumlah penduduk. Artinya pengguna internet ini menjadi sebuah peluang bagi kanal digital.

Sedangkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dirilis pada Juli 2021 menunjukkan, pertumbuhan asuransi masih sangat rendah yaitu sekitar 5,11%. Namun demikian, asuransi yang masih tercatat 58,9% dari total populasi penduduk Indonesia sudah memiliki akses di lembaga keuangan. Ini merupakan peluang untuk meningkatkan industri keuangan masyarakat Indonesia khususnya melalui jalur digital.

**Live in Germany
Get the German You Need**

Learn more

Di sisi lain, kesadaran akan pentingnya asuransi meningkat pada generasi milenial, khususnya di masa pandemi ini. Namun, distribusi asuransi yang biasanya dilakukan secara offline terkadang masih belum sesuai dengan kebutuhan. Melalui peluang yang masih terbuka luas, PT Asuransi Jiwa BCA (BCA Life) mengembangkan kerja sama pemersatu dengan PT Anchor Technology Digital (Qoala). Khususnya produk yang dipasarkan lewat jalur digital. Pada kerja sama ini, produk yang diperkenalkan adalah produk asuransi jiwa bergagang, BCA Life Perlindungan Jiwa yang menyasar anak-anak muda di Indonesia.

"Melalui kerja sama dengan Qoala, kami berharap BCA Life dapat menjadi pilihan yang tepat bagi generasi milenial untuk mendapatkan perlindungan jiwa bagi pemenuhan kebutuhan mereka di masa depan. Produk yang kami awatkan ini bisa menjadi salah satu jaminan keuangan para milenial," ucap Rio Winardi, Presiden Direktur & CEO BCA Life dalam keterangan yang diterima, Rabu (23/11).

Barca Jaza
Dokter Asat HCC Life, Gendeng BTN dan Madani Sahabat

Menyambut peluang pasar secara maksimal
Siapa yang bilang? HCC Life Bank BTN Dalam Rangka Utama Link

Dituturkan, produk BCA Life Perlindungan Jiwa yang akan dipasarkan melalui Qoala, memberikan manfaat uang pertanggungan hingga Rp200 juta, dengan premi yang sangat terjangkau, mulai dari Rp40 ribu per bulan. Dengan biaya premi sebesar Rp40 ribu per bulan untuk mendapatkan perlindungan jiwa 10 tahun, dan manfaat pengembalian premi sebesar 90% diakhir tahun ke-10 polis. Produk ini diharapkan dapat menjadi pilihan bagi generasi muda untuk mulai berinvestasi secara digital dan menyalahi pentingnya perlindungan jiwa dan kesehatan bagi keluarga.

**Live in Germany
Get the German You Need**

Learn more

Qoala, sebagai perusahaan Internet, bekerja sama dengan platform asuransi PT Mitra Jasa Finansial dan lebih dari 30 perusahaan asuransi terkemuka memiliki tujuan untuk mengembangkan produk asuransi yang terjangkau. Qoala juga telah menghadirkan jasanya pada asuransi utang lainnya.

Co-founder sekaligus Chief Operating Officer (COO) Qoala, Tommy Martin menjelaskan bahwa agilitas Qoala sangat mudah digunakan dan dapat diakses dengan cepat melalui smartphone. Pengguna pun tidak perlu ragu perihal keamanan data, karena Qoala saat ini tercatat dalam sandbox Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di kaster insurtech.

"Kami memiliki komitmen penuh untuk memberikan kemudahan bagi seluruh pengguna Qoala, di era digital seperti ini kemudahan dan kenyamanan dalam membeli asuransi menjadi salah satu yang penting bagi pengguna. Kami pun akan terus berkolaborasi dengan mitra asuransi yang ada untuk memberikan solusi terbaik bagi pengguna Qoala," ujar Tommy.

Cara pembelian produk BCA Life melalui aplikasi Qoala, akan ada promo cashback dari premi asuransi yang berlangsung pada 18 November-18 Desember 2021. (Rian, 11)

Judul	BCA Life Gandeng Qoala untuk Kejar Pasar Asuransi Milenial
Nama Media	Republika.co.id
Newstrend	Produk Asuransi Jiwa Digital BCA Life
Halaman/URL	https://www.republika.co.id/berita/r33437349/bca-life-gandeng-qoala-untuk-kejar-pasar-asuransi-milenial
Tanggal Berita	2021-11- 24
Sentimen	Netral



Apalagi berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dirilis pada bulan Juli 2021 penetrasi asuransi masih sangat rendah yaitu sekitar 3,11 persen. Namun yang menarik, di laporan yang sama, tercatat 48,9 persen dari total populasi penduduk Indonesia sudah memiliki akun di lembaga keuangan. Ini merupakan peluang untuk meningkatkan inklusi keuangan masyarakat Indonesia khususnya melalui jalur digital.

Melihat peluang yang masih terbuka luas, BCA Life mengembangkan kerja sama pemasaran dengan Qoala, khususnya produk yang dipasarkan lewat jalur pemasaran digital. Pada kerja sama ini, produk yang dipasarkan adalah produk asuransi jiwa berjangka, BCA Life Perlindungan Jiwa yang menasar anak-anak muda di Indonesia.

"Melalui kerja sama dengan Qoala, kami berharap BCA Life dapat menjadi pilihan yang tepat bagi generasi milenial untuk mendapatkan perlindungan jiwa bagi perencanaan keuangan mereka."

dinasa depan. Produk yang kami luncurkan ini bisa menjadi solusi kenyamanan keuangan para milenial," ucap Presiden Direktur & CEO BCA Life Rito Winardi.

Produk BCA Life Perlindungan Jiwa yang akan dipasarkan di Qoala, memberikan manfaat uang pertanggungan hingga Rp 500 juta, dengan premi yang sangat terjangkau, mulai dari Rp 40 ribu per bulan. Ditambah lagi manfaat masa bayar 8 tahun untuk mendapatkan perlindungan jiwa 12 tahun, dan manfaat pengembalian premi sebesar 50 persen diakhir tahun ke-12 polis. Produk ini diharapkan dapat menjadi pilihan bagi generasi muda untuk mulai berasuransi secara digital dan memahami pentingnya perlindungan jiwa dan keuangan bagi keluarga.

Sebagai platform keuangan digital, kerjasama BCA Life dan Qoala ini melengkapi berbagai perencanaan keuangan serta pilihan asuransi yang sudah ditawarkan saat ini. Qoala sebagai perusahaan insurtech, bekerja sama dengan Pialang Asuransi PT Mitra Jasa Pratama dan lebih dari 30 perusahaan asuransi terkemuka memiliki tujuan untuk mengembangkan produk asuransi yang terbaik.

Qoala juga telah menerbitkan jutaan polis asuransi setiap bulannya. Kerjasama antara BCA Life dan Qoala ini menambah daftar kolaborasi yang dilakukan Qoala, dalam hal ini, penyediaan asuransi jiwa dan asuransi kesehatan.

Co-founder sekaligus Chief Operating Officer (COO) Qoala, Tommy Martin menjelaskan bahwa, aplikasi Qoala sangat mudah digunakan dan dapat diakses dengan cepat melalui smartphone. Pengguna pun tidak perlu ragu perihal keamanan data, karena Qoala saat ini tercatat dalam Sandbox Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di Kluster Insurtech.

"Kami memiliki komitmen penuh untuk memberikan kemudahan bagi seluruh pengguna Qoala, di era digital seperti ini kemudahan dan kenyamanan dalam membeli asuransi menjadi satu hal yang penting bagi pangsa pasar milenial. Qoala menjawab tantangan ini dengan aplikasi yang mudah diakses dan proses pembelian serta klaim yang cepat. Produk BCA Life yang hadir dalam aplikasi Qoala juga akan menjadi solusi perlindungan yang tepat," ujar Tommy.

Kesadaran akan pentingnya asuransi meningkat di generasi milenial, khususnya di masa pandemi ini. Namun di sisi lain, distribusi asuransi yang biasanya dilakukan secara offline terkendala akibat imbasan social distancing. Dalam hal ini, Qoala berperan membangun teknologi agar akses terhadap produk asuransi bisa dilakukan secara online.

Oleh karena itu, BCA Life yakin partnership ini akan memberikan hasil baik untuk pengembangan **pasar asuransi** jiwa di Indonesia khususnya untuk generasi milenial. Bertepatan dengan perayaan kerja sama ini, untuk pembelian produk BCA Life di aplikasi Qoala akan ada promo Cashback dari Premi Asuransi yang berlangsung pada 18 November - 18 Desember 2021.

Judul	Sasar Milenial, Asuransi Digital BCA Life Mulai Rp 40 Ribu
Nama Media	Tribun Timur
Newstrend	Produk Asuransi Jiwa Digital BCA Life
Halaman/URL	4
Tanggal Berita	2021-11- 24
Sentimen	Netral

Sasar Milenial, Asuransi Digital BCA Life Mulai Rp40 Ribu

JAKARTA, TRIBUN - PT Asuransi Jiwa BCA (BCA Life) & PT Anchor Technology Digital (Qoala) pada hari ini melakukan kerja sama pemasaran produk digital BCA Life melalui platform Qoala yang dapat diakses melalui aplikasi Qoala atau website di <https://www.qoala.app/id>.

Menurut data riset yang dilakukan oleh situs HootSuite We Are Social bertajuk Digital 2021: Global Overview Reports, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta dengan prosentase pengguna dibandingkan total populasi penduduk mencapai 73,7%.

Demikian dipaparkan dalam rilisnya Selasa (23/11).

Besaran prosentase inilah yang menjadi sebuah opportunity bagi kanal digital. Karena dari data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dirilis pada bulan Juli 2021 menunjukkan, penetrasi asuransi masih sangat rendah yaitu sekitar 3,11%.

Namun yang menarik, di laporan yang sama, tercatat 48,9% dari total populasi penduduk Indonesia sudah memiliki akun di lembaga keuangan.

Melihat peluang yang masih terbuka luas, BCA Life mengembangkan kerja sama pemasaran dengan Qoala, khususnya produk yang dipasarkan lewat jalur pemasaran digital.

Pada kerja sama ini, produk yang diperkenalkan adalah produk asuransi jiwa berjangka, BCA Life Perlindungan Jiwa yang menasar anak-anak muda di Indonesia.

"Melalui kerja sama de-

ngan Qoala, kami berharap BCA Life dapat menjadi pilihan yang tepat bagi generasi milenial untuk mendapatkan perlindungan jiwa bagi perencanaan keuangan mereka di masa depan," ucap Presiden Direktur & CEO BCA Life Rto Winardi.

Produk BCA Life Perlindungan Jiwa yang akan dipasarkan di Qoala, memberikan manfaat uang pertanggungan hingga Rp500 juta, dengan premi yang sangat terjangkau, mulai dari Rp40 ribu per bulan.

Ditambah lagi manfaat masa bayar 8 tahun untuk mendapatkan perlindungan jiwa 12 tahun, dan manfaat pengembalian premi sebesar 50% di akhir tahun ke-12 polis.

Co-founder sekaligus Chief Operating Officer (COO) Qoala, Tommy Martin menjelaskan bahwa, aplikasi Qoala sangat mudah digunakan dan dapat diakses dengan cepat melalui smartphone. **(iku)**

Judul	Memiliki Asuransi Jiwa: Dasar Memutus Rantai Sandwich Generation
Nama Media	Kumparan.com
Newstrend	Kampanye #BetterSandwichGen - Dimulai Dari Kamu
Halaman/URL	https://kumparan.com/kumparannews/memiliki-asuransi-jiwa-dasar-memutus-rantai-sandwich-generation-1wyqurox9LC
Tanggal Berita	2021-11- 24
Sentimen	Netral

Memiliki Asuransi Jiwa: Dasar Memutus Rantai Sandwich Generation

kumparanNEWS
24 November 2021 14:08 · waktu baca 3 menit



Perlu juga memiliki asuransi jiwa untuk sandwich generation. Foto: Astra Life.

Nilai kebutuhan yang lebih di masyarakat Indonesia mengindikasikan bahwa setiap **anak** harus bertukar kepada orang tua mereka ketika sudah dewasa, termasuk mendukungnya secara **finansial** saat mereka sudah memasuki usia lanjut.

Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Statistik Penduduk Lajut Usia 2020 menyebutkan bahwa 78,27 persen sumber pembiayaan rumah tangga berasal ditopang oleh anggota rumah tangga yang bekerja. Sementara Survei Ekonomi Nasional (Sisenas) 2017 menunjukkan, 62-64 persen kaum lanjut usia di Indonesia tinggal bersama anak cucunya.

Kondisi ini memperlihatkan cukup banyak orang Indonesia usia produktif yang **menopang** orang tua lanjut usia sekaligus menopang dirinya sendiri dan anak atau bahkan saudara. Ya, mereka dikenal sebagai **sandwich generation**.

Beratnya tanggung jawab yang dihadapi **sandwich generation** seringkali menjadi polemik, antara lain karena bisa membantu keuangan keluarga namun besar tanggung jawabnya tanggungan yang harus diukuri. Hasil survei Kaladala Insight Center untuk Astra Life pada bulan September 2021 terhadap 1.808 responden berusia 23-45 tahun yang tersebar di seluruh Indonesia menyimpulkan, 83,6 persen sandwich generation di Indonesia percaya kalau mereka mampu merawat tanggungan dengan baik, namun faktanya hanya 13,1 persen yang memiliki persiapan finansial dalam memenuhi kebutuhan pokok, menabung, dan berinvestasi.

Kondisi inilah yang membuat PT ASURANSI JIWA ASTRA (Astra Life) menginisiasi kampanye #BetterSandwichGen - Dimulai Dari Kamu. Presiden Direktur Astra Life, Windawati Tjokjati, mengatakan, melalui kampanye ini, Astra Life ingin mengajak generasi milenial yang termasuk dalam **sandwich generation** untuk memulai perubahan menjadi **sandwich generation** yang lebih baik dengan memiliki perencanaan keuangan dan mencapai ketahanan finansial.

"Tentunya kita tidak mau mengurangi tanggung jawab kepada keluarga, tapi dengan perencanaan keuangan yang baik seperti memiliki asuransi dapat memperbesar kekuatan kita untuk menanggung dan menanggung mereka yang kita cintai," ujar Windawati dalam acara peluncuran kampanye #BetterSandwichGen.

Dasar perencanaan keuangan yang baik selain memiliki tabungan dan investasi adalah dengan memiliki asuransi jiwa dan kesehatan, baik untuk diri sendiri maupun untuk keluarga. Risiko kesehatan tidak dapat dihindari dan kerap menjadi pengeluaran terbesar dan tidak terduga serta yang pertanggungan dari asuransi jiwa juga menjadi penyangga hidup keluarga apabila pencari nafkah atau penopang hidup keluarga harus tutup usia.



Astra Life menyediakan berbagai produk perlindungan untuk kebutuhan sandwich generation based Flexi Life yang dapat diakses di www.astralife.co.id. Foto: Astra Life.

Astra Life menyediakan rangkaian produk perlindungan yang dapat menjadi solusi untuk kebutuhan **sandwich generation** dengan manfaat menyeluruh melalui produk asuransi jiwa, salah satunya adalah Flexi Life yang dapat diakses di www.astralife.co.id. Flexi Life merupakan asuransi jiwa murni ultra flexible pertama di Indonesia yang memungkinkan nasabah untuk menentukan sendiri besaran dari uang pertanggungan dan premi.

Dengan proses penulisan yang mudah seperti belanja online, dan tanpa medical check-up, pelanggan dapat menentukan uang pertanggungan hingga Rp 5 miliar. Mengalihkan berbagai perubahan seperti merubah uang pertanggungan, masa pertanggungan, hingga frekuensi pembayaran premi pun dapat dilakukan secara fleksibel mengikuti perubahan setiap tahapan kehidupan.

Sebagai gambaran, untuk uang pertanggungan Rp 1 miliar, pelanggan hanya perlu membayar premi mulai dari Rp 130 ribu per bulan. Pelanggan juga bisa mematahkan kalkulator premi untuk melihat simulasi sesuai kebutuhan perlindungannya pada laman www.astralife.co.id.

"Dimulai dari kamu dengan menjadi **sandwich generation** yang lebih baik saat ini, agar bisa menjadi generasi penerus yang cerdas finansial dan pada akhirnya dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi bangsa dimasa depan," tutup Windawati.

Artikel ini memuatkan bentuk kerin sama dengan Astra Life

Judul	Pentingnya Tambahan Literasi Keuangan dalam Kurikulum Sekolah Secara Formal
Nama Media	Koran-jakarta.com
Newstrend	Transformasi Digital & Program Edukasi Perusahaan Asuransi Jiwa
Halaman/URL	https://koran-jakarta.com/pentingnya-tambahan-literasi-keuangan-dalam-kurikulum-sekolah-secara-formal
Tanggal Berita	2021-11- 24
Sentimen	Netral

Pentingnya Tambahan Literasi Keuangan dalam Kurikulum Sekolah Secara Formal

© Rabu, 24 Nov 2021 22:16 WIB · Waktu Baca 1 menit

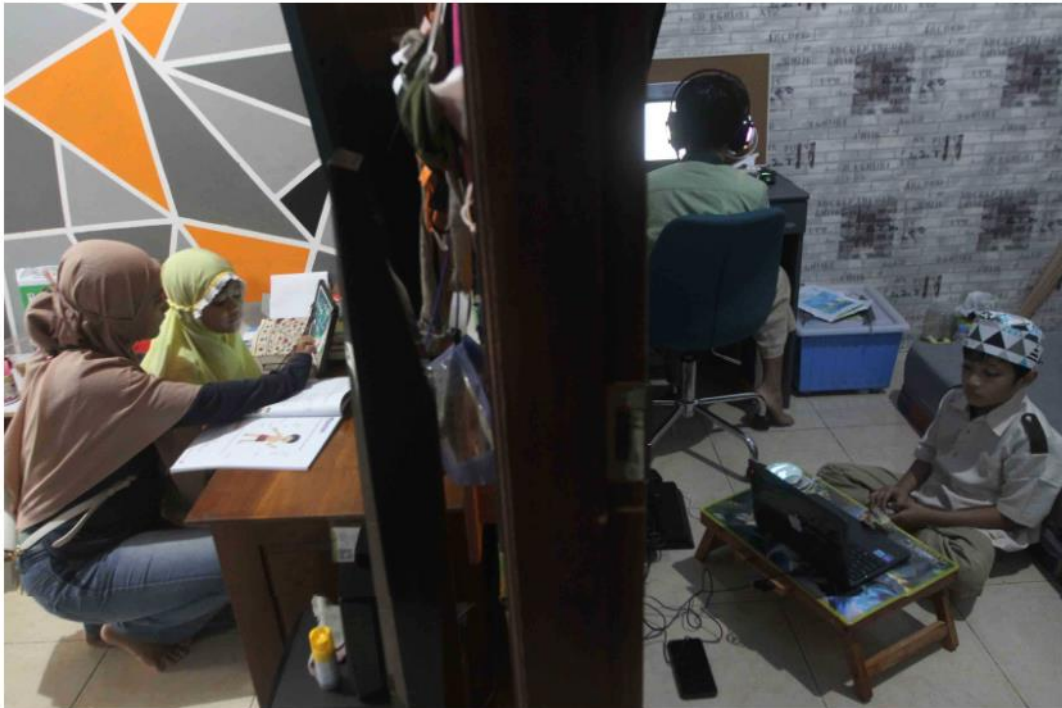


Foto : koran jakarta/Wahyu AP

Ibu mendampingi anaknya saat mengikuti pelajaran sekolah yang dilakukan secara online, Bekasi, Senin (15/8). PT Asuransi Allianz Life Indonesia menilai penerapan teknologi pada industri asuransi nasional bisa dimanfaatkan salah satunya untuk penyampaian informasi dan edukasi kepada masyarakat, mengenai produk asuransi. Selain pemanfaatan teknologi untuk mencapai inklusi asuransi yang lebih baik lagi di Indonesia perlu adanya tambahan literasi keuangan dalam kurikulum sekolah secara formal.

Judul	FWD Insurance Resmikan Kantor Pemasaran Baru di Jakarta
Nama Media	Kompas.com
Newstrend	Peresmian Kantor Baru FWD Insurance
Halaman/URL	https://biz.kompas.com/read/2021/11/24/205003828/fwd-insurance-resmikan-kantor-pemasaran-baru-di-jakarta
Tanggal Berita	2021-11- 24
Sentimen	Netral

ADVERTORIAL

FWD Insurance Resmikan Kantor Pemasaran Baru di Jakarta

Kompas.com - 24/11/2021, 20:50 WIB

DOK: FWD Insurance

Direktur Utama PT FWD Insurance Indonesia Anantharaman Sridharan (keempat kiri) melakukan pemotongan pita saat meresmikan lokasi baru Kantor Pemasaran FWD Insurance cabang Jakarta di Neo Soho Capital lantai 12, Jakarta Barat, disaksikan oleh para agen.

TERPOPULER

1

Hasil Man City Vs PSG Messi 'Hilang', The City Menang 2-1 dan Lolos

Dibaca 39.981 kali

2

Duduk Perkara Baku H Anggota Polisi dan TN Ambon, Berawal dari

Dibaca 29.335 kali

3

Soal 'Gol Hantu' Persib Andritany: Bola Sudah Melewati Garis Gawat

Dibaca 18.711 kali

4

Keluarga Copet yang Saat WSBK Sudah 50 Beraksi, Mencopet hin

Dibaca 17.141 kali

5

Sempat Pingsan di Lapangan Persiraja Ram Kini Sudah Siuman

Dibaca 13.506 kali

KOMPAS.com - PT FWD Insurance Indonesia atau FWD Insurance meresmikan kantor pemasaran baru di Jakarta. Kantor ini berlokasi di Soho Capital lantai 12, Jalan Letjen S Parman Kav 28, Grogol Selatan, Jakarta Barat.

Melalui kantor baru tersebut, FWD Insurance ingin memperkuat posisinya dengan mendekatkan diri kepada konsumen. Dengan demikian, FWD dapat menyediakan asuransi jiwa bagi setiap elemen masyarakat.

Untuk diketahui, FWD Insurance merupakan perusahaan asuransi jiwa berbasis digital terkemuka di Indonesia. Saat ini, FWD Insurance memiliki 16 kantor pemasaran yang tersebar di 15 kota Indonesia.

Adapun kota tersebut adalah Jakarta, Balikpapan, Batam, Surabaya, Yogyakarta, Medan, Palembang, Bandung, Denpasar, Malang, Tangerang Selatan, Makassar, Bogor, Mataram, dan Bekasi.

Direktur Utama FWD Insurance Anantharaman Sridharan mengatakan, FWD Insurance berupaya memperkenalkan inovasi terdepan dan berkualitas kepada para nasabah.

Salah satunya melalui peresmian kantor baru FWD Insurance yang berlokasi di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, serta Bekasi (Jabodetabek).

Dapatkan informasi, inspirasi dan *insight* di [email](#) kamu.

[Daftarkan email](#)

"Kami berharap, langkah ini dapat membantu meningkatkan penetrasi asuransi di seluruh Indonesia," kata Anantharaman dalam siaran pers yang diterima Kompas.com, Rabu (24/11/2021).

Pemilihan lokasi kantor baru tersebut, lanjut Anantharaman, semakin menegaskan komitmen FWD Insurance untuk menjadikan asuransi semakin mudah dijangkau oleh masyarakat di Jabodetabek.

"Hal tersebut diwujudkan melalui inovasi produk, teknologi digital, dan layanan terbaik sehingga dapat

Judul	IFG Life Siap Layani Nasabah eks Jiwasraya
Nama Media	Tribunnews.com
Newstrend	Peresmian Customer Center IFG Life
Halaman/URL	https://www.tribunnews.com/images/regional/view/1902746/ifg-life-siap-layani-nasabah-eks-jiwasraya
Tanggal Berita	2021-11- 24
Sentimen	Netral

IFG Life Siap Layani Nasabah eks Jiwasraya

Rabu, 24 November 2021 21:35 WIB

Foto #4



Direktur Utama IFG Life Harjanto Tanuwidjaja bersama Direktur Keuangan dan Investasi Farid Azhar Nasution, Direktur Kepatuhan, Manajemen Resiko dan SDM Eli Wijayanti dan Direktur Operasional dan TI Yusman Dedy Kusuma berbincang dengan nasabah saat pembukaan Customer Center IFG Life di Graha CIMB Niaga, Jakarta, Rabu (24/11/2021). PT Asuransi Jiwa IFG (IFG Life) meresmikan customer center Kantor Pusat IFG Life sebagai bentuk kesiapan operasional perseroan dalam menjalankan bisnis dan menerima proses transfer polis migrasi dari PT Asuransi Jiwasraya (Persero). Nasabah tidak hanya akan dilayani di Customer Center Jakarta saja, IFG Life juga sedang mempersiapkan infrastruktur di 21 kantor representatif lainnya yang tersebar di berbagai kota besar di Indonesia.

Tribunnews/jeprima

Judul	BERITA FOTO - IFG Life Siap layani Nasabah eks Jiwasraya
Nama Media	Koran Sindo
Newstrend	Peresmian Customer Center IFG Life
Halaman/URL	8
Tanggal Berita	2021-11- 25
Sentimen	Netral



Judul	Resmikan Customer Center, IFG Life Siap Layani Eks-Nasabah Jiwasraya
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Peresmian Customer Center IFG Life
Halaman/URL	24
Tanggal Berita	2021-11- 25
Sentimen	Netral

Resmikan *Customer Center*, IFG Life Siap Layani Eks-Nasabah Jiwasraya

JAKARTA – PT Asuransi Jiwa IFG (IFG Life) meresmikan *Customer Center* yang berlokasi di Lantai 8 Gedung Graha Niaga, Jakarta. Kantor pusat pelayanan untuk nasabah ini dipersiapkan IFG Life untuk para calon nasabah baru maupun nasabah yang merupakan pemegang polis eks Jiwasraya.

Direktur Operasional dan IT IFG Life Yusman Dedy Kusuma mengatakan, peresmian ini merupakan kesiapan operasional IFG Life dalam menjalankan bisnisnya ke depan dan juga dalam menerima proses transfer polis migrasi dan PT Asuransi Jiwasraya (Persero). Meski demikian, proses migrasi polis ini baru bisa dilakukan setelah mendapatkan persetujuan dari regulator.

“Sebagai nasabah (pemegang polis eks-Jiwasraya), mereka berhak mendapatkan pelayanan terbaik dengan tidak di ‘pingpong’ saat ingin

mendapatkan informasi mengenai proses restrukturisasi. Oleh karena itu, IFG Life sudah sepakat untuk membantu Jiwasraya dalam proses pelayanan bagi para pemegang polis Jiwasraya yang polisnya belum di migrasi ke IFG Life agar mereka bisa mendapatkan informasi dengan baik,” kata Yusman di sela acara peresmian, Rabu (24/11).

Dia menjelaskan, akan ada enam *counter* yang siap melayani para nasabah atau pemegang polis di *Customer Center*, di mana terdapat satu *counter* yang disiapkan khusus untuk nasabah yang masih di Jiwasraya. Hal tersebut, kata Yusman bertujuan agar seluruh nasabah baik yang telah setuju restrukturisasi maupun yang belum setuju akan mendapatkan informasi dan juga dapat terlayani dengan baik di satu pintu.

Lebih lanjut dia mengatakan, nasabah tidak hanya akan dilayani di

Customer Center Jakarta saja, namun IFG Life juga sedang mempersiapkan infrastruktur di 21 kantor representatif lainnya yang tersebar di berbagai kota besar di Indonesia. Kota-kota besar tersebut adalah Jakarta, Tangerang, Bandung, Medan, Semarang, Surabaya, Makassar, Pekanbaru, Palangkaraya, Pontianak, Denpasar, Palembang, Yogyakarta, Jayapura, Manado, Tasikmalaya, Balikpapan, Banjarmasin, Jambi, Sukabumi, dan Cirebon.

Yusman menambahkan, meskipun kantor representatif IFG Life hanya terletak di 21 kota, IFG Life tetap memaksimalkan pelayanan dengan memperkuat kanal-kanal informasi sehingga nasabah tidak harus mendatangi kantor representatif IFG Life untuk mendapatkan pelayanan. IFG Life juga akan dibantu oleh para agen yang tersebar di seluruh Indonesia.

Adapun alur pelayanan di *Customer Center* IFG Life diawali dengan

pendaftaran secara online melalui link <https://asuransi ifg-life.id/>. Kemudian setelah itu, nasabah di Customer Center, akan langsung diarahkan menuju Customer Care Representative IFG Life. Setelah itu, *duty officer* yang bertugas akan menyambut dan mendampingi nasabah atau pemegang polis tersebut untuk kemudian diberikan layanan.

Pendaftaran secara online dilakukan agar nasabah bisa lebih cepat mendapatkan pelayanan dari IFG Life. *Customer Center* IFG Life Graha ini beroperasi setiap Senin-Jumat pada pukul 08.00-17.00 WIB. Sedangkan mengenai proses migrasi polis restrukturisasi, IFG Life akan mengumumkan kepada para pemegang polis eks Jiwasraya melalui berbagai platform komunikasi agar para nasabah dapat mengetahui status dari polisnya, baik melalui SMS, email, maupun melalui surat. **(ris)**

